

# IMATGES, SÍMBOLS I MITES DE LA BARCELONA DEL 92

## Una desconstrucció de Barcelona



**Núria Benach Rovira**



**Núria Benach**

**IMATGES, SÍMBOLS I MITES DEL 92**  
**Una deconstrucció de Barcelona**

**Colecció Geocrítica Textos Electrónicos**

**Universitat de Barcelona**

ISBN: 978-84-606-8065-9

© Núria Benach

© Geo Crítica Textos Electrónicos.

Maig de 2015

Fotografia de la portada: Núria Benach





## Mirant “la Barcelona del 92” des del 2015

Aquest llibre, que ara es publica per primer vegada, va ser acabat l'estiu del 2002. La seva publicació es va veure frustrada aleshores per diversos motius de caire editorial, i fins i tot personal, que ara ja no fan al cas. Però treure del calaix alguna cosa que va ser escrita fa tretze anys és força estrany i de ben segur mereix una explicació.

La primera raó per a recuperar-lo, i segurament la més important a efectes pràctics, ha estat la valoració favorable que n'han fet els editors de la col·lecció “Geocrítica. Textos electrónicos”. Ells m'han convençut que aquest treball podia ser encara d'interés i que valia la pena que sortís a la llum. Els agraeixo la seva lectura, tant com la seva insistència per a publicar-lo.

La segona raó és una mica menys personal i prové de la meua impressió que, malgrat que s'hagi arribat a escriure tant sobre la transformació de Barcelona des dels anys 1980, no s'ha dit tot el que s'havia de dir. Tampoc vull dir que tot el que es presenta en aquest llibre sigui completament nou. Algunes idees jo mateixa les he anat exposant, de fa molt de temps<sup>1</sup>, en alguns articles i capítols de llibre<sup>2</sup> o les he explicat en xerrades o conferències. També, mal m'està el dir-ho, més d'una vegada les he vist recollides, fins i tot amb certa literalitat, en obres alienes (cosa meritòria tenint en compte l'escassa difusió que van tenir aquells treballs).

---

<sup>1</sup> Vaig publicar el primer article sobre el tema ja el 1993 (BENACH, N. (1993) Producción de imagen en la Barcelona del 92”, *Estudios Geográficos* LIV(212), pp. 483–505.

<sup>2</sup> BENACH, N. (2000) “Nuevos espacios de consumo y construcción de imagen de la ciudad en Barcelona”, *Estudios Geográficos*, LXI(238), pp. 189–205.  
BENACH, N. (2002) “Tres aproximacions a l'espai públic barceloní”, dins TELLO, R. *Espais públics. Mirades interdisciplinàries*. Barcelona: Pòrtic, pp. 77–93.  
BENACH, N. (2003) “La omisión de la diferencia: representaciones culturales hegemónicas en los procesos de transformación urbana”, dins NASH, M. i MARRE, D. (eds.) *El desafío de la diferencia: representaciones culturales e identidades de género, raza y clase*, Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco, pp. 201–212.  
BENACH, N. i ALBET, A. (2005) “Barcelona 1979-2004, entre el modelo y el espectáculo”, MINCA, C. (ed.) *Lo spettacolo della città*, Padova: CEDAM, pp.1-34.

Durant molt anys, les mirades crítiques sobre la transformació de Barcelona van ser escasses, molt escasses. Potser perquè les polítiques urbanes en els anys de la transició política van incorporar tantes de les demandes veïnals existents de feia tants anys, potser perquè alguns noms clau del moviment veïnal va canviar de camp per integrar-se en la “alta” vida política<sup>3</sup>, el cas és que, amb el moviments veïnals molt desactivats i una renovació urbana que feia goig de veure, poques veus dissonants es van deixar sentir. Encara que sí que en van existir algunes, és clar: en vaig recollir alguns exemples, tant des dels moviments socials com del món intel·lectual en aquest llibre. No obstant, les formulacions crítiques més obertes no es van generalitzar fins molt més tard, a partir del 2000. La crítica més explícita i substancial que es va publicar sobre el tema va sortir el 2004, l’any del Fòrum<sup>4</sup>. Els irritats textos de Manuel Delgado sobre Barcelona són del 2005 i 2007<sup>5</sup>. El més asserenat llibre d’Horacio Capel sobre el model Barcelona és del 2005<sup>6</sup>. Des de llavors, moltes altres interpretacions, amb diferent grau d’intensitat crítica, s’han vingut afegint a la llista fins el punt que, avui, criticar el procés de transformació de Barcelona (i ja no diguem el “model Barcelona”) gairebé s’ha convertit en un lloc comú.<sup>7</sup>

Queda encara alguna cosa per dir? Vist des d’avui, crec que aquest llibre que teniu a les mans encara pot constituir una contribució a la comprensió de les transformacions urbanes barcelonines en els darrers 30 anys, al menys en dos sentits: per constatar el poder del discurs ideològic hegemònic en la consecució dels plans urbanístics i de la política urbana en general, i per suggerir que l’agressivitat que l’actual model urbà mostra envers els sectors socials amb més dificultats, té unes arrels ben posades en el passat recent del procés de transformació urbana.

---

<sup>3</sup> CALAVITA, N. i FERRER, A. (2000) “Behind Barcelona’s Success Story. Citizen Movements and Planners’ Power”, *Journal of Urban History* 26(6), pp.793–807.

<sup>4</sup> UNIÓ TEMPORAL D’ESCRIBES (2004) *Barcelona, Marca Registrada. Un model per desarmar*. Barcelona: Virus.

<sup>5</sup> DELGADO, M. (2005) *Elogi del vianant. Del “Model Barcelona” a la Barcelona real*. Barcelona: Edicions de 1984; DELGADO, M. (2007) *La Ciudad mentirosa*. Barcelona: La Catarata.

<sup>6</sup> CAPEL, H. (2005) *El Modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

<sup>7</sup> Entre els darrers que ho han fet, i de manera particularment significativa, ha estat Jordi Borja (BORJA, J. (2010) *Llums i ombres de l’urbanisme a Barcelona*. Barcelona: Editorial Empúries.)

Mirant enrera, en aquest llibre vaig intentar demostrar fins a quin punt s'esmerçaven esforços en reforçar el poder de persuasió de les elits polítiques i econòmiques amb l'objectiu de crear el necessari consens social i polític, i prevenir el conflicte potencial. Un esforç que, potser amb més èxit de l'esperat i merescut, va calar en el món intel·lectual que es va convertir així en un insòlit cor que repetia acríticament les consignes municipals. La construcció d'un relat apologètic, i tan poc crític que fa difícil creure que fos tan fàcilment acceptat, va ser repetit així fins la sacietat pels polítics, pels mitjans de comunicació, pels acadèmics. L'ona expansiva d'aquest relat (al llibre el vaig anomenar "mite", que és una expressió que em sembla més acurada) semblava no tenir fronteres. En un altre treball, que inmerescudament també va acabar al calaix<sup>8</sup>, vam constatar com "el mite" s'havia filtrat amb gran eficàcia en la literatura acadèmica internacional sobre Barcelona, que gairebé sense excepcions utilitzava molt poques fonts (però sempre publicades en anglès) i es limitava a repetir unes poques idees, amanides amb els consegüents elogis i senyals de fascinació per la ciutat.

En d'altres interpretacions més elaborades del procés de transformació es va fer habitual la idea de que el procés va començar bé (amb atenció a les demandes socials, amb una política exitosa d'espais públics, amb acurades intervencions urbanístiques tant a la perifèria com al centre) però que progresivament va anar derivant en un procés on els agents privats imposaven cada cop més la seva llei<sup>9</sup>. Sense que deixi d'haver una part de veritat aquí, també pot argumentar-se que, tot i la existència d'una major sensibilitat social d'un sector públic que es va erigir en mediador i regulador de la voracitat que el capital immobiliari tendeix a presentar, les exigències de l'adaptació de la ciutat a les demandes globals van estar presents des del començament.

Aleshores, els qui entenien els processos de transformació en relació a les demandes globals, els interpretàvem sota l'etiqueta de "reestructuració urbana". D'una anys ençà, però, la majoria d'autors dedicats a analitzar les tendències urbanes recents s'inclinen per utilitzar el terme de "neoliberalisme", per tal de posar l'èmfasi en el creixement de

---

<sup>8</sup> ATKINSON, R., BENACH, N. i ROSSIGNOLO, C. (2010) "The Europeanization of an urban regeneration myth: The Barcelona case", AESOP Annual Conference, Helsinki.

<sup>9</sup> Per exemple, MONCLÚS, F.J. (2003) "El 'modelo Barcelona' ¿una fórmula original? De la "reconstrucción" a los proyectos urbanos estratégicos(1979-2004)", *Perspectivas urbanas = Urban perspectives*, 3, pp. 1-13.

les desigualtats socials i espacials com a resultat de les polítiques que s'estan duent a terme arreu. L'esclat de la crisi el 2008 va agreujar la situació social preexistent, deixant molta gent sense feina i amb un sobreendutament heretat d'un període d'eufòria financera que ha deixat com a resultat l'existència d'àrees de la ciutat on la pobresa es manifesta obertament. L'augment de les desigualtats a Barcelona (tot i que els indicadors estadístics utilitzats habitualment són força rudimentaris) és ja evident per a tothom. L'Ajuntament de Barcelona publica anualment l'índex de "Renda Familiar Disponible" pels 73 barris de la ciutat, amb resultats tan cridaners que han estat objecte d'ampli comentari mediàtic<sup>10</sup>, i fins i tot el propi alcalde es va veure obligat a dir-hi alguna cosa<sup>11</sup>.

Si en el passat va arribar a semblar que sovint havia existit una excessiva sintonia entre els moviments socials i el poder polític, avui més aviat es percep l'existència de visions de la ciutat que circulen per camins diferents. D'una banda, en un primer pla, les dels moviments socials els quals, naturalment, respecte al moviment veïnal de finals dels 70, han canviat molt. S'han diversificat moltíssim, tant en la seva composició com en les formes organitzatives com en els seus mateixos objectius i mostren constantment una gran capacitat per a "llegir" les arrels globals de les situacions quotidianes. Sense necessitat d'estructures organitzatives estables (gràcies a la rapidesa, flexibilitat i capacitat de reacció que els atorguen les xarxes socials), amb una gran capacitat d'integrar tota mena de col·lectius i persones (dels més nous i alternatius als irreductibles vells dirigents veïnals<sup>12</sup>), han mostrat notable força en els darrers anys al menys a tres nivells. Des de la progressiva elaboració de un contra-discurs global que es començà a gestar amb la il·lusionada proclama de la possibilitat d'alternatives i de que "un altre món és possible", a les respostes que prenen forma espacial com la defensa o

---

<sup>10</sup> Els titulars de la premsa al gener del 2014, després que l'Ajuntament fes públiques les dades de Renda Familiar Disponible pels barris de la ciutat així ho expressaven: "Barcelona, barris sis vegades més rics que d'altres" (*Ara*, 29.01.2014), "La desigual distribución de la riqueza crea tres Barcelonas" (*El Periódico*, 29.01.2014), "La renta de Pedralbes es seis veces más alta que en Ciudad Meridiana" (*El País*, 28.01.2014).

<sup>11</sup> Tal com recollia el diari *Ara* en un titular l'1 de febrer de 2014: "Trias reconeix una tremenda fractura social".

<sup>12</sup> Cal fer esment del paper que ha vingut jugant des dels seus inicis *La Veu del Carrer*, editada per la Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona a l'hora d'informar i denunciar les injustícies que es produeixen a molts barris de la ciutat. Sortosament, en els darrers anys, les noves possibilitats que obre la premsa digital han ampliat molt la difusió de punts de vista diferents sobre el que passa a la ciutat.

apropiació d'espais amb fins col·lectius, o les mobilitzacions relacionades amb la reproducció social defensant drets socials bàsics com l'habitatge, l'educació o la sanitat pública.

En un altre pla ben diferenciat, les polítiques municipals continuen ofuscades en la recerca d'una ciutat competitiva, internacionalitzada i amb capacitat d'atracció d'inversions de tota mena com a única solució dels problemes. Com a resultat, aquestes polítiques es venen a sumar a l'agressivitat de les retallades socials per part dels governs central i autonòmic, amb unes inversions selectivament desiguals que primen sobretot els espais del centre urbà (molt turistificat i convertit en un terreny creixentment abonat pel capital immobiliari internacional), acompanyades d'una sistemàtica desinversió en els barris perifèrics menys interessants en termes econòmics.

I el discurs oficial sobre la ciutat ? Sense canvis substancials. En un debat recent sobre el “nou model urbà” de Barcelona<sup>13</sup>, l'arquitecte en cap de l'Ajuntament de Barcelona, Vicente Guallart, ho explicava bé i ho resumia millor: es tracta d'“inventar la ciutat del futur i construir-la en el present pel benestar de la població i per inspirar el món”. De nou apareixien els dos eixos discursius de sempre: cohesió social i internacionalització. I de seguida surten els molts elements recurrents que ja havien estat utilitzats en discursos previs sobre la ciutat, destinats a legitimar les polítiques: la internacionalització, la creativitat, el coneixement, el talent, la innovació, el disseny... Això sí, afirmava Guallart, amb un “nou model”, el del segle XXI, sustentat fortament en un component tecnològic i de coneixement molt relacionat amb la millora ambiental (indústria neta, mobilitat eficient, autosuficiència energètica...) que, a ningú no se li escapa, és una de les fonts de negoci del moment.

Ara mateix, el projecte de ciutat que té més repercussió mediàtica i que gairebé es presenta a sí mateix com el nou model de Barcelona és el de l'*smart city*. Té tots els elements: reconeixement internacional (Barcelona va ser proclamada el 2014 com a Capital Europea de la Innovació per part de la Comissió Europea), enormes expectatives per a les inversions del capital internacional (les grans multinacionals tecnològiques

---

<sup>13</sup> Organitzat per *La Vanguardia* el 2 de març de 2015  
(<http://www.lavanguardia.com/barcelona/el-mirador/20150227/54426574138/nou-model-urba-barcelona-el-mirador.html>)

estan jugant ja fortament en aquesta nova forma de negoci urbà que passa precisament per la sostenibilitat i els instruments de gestió/control), i un simulacre de participació ciutadana (els ciutadans-sensors participem proporcionant dades sobre el nostre comportament). A més, sabedors de les dificultats per a mantenir en peu la triada impossible de creixement econòmic-sostenibilitat ambiental-atenció a les persones, el discurs s'ha abocat, com en el passat, no només a fomentar l'orgull cívic a través del reconeixement internacional sinó a alimentar la cohesió social maquillant amb paraules els objectius econòmics. Un dels slogans de la publicitat televisiva de l'*smart city* repeteix precisament “*smart city* significa pensar en les persones”.

Mirant el passat recent, resulta evident, gairebé pueril, aquest intent de simular l'existència d'un “nou discurs” per a un “nou model” de la ciutat. Potser la diferència més clara resideixi ara en el paper obertament protagonista que adquireixen els principals agents econòmics involucrats. Mentre escric aquest text, els diaris es fan ressò de la candidatura de Barcelona per allotjar el Mobile World Congress (i avalada per l'Ajuntament, la Generalitat, el Ministeri d'Indústria, Turisme de Barcelona, la Fira i la Fundació Mobile World Capital) com un event internacional de gran transcendència per la ciutat<sup>14</sup>. Això sí, amb les condicions habituals: “L'Estat, la Generalitat i l'Ajuntament de Barcelona hi hauran d'invertir fins a 90 milions d'euros de diners públics, les empreses patrocinadores obtindran descomptes en impostos i la immensa majoria són llocs de treball temporals”<sup>15</sup>. El 2002 vaig escriure que volia presentar una relectura que aleshores em semblava encara necessària d'una part del passat recent. Han passat tretze anys i encara m'ho continua semblant, potser més i tot.

---

<sup>14</sup> “Barcelona presenta su candidatura a acoger el Mobile World Congress hasta el 2023”, *La Vanguardia*, 08.04.2015.

<sup>15</sup> “L'altra cara del Mobile World Congress”, *Crític*, 3.03.2015.

## Sumari

|                                                                                        |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1. Preliminars .....</b>                                                            | <b>13</b>  |
| <b>2. Crisi urbana, política renovada, imatge olímpica.....</b>                        | <b>17</b>  |
| Les ciutats en un context global                                                       |            |
| L'adaptació de les polítiques urbanes                                                  |            |
| Barcelona, del 79 al 92                                                                |            |
| <b>3. La ciutat pren cos.....</b>                                                      | <b>45</b>  |
| La ciutat personificada                                                                |            |
| Un cos per millorar                                                                    |            |
| Un cos femení                                                                          |            |
| <b>4. La ciutat revitalitzada.....</b>                                                 | <b>59</b>  |
| La reconstrucció de la ciutat com a espectacle                                         |            |
| L'urbanisme com a imatge de marca                                                      |            |
| <b>5. El mite de la Barcelona del 92.....</b>                                          | <b>95</b>  |
| La teoria de les expectatives                                                          |            |
| El mite del 92                                                                         |            |
| <b>6. Barcelona en el mapa.....</b>                                                    | <b>109</b> |
| La integració internacional com a objectiu                                             |            |
| El pes de la història: projecció internacional, grans esdeveniments i renovació urbana |            |
| L'esforç institucional: la ciutat en el mapa                                           |            |
| El reconeixement internacional a través de la premsa                                   |            |
| El "model Barcelona"                                                                   |            |
| <b>7. Una deconstrucció de Barcelona.....</b>                                          | <b>137</b> |
| Ciutat-espectacle/Ciutat-model                                                         |            |
| L'omissió de la diferència                                                             |            |
| Punt i seguit: el Fòrum 2004                                                           |            |
| <b>8. Bibliografia .....</b>                                                           | <b>149</b> |





# 1

## Preliminars

¿Un llibre sobre el 92 que surt el 2002, quan alguns ja n'han celebrat fins i tot el desè aniversari? Després de veure, llegir o fullejar tants llibres sobre “la Barcelona del 92” durant una bona colla d'anys, semblava que, per fi, ja havíem començat a mig oblidar aquells anys, que ja ens havíem mig “desenganxat” de tants Jocs Olímpics, de tanta eufòria, de tants excessos i també, ens ha semblat a alguns, de tantes mancances en la interpretació del que passava a la nostra ciutat. El llibre que teniu a les mans va néixer precisament per intentar entendre per què, com a ciutadans, havíem d'estar sotmesos a aquell bombardeig mediàtic olímpic alhora que, com a científics socials, no teníem respostes (de vegades, ni tal sols preguntes) i gairebé cap d'altra posició que la de sumar-nos a la festa.

Vaig dedicar algun temps a pensar-hi, fins i tot vaig dedicar-hi la meua Tesi Doctoral, però no es pot dir que l'esforç acabés de donar tots els fruits esperats; hi ha molts aspectes, especialment pel que fa a l'impacte –el consum, si es vol– d'aquesta producció mediàtica que ens continuen sent, malgrat les enquestes pretesament mesuradores d'eficàcies, absolutament desconeguts. El que sí m'ha semblat que valia la pena de difondre és una part del treball que, en la meua condició de geògrafa preocupada pels temes urbans i, alhora, creixentment interessada per les qüestions culturals, s'adreçava a relacionar els canvis en la política urbana amb la producció d'imatges de la ciutat. De política urbana i d'imatge de la ciutat n'hi ha hagut de fa molt de temps, potser de sempre, però el que em va semblar relativament nou, el que marcava una certa discontinuïtat històrica, era precisament el tipus de relació que s'establia entre una i altra, en una mena de fusió que les feia difícil de separar i, per tant, d'analitzar i d'explicar.

En part, doncs, aquest llibre és fruit d'una recerca acadèmica que conduí a la presentació de la Tesi Doctoral, “*Ciutat i producció d'imatge: Barcelona 1979-1992*” que es va presentar el desembre del 1997. Només ho és en part i aquest és el principal motiu pel qual ha trigat més temps del recomanable en convertir-se en l'habitual “llibre post-tesi”. Però tot ve de tan lluny en el temps que tant se val si, en el camí, ha canviat

fins i tot el segle. Vaig començar a pensar en tot això l'any 1985 quan jo encara era a la llicenciatura i Barcelona ja s'havia de reconstruir i començar a posar guapa. L'any següent Barcelona era nominada com a seu pels Jocs Olímpics del 92 i aquest –el 92– és el nom que he pres, per a designar no un any sinó un procés dilatat de reestructuració urbana “dirigida”<sup>16</sup>. De la Barcelona del 92, i de com les imatges, els discursos i les representacions de tota mena hi podien contribuir en vaig fer, doncs, una tesi doctoral que, encara que acabada com a document acadèmic, era necessàriament incompleta com a anàlisi científica. Aleshores ja m'ho semblava, que no només es tractava de veure com la construcció d'imatges i de representacions socials podien i pretenien contribuir a l'anomenada “reconstrucció de Barcelona” sinó com, de veritat, hi contribuïen<sup>17</sup>. I ara, a més, veig que estava inacabada pel fet d'haver restat inèdita, perquè del que es tracta és, sobretot, de contribuir a entendre una mica més una ciutat de la que només ens deixaven veure una única perspectiva, un *spot* ple de símbols, codis i connotacions que semblava que ens agradava i ni tan sols sabíem massa bé perquè.

En repensar aquell treball per a fer-ne un llibre he aprofitat per a posar un títol més proper al que m'hauria agradat per aquella mateixa tesi: ara en dic “Imatges, símbols i mites del 92”, que m'ha semblat un títol prou agraït per a un llibre i que reflecteix en gran part el que vaig fer. No es tracta, però, d'un recull de retalls que, posats de cantó, evoquin temps passats. Des del primer moment vaig voler analitzar tota aquella riuada d'imatges, anuncis, discursos i representacions de la ciutat per a valorar-ne la seva importància, per a establir el seu paper en la política urbana d'aquells anys. He aprofitat ara també per a posar un subtítol que té menys a veure amb el passat i molt més amb el futur: “Una deconstrucció de Barcelona”. Potser sigui massa òbvia la pretensió mal dissimulada de jugar amb el títol del llibre de l'Oriol Bohigas<sup>18</sup> (allà on, en molts sentits, tot va començar), però la intenció no és només la de jugar amb les paraules. Es tracta de “deconstruir” efectivament perquè durant molts anys una única lectura sembla haver-ho envaït tot i molt poca gent ha estat gosant qüestionar, ni tan

---

<sup>16</sup> Seguint la idea de Carles Carreras (CARRERAS, C. (1988) "Barcelona del 1929 al 1992, del passat cap el futur", dins GRAU, R. (ed.) *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*, L'Avenç, Barcelona, pp. 379-405.) De fet, crec que, en aquest context, l'expressió “Barcelona olímpica” continua designant força bé la Barcelona del canvi de segle.

<sup>17</sup> Per posar-ho en paraules de Raymond Williams, "la comunicació no és només transmissió, sinó també recepció i resposta" (WILLIAMS, R. (1993) *Culture and Society*, The Hogarth Press, Lodon, p. 313).

<sup>18</sup> BOHIGAS, O. (1985) *Reconstrucció de Barcelona*, Edicions 62, Barcelona.

sols repensar amb claus pròpies, en el que succeeix a la ciutat. L'eufòria preolímpica va donar pas a una certa depressió post-part seguida d'un estat de complaença molt poc reflexiva i només crítica de tant en tant amb els problemes habituals de funcionament (el tràfic, les obres), nostàlgica de tant en tant per l'irrepetible *momentum* olímpic -com es va poder veure en el tractament del 10è aniversari dels Jocs per part de la premsa- o només sensible a l'eterna rivalitat político-econòmica amb Madrid. Crec que, com a intel·lectuals, ens hem deixat absorbir per un únic discurs dominant per por de rebre mirades de reprovació, potser fins i tot per por de no rebre-les.

Aquest llibre vol presentar una relectura que em sembla encara necessària d'una part petita (però ben visible i de grans conseqüències) del passat recent i, ahora, vol afegir-se -encara que "tard i a destemps" com li agrada de dir al meu amic Pere López- a les veus que es comencen a fer sentir per pensar una visió diferent del que és i del que pot ser la ciutat. Per tal d'acomplir aquest propòsit, he plantejat un recorregut en cinc aproximacions del mateix: el procés de reestructuració urbana i el disseny d'una nova política urbana, les representacions personalitzades de la ciutat que tenen com a missió principal la "naturalització" del que s'esdevé a la ciutat, la producció de símbols d'una revitalització que no és sinó una imatge d'aquesta reestructuració urbana, la construcció d'un mite de la Barcelona del 92 destinat a aconseguir el consens ciutadà, i les imatges que presenten Barcelona com a ciutat internacional. He pretès, a més, reunir aquestes cinc visions paral·leles en un capítol de síntesi, on es reflexiona sobre les connexions entre la política urbana i el màrqueting.

Per poder escriure de tot això, molts moments compartits amb amics preocupats, com jo mateixa, per entendre els processos de transformació urbana, van aconseguir que els cristalls dispersos del meu calidoscopi particular -per robar-li la metàfora a l'insuperable Cortázar- anessin quedant fixats d'alguna manera en aquest llibre. Amb la Rosa Tello he compartit i ideat molt del que hi ha escrit aquí; de la seva infinita i irritant heterodòxia acadèmica vaig aprendre que les idees no pertanyen a ningú, de manera que el que hi hagi d'utilitzable en aquestes pàgines, s'ha de considerar, si us plau, com a reutilitzable. Comptar amb l'amistat i la camaraderia de l'Abel Albet en moments complicats ha estat un privilegi dels grossos. I per sempre més en el mateix *cluster*, Edward Soja ha tingut sempre les paraules precises en els moments justos. Gràcies al Joan Ganau, allà pel 1990, vaig començar a prendre seriosament les meves intuïcions sobre la imatge de la ciutat mentre el Joan Roca m'obria la dimensió històrica de la transformació barcelonina amb una potència explicativa insospitada per mi i el Pere

López em feia enfrontar-me sovint amb els meus propis dubtes. La Fernanda Sánchez va ser unencontre inesperat que ens va permetre constatar els paral·lelismes entre Curitiba, al Brasil, i Barcelona<sup>19</sup>. El meu professor i director de tesi durant tants anys, Carles Carreras, va assistir desconcertat als meus dilemes intel·lectuals i optà per deixar-me trobar el meu propi camí; potser hagi passat ja el moment però em sembla que m'agradaria que veiés en aquest treball les moltes coses que vaig aprendre d'ell.

Tot plegat no hauria servit de res si una llevatada se m'hagués emportat. El Pep, l'Oriol i el Roger van evitar-ho.

Barcelona, agost del 2002.

---

<sup>19</sup> BENACH, N. i SANCHEZ, F. (1999) "Políticas urbanas y producción de imágenes de la ciudad contemporánea: un análisis comparativo entre Barcelona y Curitiba", dins CARRION, F. i WOLLRAD, D. (eds.) *La ciudad, escenario de comunicación*, FLACSO Ecuador: Quito, pp. 23-51.

## 2

### **Crisi urbana, política renovada, imatge olímpica**

"The city is, for those who count,  
a growth machine"<sup>20</sup>

La fesomia de Barcelona ha canviat molt en els darrers vint anys. Qualsevol turista que hagi repetit destí a la ciutat hi estaria d'acord. I qualsevol barceloní li explicaria que aquest canvi tan visible ha estat conseqüència, al menys en bona part, de l'activa política urbana dels darrers decennis. Nova política, nova ciutat, doncs. Però potser fora millor començar invertint els termes: nova ciutat, nova política. La idea de la que vull partir és que són els canvis en l'entorn els que desencadenen el sorgiment d'una nova política urbana, tot i que aquesta passa, en bona part, per la construcció d'una nova ciutat i, sobretot, d'una nova idea de ciutat. O, dit d'una altra manera, la nova política urbana que es desplega des dels anys 80 a Barcelona no és sinó, com en tantes altres ciutats, una resposta d'entre les possibles als canvis en la ciutat i en el context geogràfic mundial.

#### **Les ciutats en un context global**

A començaments dels anys 1970, en moltes àrees metropolitanes europees i nord-americanes començaven a detectar-se tendències fins llavors insòlites: les indústries marxaven dels espais centrals i s'anaven desplaçant progressivament cap a les corones metropolitanes, mentre a les àrees centrals s'anaven concentrant noves activitats terciàries i la població tendia a marxar cap a d'altres àrees suburbanes. Els científics socials van generar, ràpidament, nous termes per a designar aquell conjunt de nous

---

<sup>20</sup> MOLOTCH, H. (1976) "The city as a Growth Machine: Towards a Political Economy of Place." *American Journal of Sociology*, 82(2), p. 310

fenòmens: contraurbanització<sup>21</sup>, crisi de les ciutats centrals<sup>22</sup>. Les noves tendències van ser proclamades de seguida com a "problemes" carregats de connotacions negatives: el creixement demogràfic s'aturava, la dinàmica econòmica era recessiva i algunes parts significatives de l'espai de la ciutat quedaven abandonades o entraven en procés de franca degradació... Les ciutats europees que mostraven més d'aquests símptomes eren les pertanyents a les regions més industrialitzades (el Nord d'Itàlia, les ciutats britàniques de Belfast i Glasgow, la regió del Rhur, les ciutats del Sud de Bèlgica, el Nord i Nord-oest de França, els Midlands britànics...) mentre les que resistien millor els embats de la crisi, si més no momentàniament, eren les menys industrialitzades. Així, a l'Europa meridional, a principis dels anys 70 encara eren ben visibles les tendències generals de creixement polaritzat en grans aglomeracions i regions industrialitzades, dinàmica que començaria a canviar, tanmateix, en qüestió de pocs anys. En el cas de l'Estat espanyol es començava a detectar, des de mitjans dels 70, aquesta ruptura en la tendència a la concentració, amb l'aparició de noves pautes de creixement difús i descentralitzat. El comportament de la dinàmica demogràfica era prou explícit i les xifres d'evolució de la població, que havien estat la nota negra en els anys d'eufòria econòmica quan mostraven un creixement accelerat, passaven a ser llavors, paradoxalment, el principal símptoma i mesura de la crisi. Ho assenyalava Peter Hall, per a qui l'estancament o la pèrdua de població no era *per se* un fet negatiu, ans al contrari: "els urbanistes se n'haurien d'alegrar; de fet, durant anys, molts han maldat per aconseguir-ho"<sup>23</sup>. Però si el comportament demogràfic preocupava era perquè aquest no constituïa sinó una resposta, la més visible, a una situació que es caracteritzava com a de creixent desindustrialització. I aquesta era, lògicament, el producte de canvis molt profunds en l'economia mundial, dels quals el procés de reestructuració urbana no n'era sinó el reflex espacial. Que a mitjans dels anys setanta, sovint amb la datació emblemàtica de l'any 1973 (l'any de la crisi del petroli), el capitalisme conegués una crisi econòmica profunda és una afirmació que resisteix qualsevol diferència d'anàlisi i d'interpretació. Però tot i la fortuna que ha fet l'any 1973 com a símbol i "marca" de la crisi, aquesta, lògicament no es desencadenava del no res; els símptomes es deixaven

---

<sup>21</sup> BERRY, B. J. L. (1976) *Urbanization and counterurbanization*, Sage, Beverly Hills;  
CHAMPION, A. G. (1989) *Counterurbanization*, Arnold, London.

<sup>22</sup> HALL, P. (Ed.) (1981) *The Inner City in Context*, Gower, Aldershot.

<sup>23</sup> HALL, P. (1985) "El impacto de las nuevas tecnologías sobre los cambios regionales y urbanos". *Metrópolis, territorio y crisis*. Madrid, Asamblea de Madrid-Alfoz, pp. 63-77.

veure ja, per a qui els volgués mirar, des de finals de la dècada dels 60, especialment en els països anglosaxons rics, quan començà a caure dràsticament l'ocupació en les indústries tradicionals alhora que començava a créixer en sector nous; mentre, el capital començava a abandonar les localitzacions tradicionals per buscar-ne de més barates allà on fos, en el que s'ha convingut en anomenar "nova divisió internacional del treball"<sup>24</sup>, provocant la desindustrialització de les velles àrees metropolitanes industrials i el desenvolupament industrial d'alguns països perifèrics.

Molts autors han analitzat aquests canvis com un episodi més de les reestructuracions econòmiques que el capitalisme necessita cíclicament per a reajustar-se. Com en crisis passades, el procés de reestructuració hauria comportat intensificació (profundització de la divisió del treball, generació de noves necessitats de consum, incorporació de noves esferes a la producció capitalista, major concentració i centralització de capital) i extensió (obertura de nous mercats, expansió geogràfica buscant treball i matèries primeres més barates, explotació del desenvolupament desigual)<sup>25</sup>. D'aquest procés concret de reestructuració n'hauria emergit, tanmateix, una reorganització del capitalisme a escala mundial, manifestada en els canvis en la divisió internacional del treball, en la modificació pel paper de l'Estat, en els canvis econòmics regionals dins el Estats, i en els canvis en els processos d'urbanització i en els models d'ocupació i l'estructura interna de les ciutats. El tret característic del període contemporani seria, doncs, precisament, la reestructuració territorial que hauria comportat el desplaçament espacial de les inversions i la gran expansió del radi de control de les organitzacions. Un conjunt de processos -intents de reestructuració de la producció per tal d'augmentar la taxa de guany, seguint la terminologia marxista "ortodoxa"- que es poden reunir en la tesi de la "nova divisió internacional de treball", idea que, pel seu caràcter sintètic, ha estat abundantment utilitzada com a instrument explicatiu per bé que se l'hagi també criticada pel seu excessiu simplisme, per tenir un nivell d'abstracció massa elevat que li fa difícil tenir en compte les especificitats locals i, fins i tot, de ser massa mecanicista en el seu mateix plantejament<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> FRÖBEL, F. et al. (1980) *La nueva división internacional del trabajo*. Madrid, Siglo XXI.

<sup>25</sup> SOJA, E. et al. (1983) "Urban restructuring: an analysis of social and spatial change in Los Angeles", *Economic Geography*, (59)2, pp. 195-230.

<sup>26</sup> HENDERSON, J. (1989) *The Globalisation of High Technology Production*. London and New York, Routledge.

En aquest context de reestructuració empresarial i organitzativa, els processos derivats de la nova divisió internacional del treball han anat fent que les àrees metropolitanes concentrin determinades funcions necessàries per al funcionament del sistema global i que la integració de les ciutats en l'economia mundial adquireixi noves formes. Els canvis produïts en l'activitat productiva des dels anys 60 haurien trasbalsat els esquemes de funcionament anteriors i haurien donat lloc a nous processos: el desmantellament dels centres industrials hegemònics, la industrialització accelerada d'alguns països del Tercer Món, la ràpida internacionalització dels centres financers en una xarxa mundial de transaccions...<sup>27</sup>. En aquest marc de reorganització global, les ciutats assumeixen un paper estratègic. John Friedmann ha anat assenyalant, en una successió de treballs molt influents, com l'emergència d'un sistema mundial de producció i de mercat s'ha reflectit en la constitució d'una xarxa global de ciutats<sup>28</sup>. A les principals regions urbanes d'aquesta xarxa, les que són dalt de tot de la jerarquia (les *world cities* o ciutats mundials), el procés d'urbanització reflectiria, en bona part, el mode de la seva integració en la economia mundial: per exemple, s'hi localitzen les seus centrals de les multinacionals, són llocs per inversions segures en el sector immobiliari, s'hi produeix o s'hi controla la producció de mercaderies pel mercat mundial i són un centre ideològic de primer ordre. Saskia Sassen, per la seva banda, ha assenyalat així mateix el paper estratègic de les grans ciutats, exercit mitjançant quatre funcions diferents: com a centres de poder i d'organització de l'economia mundial, com a localitzacions clau per a les empreses financeres i de serveis especialitzats, com a lloc productors d'innovació en sectors punta, i com a mercats per les innovacions produïdes. Aquests canvis en la funció d'algunes ciutats ha fet aparèixer, segons aquesta autora, un nou tipus de ciutat, la *ciutat global* (l'equivalent de la ciutat mundial anterior), de la qual en serien exemples privilegiats ciutats com Londres, New York o Tòquio. El paper de les noves tecnologies de les comunicacions és assenyalat en ambdós casos -com ho ha vingut fent repetidament Manuel Castells- com a especialment transcendent en aquest procés de canvi: en facilitar la dispersió territorial de les activitats econòmiques,

---

<sup>27</sup> SASSEN, S. (1991) "Grandes ciudades: transformaciones económicas y polarización social", J. RODRIGUEZ, M. CASTELLS, C. NARBONA i J. L. CURBELO (eds.) *Las grandes ciudades: problemas y debates.*, Madrid, Colegio de Economistas de Madrid, pp. 61-78.

<sup>28</sup> FRIEDMANN, J. (1986) "The world city hypothesis", *Development and Culture*, 17, pp. 69-83. FRIEDMANN, J. (1995) "Where we stand: a decade of world city research" en *World cities in a world-system*, (Eds. KNOX, P. L. i TAYLOR, P. J.), Cambridge University Press, Cambridge, pp. 21-47; FRIEDMANN, J. i WOLFF, G. (1982) "World city formation: an agenda for research and action", *International Journal of Urban and Regional Research*, (6)3, pp. 309-343.



les necessitats de control central i de direcció augmenten necessàriament, ja que "com més s'internacionalitza l'economia, més s'aglutinen les funcions principals en unes poques ciutats"<sup>29</sup>.

No totes les ciutats, però, poden tenir funcions de comandament a l'alçada de New York o Tòquio. La major part, evidentment, no les tenen però, tot i així, ocupen un lloc en l'economia mundial: hi ha ciutats que concentren les seues socials de determinades activitats especialitzades, d'altres que tenen funcions de capital d'Estat, i una gran majoria que tenen funcions diverses i que no admeten una classificació fàcil. Totes queden lligades, però, al sistema mundial de treball, producció i consum a través de la xarxa de les empreses transnacionals<sup>30</sup>. I també les ciutats que es troben en la perifèria econòmica del món es troben absolutament integrades en el funcionament econòmic global per bé que el paper que els ha estat assignat no sigui, és clar, de comandament<sup>31</sup>.

La forma física de les ciutats ha estat, com a conseqüència, afectada pels processos de reestructuració del capital<sup>32</sup>. La pressió sobre els usos del sòl per part de l'activitat terciària ha contribuït a la suburbanització de la indústria, encara que la desaparició física d'indústries de moltes àrees metropolitanes, amb pèrdua absoluta de llocs de treball, ha tingut a veure també amb la competència d'altres indrets que tenen condicions de producció més beneficioses, i amb la caiguda de les taxes de guany de les indústries madures, així com amb el desig del capital industrial dels països centrals de renegociar els termes de concessions històriques al treball organitzat. La descentralització espacial de la indústria i de les funcions administratives més rutinàries es produeix alhora que la centralització dels centres de decisió creix contínuament. I l'expansió de moltes empreses a àrees suburbanes perifèriques fa canviar també la fesomia i la consideració del que és pròpiament la ciutat. Ja no es tracta de ciutats, sinó de regions urbanitzades; encara que molts dels autors citats estan pensant en Los

---

<sup>29</sup> SASSEN, S. (1991) *op cit.*, p. 64.

<sup>30</sup> FEAGIN, J. R. i SMITH, M. P. (1987) "Cities and the New International Division of Labour: An Overview", SMITH, M. P. i FEAGIN, J. R. (eds.) *The Capitalist City. Global Restructuring and Community Politics*. Oxford, Basil Blackwell, pp. 3-34.

<sup>31</sup> SANTOS, M. (1996) *De la totalidad al lugar*. Vilassar de Mar, Oikos-Tau.

<sup>32</sup> BEAUREGARD, R. A. (1991) "Capital Restructuring and the New Built Environment of Global Cities: New York and Los Angeles." *International Journal of Urban and Regional Research* 15(1), pp. 90-106.

Angeles, el gran referent dels estudis urbans anglosaxons, amb 90 quilòmetres de radi i la meitat de la població de Califòrnia, però, salvant les distàncies, hom pot fer extensiva aquesta reflexió a qualsevol ciutat immersa en processos similars. Els fenòmens de desconcentració urbana ja apuntats van transformant així progressivament alguns focus polaritzadors en regions metropolitanes complexes: el creixement urbà no només hauria passat de les velles regions industrials a regions on domina l'economia de serveis, sinó que s'hauria desplaçat també en la jerarquia urbana, cap a ciutats de rang inferior i fins i tot cap a algunes àrees rurals, especialment les de major qualitat residencial o ambiental. Potser el problema de les anàlisis sigui que, durant algun temps, veien contemplant una "visió massa estreta de la metròpoli. Les noves àrees són totes part d'àrees metropolitanes esteses que ara poden expandir-se a distàncies considerables dels seus centres històrics. La gran àrea metropolitana de nou estil pot ser una zona de fins a 120 km de radi amb una ciutat metropolitana central, la base industrial de la qual és en crisi"<sup>33</sup>.

L'impacte dels processos esmentats en l'estructura ocupacional de les àrees metropolitanes ha estat, naturalment, molt intens. Prenem de Friedmann i Wolff la seva caracterització de l'estructura ocupacional de la *world city*, aplicable a qualsevol gran ciutat: creixen les ocupacions relacionades amb serveis a les empreses d'alt nivell com la gestió, les finances, els serveis jurídics i comptables, les telecomunicacions i la informàtica, la recerca i la formació.... Alhora, aquest sector terciari superior crearia la seva pròpia demanda d'ocupacions terciàries de menor qualificació en el sector immobiliari, en la construcció, l'hoteleria, el comerç de luxe, l'oci, els serveis de seguretat i el servei domèstic... Solapant amb aquest segon sector, hi hauria les ocupacions relacionades amb el turisme internacional que totes les grans ciutats intenten desenvolupar. Aquests tres sectors haurien crescut, així, en detriment de l'ocupació industrial (només mantenint-se quan troba salaris baixos o quan serveix mercats molt especialitzats) però en previsible descens en un futur proper per l'impacte previsible de l'automàtica i de la robòtica en els processos de treball. D'altra banda, els serveis de l'Administració pública tendeixen a ser més grans que enlloc ja que proveeixen de certs articles de consum col·lectiu imprescindibles per al manteniment i reproducció de la ciutat (com el planejament i la gestió urbana, l'habitatge públic, el transport, l'ordre

---

<sup>33</sup> HALL, P. (1985) "Capitales nacionales, ciudades internacionales y la nueva división del trabajo." *Estudios Territoriales*(19), pp. 21-30.

públic, l'educació, els equipaments col·lectius). Finalment, s'ha de destacar el creixement del sector informal i del nombre de treballadors desocupats, amb un debat obert sobre si l'efecte n'és el de pal·liar o bé, el d'accentuar la polarització social existent<sup>34</sup>.

La influència de l'esfera política en la reestructuració urbana canvia, lògicament, segons les característiques pròpies de cada Estat, tot i que també es puguin assenyalar, en aquest cas, algunes tendències comunes. Per exemple, la relaxació de les lleis de treball i de seguretat per tal d'atraure o conservar activitats econòmiques pren diferent forma i intensitat segons el context; en general, però, la desregulació o liberalització de l'activitat econòmica ha tingut com a objectiu eliminar les rigideses que obstaculitzaven la rendibilitat del capital i ha tingut com a conseqüències l'increment dels fluxos internacionals de capital, l'acceleració dels processos de concentració empresarial, la flexibilització del mercat de treball, la privatització de les grans empreses públiques tan característiques de l'Estat keynesià i, alhora, el reforçament de la intervenció pública en alguns camps estratègics (com alguns sectors de les noves tecnologies) que, potser, sense les aportacions estatals no serien rendibles<sup>35</sup>. D'altres polítiques més específiques han estat els programes de renovació urbana a les ciutats centrals (desenvolupament de centres d'oficines, *shopping centres*, centres de convencions, hotels, atraccions turístiques...) on, als incentius per a la inversió privada en les formes més diverses, s'afegeix la inversió pública en infraestructures.

La terciarització i, en especial, la concentració de professionals en ocupacions de rang elevat a les ciutats centrals ha comportat canvis demogràfics i de comportament que són prou coneguts: incorporació generalitzada de la dona al món laboral, proliferació d'unitats familiars petites, d'un o dos membres, canvis en els estils de vida i en el gust que afecten, fins i tot, les preferències residencials com s'esdevé en els processos de *gentrification*. Aquest procés és presentat sovint com una suma de decisions individuals, quan, de fet està molt més dirigit. L'estudi clàssic de Sharon Zukin sobre el desenvolupament del SoHo i del Lower Manhattan a New York<sup>36</sup>,

---

<sup>34</sup> PAHL, R. (1988). "Some remarks on informal work, social polarization and social structure." *International Journal of Urban and Regional Research*(12), pp. 247-67.

<sup>35</sup> FERNANDEZ DURAN, R. (1993). *La explosión del desorden. La metrópoli como espacio de la crisis global*. Madrid, Fundamentos, pp. 58 i ss.

<sup>36</sup> ZUKIN, S. (1988). *Loft living: culture and capital in urban change*. New Brunswick, New Jersey, Rutgers University Press.

demostrava com la preservació històrica dels edificis originals de magatzems i de barris treballadors no era, finalment, sinó una estratègia alternativa (a la demolició i nova construcció) per a la recapitalització d'aquests sectors. Fins i tot s'ha arribat a utilitzar el terme "manhattanització" per al·ludir a la tendència vers una ciutat central gentrificada, és a dir, dominada per classes mitjanes, amb concentració de professionals, administratius i executius, i amb un notable desenvolupament del mercat d'oci per aquesta població i pel turisme<sup>37</sup>.

L'altra cara de la terciarització urbana estaria formada per sectors d'escassa qualificació o simplement desocupats: la polarització social seria, així, una de les principals característiques de la ciutat terciaritzada. La classe dominant, constituïda per les élites transnacionals (la ciutat els proveeix a nivell professional i d'estil de vida) entraria en potencial conflicte amb la població que pateix les pitjors conseqüències de les transformacions urbanes. Mentre el canvi en les activitats econòmiques i socials de la ciutat hauria necessitat d'una major inversió en edificis d'oficines, la construcció d'habitatges de luxe i la requalificació dels espais industrials obsolets (característicament, de la transformació dels fronts litorals), la inversió en plantes industrials, habitatges assequibles i espais públics aniria disminuint<sup>38</sup>.

## **L'adaptació de les polítiques urbanes**

La crisi de la ciutat industrial i l'adveniment de l'anomenada ciutat post-industrial ha comportat, doncs, grans canvis en la forma i les funcions urbanes i, en conseqüència, també en la manera d'analitzar i de gestionar les ciutats. El nou èmfasi en la competitivitat de les ciutats, en les maneres d'assolir-la, el paper renovat dels agents privats, les estratègies econòmiques per a promocionar el creixement, fan pensar que, efectivament, s'ha produït un canvi substancial en el planejament i, més en general, en la política urbana: de la regulació a la promoció del creixement, o, en els termes correntment utilitzats en anglès, d'un enfocament *managerial* a un d'*entrepreneurial*. L'àmplia acceptació i el consens generat per aquest nou enfocament, traspasant

---

<sup>37</sup> WILLIAMS, P. i SMITH, N. (1986) "From "renaissance" to restructuring: the dynamics of contemporary urban development", SMITH, N. i WILLIAMS, P. (eds.) *Gentrification of the City*. Boston, Unwin Hyman, pp. 204-224.

<sup>38</sup> BEAUREGARD, R. A. (1991) *op. cit.*

fronteres nacionals, partits polítics i, fins i tot, ideologies, ha donat com a resultat el sorgiment d'una intensa sensació d'inevitabilitat, de què les circumstàncies manen per sobre de les voluntats i de les ideologies, i de què hi ha escàs marge de maniobra per a possibles alternatives<sup>39</sup>. Els canvis esdevinguts han estat remarcats sovint, tal com ho feia Peter Hall amb cert dramatisme, per a destacar fins a quin punt els plans, els objectius i el rol del planificador han arribat a capgirar-se: “en algun moment dels anys 70, el planejament urbà començà a capgirar-se; durant els 80 semblava gairebé a la vora de l'autodestrucció. El planejament convencional, l'ús de plans i regulacions per establir els usos del sòl semblava cada cop més desacreditat. En canvi, el planejament passa de regular el creixement urbà a encoratjar-lo per tots els mitjans possibles. Les ciutats, el nou missatge corria clar i alt, eren màquines per a la creació de riquesa: el primer i principal objectiu del planejament urbà havia de ser engreixar la maquinària. El planejador s'identificava creixentment amb el seu adversari tradicional, el promotor; el guardabosc es tornava caçador furtiu”<sup>40</sup>. Malgrat els canvis aparents, però, la concepció de la ciutat i els objectius perseguits per part dels qui la condueixen hauria restat immutable: es tracta de “mantenir la maquinària engreixada”, en paraules de Hall, o de definir nous horitzons tot mantenint la “mateixa ideologia” en les de Harvey: “A mitjans dels 70 estava clar que el que inspirava el planejament dels 60 s'havia esvaït i que la nostra principal tasca era la de definir nous horitzons pel planejament dels 80 –noves tecnologies, nous instruments, nous objectius... nou de tot de fet *exceptuant* una nova ideologia”<sup>41</sup>.

Alhora, l'èmfasi passa de la política urbana passa explícitament dels aspectes socials als productius. Si en els anys 60 i 70, el discurs del planejament urbà es basava fonamentalment en intentar pal·liar els efectes perversos del creixement o en maldar per resoldre la conflictivitat urbana (canviar la ciutat per a canviar la realitat social n'era el lema<sup>42</sup>), en els 80 i els 90, ben al contrari, es tracta de promoure el creixement econòmic

<sup>39</sup> HARVEY, D. (1989) "From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler*, (71B)1, pp. 3-17.

<sup>40</sup> HALL, P. (1988) *Cities of Tomorrow*, Basil Blackwell, Oxford, p. 342.

<sup>41</sup> HARVEY, D. (1985) *The Urbanization of Capital*, Basil Blackwell, Oxford, p. 182.

<sup>42</sup> Discurs que hom pot remuntar als urbanistes utòpics i que pot trobar explícitament en les teories urbanístiques de Cerdà o en les declaracions funcionalistes de Le Corbusier. La contradicció entre el discurs i l'efecte finalment aconseguit va ser assenyalat per nombrosos autors; especialment punyents van ser, per exemple, J.P. Garnier en denunciar la funció ideològica de la planificació urbana (GARNIER, J. P. (1976) "Planificación urbana y neocapitalismo", *Geocrítica*, 6), o Henri Lefebvre en assenyalar la transposició en termes

i de posar l'èmfasi en l'eficàcia de l'administració, malgrat que el manteniment de l'harmonia social continuï essent, naturalment, una de les necessitats bàsiques imprescindibles pel bon funcionament del sistema.

Aquest nou model de política urbana aquest ha estat descrit a partir de tres qualitats principals íntimament relacionades entre elles: la seva orientació al mercat, el seu èmfasi en els guanys a curt termini, i l'establiment d'una nova relació entre el poder públic i el sector privat-empresarial<sup>43</sup>.

Pel que fa a la primera de les característiques, val a dir que si antany les justificacions del planejament eren la visió de la globalitat i la minimització de les externalitats negatives produïdes pel creixement, des dels anys 80, en un context de crisi i, per tant, de no creixement, els cavalls de batalla són la competitivitat i la racionalitat de mercat. La política urbana apareix així, ja no orientada a proveir una oferta sinó a satisfer la demanda existent. A partir de la definició d'un objectiu principal, la millora de la posició relativa de les ciutats en el mercat, la missió del planejament és la de facilitar que les activitats urbanes es trobin amb les demandes dels consumidors (ciutadans, turistes, empreses, inversors...) per tal de maximitzar el funcionament econòmic i social de l'àrea.

El segon eix del discurs de la nova política urbana és el canvi d'èmfasi, de les preocupacions a llarg termini a la recerca de guanys a curt termini. Així, hom passa del disseny de plans generals -d'un àmbit territorial ampli i una aplicabilitat temporal dilatada-, i de l'elaboració de pressupostos a llarg termini a l'anàlisi de mercat, a la negociació i a la programació de projectes específics (d'escala geogràfica molt menor, de vegades reduint-se a operacions molt puntuals i planificades i realitzades en lapses de temps relativament curts), mentre la previsió a més llarg termini s'integra en les tècniques de planejament estratègic manllevades de l'empresa. Una de les conseqüències de l'adopció d'aquest enfoc és la de fer del planejament no només un instrument més flexible sinó també més realista, no només pel fet de treballar amb un horitzó temporal menys ampli, sinó perquè busca tenir una percepció més directa dels mecanismes socials i econòmics subjacents. Dificilment pot hom trobar-se així amb resultats inesperats, amb efectes perversos no previstos del planejament, perquè hom

---

espacials dels problemes socials (LEFEBVRE, H. (1974) *El derecho a la ciudad*, Península, Barcelona, p. 80)

<sup>43</sup> FAINSTEIN, S. (1991) "Promoting Economic Development. Urban Planning in the United States and Great Britain", *Journal of the American Planning Association*, (57)1, pp. 22-23.

controla molt més el "dia a dia" d'allò planejat i la flexibilitat dels instruments en permet una adaptació constant al canvi d'escenaris. El revers de la medalla és que els plans i les previsions a llarg termini -que se suposa que continuen existint, per bé que en un pla més o menys inconcret- deixen de ser explícits i, per tant, no són susceptibles de ser discutits.

En tercer lloc, el planejament passa a ser concebut com un procés pel qual el poder públic permet el sector privat d'invertir profitosament en l'espai urbà, mai més contemplat com un agent antagònic i contrari al creixement i a l'obtenció de beneficis privats. La confluència d'interessos entre el govern de la ciutat i el sector empresarial fa emergir les col·laboracions público-privades, en les quals l'administració té com a paper cada cop més explícit el facilitar la rendibilitat de la inversió privada en l'espai urbà. La gestió de la ciutat com una empresa, l'orientació de la política urbana a les demandes del mercat i la col·laboració amb el sector privat apareixen així com diverses cares d'una mateixa manera d'afrontar els problemes urbans: "... una gestió urbana eficient i seriosa [businesslike] esdevé necessària. Molt més que abans, una ciutat ha de ser gestionada com una empresa, fent una política que assegurí la continuïtat de "l'empresa urbana" (...) El govern municipal ha d'organitzar-se de manera que permeti una política integrada amb la participació intensiva de les empreses privades urbanes (...) la política futura de les ciutats europees ha de reforçar tant com pugui el seu atractiu en el sentit més ampli; com a residència, en especial pels millor educats; com una localització per les empreses; com una oportunitat per a invertir; i com a punt d'atracció pels negocis i els turistes. Per assolir aquest objectiu, una política orientada al mercat és indispensable"<sup>44</sup>

Canvia, per tant, el paper de les institucions públiques i els instruments de gestió utilitzats. El planejador-gestor juga ara un rol ben diferent i les seves decisions ja no estan sotmeses a pressions ideològiques. Desapareix, per dir-ho així, la "mala consciència" de deixar en un segon pla les conseqüències distribucionals de posar l'èmfasi en les oportunitats de creixement. L'exigència d'una nova relació entre el govern local i el sector privat-empresarial, sense ser res nou, es presenta ara com una necessitat del procés d'adaptació als nous temps. Una de les línies d'interpretació de les aliances dels agents urbans que més literatura ha generat en aquest context és la que analitza el paper de les coalicions locals en l'intent d'assegurar el funcionament de les

---

<sup>44</sup> VAN DEN BERG, L. (1991) "Urban Policy and market orientation", *Ekistics*, 58, pp. 358-359.

ciutats com a màquines de creixement<sup>45</sup>. Es tracta de relacionar el concepte de ciutat amb el de poder, a partir de la consideració de la ciutat com un mosaic d'interessos basats en el sòl susceptibles de formar coalicions i d'actuar; es sostenia així que el desig de creixement és la motivació clau cap al consens per part dels membres de les élites locals. Aquestes (sobretot els propietaris del sòl) formarien coalicions pel creixement per tal d'incrementar la seva capacitat de capturar valor de canvi, en forma de renda. Aquestes coalicions -i aquí és on es defineix el paper del poder local- malden per persuadir els governs locals d'incrementar la demanda de sòl en una àrea en proporcionar una millor infraestructura física i social, a més d'altres factors que contribueixen a millorar el clima econòmic de la ciutat, és a dir, crear les pre-condicions del creixement. Dit d'una altra manera, l'acumulació requeriria la creació de les precondicions necessàries per a la producció, especialment infraestructures físiques i socials; la política, doncs, precediria, en aquest cas, l'economia<sup>46</sup>. Per la mateixa raó que la política i el planejament urbà han deixat de ser una qüestió referida exclusivament als poders públics, les coalicions polítiques que lideren el creixement urbà en aquesta fase són àmplies, canviants, desequilibrades quant al pes dels diferents agents, i sovint contradictòries quant als seus interessos. Pensant en Baltimore, Harvey remarcava que la formació de coalicions i d'aliances és un procés difícil i delicat, que obre el camí, per al protagonisme de persones amb visió, tenacitat i capacitat, com ara un alcalde carismàtic<sup>47</sup>, o un empresari amb interessos i preocupacions en la ciutat. Les formes que prenen aquestes coalicions, per tal de generar i portar a terme les estratègies econòmiques de regeneració urbana, poden ser diverses. El paper dels poders locals com a "pivot", capaços d'aglutinar al seu voltant diversos sectors amb interessos diversos però amb punts comuns, ha generat el sorgiment de nous mecanismes institucionals i administratius. Entre aquests s'han de destacar les diverses formes de col·laboració público-privada, que admet graus molt diversos quant a la seva composició, organització i nivell de formalització. Hi ha casos des d'aliances relativament formals, com el d'associacions amb limitació de membres, capacitat administrativa efectiva i

---

<sup>45</sup> MOLOTCH, H.L. (1976) *op. cit.*; LOGAN, J. R. i MOLOTCH, H. L. (1987). *Urban Fortunes. The Political Economy of Place*. Berkeley and Los Angeles, Univ. of California Press.

<sup>46</sup> HARVEY, D. (1985) *The Urbanization of Capital*, Basil Blackwell, Oxford, p. 156 i ss.

<sup>47</sup> Per Harvey l'exemple n'és el Mayor Shaefer a Baltimore. Barcelona compta també, lògicament amb el seu propi exemple: ni tan sols els seus adversaris polítics han gosat negar mai, més enllà de les exigències electorals, la capacitat de lideratge de Pasqual Maragall.



objectius específics fins a casos en que, tot i no haver emergit un marc institucional nou, s'ha generat un procés de debat públic amb revisió de polítiques i definició de línies estratègiques de desenvolupament i que, sovint, ha donat com a resultat un document públic que defineix l'estratègia de la ciutat a llarg terme). En tots els casos, però, existeix un esforç més o menys explícit, per reemplaçar els possibles conflictes interns per acords sobre els objectius a llarg termini, generant un consens generalitzat entre els agents públics i els privats sobre l'estratègia a adoptar i els recursos que s'hi han de destinar.

Una mostra clara n'és l'estructura organitzativa dels plans estratègics, presentats com a plans de participació ciutadana que busquen el consens institucional i ciutadà. I, efectivament, en l'elaboració dels plans s'acostuma a fer intervenir un gran nombre d'actors -institucions, experts i "persones representatives"-, però, tanmateix, els òrgans executius mostren menys contingut "ciutadà" i molta més confluència de determinats interessos. En tots els casos, es tracta d'un procés controlat per un nombre petit de grups i organitzacions i les oportunitats per a una participació més àmplia són escasses quan no simplement inexistents.

La promoció del creixement és, com s'ha vist, el punt central en el disseny de les noves polítiques urbanes, i cal, per tant, legitimar el creixement, fent-lo indiscutible i creant una veritable "ideologia del creixement"<sup>48</sup> que arribi a totes les esferes de la vida urbana: "L'ètica del creixement s'escampa virtualment per tots els aspectes de la vida local, incloent el sistema política, l'agenda pel desenvolupament econòmic, i fins i tot organitzacions locals com museus i equips de beisbol... Malgrat que el creixement és sovint presentat com a beneficis per a tots els residents, en realitat els avantatges i els desavantatges del creixement estan distribuïts desigualment"<sup>49</sup>. R. Friedland ha recordat que la transformació urbana té, necessàriament, dues cares. D'una banda, els canvis es poden llegir com a "creixement" d'algunes coses (d'oficines, de vies de circulació ràpides, d'habitatges de segment elevat...), però, d'altra, transformació també vol dir declivi d'unes altres (de llocs de treball menys qualificats, dels barris, del petit comerç,

---

<sup>48</sup> MOLOTCH, H. (1976) *op. cit.*, p. 317.

<sup>49</sup> LOGAN, J. R. i MOLOTCH, H. L. (1987), *op. cit.*

de determinats sectors de població...) <sup>50</sup>. Més que de creixement, doncs, caldria parlar, amb més propietat, de transformació estructural de l'economia urbana.

I aquests canvis estructurals requereixen, lògicament, enormes costos que, en ser assumits per les administracions públiques, esdevenen socialitzats. És a dir, que els governs locals (o regionals, si és el cas) proveeixen les infraestructures públiques del creixement privat, o, dit encara d'una manera més directa, que absorbeixen els costos privats del creixement. I és precisament a partir de la relació entre justícia social i revitalització urbana que es pot arribar a construir una crítica de la ideologia del creixement: "Enlloc d'argumentar que les ciutats segueixen un camí del creixement al declivi o que passen per cicles naturals a través del temps, defensem que els processos de canvi urbà estan gairebé completament subjecte a la direcció i el control humà. Els actors clau, com els promotors en el cas de la revitalització urbana, esperonen la inversió i el creixement o, retirant les inversions, inciten la crisi. Encara més important, els processos de revitalització no condueixen, a la llarga, a una societat "més perfecta". El *trickling-down* dels beneficis a partir de l'augment de les inversions és més ideologia que no realitat. La progressió constant cap a la solució de les malalties urbanes i a la creació d'un medi en el que es satisfan totes les necessitats, no existeix, com tampoc el impuls cap a una justícia social més gran" <sup>51</sup>. La revitalització urbana és "excloent" no només des del punt de vista social sinó, també, des del punt de vista espacial ja que només certes parts de la ciutat són revitalitzades, i aquestes esdevenen el domini de les classes altes i mitjanes, mentre que d'altres es deixen deteriorar. Aquest no és el cas, al menys amb claredat, de Barcelona, on s'ha fet un esforç important d'inversions en els barris treballadors, malgrat que sigui discutible que els més beneficiats en siguin, a llarg termini, els mateixos que hi viuen. Però fins i tot així, podria explicar-se a partir de la necessitat de mantenir l'harmonia social com a *sine quan non* del creixement. Ho deïa James O'Connor en la seva obra clàssica: l'estat capitalista ha d'acomplir dues funcions bàsiques que sovint són contradictòries, l'acumulació i la legitimació. És a dir, que l'estat ha d'intentar mantenir o crear les condicions per a l'acumulació de capital i, alhora, ha d'intentar mantenir o crear les condicions per l'harmonia social <sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> FRIEDLAND, R. (1982) *Power and Crisis in the City. Corporations, Unions and Urban Policy*, The Macmillan Press Ltd, London and Basingstoke.

<sup>51</sup> HOLCOMB, H. B. i BEAUREGARD, R. A. (1981) *Revitalizing Cities*, Ass. Am. Geographers, Washington, p. 66.

<sup>52</sup> O'CONNOR, J. (1973) *The Fiscal Crisis of the State*, St. Martin's Press Inc., New York, p. 15.

I una de les vies per a difondre la ideologia del creixement més enllà de les coalicions dirigents és precisament generar un fort sentiment de pertinença a la comunitat<sup>53</sup>. La noció de comunitat, de sentiment de pertànyer a una comunitat és força abstracta i difícil de mantenir a menys que estigui potenciada i completada amb nocions més concretes -personatges famosos, reconeixement internacional, realització de grans esdeveniments, etc.- així com per un desplegament important de mitjans propagandístics, per una producció d'imatge que actuï com un reforç de la cohesió social.

Fins aquí, s'han presentat els fonaments de les característiques principals de la nova política urbana: la legitimació del creixement, l'existència de noves tècniques de gestió i les noves formes de col·laboració públic-privada. La nova política, però, pren forma concreta en estratègies econòmiques i en estratègies urbanes, en les quals la producció d'imatge és un instrument al servei de totes dues. Afirmar, d'entrada, que la majoria de ciutats adopten polítiques per atraure inversions és un lloc comú però l'anàlisi de les condicions mitjançant les quals les ciutats assoleixen de trobar camins cap el seu desenvolupament, és un punt en el qual hi ha encara massa punts foscos per resoldre pel que fa a l'estudi de l'efectivitat de les polítiques<sup>54</sup>. Però, tot i les dificultats de sistematitzar unes accions que responen a contextos geogràfics diversos i que compten amb característiques així mateix diferenciades, alguns autors han arribat a formular algunes idees generals. David Harvey en va resumir la diversitat d'estratègies adoptades per les ciutats. Les estratègies econòmiques a adoptar per cada ciutat depenen, en bona part, del seu potencial; en general, però, rarament una ciutat es decideix per adoptar una estratègia única, ja que els canvis es succeeixen tan de pressa que la sensació d'incertesa sobre el futur recomana no prendre excessius riscos; a més, se suposa -o es confia en- l'existència de sinèrgies, és a dir, que l'adopció d'una estratègia facilita la posta en marxa d'altres. Tanmateix, hom arriba a formular quatre estratègies "pures":

a) En primer lloc, la competència en la divisió internacional del treball ha fet que s'explotin de manera més intensa els avantatges particulars existents de les ciutats -derivats de la seva localització o dels seus recursos- o bé que es produeixin creant les

---

<sup>53</sup> COX, K. R. i MAIR, A. (1988) "Locality and community in the politics of local economic development", *Annals of the Association of American Geographers*, 78, p. 317

<sup>54</sup> SAVITCH, H. V. i KANTOR, P. (1995) "City Business: An International Perspective on Marketplace Politics", *International Journal of Urban and Regional Research*, (19)4, p. 495.

infraestructures físiques o socials necessàries, cosa que requereix importants despeses en forma d'aplicació de noves tecnologies, ajuts diversos per atraure iniciatives empresarials, inversions en la formació de personal qualificat, millora de les infraestructures de comunicació, etc., és a dir, de tots aquells atributs que són susceptibles de ser distintius d'una ciutat i que conformen, per tant, el seu posicionament en el mercat.

b) En segon lloc, la recerca d'una posició competitiva en la divisió espacial del consum emfasitza l'elevació de la qualitat de vida que reforci la capacitat d'atracció de la ciutat a través de la millora del medi físic, de la innovació cultural, de la construcció d'atraccions o d'espais d'oci. La producció d'imatge de la ciutat n'és un element clau: "Per sobre tot tot, la ciutat *ha de semblar* com un lloc innovador, interessant, creatiu i segur per viure o per visitar, per estar i consumir"<sup>55</sup> (cursives afegides).

c) Una tercera estratègia passa per la lluita per l'atracció de funcions de control i comandament (finances, govern...) el que requereix igualment de grans inversions en infraestructures de transports i de telecomunicacions per tal de minimitzar els costos i el temps de transacció.

d) I, finalment, les ciutats creen mecanismes per a competir també per la redistribució dels recursos dels governs centrals.

## **Barcelona, del 79 al 92**

Fins el decenni del 1950, el creixement econòmic i demogràfic de l'àrea de Barcelona, una de les més puixants durant la fase expansiva de l'economia espanyola, es concentrava al centre de l'àrea. Tanmateix, el procés de reestructuració econòmica i territorial s'inicià ja als anys 60, quan l'espai urbà ocupat per l'antiga indústria s'havia convertit ja en central i la relocalització en assentaments perifèrics, a la primera corona metropolitana, era incentivada pels menors costos d'instal·lació i de gestió en una localització nova i per l'alt valor del sòl de la instal·lació obsoleta i les fortes plusvàlues obtingudes si era reconvertida en ús residencial de serveis. Així, la desindustrialització barcelonina dels 70 va ser fruit tant de la crisi com del desplaçament a l'àmbit metropolità de la indústria; alhora, noves activitats terciàries anaven

---

<sup>55</sup> HARVEY, D. (1989) *op. cit.*, p.9

substituint el desplaçament industrial<sup>56</sup>. En el període 1964-1972, per exemple, es van produir 500 trasllats d'empreses industrials, el 80% de les quals procedien de Barcelona ciutat, i la major part es van relocalitzar a la primera corona metropolitana, sobretot al Baix Llobregat -les que van optar per la segona corona, ho van fer preferentment al Vallès occidental<sup>57</sup>. Com a resultat d'aquests desplaçaments, o al menys en part a causa d'aquests, tot i el creixement industrial generalitzat d'aquells moments, l'ocupació a la ciutat central començava a mostrar símptomes clars de terciarització. Els treballadors industrials (sense comptar amb els de la construcció) van passar del 53 per cent del total el 1964 al 41,1 per cent el 1970 i el 33,2 per cent el 1975. En els mateixos anys, la proporció de treballadors ocupats en el sector terciari era del 30, el 51,6 i el 61,9 per cent, respectivament. Així, i basant-se sobretot, en les xifres d'ocupació, aquest procés que s'iniciava ja a finals dels 60 ha pogut ser descrit com un procés de terciarització del centre i d'industrialització progressiva de la perifèria urbana<sup>58</sup>. Cal destacar, a més, el paper transcendental de les infraestructures de comunicació i el seu efecte territorialitzador en aquest procés<sup>59</sup>. A la dècada dels setanta fou precisament quan es van conformar els enllaços d'àmbit metropolità que haurien permès el desenvolupament de les comarques costaneres i de la depressió pre-litoral forçant el canvi en la localització tradicional de la indústria catalana que seguia els eixos de penetració natural en el rera país (i l'absència de peatges a les noves autopistes hauria contribuït a la localització industrial metropolitana).

Així, progressivament, totes les comarques de la Regió Metropolitana havien assolit una especialització industrial notable quan l'any 1975 es van fer notar els efectes de la crisi industrial, especialment intensa en la primera corona. A la destrucció neta de l'activitat industrial s'hi afegia, a més, la reducció del trasllat d'empreses als anells metropolitans, sobretot per la difícil realització de plus-vàlues com a conseqüència del menor dinamisme constructor i de l'existència d'una major disciplina urbanística. Les

---

<sup>56</sup> A la dècada dels 70 es construeix una superfície d'oficines superior als 1.100.000 m<sup>2</sup> que doblava l'estoc existent (BUSQUETS, J. (1992) *Barcelona. Evolució urbanística de una capital compacta*, MAPFRE, Barcelona, p. 305).

<sup>57</sup> LLARCH, E. i SAEZ, X. (1985) "El fet metropolità a Barcelona: una aproximació metodològica", *L'Avenç*, 88, pp. 50-59.

<sup>58</sup> FERRER, A. i NEL·LO, O. (1991) "Barcelona: la transformació d'una ciutat industrial", *Papers*, 3, pp. 11-30.

<sup>59</sup> LLARCH, E. i SAEZ, X. (1985) op. cit.; SANCHEZ, J.-E. (1991) "Transformacions en l'espai productiu a Barcelona 1975-90", *Revista Catalana de Geografia*, 15, pp. 32-50.

mateixes característiques de la industrialització metropolitana feren que la crisi fos especialment dura en aquests municipis propers a la ciutat central; la gran concentració territorial de l'activitat productiva, l'expansió industrial basada en sector tradicionals, els que més durament van patir la crisi, i el sobredimensionament del sector de la construcció com a resultat de les necessitats -conjunturals- del període de fort creixement van desembocar en una situació dramàtica amb elevats nivells d'atur. El 1984, just abans que s'iniciés un període de recuperació econòmica, les taxes d'atur eren del 20 per cent a la ciutat de Barcelona, però del 29 per cent a la resta de municipis de la primera corona, un atur caracteritzat per la seva incidència en el sector de la construcció i en indústries tradicionals com el tèxtil, i amb un caràcter marcadament jove. A la ciutat central, durant els quinze anys crítics (1970-85), es perdien el 42 per cent dels llocs de treball industrial i el 69 per cent dels de la construcció, mentre que, augmentava percentualment l'ocupació terciària en un 12 per cent. Però la progressiva terciarització a la que s'assistia en aquesta anys estava més basada en el desenvolupament dels serveis al consumidor que no pas dels serveis a la producció. Les activitats terciàries centrals, amb un comportament poc expansiu, tendien, en tot cas, a una fortíssima polarització territorial a l'àrea central de l'Eixample i a l'eix de la Diagonal, amb una molt escassa representació en el territori metropolità.

Els anys posteriors veurien la continuació de la descentralització de la producció industrial acompanyada d'una creixent especialització de la ciutat central en serveis d'alt valor afegit. Els sectors industrials de producció menys estandaritzada agafarien una renovada empenta a algunes ciutats industrials tradicionals de la regió metropolitana com Sabadell o Terrassa, i fins i tot en espais industrials més recents, com Granollers, amb avantatges comparatius que alguns han explicat segons la lògica dels districtes industrials<sup>60</sup>.

La recuperació industrial dels anys vuitanta produiria una industrialització massiva del cinturó metropolità, que recolliria un 60% de la inversió total de Catalunya<sup>61</sup>. Les característiques d'aquest procés de reindustrialització han estat assenyalades per J.E. Sánchez: accentuació del procés d'oligopolització dels mercats i

---

<sup>60</sup> TRULLEN, J. (1991) "El planejament territorial de la Regió I des d'una perspectiva econòmica: cap a un nou model de desenvolupament econòmic i social de l'àrea metropolitana de Barcelona", *Papers*, 3, pp. 31-44.

<sup>61</sup> CLUSA, J. (1992) "La distribució territorial de la indústria i els serveis a la regió metropolitana de Barcelona als sis anys de la recuperació econòmica", *Papers*, 12, pp. 11-39.

de la penetració de la inversió estrangera. Segons la interpretació de Sánchez, la nova dinàmica territorial no representa, però, un canvi estructural sinó el reforçament de l'estructura existent. I, per tant, no hi hauria canvi territorial sinó la necessitat d'incorporar nous territoris. Malgrat el canvi en la localització de l'activitat industrial, "Barcelona no deixa de ser una ciutat industrial des del punt de vista de la funció direccional"<sup>62</sup>.

Tanmateix, els efectes d'aquest procés per a la ciutat central -si es vol, ja només un sector de "la ciutat"- són determinants per a canviar la seva estructura ocupacional, l'ocupació del sòl, i el disseny de models de desenvolupament de la ciutat. El 1991, la ciutat central concentrava una gran part de l'activitat terciària de l'àrea metropolitana (dues terceres parts del PIB) amb tendència a l'augment, i, sobretot, a especialitzar-se en el terciari avançat (serveis a les empreses). Mentre que s'observava un cert procés de difusió del terciari a la resta de l'àrea metropolitana (a l'interior de nuclis urbans consolidats i en polaritats especialitzades de gran superfície vora les vies de comunicació), aquest es reduïa al terciari "banal", mentre que l'estratègic es concentrava més i més als sectors centrals de la ciutat<sup>63</sup>.

Malgrat el procés de creixent terciarització i d'especialització en aquelles activitats més estratègiques, s'ha assenyalat que el municipi de Barcelona segueix tenint una forta base industrial; un terç de la producció total continuaria estant generada per activitat industrial directa, fet aparentment insòlit, que s'explicaria en part per la inclusió de la Zona Franca en el terme municipal i en part pel manteniment, encara, d'àrees industrials en sectors on històricament havia tingut importància. Encara més reveladores són les xifres referides a la proporció de producció industrial que la ciutat concentrava respecte la seva àrea: dues terceres parts de la del conjunt de la CMB i la meitat de tota la regió metropolitana. En l'estudi de N. Salvador (1994) es demostrava, a més, que la ciutat concentrava el 1985 més llocs de treball industrials que tota la resta de la CMB (200.318 a la ciutat front a 115.887 a la resta de municipis de la CMB). L'especialització sectorial dels treballadors industrials de la ciutat, mostra, però, que la ciutat s'especialitza en aquells sectors més productius (químic, material de transport, alimentació i arts gràfiques), ja que els que ho són menys, són els que sistemàticament

---

<sup>62</sup> SANCHEZ, J.-E. (1991) "Transformacions en l'espai productiu a Barcelona 1975-90", *Revista Catalana de Geografia*, 15, p. 43.

<sup>63</sup> NELLO, O. (1994) "L'impacte social de la reestructuració industrial a la regió metropolitana de Barcelona", *Papers*, 18, pp. 65-82.

es deslocalitzen. Tot i la pèrdua relativa de llocs de treball en favor del terciari a la ciutat, l'evolució de la productivitat industrial era, per aquest motiu, creixent i amb taxes fins i tot superiors a la del terciari, fet que explicaria que el pes relatiu de la indústria seguís sent important<sup>64</sup>. Vist d'aquesta manera, la suposada “desindustrialització” del municipi barceloní no era més que una certa pèrdua de pes relatiu de la indústria sobre el conjunt de l'activitat econòmica, tant en ocupació com en valor produït, sense implicar, però, una disminució en termes absoluts. A més, s'ha de tenir en compte que el procés de terciarització que mostraven les xifres (un 70% del valor afegit brut total procedia el 1990 del sector serveis que concentrava un 63% de les ocupacions) era resultat, també, de l'externalització d'activitats que anteriorment havien estat considerades industrials. Així, doncs, en parlar dels processos de reestructuració econòmica hom hauria de defugir l'esquema simple de ciutat central=terciarització i desindustrialització (que pateix la inconsistència de la mateixa classificació de l'activitat econòmica en els tres sectors tradicionals) i tendir a comptar amb el grau de centralitat (alta productivitat) de les activitats.

Però a Barcelona, la dècada dels 70 no fou només una època d'inflexió a nivell econòmic. No només s'hi notaven els efectes de la davallada demogràfica i de la pèrdua de llocs de treball, sinó que encara calia afegir-hi els efectes derivats de la crisi política de la transició democràtica. Les primeres eleccions municipals es van realitzar el 1979 però la transició a nivell municipal s'hauria ja iniciat, de fet, el 1973, quan Porcioles deixava el càrrec i s'iniciava una fase que, en definitiva, no era més que una preparació del nou període malgrat les incerteses polítiques del moment. Un dels trets més remarcables d'aquest període de trànsit, sobretot des de la perspectiva actual, fou el de la consolidació formal del planejament urbà: el 1974 era definit el territori de l'àrea metropolitana i el 1976 era aprovat el Pla General Metropolità, les característiques del qual han estat assenyalades sovint: superació de les barreres administratives municipals, una gran minuciositat en els usos del sòl amb una important proporció de sòl públic (origen de moltes de les protestes que despertà) i, malgrat que estava basat en els supòsits de creixement demogràfic i econòmic continuat de la ciutat, prou útil com per a incloure, sense grans contradiccions, la política urbanística dels anys 80. Malgrat aquest punt de partida que molts han considerat “privilegiat”, tampoc Barcelona s'escapà de la crítica al planejament funcionalista típic del període “desarrollista”, si més no, perquè

---

<sup>64</sup> SALVADOR, N. (1994) "La indústria a la ciutat de Barcelona", *Papers*, 18, pp. 13-26.



calia justificar totes les preses de posició posteriors. El Pla General Metropolità de Barcelona permeté que la política urbanística posterior no hi entrés en contradicció però, malgrat tot, el seu desenvolupament es realitzà en circumstàncies polítiques i econòmiques ben diferents de les que existien quan va ser concebut. Ferrer i Nel.lo van remarcar les adaptacions que va requerir la seva aplicació: l'enfocament general passà del creixement urbà a la millora de la ciutat existent, la metodologia emprada passà del tractament separat dels elements urbans a una visió integrada; i els instruments, dels plans als projectes<sup>65</sup>. Oriol Bohigas, l'artífex de la política urbanística posterior basava també la crítica al Pla General en vigor en dos aspectes principals: la contradicció entre el pla i el projecte, i entre la consideració de la ciutat com un tot o com una suma de trossos. La decantació pel projecte concret front al pla general provenia tant d'un problema d'escala (major precisió dels projectes) com de terminis (major capacitat de fer executar els projectes), als qual s'havia de sumar encara la inflexibilitat i rigidesa que l'aparell administratiu generava<sup>66</sup>. Malgrat les crítiques, el pla va poder ser adaptat a les noves circumstàncies que no només eren diferents sinó que demanaven també objectius polítics diferents. La fallida de la hipòtesi de creixement il·limitat sobre la que s'havia assentat tota la política urbana "desarrollista", ben servida pel model urbà funcionalista, i, en un pla més concret, la constatació que la industrialització ja no era el motor del creixement urbà, generà una ràpida posada al dia dels objectius de la política urbana. En el cas de Barcelona es parla explícitament de l'existència d'una "nova" política urbana caracteritzada per haver de sumar, a les competències municipals tradicionals (obres públiques, urbanisme, prestació de serveis...), les accions relacionades amb els problemes generats per la crisi econòmica. Com s'ha vist, el pas de la regulació del creixement -per tal de pal·liar les patologies que la mateixa lògica del model funcionalista generava- a la seva promoció requereix una legitimació teòrica, el disseny de nous objectius i estratègies així com l'aplicació de nous instruments, per tal d'esbossar el marc on desplegar una política urbana que recolza en bona part en el disseny, la producció i la utilització d'imatges de la ciutat per aconseguir els seus objectius.

La recerca de nous motors de creixement és la nota dominant de la nova política urbana; les polítiques de dinamització de l'àrea de Barcelona van ser de foment

---

<sup>65</sup> FERRER, A. i NEL.LO, O. (1991) *op. cit.*

<sup>66</sup> BOHIGAS, O. (1985) *op. cit.*, pp. 10-18.

industrial -sobretot, mitjançant una política de sòl- i, a la ciutat central, de promoció del terciari. A la ciutat de Barcelona la nova política urbana passava per definir nous objectius de l'urbanisme (del planejament a gran escala a la reconstrucció de la ciutat) i per una política econòmica municipal que seguia dues línies d'incentivació de l'activitat per tal de rellançar la inversió privada o pública per a generar un nou procés d'expansió econòmica: una línia de "macroincentivació", amb grans projectes com els Jocs del 92, per tal d'estimular la inversió privada i desbloquejar la inversió pública en infraestructures, i una de "microincentivació", intentant fomentar, promoure o captar inversions privades mitjançant la col·laboració o el suport de l'administració pública<sup>67</sup>. L'objectiu era el de rellançar la inversió i generar un nou procés d'expansió econòmica, assolint la màxima col·laboració tant amb la resta d'administracions com amb la iniciativa privada; la política municipal d'aquests anys s'hauria situat, segons Trullén, en algun punt entre el liberalisme i l'intervencionisme.

La nova política urbana pot seguir-se a través de quatre aspectes molt relacionats entre ells, que atacaven distints flancs per mirar d'assolir aquest objectiu: a) l'organització dels Jocs Olímpics del 92, b) el Pla Estratègic i Social Barcelona 2000, c) el disseny i realització d'un "nou urbanisme", i d) una política explícita de producció d'imatges de la ciutat.

a) La política macroincentivadora passà, fonamentalment, per aprofitar l'oportunitat generada pels Jocs Olímpics del 1992 per aconseguir inversions, en part privades però sobretot públiques, amb un gran esforç de totes les administracions en la construcció o modernització de les infraestructures. L'organització de grans events a nivell urbà constitueix una de les estratègies de revitalització quan es tracta d'aglutinar un volum important de recursos procedents de diferents instàncies, i en un període relativament curt de temps. Amb els antecedents del 1888 i 1929, magnificats per la lectura que de la història es fa avui, els Jocs del 92 han estat presentats, pel que fa a la ciutat, com a pretext, com a excusa, com a plataforma, com a ocasió única. Però no només eren una oportunitat, eren sobretot una "necessitat". Sovint es va sentir els dirigents de la ciutat afirmar que si els Jocs del 92 no haguessin existit, hagués calgut

---

<sup>67</sup> TRULLEN, J. (dir.) (1988) "Barcelona frente a la crisis. Reestructuración productiva, reconstrucción urbana y política económica municipal (1977-1986)", *Quaderns*, 88/01.

inventar-los<sup>68</sup>. Els Jocs Olímpics del 92 es van utilitzar, en aquest cas concret, com a estratègia per a fer front a la insuficiència d'incentius a la inversió tant d'iniciatives privades com d'equipaments i infraestructures públiques, com una manera de desbloquejar la inversió en dèficits infraestructurals: xarxa arterial de comunicacions, trams dels cinturons de ronda, ampliació del port, reestructuració de la terminal de l'aeroport, infraestructures de telecomunicacions... A més, eren una bona excusa per a donar a conèixer la ciutat internacionalment, i un instrument eficaç per a reforçar la cohesió social, el sentiment de pertinença a la ciutat.

Manuel de Forn, un dels artífexs del primer Pla Estratègic Econòmic i Social de Barcelona, va situar cinc objectius que els Jocs Olímpics van permetre d'assolir<sup>69</sup>:

a) posar Barcelona en el mapa. Es refereix aquí, sobretot, a la projecció internacional de Barcelona, a donar-la a conèixer a tots nivells, no només empresarial sinó també turístic.

b) aconseguir les infraestructures necessàries tant per l'accessibilitat externa (aeroport, torre de comunicacions...) com per la mobilitat interna (rondes).

c) establir les bases per al desenvolupament de serveis avançats d'alt valor afegit, és a dir, crear les bases pel creixement

d) crear un sentiment de patriotisme de ciutat, aconseguint un ampli consens político-institucional i social.

e) canviar l'estructura del pla urbà (obertura al mar i a la muntanya, creació d'àrees de nova centralitat, augment de la qualitat de vida).

Aquests cinc objectius, no tots ells tangibles, van ser possibles d'aconseguir en un període temps curt, gràcies a les tremendes inversions que van realitzar, sobretot, les administracions públiques. La inversió global, entre pública i privada, es va estimar en un 1 bilió de pessetes, del qual un 60% es van esmerçar en infraestructures de transport.

b) En segon lloc, cal destacar, també, dins l'estratègia barcelonina, el Pla Estratègic i Social Barcelona 2000, expressió del "projecte de ciutat" dels principals agents de la ciutat -"els que compten" per utilitzar l'expressió de Molotch- així com el

---

<sup>68</sup>Per exemple: "Estic segur que si no haguéssim tingut la candidatura olímpica com a objectiu mobilitzador d'energies col·lectives, Barcelona i Catalunya n'haurien buscat i n'haurien trobat un altre" (MARAGALL, P. (1986) *Refent Barcelona*. Barcelona, Planeta, p.169).

<sup>69</sup> FORN, M. (1992) "Barcelona: Development and internalization strategies", *Ekistics*, 59, pp. 65-71.

"nou urbanisme", un dels objectius del qual és també el de reforçar l'atractivitat de la ciutat i millorar el seu posicionament a escala internacional.

En el primer Pla Estratègic de Barcelona 2000 es tractava de planificar la Barcelona del futur, davant tot un seguit de canvis que es dibuixaven en els anys immediats al 1988 quan es va iniciar el pla, per tal de perllongar el dinamisme creat ran dels Jocs Olímpics del 92. Tal com assenyalava Francesc Raventós, President del Comitè Executiu del Pla, "El Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000 és un instrument promogut per l'Ajuntament de Barcelona i per les institucions econòmiques i socials més representatives de la ciutat, amb l'objecte clar de donar continuïtat a l'impuls econòmic que la dinàmica pròpia de la preparació dels Jocs Olímpics ha comportat. S'ha volgut adaptar l'àrea de Barcelona a la nova configuració econòmica d'Europa en el Mercat Únic i reequilibrar socialment la ciutat, després dels intensos processos de transformacions tècniques, socials i urbanes dels darrers temps"<sup>70</sup>. Aquests tres factors - la redefinició de la ciutat després dels Jocs Olímpics, el reposicionament de la ciutat com a conseqüència del Mercat Únic, i el procés de readaptació post-crisi- eren considerats els tres elements de canvi de l'entorn que exigien el disseny d'una estratègia de ciutat.

c) La tercera estratègia de Barcelona per assolir un paper més rellevant a nivell internacional va ser el canvi en els objectius de l'urbanisme, un dels principals instruments de la nova política urbana. Ja ha estat assenyalat com el planejament d'escala petita és substituït pel nou urbanisme, basat en la reconstrucció física i també social i cultural de la ciutat. Potser una de les millors explicacions d'aquesta transició sigui la que va fer J.A. Acebillo, el successor d'O. Bohigas al front de l'urbanisme de la ciutat, en descriure el pas d'un urbanisme *defensiu* -el practicat pel primer Ajuntament democràtic, que perseguia fonamentalment la recuperació de la normalitat pel que fa a disciplina urbanística i aconseguir sòl públic per a satisfer la demanda social d'espai públic i equipaments- a un urbanisme, ja des del 1980, més *ofensiu* i propositiu: "...les propostes de transformació física de les estructures i infraestructures havien de permetre una reformulació de les formes i funcions urbanes, i una reinterpretació del paisatge urbà capaç d'aturar el progressiu deteriorament de la vida urbana. Aquesta visió urbanística des d'una òptica reformista, transformadora i qualitativa, s'aproxima al que

---

<sup>70</sup> Pla Estratègic (1990) *Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

els italians van denominar tercera generació de l'urbanisme per a definir la nova situació de l'urbanisme dels anys vuitanta, com una ruptura de la segona generació, que s'emmarcava en el desenvolupament econòmic dels anys seixanta"<sup>71</sup>. Rosa Tello ha posat de manifest de manera molt sistemàtica les principals característiques d'aquest nou urbanisme<sup>72</sup>:

- la reconsideració dels límits del creixement urbà. A partir dels efectes de la reestructuració del sistema productiu, es passa a contemplar com a marc de referència la urbanització general del territori, basada en un sistema urbà poc polaritzat. El territori passa a ser concebut com a part de la ciutat, que escampa per tot el territori activitats urbanes que no requereixen de les particularitats del teixit urbà ni de la concentració.
- en contrast amb el planejament anterior, el dels anys 80 s'emmarca en la interpretació historicista de la ciutat substituint la concepció funcional-econòmicista impulsada pel moviment modern. La preocupació per l'estètica formal substitueix la racionalitat funcional.
- en sintonia amb el postmodernisme dominant, la ciutat és concebuda com un conjunt heterogeni, fragmentat i socialment diferenciat; el planejament que se'n deriva s'ocupa sobretot de la forma urbana, de la qualitat formal de l'espai públic, d'ocupar amb noves formes els buits urbans, els espais intersticials sense edificar, edificis buits i obsolets en el casc antic etc. És en aquest context en el que es va instal·lar la polèmica entre els defensors del pla i els del projecte. L'atac al pla urbanístic es basaria sobretot en la seva ineficàcia, en el seu hertzó massa a llarg termini, i en la seva escassa flexibilitat<sup>73</sup>. Junt al projecte de petites dimensions, tanmateix, destaca l'existència de "grans projectes" del tipus del Battery Park a New York o els Docklands a Londres, i a Barcelona, com la Vila Olímpica o les àrees olímpiques en general.

---

<sup>71</sup> ACEBILLO, J. A. (1992) "El progressiu canvi d'escala en les intervencions urbanes a Barcelona entre 1980 i 1992" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, pp. 63-84.

<sup>72</sup> TELLO, R. (1990) *Las tendencias del urbanismo en la España de los 80: ¿Una nueva ciudad? ¿Un nuevo urbanismo?*, tesi doctoral, Universitat de Barcelona.

<sup>73</sup> BOHIGAS, O. (1985) *op. cit.* Tanmateix, el planejament tradicional va tenir, de cop, tants i tan variats enemics que, fins i tot qui s'havia ocupat amb vehemència de criticar-lo, va sentir la necessitat de desmarcar-se assenyalant que no es tractava de "proposar una ciutat incontrolada, sinó una ciutat més controlada amb instruments més eficaços" (BOHIGAS, O. (1986) "Muerte y resurrección del planeamiento urbano", *El País*, pp. 26.)

- Els equipaments d'oci esdevenen elements bàsics de la producció de l'espai urbà. Des del moment que s'atura el creixement demogràfic i la demanda d'habitatges, la realització d'equipaments comporta una rendibilització del sòl urbà, més encara quan la major part d'equipaments es realitzen en barris deficitaris que ara es poden rehabilitar -i no només en sentit físic, sinó també econòmic i social- gràcies a una primera inversió de fons públics en equipaments.

El nou urbanisme té un paper clau en la nova política urbana, pesguint de millorar la imatge de la ciutat a través de la creació de nous espais o de la reforma dels vells i permetent projectar noves imatges de la ciutat i esborrar-ne les negatives<sup>74</sup>. Encara, però, pot tenir implicacions més profundes. La connexió del nou urbanisme amb la nova política urbana, amb el seu èmfasi en la forma més que en la funció, en el projecte més que en el pla, ha estat vista també com una renúncia a l'autèntica essència del planejament urbà en destacar de manera excessiva la fragmentació, l'efimeralitat, l'eclecticisme d'estil, la forma més que no la funció, el mitjà més que no el missatge, la imatge més que no la substància<sup>75</sup>.

d) Finalment, com ja s'ha dit, el disseny d'estratègies de revitalització urbana té un puntal important en la producció d'imatge. És en aquest context, doncs, que ens hem proposat d'explorar maneres d'endinsar-se en la comprensió de les imatges produïdes i en els missatges emesos, sobretot atenent a les finalitats perseguides més que no als efectes obtinguts. En el context actual de lluita per obtenir un paper rellevant a nivell internacional, els agents urbans despleguen una política per a la ciutat que compta amb un objectiu clar -fer la ciutat atractiva-, una estratègia per a aconseguir-ho -crear les condicions adequades-, i el disseny de determinats "productes", aprofitant el potencial existent, que siguin atractius internacionalment per tal de captar inversions o d'obrir mercats. Tant l'objectiu com l'estratègia com els productes contenen un fort component d'imatge: la competitivitat internacional només és efectiva quan compta amb una imatge de ciutat competitiva; l'existència d'unes condicions favorables necessita no només donar-les a conèixer sinó potenciar-les mitjançant un posicionament de mercat que diferenciï la ciutat d'altres amb condicions similars; la promoció de productes, en fi, és

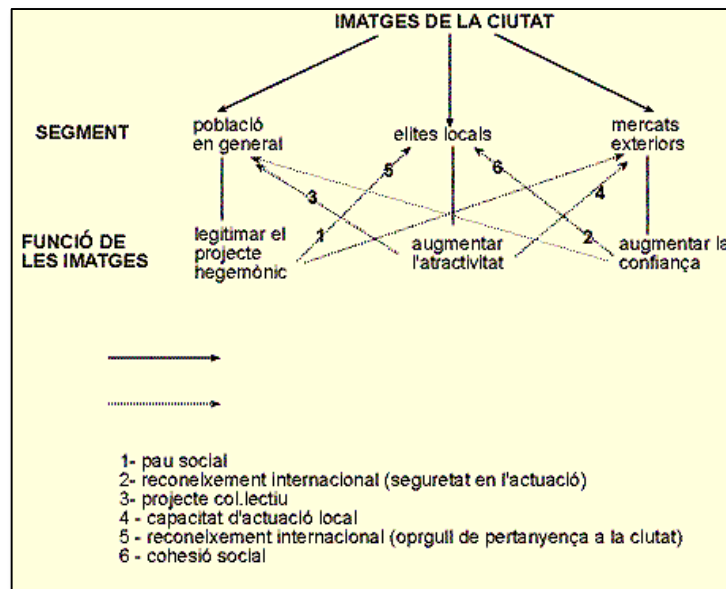
---

<sup>74</sup> ASHWORTH, G. J. i VOOGD, H. (1988) "Marketing the city. Concepts, processes and Dutch applications", *Town Planning Review*, (59)1, p. 72.

<sup>75</sup> HARVEY, D. (1989) *op. cit.*, p. 14.

sovint, sobretot, una operació d'imatge, bo i esperant crear l'atmosfera adequada per al seu desenvolupament efectiu.

Les imatges de la ciutat generades poden acomplir diverses funcions segons el segment de públic al que són adreçades: legitimen un projecte hegemònic, combaten la percepció de crisi augmentant la confiança de les élites locals en les seves pròpies possibilitats, i projecta una imatge atractiva a l'exterior, un factor més a incloure en la llista tradicional de factors de localització. Aquí es manté que una mateixa imatge pot ser consumida per múltiples segments de població. Encara més, tot i acceptant que les imatges són produïdes pensant, sobretot, en un segment específic, i que produeix efectes diferents segons l'audiència que la consumeix, es manté que els efectes en un segment concret tenen com a resultat nous efectes per a la resta. Tenint en compte el seu interès diferent en els processos de reestructuració de la ciutat, poden reduir-se a tres: població en general (ciutadans i usuaris), élites locals i mercats exteriors. Un cop produïdes les imatges de la ciutat, aquestes són projectades sobre els diferents públics, sobre els que produeixen diversos efectes. Aquests, a la seva vegada incideixen novament en els altres segments produint imatges derivades que poden tendir a reforçar les funcions perseguides.



Tal com s'observa en l'esquema, el punt crític d'aquest mecanisme és la producció primària d'imatges.

Si aquesta reïx, el sistema es retroalimenta a través d'imatges derivades. Es pot agafar, com a exemple, la imatge de ciutat revitalitzada que s'analitza al capítol 4. En la

població en general l'efecte és produir la sensació de viure en un medi privilegiat, en alça, desitjat per ciutadans d'arreu del món, de moda, en definitiva, en una ciutat distingida; el que és el projecte d'uns quants esdevé així el projecte de tots. Aquest efecte és reforçat per la confiança en el seu futur de les élites locals que ja no abandonaran el projecte, i per l'atractiu de la ciutat reconegut internacionalment, reforçant així la funció primària que era legitimar el projecte hegemònic. I, així successivament. L'augment de l'atractivitat de la ciutat, que és l'objectiu perseguit per la imatge de renaixement urbà sobre els mercats exteriors -actuant, sobretot, a través de la idea de qualitat de vida-, és reforçat per la imatge de cohesió social que proporciona la legitimació del projecte hegemònic per a la població en general, i per la capacitat d'actuació local que demostren unes élites locals amb gran confiança en si mateixes.



### 3

## La ciutat pren cos

"Toca'm, ciutat"  
(Agustí Bartra, 1972)<sup>76</sup>

Les idees que intervenen en aquest capítol són el resultat d'una triple preocupació. D'una banda, un voler aturar-se en el tractament reiterat, habitual no només en el llenguatge col·loquial o periodístic sinó fins i tot en l'acadèmic, de les ciutats com a agents actius, personificant-ne la seva existència. Es podria dir que sovint no és sino una manera innocent de parlar (encara que, ¿ho són mai d'innocents, les paraules?) però, en tot cas, és un parlar que pot amagar implicacions ideològiques profundes. En segon lloc, si a aquesta personificació reiterada hi afegim que, en la producció d'imatges de Barcelona, ha destacat d'una manera prominent la presentació de la ciutat com una persona, més freqüentment com una dona, que es maquilla, que s'arregla, que es transforma, que "millora", que cada cop és més atractiva... semblava que l'anàlisi de la qüestió no podia obviar-se. I, finalment, el tercer fet té a veure amb la importància creixent que ha adquirit "el cos" en la teoria social en els darrers anys fins a esdevenir una de les principals preocupacions teòriques de les ciències socials<sup>77</sup>, potser com a conseqüència dels profunds canvis materials de finals del segle XX<sup>78</sup>, potser perquè "la pèrdua contemporània de confiança en les categories prèviament establertes hagi provocat el retorn al cos com a la base irreductible per a l'enteniment"<sup>79</sup>

---

<sup>76</sup> A. BARTRA (1972) "Cançó nova a Barcelona", dins *10 Odes a Barcelona*, Barcelona: Proa.

<sup>77</sup> CALLARD, F. J. (1998) "The body in theory." *Environment and Planning D: Society and Space* 16, pp. 387-400; LONGHURST, R. (1997). "(Dis)embodied geographies." *Progress in Human Geography* 21(4), pp. 486-501.

<sup>78</sup> McDOWELL, L. (2000) *Género, identidad y lugar*, Cátedra, Madrid, p. 62.

<sup>79</sup> HARVEY, D. (2000) *Spaces of hope*, Edinburgh University Press, Edinburgh, p. 97.

## La ciutat personificada

Potser una de les primeres vegades que se'm van fer evidents les implicacions de la personificació de la ciutat va venir llegint la Jane Jacobs, l'autora de *Muerte y vida en las grandes ciudades americanas*, una crítica molt coneguda de la teoria funcionalista urbana i que anunciava, ja l'any 1961, una lectura postmoderna de la ciutat. En una obra posterior, *La economía de las ciudades*, Jane Jacobs intentaria demostrar la possibilitat de la preexistència de la ciutat a l'agricultura desafiant la teoria dominant que el sorgiment de les ciutats fou el resultat del desenvolupament agrícola; en l'intent d'atorgar a les ciutats el protagonisme que la historiografia semblava haver-les-hi negat, aquesta obra era tan plena de frases com "les ciutats creixen o s'estanquen", "les ciutats han d'innovar"..., que el resultat obvi era que, en personificar la ciutat, de fet no es parlava de ningú i que es feien desaparèixer els protagonistes del que s'hi esdevenia.

Una "manera de parlar" molt utilitzada, d'altra banda i com és ben fàcil d'observar, en el llenguatge urbanístic actual, tal com assenyalava David Harvey quan carregava contra la ideologia de l'urbanisme actual, que presenta el procés urbà no com el "resultat" del desenvolupament polític-econòmic sinó com "l'actor", i les ciutats com a "agents" enlloc de com a "coses"<sup>80</sup>. És a través del llenguatge, doncs, que fàcilment es poden presentar els processos urbans absents de protagonistes, i el creixement i les transformacions físiques, ja no com un objectiu desitjable i desitjat per alguns, sinó simplement com un devenir natural de l'evolució de la ciutat tal com ho és per a qualsevol organisme viu.

Val a dir que les analogies orgàniques aplicades a la societat han estat utilitzades des de l'Antiguetat com a explicacions del món davant l'existència de problemes complexos que potser no podien explicar-se d'altra manera<sup>81</sup>. Les analogies orgàniques van agafar, com és ben conegut, l'empenta definitiva amb el triomf de les idees darwinistes en ciències socials i s'han continuat utilitzant fins avui, sobretot per la seva capacitat sintètica més que no analítica<sup>82</sup>. L'organicisme aplicat al fenomen urbà ha

---

<sup>80</sup> HARVEY, D. (1989). "From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism." *Geografiska Annaler* 71B(1), pp. 5-6.

<sup>81</sup> STODDART, D. R. (1967) "Organism and Ecosystem as Geographical Models", CHORLEY, R. i HAGGET, P (eds.) *Socio-Economic Models in Geography*, (Eds.), Methuen, London.

<sup>82</sup> Aquesta capacitat sintètica i el seu caràcter d'interpretació unitària del món han estat presentats com a arguments de pes per explicar l'extrapolació de l'obra de Darwin en el

donat lloc, igualment, a l'ús de multiplicitat d'analogies biològiques. Així, l'anatomia de la ciutat és la seva estructura; la fisiologia, el seu funcionament; les membranes o la pell, les parets que separen els edificis, que, de la seva banda, són les cèl·lules del cos urbà; la ciutat creix creant noves cèl·lules i lligams entre cèl·lules; de vegades comporta la incorporació d'altres organismes-ciutats; les analogies arriben a poder assimilar el creixement urbà amb el d'una comunitat biològica i fins i tot a fer ús de l'analogia metabòlica: la ciutat s'alimenta de nutrients i excreta deixalles<sup>83</sup>. Tal com va remarcar David Stoddart, però, una de les principals analogies orgàniques derivades de l'impacte evolucionista -i la més important en aquest context- és l'èmfasi en el canvi de forma a través del temps, expressat en l'analogia biològica de l'envelliment, segons la qual tots els organismes o organitzacions passen per diferents etapes des de la infantesa fins la vellesa. Una analogia ben familiar per als geomorfòlegs (el model d'evolució del paisatge de W.M. Davis és del 1909), una de les expressions que ha pres aquesta analogia aplicada a la ciutat és el model de cicle de vida de les ciutats, a mig camí entre l'analogia orgànica i l'anàlisi d'empresa, ja que es basa en el concepte de cicle de vida del producte, combinant la visió evolucionista amb el paper del mercat. Es sosté així que un producte passa per diferents fases segons la seva posició en el mercat; els canvis en l'entorn fan que el producte vagi variant la seva capacitat de venda, els seu preu, el sorgiment de competidors... i d'aquest diagnòstic en surt l'anàlisi per a la presa de decisions. Gairebé el mateix esquema és aplicat a les ciutats.

El concepte de cicle de vida aplicat als processos urbans ja havia estat utilitzat per J. Forrester als anys 60 a partir dels mètodes de la dinàmica industrial desenvolupats al Massachusetts Institute of Technology, com a model explicatiu i, també, en posar en joc diverses variables, com a model de simulació de l'evolució urbana i, per tant, com a instrument per al disseny de polítiques d'actuació. Però, d'altra banda, el model de cicle de vida pot ser contemplat, ja no des de la perspectiva de la seva utilitat i el seu grau d'adequació als problemes reals, sinó com a legitimació ideològica d'un model econòmic. El model de cicle de vida presenta el creixement econòmic com a desitjable *per se*, ja que una situació de no creixement és presentada com una situació de crisi, vellesa i decadència. En aquest sentit, el model -preludi, per exemple, per a justificar la

---

pensament social (OVEJERO, F. (1987). *De la naturaleza a la sociedad*. Barcelona, Península, p. 182)

<sup>83</sup> DOUGLAS, I. (1981) "The city as an ecosystem", *Progress in Physical Geography*, (5)3.

necessitat d'una planificació estratègica<sup>84</sup> - legitima el creixement econòmic de la ciutat com a necessitat general de la societat més que com l'interès de certs sectors i contribueix, per la simplicitat inherent a tot esquema evolucionista, a la creació i difusió de la "ideologia del creixement".

L'analogia de la ciutat amb el cos, que no és res nou ni res alié a la nostra tradició científica, ha estat portada, però, molt més enllà en temps recents, a causa, precisament, de l'interès que ha despertat la recuperació de la corporealitat i la introducció de teories feministes en les ciències socials. D'Elisabeth Grosz és un article teòric-especulatiu que ha estat molt citat i criticat, i que portava com a títol, precisament, "Cossos-Ciutats", on establia les relacions entre un i altre: "...la ciutat es crea i es recrea en el simulacre del cos, i aquest, a la vegada, es transforma, es "ciutadanitza", s'urbanitza com un cos característicament metropolità"<sup>85</sup> i on, en definitiva, no feia sino remarcar la relació bidireccional entre espai i societat, caient, si per cas, en l'error de canviar inadvertidament d'escala i minimitzar, per tant, el paper de les estructures socials, econòmiques i polítiques. Així ho assenyalava David Harvey, a qui més aviat enutjava l'analogia portada al punt de parlar de la ciutat com si fos una "cosa" idèntica al cos<sup>86</sup>. McDowell ha destacat, per altra banda, la importància del treball de Richard Sennett en el traçat de les analogies entre el cos i la ciutat, "una història de la ciutat contada a través de l'experiència corporal de las personas"<sup>87</sup> i on demostra com les idees sobre el cos (sobre la seva perfecció, sobre el seu funcionament o sobre les seves impureses) s'han anat reflectint en el disseny i en la lectura de les ciutats al llarg de la història.

És en el context d'aquestes diverses línies de pensament en el que m'he anat plantejant l'anàlisi d'un seguit d'imatges sobre les transformacions de Barcelona i on hem pogut advertir l'existència de moltíssims exemples de personificació que no són sinó, de fet, transposicions metonímiques en designar certes continguts o certes

---

<sup>84</sup> Tal com feia, per exemple, Manuel de Forn en la presentació dels plans estratègics urbans (FORN, M. (1989) "Evolución de la planificación y programación de las Administraciones Públicas. Los Planes Estratégicos", *CEUMT: Planes estratégicos. La ciudad y su futuro*, pp. 29-35.)

<sup>85</sup> GROSZ, E. (1992) "Bodies-Cities" en *Sexuality & Space*, (Ed. COLOMINA, B.), Princeton Architectural Press, Princeton, p. 242.

<sup>86</sup> HARVEY, D. (1996) *Justice, Nature & the Geography of Difference*, Blackwell Publishers, Cambridge, Mass, p. 278.

<sup>87</sup> SENNETT, R. (1994) *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Alianza, Madrid.

persones de la ciutat, per "la ciutat". "Barcelona no pot seguir...", "Barcelona es prepara per....".

En l'ús d'aquesta personalització absenta de protagonistes, hi havia fonamentalment, l'ús de dos missatges clars. En primer lloc, la presentació d'una Barcelona personificada i seqüenciada, que assoliria de representar la ciutat com un agent i, a més, amb capacitat d'actuar i d'assolir resultats. En la sèrie "Barcelona guanyarà"- "Barcelona ha guanyat" [foto] o en la "Barcelona, posa't guapa", "Barcelona es posa guapa" s'assolia precisament de presentar aquesta capacitat d'actuació d'una ciutat personificada.

Segon Cinturó i Cinturó Litoral:  
1.500.000 vehicles podran circular  
per la ciutat amb tota comoditat.



**Barcelona guanyarà.**

Aquest és el projecte més ambiciós per al trànsit de Barcelona des dels anys 60: dos Cinturons que envoltaran la ciutat per dall i per tal i seran una millora tan gran com absolutament necessària per a la circulació.

Els Cinturons consistiran en dos carterals i tres laterals, sense semàforos, en centres zones, a través un nou carril central i un altre lateral.

Així s'aconseguirà reduir gradualment la pressió de la circulació al centre de la ciutat en un 15-20%, a causa de la redistribució del trànsit que entra per les autopistes. Un exemple dels avantatges dels Cinturons és que es podrà anar de la Meridiana a la Plaça sense un sol semàfor, i en un temps de mitjana d'11 minuts (contra els 30,7 minuts de mitjana actual).

A més, arreu dels Indrets per on passen els dos Cinturons s'aconseguirà tota una sèrie d'altres millores. En primer lloc, la creació de grans zones d'aparcament als costats, connectades amb les estacions de Metro. I també la urbanització i equipament de les zones que travessa, a més d'una galèria per on passaran totes les conduccions de l'aigua, el gas, l'electricitat, el telèfon i altres serveis municipals; així s'aconseguirà no haver de moure's amb cada obra els veïns que s'han de treballar en aquestes condicions.

I és que estem treballant ara perquè, el 93, el trànsit sigui de tot.

Ajuntament de Barcelona

73

PUBLICITAT



Tram Central del Cinturó Litoral:  
el primer gran pas per a la millora  
del trànsit a la ciutat.



**Barcelona ha guanyat.**

Ja estem acabant algunes de les obres contemplades per a la millora de la ciutat.

L'aparcament dels Trams del Cinturó Litoral.

Un tram de dos quilòmetres i mig, en part a l'interior i en part subterrània, que representa una gran millora per al trànsit a la ciutat.

I és que aquest tram central és una de les obres que, abans de 1992, ja hauria estat entre totes.

12 Cinturó Litoral així com a 999.000 vehicles per dia (1980).

Ajuntament de Barcelona

73

El segon missatge consistia en la presentació d'una Barcelona socialment compacta que era identificada amb el "cos" de la ciutadania ("Gràcies, Barcelona", "Barcelona som tots", "Ho estem aconseguint") i que perseguia presentar una ciutat-bloc on les diferències no eren rellevants. Classificar la pluralitat en un món-bloc és sempre una de les principals funcions ideològiques dels continguts dels missatges emesos pels mitjans de comunicació, tal com ha assenyalat el mateix Stuart Hall<sup>88</sup>.

<sup>88</sup> HALL, S. (1977) "Culture, the Media and the 'Ideological Effect'" en *Mass Communication and Society*, (Eds. CURRAN, J., et al.), Edward Arnold - The Open University Press, London, pp. 315-348.

Aquests exemples mostren amb claredat que la personalització no és una només una manera de parlar, no és una simple metàfora per il·lustrar un concepte sinó que intervé en la seva mateixa producció<sup>89</sup>, en aquest cas, d'una Barcelona en la que, o bé no hi ha ningú, o bé hi és tothom d'una manera indiferenciada, deixant en una discreta penombra els protagonistes reals de les transformacions.

### **Un cos per millorar**

Als mitjans de comunicació els agrada en els darrers anys afirmar que els occidentals estem immersos en la “cultura del cos”, una cultura que, d’existir, ells mateixos no deixen de fomentar. Sembla que, per a molts, un dels principals objectius de la nostra vida s’ha convertit en tenir un cos sà, esbelt, proporcionat, harmònic, desitjable... i que per aconseguir-lo estem disposats a fer dieta, a anar al gimnàs, a comprar productes de tota mena que ja se sap que tenen uns efectes limitats però per si de cas, que fem els impossibles per amagar les imperfeccions dels nostre cos amb maquillatges o vestits *ad hoc*, i que quan res no funciona, som fins i tot capaços de passar pel quiròfan per tal d’obtenir els resultats desitjats. El fet és que, si en el passat les variacions del cos eren, sobretot, el producte del pas del temps, avui tenim a la mà o, si més no, tenim com una mena d’il·lusió prometeica de disposar dels instruments per esborrar-ne la seva empremta. Però no es tracta de congelar el cos, de preservar-lo immutable. Al contrari, la nostra aparença pot ser modificada moltes vegades i de moltes maneres, algunes tan dràstiques que poden fer-nos fins i tot irreconeixibles. Ho diu McDowell quan afirma que "un cos desitjable s'aconsegueix també amb els avenços quirúrgics que permeten eliminar, reformar, arranjar i ocultar. En aquest sentit, el cos s'ha convertit per a molta gent en un objecte molt més variable i moldejable que abans"<sup>90</sup>. La cirurgia, la intervenció més agressiva sobre el nostre cos, reservada fins fa poc per a les enfermetats que no es podien guarir d'altra manera, esdevé ara una possibilitat més de transformació, i s’esvaeix, de fet, la diferència entre un cos malalt i un cos simplement “imperfecte”.

---

<sup>89</sup> BEST, S. (1995) "Sexualizing space" en *Sexy bodies. The strange carnalities of feminism*, (Eds. GROSZ, E. y PROBYN, E.), Routledge, London, p. 186.

<sup>90</sup> McDOWELL, L. (2000) *Género, identidad y lugar*, Cátedra, Madrid, p. 64

De manera sorprenentment anàloga, la ciutat-cos també és tractada com a susceptible de ser millorada a través d'intervencions "quirúrgiques" urbanístiques i la ciutat ha podut ser presentada com un cos malalt/imperfecte que cal guarir o millorar a partir de la millora d'algunes de les seves parts. Oriol Bohigas parlava de metastasi per a referir-se a l'efecte de focus difusor de la regeneració de certs espais i el "nou urbanisme" es així descrit com “un urbanisme metastàtic, estratègic i reconstructiu, recolzat prioritàriament en la formulació de l'espai públic, perquè és el que opera més immediatament segons aquests objectius”<sup>91</sup>. Metastàtic (la “troballa” d'aplicar el terme a l'urbanisme és deu al filòsof Xavier Rubert de Ventós), perquè “una sèrie d'actuacions facin de focus regeneradors del seu entorn”, estratègic perquè “perquè la metastasi es produeixi d'una manera eficaç i positiva, cal que la “infecció” inicial s'apliqui en els punts neuràlgics i significatius del barri, de la ciutat, de la metròpoli”, i reconstructiu perquè “construir en allò construït, millorar l'existent, transformar, modificar, rehabilitar, resignificar, subratllar o crear identitats són els objectius ara més clars i més importants”.

L'escriptor Vázquez Montalbán utilitzava també, encara que amb un sentit ben diferent, la metàfora quirúrgica per a descriure una ciutat envaïda per cossos saníssims durant la celebració dels Jocs Olímpics: “Una ciudad ocupada por gente disfrazada de saludable puede llegar a ser insoportable y más insoportable todavía si, a causa de los Juegos Olímpicos, la ciudad se ha hecho la cirugía estética y de su rostro han desaparecido importantes arrugas de su pasado”<sup>92</sup>. I el crític d'art Robert Hughes portava encara molt més lluny, o com mínim, ho fèia de manera molt més explícita, el paral·lelisme entre cos i ciutat quan apuntava als travestits que es dediquen a la prostitució en una àrea "sense batejar i sense asfaltar" entre el Camp del Barça i la Zona Universitària com una metàfora de les obsessions de la ciutat: "Se encuentran en el filo cortante -por decirlo de algún modo- del diseño catalán. En efecto, en su devoción sacrificial se erigen como lo verdadero, representan el *ésser autèntic* de la lucha de Barcelona por rehacerse. Mientras el cambio de guardia constituye para el turismo de masas uno de los símbolos de Londres, en el caso de Barcelona el equivalente es el cambio de cuerpo. Ese cambio ha requerido innumerables operaciones prolongadas y en

---

<sup>91</sup> BOHIGAS, O. (1987) "Metàstasi i estratègia" en *Barcelona espai i escultures (1982-1986)*, (Ed. DIVERSOS), Ajuntament de Barcelona, Barcelona, p. 12.

<sup>92</sup> VAZQUEZ MONTALBAN, M. (1993) *Sabotaje olímpico*. Barcelona, Planeta, p. 12.

ocasiones dolorosas, acompañadas de una obsesión por desafiar las normas y de cierta repulsa por parte de la gente de mentalidad conservadora"<sup>93</sup>.

L'àrea sense nom a la que Hugues al·ludia com a "Via Litúrgica" constitueix avui un paisatge que, des de l'oscaritzada pel·lícula d'Almodóvar *Todo sobre mi madre*, molts identifiquen com a típicament almodovarià. La pel·lícula, que transcorre en bona part a Barcelona i que utilitza abastament elements del paisatge urbà barceloní, no suggereix pas, de manera directa, una identificació entre cos i ciutat, encara que transexuals i espais urbans es fonguin, amb una presència visual molt forta, i constitueixin una part fonamental de l'argument. De fet, els espais de la “nova Barcelona”, la Barcelona transformada, eren completament absents, i més d'un deuria pensar en l'oportunitat perduda de promocionar aspectes concrets de la ciutat, encara que, després de tot, el que comptava era que s'identifiqués amb claredat la ciutat, cosa que s'aconseguia de la millor manera possible amb l'ús de retalls modernistes. Les transformacions espacials eren, per tant, absents i la pel·lícula dibuixava més aviat el contrast entre la seguretat i la previsibilitat de l'espai privat -simbolitzat en la reiteració d'elements modernistes- front a la sordidesa i conflictivitat de l'espai públic -espais degradats o sense urbanitzar on campen, treballen, estimen i pateixen (viuen, en definitiva) els protagonistes de la pel·lícula.

## **Un cos femení**

D'entre els dualismes que caracteritzen el pensament occidental, al menys des de la Il·lustració (cultura/natura, raó/passió, públic/privat, producció/reproducció, occidental/oriental, casa/treball, negre/blanc, bo/dolent), destaca també el dualisme ment-cos. Pel pensament feminista, tots els dualismes es generen a partir d'una construcció de gènere. En el dualisme ment/cos, la ment ocupa el lloc privilegiat, i és la idea que continua essent la dominant en la cultura occidental. Així, per a Grosz, la ment s'ha correlacionat tradicionalment amb aspectes positius com la raó, la consciència, l'interioritat, l'activitat i la masculinitat; el cos, en canvi, s'ha associat amb termes negatius com passió, no-consciència, exterioritat, passivitat i femineïtat. Encara un altre dualisme sembla, per autors clàssics del feminisme com Kristeva o Irigaray,

---

<sup>93</sup> HUGHES, R. (1992) *Barcelona*, Anagrama, Barcelona, p. 74.



funcionar en aquest sentit: l'espai seria una experiència femenina, mentre que el temps seria típicament masculí<sup>94</sup>, el que aportaria alguna clau més, potser, per entendre el predomini tradicional del temps sobre l'espai en les ciències socials<sup>95</sup>

Si la ciutat és un cos, i si el cos és una dona, ¿podriem continuar i afirmar que la ciutat és una dona? El silogisme sembla, potser, forçat però alguna cosa hi deu haver quan les representacions de la ciutat mostren una tendència clara a utilitzar formes femenines. La historiadora de l'art Sue Best ha examinat les maneres en les que l'espai és concebut com una dona a diferents escales: el món, la nació, la regió, la ciutat, la casa... i com aquests espais són sovint personificats com a dones. Països sencers s'encarnen en una dona (per exemple, la Marianne de la República francesa) i les tres grans capitals dels segles XIX, XX i XIX (París, New York i Los Angeles, respectivament) són totes tres dones<sup>96</sup>. En aquest sentit, l'espai urbà és femení gairebé per definició. I la ciutat, com a espai femineitzat, compta amb diverses connotacions que he intentat de resseguir a través de l'anàlisi d'algunes imatges de Barcelona.

En primer lloc, l'espai femineitzat sembla suggerir la producció d'una entitat clarament definida, familiar i segura que, perquè és femenina, és dòcil o susceptible de ser dominada<sup>97</sup>; en termes urbans, susceptible de ser controlada, de ser intervinguda, de ser modificada. A Barcelona, una representació ben curiosa de la ciutat com a dona és el dibuix de Roser Capdevila, il·lustració del capítol “Barcelona fa salut” del “manual d'urbanitat”<sup>98</sup> que es reproduïx a la pàgina següent. En el dibuix, Barcelona és una dona estirada a la vora del mar (“de riu a riu estesa” com hauria dit el poeta). La cara - com les façanes de la campanya d'embelliment de la ciutat- està sent sotmesa a un rentat (escombrat, pintat); les palmeres que hi ha per tota la ciutat en són els cabells; la Sagrada Família n'és una mena de diadema o corona; les rondes en són els braços; els dipòsits de gas d'Horta (que havien estat coneguts popularment com “els ous d'en Porcioles”) els pits; el túnel de Vallvidrera, potser el melic; la muntanya del Tibidabo, el cul o la panxa; Montjuïc, el genoll; la Zona Franca, els peus. La torre de

---

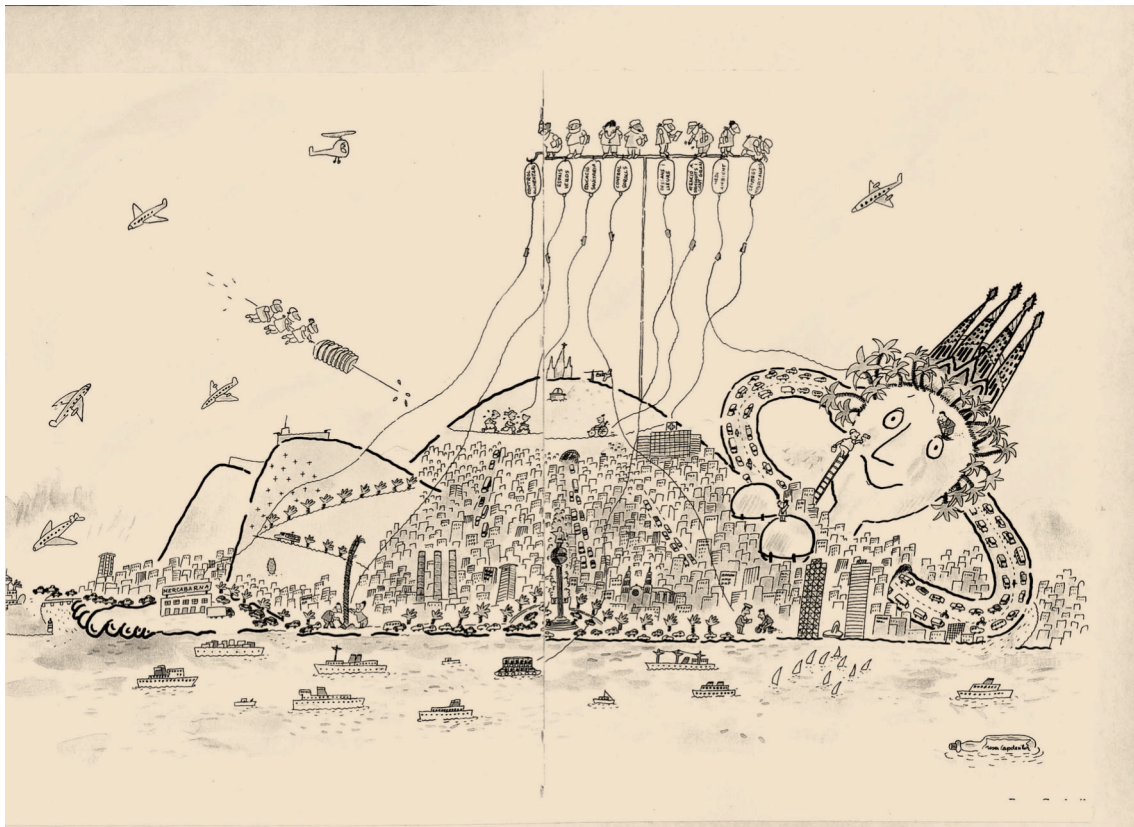
<sup>94</sup> BEST, S. (1995) "Sexualizing space" en *Sexy bodies. The strange carnalities of feminism*, (Eds. GROSZ, E. y PROBYN, E.), Routledge, London.

<sup>95</sup> SOJA, E. (1989). *Postmodern Geographies*. London-New York, Verso.

<sup>96</sup> BEST, S (1995) *op. cit.*

<sup>98</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA (1993) *Civisme i urbanitat*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, pp. 70-71. Va ser Gary McDonogh, molt atent a tot el que s'esdevé en aquesta ciutat, qui em va cridar l'atenció sobre aquest dibuix.

telecomunicacions de Collserola és una xeringa (com se la va conèixer popularment durant un cert temps) a punt de ser injectada (el dibuix il·lustra un capítol sobre qüestions mediambientals a través del símil amb la salut d'una persona), mentre una colla d'infermers (l'administració local?) alimenten mitjançant flascons de perfusió diversos aspectes mediambientals. En aquesta dibuix es barreja la imatge del cos malalt per guarir/millorar amb la de la docilitat d'un cos que s'ho deixa fer tot, ja no amb resignació, sinó fins i tot de bon grat.



El cos femení ha estat concebut, com ja es podia veure en el dibuix de R. Capdevila, com una superfície susceptible de decoració: "En nuestra cultura no ha quedado sin tocar o alterar una sola parte del cuerpo femenino [...] De los pies a la cabeza, todas las



faccions del rostre de una mujer, todas las zonas de su cuerpo están sometidas a modificaciones, en un proceso continuo, repetitivo y vital para la economía, que es la esencia de la diferenciación hombre-mujer..."<sup>99</sup>. Aquesta idea d'una dona que s'arregla, maquilla... o, millor, que s'ha d'arreglar, de maquillar... era la utilitzada recurrentment en la campanya "Barcelona, posa't guapa" de millora del paisatge urbà<sup>100</sup>

En aquest anunci, per exemple, publicat a la revista municipal *Barcelona, metròpolis mediterrània* (núm. 10, 1988) es feia ús explícit de la metàfora del

maquillatge (Barcelona encarna, un cop més, l'estètica i els valors femenins en la publicitat); tan clara és la metàfora, que el publicista s'ha estalviat fins i tot el text, i la imatge de la "La Pedrera" sotmesa a l'efecte de brotxes, pinzells i colorets és entenedora per si mateixa. L'equiparació literària de la ciutat amb una dona és, també, ben tradicional en el cas de Barcelona (la més coneguda, sens dubte, la de Joan Maragall en la seva "Oda a Barcelona"<sup>101</sup>); però el que ja no és tan corrent és que elements de la ciutat prenguin forma física de dona (per exemple, les façanes en són la cara). Fins i tot el logotip de la campanya "Barcelona, posa't guapa" acabà per adoptar

<sup>99</sup> DWORKIN, A. (1974) *Woman-Hating*, New York, Dutton, pp. 113-114, citat per McDOWELL, L. (2000) *Género, identidad y lugar*, Cátedra, Madrid, p. 72.

<sup>100</sup> És ben curiós d'observar que, quan una campanya com aquesta ha estat "exportada" a una altra ciutat, se n'ha exportat també un eslògan típicament "femení": aquest és el cas de "Reus, fes goig", una campanya per a l'embelliment del paisatge urbà, calcada de la barcelonina, que s'encetà el 2001 (*Diari de Tarragona*, 18-08-2002).

<sup>101</sup> "... ets alta i airosa i fas molta planta..." (MARAGALL, J. (1929). *Obres completes*. Barcelona, Sala Parés Llibreria, orig. 1911)

una cara femenina amb rajoles de “panot”, les típiques de les voreres barcelonines, com a ornaments.



Finalment, una darrera representació femenina de Barcelona la constitueix la idea d'una dona seductora i que deixa bocabadat a l'estranger. No és ni molt menys una representació exclusiva de Barcelona; la ciutat com a cos femení i sensual era, per exemple, el que trobava Denis Cosgrove en analitzar les representacions de Venècia com a símbol femení, en les que la sensualitat era un element central de la seva imatge que perdura encara avui<sup>102</sup>. En el cas de Barcelona, es tractava, de manera més específica, de remarcar com els canvis, les intervencions, n'havien augmentat l'atractiu; la imatge de la Barcelona "que es posa guapa" es la d'una ciutat més atractiva i seductora, de la que els propis ciutadans se n'han de n'enorgullir (com quan un home se n'orgulleix de *la seva* pròpia dona quan, després d'arreglar-se, "fa goig" i, a sobre, li diuen!) i que enlluerna els foranis amb una bellesa que no havia estat prou advertida. Es podia comprovar com es fomentava aquesta idea a través del tractament del reconeixement internacional de la transformació de la ciutat per part de la premsa (veure capítol 6) i es podia veure també en alguns altres exemples concrets en els que es ressaltava, ja no aspectes concrets, sinó l'atractiu global (personal) de la ciutat. Potser un dels casos on la interpretació era més òbvia és quan, en els *spots* televisius de la campanya "Barcelona posa't guapa" del 1992, personalitats locals com la presentadora de televisió Júlia Otero, el rocker Loquillo o la model Judit Mascó donaven testimoni de les millores de la ciutat, mentre les imatges mostraven les façanes embellides gràcies a la campanya, i de fons sonava, com a eslògan repetitiu, una rumba de Peret, un "piropo" dels més definitius: "No se pué aguantar, no se pué aguantar. No se pué

---

<sup>102</sup> COSGROVE, D. (1982) "The myth and the stones of Venice: an historical geogrpahy of a symbolic landscape." *Journal of Historical Geography* 8(2), p. 163

aguantar, no, no. No se pué aguantar”. Les rumbes de Peret que es van utilitzar en el context de la Barcelona del 92 van donar molt de joc en aquest sentit. Fins i tot, la “Barcelona tiene poder” que Peret cantava en plena apoteosi olímpica, i de la que, de vegades, se n’ha fet una lectura en el sentit de “poder financer, poder empresarial, poder competitiu” (veure capítol 6), tenia també, i sobretot, una lectura de gènere: “Gitanita, hechichera, marabú...” evoca més el mite de Carmen que no les altes finances encara que, després de tot, en el context dels processos de reestructuració urbana, potser no es tracti de coses tan diferents.

Com deïa en començar el capítol, pot semblar que només es tracti d’una “manera de parlar” però les personalitzacions de la ciutat, els diversos exemples de presentació com un cos femení, actuen amb una gran efectivitat a l’hora de naturalitzar el que és social. Precisament, en la seva aparença inòcua rau la seva força. De fet, tots els discursos que fan referència a cossos biològics han servit sempre, com es va veure clarament en els pitjors excessos del darwinisme social, per a naturalitzar el que, de fet, és una producció social. En el cas de la ciutat, es tracta de contribuir a l’efectivitat dels processos de reestructuració urbana amb un element més de legitimació, ja no per la via de la creació de consens social (veure capítol 5), sinó de la naturalització de les transformacions, que queden, d’aquesta manera, fora de qüestió.



## 4

### La ciutat revitalizada

“Aquí restauren fatxades,  
aquí col·loquen fanals,  
per la dreta sots i pals,  
per l'esquerra canonades,  
més amunt penja un tauló,  
més avall hi ha banderoles  
i sorra i pedra i rajoles...  
i tot per l'Exposició”  
(C. Gumà, 1888)<sup>103</sup>

“París és una torre de ferro, Londres és un rellotge, Atenes és una fila de columnes sense sostre, Roma és un circ escapçat, Berlín és una porta massa temps tancada, Figueres són els ous d'en Dalí i Nova York és una pila de gratacels atapeïts i esprimatxats, que es trepitgen i s'empenten per veure quin és el més alt”<sup>104</sup>. El cronista havia trobat amb facilitat la imatge de postal de totes aquestes ciutats però es veïa incapaç de fer el mateix amb la pròpia. No podia trobar un únic símbol que identificués la seva ciutat i ho atribuïa a l'allau de construccions simbòliques que estava generant la Barcelona olímpica. La seva pròpia ciutat li apareixia com a massa complexa, “polièdrica”, i no podia aïllar *una* única imatge que l'identifiqués. El ritme amb que es venien produint les transformacions a Barcelona a finals dels anys 80 era, sens dubte, trepidant, i la producció d'imatges que acompanyaven aquest procés per tal de proporcionar-ne una lectura, una explicació i una legitimació era, així mateix, vertiginós. No és d'estranyar que Barcelona semblés molt més que la Sagrada Família i, al mateix temps, no es sabés ben bé amb què identificar-la.

En els processos de reestructuració urbana, la producció d'imatge de la ciutat esdevé un element central en les estratègies de revitalització; per això, és fàcil trobar una gran quantitat d'imatges relacionades amb la revitalització com a procés global,

---

<sup>103</sup> GUMÀ, C., pseudònim de Juli FRANCESC GUIBERNAU (1856-?): *L'Exposició Universal de Barcelona. Humorada agredolça en vers*. Llibreria espanyola de Lopez Editor. Barcelona, 1888. Citat a *Barcelona a l'escola 4. Paisatges i ambients barcelonins. Selecció de textos literaris dels segles XVIII, XIX i XX*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 1991, p. 72.

<sup>104</sup> CULLELL, P. (1990) “La Barcelona polièdrica”, *Avui*, 22 de setembre de 1990.

imatges destinades a mostrar, per sobre d'altres consideracions, una "ciutat revitalitzada". Tal com assenyalava Giuseppe Dematteis, les imatges de transformació física de la ciutat són especialment rellevants en aquest context: "les imatges urbanes - internes i externes- més eficaces son aquelles que prenen la forma -dissenyada o discursiva- d'un projecte de transformació física de la ciutat"<sup>105</sup>. En aquest capítol pretenc mostrar, en primer lloc, com la reconstrucció (en el sentit físic del terme) ha estat utilitzada com a símbol de la revitalització i, en segon lloc, com l'esforç per construir una imatge de marca de la ciutat ha passat per atorgar un paper molt important a l'anomenat "nou urbanisme".

## **La reconstrucció de la ciutat com a espectacle**

Les obres de construcció, independentment de la seva escala i rellevància, sempre acostumen a despertar una notable curiositat. Quan a la ciutat s'està realitzant alguna obra és ben freqüent que hi hagi algun observador que intenti immiscuir-se, si més no amb la mirada, en un espai acotat per les tanques. Multiplicant aquesta imatge fins l'infinit, s'obtindria una visió força aproximada del que s'esdevenia a la Barcelona preolímpica. Els matins de diumenge, quan la major part dels treballs s'aturaven i l'oci dels ciutadans ho permetia, els carrers s'omplien de famílies senceres que, passejant entre sots, taulons i blocs de formigó, assistien a l'espectacle de les obres. Aquesta és, naturalment, una impressió subjectiva -per bé que probablement compartida per molts barcelonins- i que no ha estat contrastada, que jo sàpiga, amb una anàlisi sobre el comportament dominical dels ciutadans durant els mesos previs a la inauguració dels Jocs Olímpics. I, tanmateix, el caràcter subjectiu de l'anterior afirmació, susceptible d'haver estat manipulada pels mitjans de comunicació, és ben interessant quan és té en compte que aquesta idea de frenètica activitat constructora va donar lloc a una imatge institucionalitzada. D'una banda, la premsa no només va difondre una imatge on la pols i el caos circulatori derivats de les noves construccions podien arribar a identificar-se com a elements positius i gratificants pels ciutadans que es desplaçaven per veure-les, sinó que molt probablement va contribuir, proporcionant les dosis adequades de suspens

---

<sup>105</sup> DEMATTEIS, G. (1995) "Immagine e identità urbana: metafore spaziali ed agire sociale." *CRU (Critica della razionalità urbanística)*(3), pp. 88-93. (*Critica della razionalità urbanística*), 3, p.92.



sobre l'acompliment dels terminis i de catastrofisme mesurat i transitori sobre les molèsties ocasionades als ciutadans, i discutint la qualitat o la funcionalitat dels nous espais, a engrandir la clientela de l'espectacle. D'una altra banda, no cal dir que els exemples d'institucions que han utilitzat les obres com a símbol de revitalització, han estat molt abundosos. A continuació es mostren alguns exemples de com la revitalització urbana va passar, també, per la presentació d'una ciutat en obres.

A la Barcelona preolímpica, durant mesos -fins que es va fer malbé-, a la sortida de l'aeroport del Prat, una tanca publicitària firmada pel llavors Patronat Municipal de Turisme i l'Ajuntament de Barcelona deia "Welcome to the greatest urban development project in Europe", un eslògan que seria posteriorment utilitzat també en d'altres ciutats com Lisboa o Berlín.



(Foto: Núria Benach)

La juxtaposició de la figura tridimensional d'un casc de construcció (la "O" de "Welcome") com a única il·lustració amb la frase esmentada -en anglès- semblava adreçar-se als visitants a no deixar-se enganyar per la pols i les grues, i a adonar-se de què, realment, es trobaven davant d'un gran espectacle, el major d'Europa. Els espais construïts constitueixen un element de comunicació de primer ordre, especialment rellevant en el cas de les polítiques revitalització. Briavel Holcomb ha fet notar la notable tendència a l'homogeneïtat existent en els nous espais construïts en les ciutats

revitalitzades (“l’aparell de revitalització standard”). La “col·lecció de trofeus” al que aspiren totes les ciutats, segons l’standard nord-americà perfectament assumit en el continent europeu, estaria constituït per elements com un centre comercial en el *downtown*, noves torres d’oficines, un districte històric restaurat, un parc en el front marítim, etc. a la qual cal afegir, idealment, algun element distintiu, relativament fàcil d’aconseguir en termes quantitius: l’aquari més gran del món, el centre comercial més gran del món...<sup>106</sup>. A Barcelona, on la col·lecció de trofeus és gairebé completada, ha existit una forta obsessió en comunicar els “primers llocs” simbòlics assolits: els espais públics *més ben dissenyats* del món els Jocs Olímpics *més ben organitzats* de la història..., l’aquari *més gran d’Europa*<sup>107</sup>, fins i tot es continua utilitzant la figura d’un envellit “Floquet de Neu”, *l’únic* goril·la albi del món. I, en aquest context, en el que creix la necessitat de buscar distincions per part d’unes ciutats revitalitzades cada cop més homogènies no només quant a la seva aparença sinó també quant als seus repertoris promocionals, en el cas de Barcelona, la magnitud de les mateixes obres en curs arribà així a constituir-se en un element de distinció, d’atractiu comparable a “el major estadi d’Europa” o “el major aquari del món”. És qüestionable que l’audiència de l’eslògan d’aquella tanca, malgrat que el missatge fos en anglès, fos constituïda principalment pels visitants estrangers (idioma apart, els millor preparats per a entendre el missatge eren els propis ciutadans locals, coneixedors de la situació i als que els podia caldre alguna legitimació de les molèsties ocasionades). Però si aquest hagués estat el cas, el resultat hauria estat que, junt als temes clàssics de foment del turisme (basats fonamentalment en la riquesa històrico-monumental), es cridava llavors als visitants a contemplar l’espectacle de la reconstrucció de la ciutat, un atractiu més d’una ciutat que, en aquell moment, era visitada sobretot per professionals.

---

<sup>106</sup> HOLCOMB, B. (1994) "City make-overs: marketing the post-industrial city" en *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to sell Towns and Regions*, (Eds. GOLD, J. R. y WARD, S. V.), John Wiley and Sons, Chichester, pp. 115-131.

<sup>107</sup> Tal com deia el titular de la notícia que anunciava la inauguració del nou aquari al port vell de Barcelona (*Barcelona Informació*, núm. 9, juliol 1995).



(Foto: Núria Benach)

El casc d'obra com a símbol de construcció i, per extensió, com a símbol de revitalització tornava a ser utilitzat també més recentment, com en les banderoles que al carrer anunciaven l'exposició "D'aquí al 2000" el gener del 1996, encara que en aquest cas els casc enlaire -evocació clara de les cerimònies de graduació- semblen celebrar més aviat la fi de les obres, símbol per tant de ciutat ja revitalitzada. No deixa de ser força paradoxal, però, que un objecte tan poc "distingit" com un casc de construcció s'utilitzi precisament com a objecte de distinció, connotant la transformació de la ciutat; alhora, el fet que no hagi estat tan àmpliament utilitzat com, per exemple, les grues o els edificis a mig fer, podria ser explicat per una major dificultat de decodificació, que podria identificar un casc de construcció amb un treball poc qualificat.

Hi ha moltíssimes altres mostres que han utilitzat frases semblants a la que s'emprà en la tanca de l'aeroport. La mateixa idea, per exemple, era la que expressava el reportatge publicat a la revista municipal *Barcelona 10* el 1991 sota la capçalera genèrica de "Repàs dels canvis urbanístics" titulat "Quan les obres ja comencen a veure el final" que era profusament il·lustrat amb fotografies de grans infraestructures en procés de construcció (Cinturó del Litoral, Vila Olímpica...): "La magnitud de l'obra que s'està fent a Barcelona és de les més grans d'Europa. Això és així sobretot en els carrers i vies ràpides de comunicació. Però també pel que fa a les noves instal·lacions esportives, culturals, les noves àrees de centralitat, etc"<sup>108</sup> [cursiva afegida]

<sup>108</sup> *Barcelona 10*, núm. 58, febrer 1991.

Diversos anuncis publicats a la premsa també han fet un ús extensiu d'aquesta imatge. "La mayor concentración de obra pública de toda Europa"<sup>109</sup> era acompanyada d'una il·lustració que presentava un interminable paisatge de grues de construcció. "Contempla el mayor proyecto europeo hoy"<sup>110</sup>, que anunciava l'exposició "Barcelona, la Ciutat i el 92" afegia, a l'atractiu quantitatiu de ser el "projecte més gran", una vista dels dos gratacels de la Vila Olímpica en procés ben notori de construcció.

Encara d'altres mitjans han difós la imatge de l'atractiu de les obres. Durant els Jocs Olímpics del 92, una de les imatges més difoses per la televisió, al marge de les esportives, era un espectacular vídeo d'imatges animades, patrocinat pel Holding Olímpic<sup>111</sup>, on espais buits o obsolets es convertien en instants en les brillants edificacions que van ser després. Es tracta, si es vol, d'una reinterpretació postmoderna de la vella però sempre efectiva tècnica publicitària de "l'abans i el després", on l'atenció no era atreta per la comparació, sinó pel vertiginós procés de transformació<sup>112</sup>, en aquest cas de construcció.

També Pasqual Maragall, alcalde olímpic la ciutat, ha mostrat l'abast de la metàfora de l'activitat constructora en el següent fragment del discurs que, com cada any, va oferir en el Col·legi de Periodistes de Barcelona com a balanç de l'any 1990: "Fa un any tot això era diferent. Ara és un moment únic. Quan mirem aquests llibres magnífics que ara estan apareixent, com *Retrobar Barcelona* i la història del port de Maria Aurèlia Capmany, o quan veiem l'exposició del "Quadrat d'Or", ¿no voldríem tots ser en el moment del canvi que aquelles imatges descriuen? Doncs bé, ¡ara hi som! ¡Visquem-lo! ¡Omplim-nos les retines d'imatges!"<sup>113</sup>.

---

<sup>109</sup>Anunci de HOLSA (Holding Olímpic SA) publicat el 25.07.90 al diari *El País*.

<sup>110</sup>Anunci de l'Ajuntament de Barcelona, HOLSA i Olimpíada Cultural publicat a *El Periódico* el 20.01.91.

<sup>111</sup>*Transformació d'una ciutat olímpica. Barcelona 1986-1992*, video patrocinat per HOLSA i produït per Clara Films i Oframe Store, Barcelona, 1992 i que ha estat utilitzat posteriorment amb una gran freqüència. Una part de les imatges contingudes en aquest video van ser reproduïdes en el video *Imágenes de los Juegos* que el diari *La Vanguardia* va oferir als seus lectors com a obsequi post-olímpic.

<sup>112</sup>Les noves tècniques informàtiques de tractament de les imatges han permès convertir aquest tipus de transformacions en un recurs audiovisual molt habitual, gairebé quotidià: als *spots* publicitaris, als video-clips musicals, als concursos televisius...

<sup>113</sup>MARAGALL, P. (1991). *L'estat de la ciutat 1983-1990. Discursos de balanç d'any de Pasqual Maragall i Mira, Alcalde de Barcelona*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, p. 164.



Totes aquestes imatges, produïdes en mitjans diferents com la tanca, l'anunci, el vídeo o la paraula, i previsiblement destinada a audiències diferents, presentaven dues característiques comuns. D'una banda, existia una òbvia identificació entre activitat constructora i renaixement urbà. D'una altra, l'impuls constructor de la ciutat apareixia sense protagonistes visibles. La personalització de la ciutat, presentada com un bloc homogeni, era un lloc comú en els anuncis, en els discursos i en la premsa. Però, per si aquesta imatge de compactació social no fos prou forta, se suggeria quan no s'explicitava, que es tractava d'un moment històric únic que no necessitava justificació,



(Foto: Núria Benach)

i del que calia participar sense deixar-ne escapar l'oportunitat.

I no només es tractava d'informar per fer-se disculpar les molèsties ocasionades, tal com es feia en aquest cartell als carrers d'Oporto (primavera del 1993) sinó de presentar les obres com un fet positiu -símbol de revitalització- i, alhora, de cercar la complicitat del ciutadà.

L'espectacle de la reconstrucció de la ciutat constituïa així, a més d'un símbol de revitalització, un potent instrument de legitimació i cohesió social.

## L'urbanisme com a imatge de marca

En marketing, s'utilitza el concepte d'imatge de marca per al·ludir a la personalitat del producte, la que el pot fer triomfar o fracassar en el mercat, la que farà que el potencial client el recordi, la que el posicionarà en el mercat d'acord amb el segment de públic al que es pretengui arribar<sup>114</sup>. En teoria, qualsevol esforç publicitari hauria d'anar dirigit a contribuir a la imatge de marca, projectant sempre una mateixa

<sup>114</sup> OGILVY, D. (1985) *Ogilvy on Advertising*, Vintage Books, New York, p. 14.

imatge (un dels exemples més emblemàtics pels publicitaris és el *cowboy* que utilitza la marca de cigarrets Marlboro, en actiu des de fa més gairebé cinquanta anys<sup>115</sup>). En teoria, perquè a la pràctica, sempre hi pot haver forces externes tendents a canviar l'orientació de la publicitat d'un producte. També en teoria, perquè productes de diferent naturalesa demanen estratègies de venda així mateix diferent.

El concepte d'imatge de marca ha estat aplicat als països<sup>116</sup> i definit com “la percepció que tenen els consumidors directes, indirectes, reals i potencials dels països”, de manera que, segons aquesta visió, la imatge de marca d'un país existiria tant si s'ha dissenyat deliberadament o no. A més del concepte de marca, se situa també el de “submarca” definida com a qualsevol element geogràfic o temàtic que conté la marca però que posseeix personalitat per si mateixa; així, Espanya seria marca de Catalunya o Barcelona, però submarca d'Europa o de la Mediterrània. També s'ha aplicat el mateix concepte, de manera més activa, per construir una imatge de marca de la ciutat de Barcelona, en aquest cas com “una imatge de marca personalitzada que identifiqui tot el que genera la ciutat i també un seguit de productes Barcelona que seran els nous emissors jerarquitats en la comercialització i la comunicació de tot el que representa aquesta ciutat”<sup>117</sup>. En aquesta línia, la imatge de marca de Barcelona ha d'actuar com una “imatge paraigua” capaç d'aixoplugar els diferents productes<sup>118</sup>, per bé que, segons els mercats, pugui ser fins i tot més important el producte que el “paraigua”. Aquest és el fil que portava a argumentar què calia establir la imatge de marca de Barcelona en relació a aquest productes i en relació a d'altres “paraigües”, com Espanya, Europa o la Mediterrània. La imatge de marca de Barcelona havia de ser d'aplicació tant interna - reafirmant la autoadhesió dels ciutadans pel que fa a aquesta imatge, intentant que les

---

<sup>115</sup> Les connotacions òbvies d'aquesta imatge -virilitat, ànsia de llibertat, etc- queden reflectides en els objectius que es cercaven en el moment de la seva creació; i és que, al 1954, els cigarrets amb filtre semblaven cosa d'afeminats! (FOX, S. (1985). *The mirror makers. A History of American Advertising and its creators*. New York, Vintage, pp. 222-223).

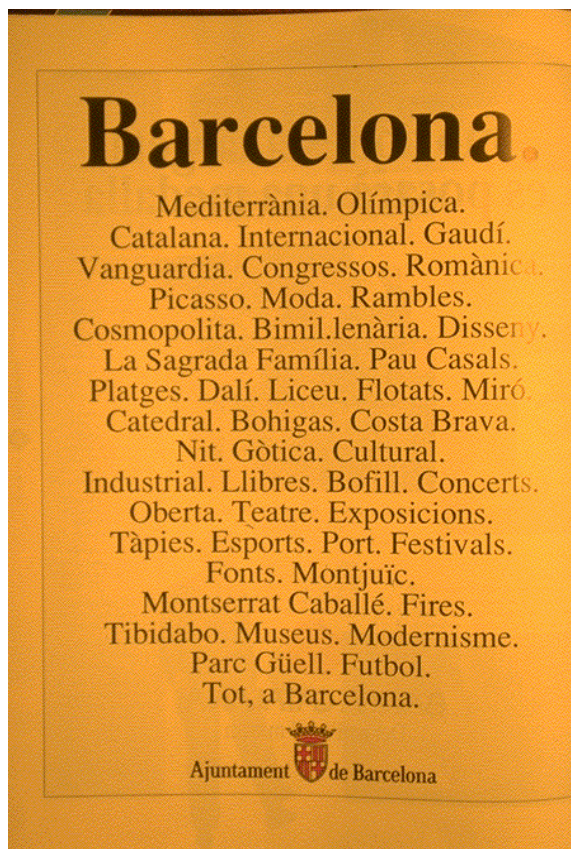
<sup>116</sup> VALLS, J. F. (1992) *La imagen de marca de los países*, McGraw-Hill, Madrid.

<sup>117</sup> ABASCAL, M. y VALLS, J. F. (1994) "L'organització de l'esforç promotor. Imatge de marca de Barcelona", *Barcelona economia*, 23, p. 29.

<sup>118</sup> Els productes Barcelona definits eren els següents: Barcelona metròpoli industrial, Barcelona centre logístic de distribució de mercaderies, Barcelona centre comercial, Barcelona centre universitari, Barcelona centre de disseny, enginyeria i arquitectura, Barcelona centre esportiu, Barcelona centre mèdic, Barcelona centre de fires i congressos, Barcelona centre turístic, i Barcelona centre financer i de negocis.

institucions ciutadanes assumissin el liderat d'alguns productes- com externa -buscant sinergies amb els consumidors actuals<sup>119</sup>.

De l'anterior es desprenen almenys tres definicions "d'imatge de marca" que es complementen més que no es contradiuen: la personalitat del producte, la percepció que en tenen els consumidors, i una imatge global amb capacitat per incloure'n d'altres de



parcials o sectorials. L'intent d'extreure la imatge de marca continguda en alguns anuncis institucionals de Barcelona mostrava, precisament, aquesta complementaritat.

Els qui governen Barcelona han tendit, sovint, a incloure molts elements diferents quan desitgen presentar la ciutat o, fins i tot, quan projecten la ciutat del futur. Un exemple extrem, fins i tot formalment, encara que no pas l'únic, era un anunci publicat a la premsa per l'Ajuntament de Barcelona ja a mitjans dels anys 80, constituït exclusivament per una mera successió de paraules aparentment inconnexes<sup>120</sup>.

El desordre temàtic era, naturalment, part de l'estratègia per a crear sensació de riquesa i de varietat. De manera que no és fàcil de saber què és exactament el que se'ns està dient si no es procedeix a una reclassificació, com per exemple:

- *caracterització de la ciutat*: situant-la en el context geogràfic més ampli (submarca, doncs, de mediterrània, catalana, internacional), remarcant la seva vocació exterior (olímpica, cosmopolita, oberta), el seu tarannà emprenedor (cultural, industrial), i el seu patrimoni històric (romànica, bimil.lenària, gòtica, modernisme)

<sup>119</sup> ABASCAL, M. i VALLS, J. F. (1994) *op. cit.*, pp. 34-35.

<sup>120</sup> Reproduït de *Vivir en Barcelona*, número especial "Ciudad Olímpica", 1991. El mateix anunci, amb algunes variacions, havia estat ja publicat el 31.05.86 en francès a *Le Monde*; en aquella ocasió anava firmat també pel Patronat de Turisme i l'ordre de les paraules apareixia una mica alterat, però no apareixien les paraules "Olímpica" -la nominació es produiria pocs mesos després-, "Dalí", "Llibres" -"oblits" imperdonables- ni "Bohigas" -de manera que l'únic arquitecte viu citat era Ricardo Bofill.

- *personalitats que identifiquen la ciutat*: arquitectes (Gaudí, Bohigas, Bofill), pintors (Picasso, Dalí, Miró, Tàpies), músics (Pau Casals, Montserrat Caballé), un actor (Flotats).

El criteri de selecció sembla haver estat la procedència artística de les celebritats, el que els dóna certa notorietat pública, amb un cert grau de reconeixement internacional.

- *indrets o edificis simbòlics*: Rambles, Platges, la Sagrada Família, Liceu, Catedral, Costa Brava, Port, Fonts, Montjuïc, Tibidabo, Parc Güell. Els espais citats es caracteritzen per tractar-se de símbols tradicionals de la ciutat, amb escasses referències a espais nous o recuperats (els genèrics de platges o port, tot i tractar-se d'espais recuperats, tenen escassa capacitat per connotar el nou urbanisme).

- *activitats o termes que denoten activitat*: Vanguardia, congressos, moda, disseny, nit, llibres, concerts, teatre, exposicions, esports, festivals, fires, museus, futbol. Només “fires” té certa capacitat de connotar activitat econòmica. La resta fa referència exclusivament a activitats cultural o d'oci, les que més clarament representen la ciutat com a escenari del consum.

L'èmfasi es posava, doncs, de manera gairebé exclusiva, en el tarannà obert i internacional de la ciutat (a través de la “seva vocació”, i els artistes i espais de la ciutat coneguts o reconeguts a nivell internacional) i en els seus valors culturals (patrimoni històric, activitat cultural). I, malgrat tot, l'anunci assolí de crear una gran sensació de varietat i de infinitat, la mateixa sensació que s'ha pretès de transmetre en d'altres contextos.

La presència de les càmares de televisió van convertir la cerimònia d'obertura dels Jocs Olímpics del 1992, no només en la primera prova de foc per a demostrar la capacitat del Comitè Organitzador, sinó en una mena de “presentació en societat” de la ciutat. En un acte llarg per naturalesa, la varietat és gairebé una obligació. I, tanmateix, la sensació de riquesa i complexitat no només servia al propòsit d'alleugerir l'espectacle sinó que pretenia actuar com un veritable *spot*. Només alguns del gran nombre d'elements diversos van poder ser recollits, amb notori desordre i amb alguna dificultat d'interpretació, en el següent fragment, traduït d'un diari nord-americà, testimoni de com havia estat percebuda la imatge de riquesa i complexitat: “El món contemplà una festa que s'inicià amb un “Hola” del públic i continuà amb el ball de la sardana. Hi havia dones vestides d'ocells grocs i homes construint piràmides sobre les seves espatlles. Un mar de cel·lofana es convertí en el camp de batalla entre el bé i el mal,



mentre Hèrcules i una banda de remers colpejaven obstacles com navalles mutants i capgrossos monstruosos. Però l'espectacle no es va acabar fins que va acabar l'últim cant d'òpera. Des de Carreras a Caballé, passant per Kraus, Baltsa i Domingo, hi va haver prou decibels per omplir La Scala".<sup>121</sup> Altra volta apareixien, de forma recurrent, els mateixos temes: la Mediterrània, els artistes internacionals... L'exaltació de la vocació emprenedora de la ciutat va ser substituïda en aquella ocasió, per signes d'identitat nacional (la sardana, els castellers) ja que l'aprofitar l'ocasió per presentar no només la ciutat sinó el país havia estat, durant molt mesos, una reivindicació del nacionalisme català (a més, mostrar símbols de Catalunya en aquell acte era encara més necessari políticament per tal de compensar la ineludible presència de símbols espanyols tradicionals com el ball flamenc)

La varietat és també una de les característiques en l'anunci que l'Ajuntament de Barcelona i el Patronat de Turisme van publicar, tant en publicacions locals com internacionals. Es tracta d'un anunci, elegant i sofisticat (realitzat per la prestigiosa empresa publicitària Bassat, Ogilvy & Mather), en el qual la imatge mostra una terrassa assolellada al peu de la qual es divisa la ciutat de Barcelona, amb el mar al fons i un cel blau on els núvols dibuixen el mapa d'Europa<sup>122</sup>. La diversitat d'elements ja apareix, encara que implícitament, en la il·lustració gran. Els elements existents a la terrassa tenen connotacions de gran amplitud: diversos elements evocuen Catalunya (la balustrada, la jardinera modernista...) mentre que la vegetació, on hi destaca un taronger, connota mediterraneïtat. Les sis il·lustracions menors intercalades entre el text són el logotip de Barcelona, acompanyant el nom de les institucions, un dibuix representatiu de la Rambla de les Flors, el logotip de Barcelona '92, la silueta del Palau Nacional, el molí de El Molino, i el logotip d'Espanya (un dibuix de Miró) utilitzat amb finalitats turístiques. El text situa explícitament Barcelona en el seu context geogràfic espanyol, mediterrani i europeu, i destaca alguns elements d'atracció com el port (una porta als negocis, el turisme i l'esport), la Rambla de les Flors (atmosfera, gent, color, flors i alegria), la Sagrada Família (modernisme), els Jocs Olímpics (vocació esportiva a través de la llavors encara candidatura), el museu Picasso i el barri gòtic, una

---

<sup>121</sup> Glauber, B. (1992): "Games open, celebrate world of change", *Baltimore Sun*, 26.07.92. Les suposades "piràmides" d'aquest periodista nordamericà (en al·lusió als castellers) no té res que envejar a un dels seus col·legues que esmentava l'aparició d'una "nau vikinga" (segurament per l'efecte que li devia produir la presència inquietant de la Fura dels Baus).

<sup>122</sup> Fou publicat en francès a *Le Monde* el 31.05.86 i en anglès a *Barcelona, metrópolis mediterrània*, núm. 1, maig 1986.

plataforma pels negocis (concentració econòmica i indústria, comerç internacional...), i la vida nocturna (espectacles). L'slogan “Barcelona: The Grand European Terrace” va més enllà, però, de la mera promoció de l'atracció turística i econòmica de la ciutat, i constitueix la traducció en termes publicitaris de “la capital del Sud d'Europa”, la regió que Pasqual Maragall ha definit com la que comprèn el migdia francès i gairebé arriba al nord d'Itàlia, així com la Mediterrània espanyola<sup>123</sup> o, també, com l'àrea delimitada per Toulouse, Saragossa, València, Palma de Mallorca i Montpeller<sup>124</sup>.



<sup>123</sup> MARAGALL, P. (1986) *Refent Barcelona*, Planeta, Barcelona, p. 91.

<sup>124</sup> MARAGALL, P. (1991). *Barcelona, la ciutat retrobada*. Barcelona, Edicions 62, p. 101.

La vista oblíqua de Barcelona permet identificar els símbols clàssics de la ciutat: la Sagrada Família, el monument a Colom, l'edifici Colom, la muntanya de Montjuïc amb el Palau Nacional... Un "skyline" molt semblant, en definitiva, a l'utilitzat en alguns bitllets de metro o al que acompanyava el logotip dels Jocs Olímpics del 1992 en les enganxines que es veien arreu, però radicalment diferent del presentat en la *home*

*page* del WEB de l'Ajuntament el 1996 (posteriorment fou modificada i aquesta imatge desaparegué de la pàgina principal essent substituïda per imatges evocadores de l'Anella Olímpica i de la Vila Olímpica junt amb el nou escut de la ciutat), on als elements tradicionals com el Sagrat Cor al Tibidabo, la Sagrada Família o el monument a Colom, s'hi havin afegit ara, en una perspectiva impossible però amb molta rellevància visual, els gratacels olímpics, l'escultura de Miró al Parc de l'Escorxador o



la torre de telecomunicacions de Foster.

La tantes vegades repetida complexa mediterraneïtat de Barcelona, producte de la voluntat d'explotar turísticament els seus atractius així com d'enorgullir als propis ciutadans, quedava palesa també en l'ambigu -se suposa que per consensuat- objectiu central del I Pla Estratègic Barcelona 2000: "Aconseguir que Barcelona es converteixi

en una metròpoli europea emprenedora, amb incidència sobre la macrorregió en la qual se situa geogràficament, que disposi d'una qualitat de vida moderna i equilibrada, i estigui arrelada en la cultura mediterrània" (Pla Estratègic, 1990).

S'ha vingut utilitzant abastament, doncs, aquesta identitat mediterrània (complexa, creativa, profundament arrelada a la història) com a presentació de la ciutat, però tractant-se d'una fulla de doble tall (un "excés de mediterraneïtat" pot allunyar massa el Nord), calia afegir elements que, bò i conservant-ne la part positiva, la desmarqués definitivament d'una meridionalitat, potser exòtica, però poc europea. Un dels elements que s'utilitzà amb més èxit com a imatge de marca -en el sentit de "personalitat" distintiva- va ser l'activitat urbanística, símbol de revitalització de la ciutat i, alhora, símbol de modernitat cultural.

Si l'activitat urbanística en conjunt s'ha utilitzat com a símbol de revitalització de la ciutat, tal com es mostrava més amunt, determinats espais ho han estat com a símbol de ciutat ja revitalitzada. L'arquitectura és equiparable a qualsevol altre mitjà de comunicació des d'un punt de vista semiòtic. I, tanmateix, quan aquest mitjà de comunicació arquitectònic s'ha utilitzat, fotografiat o filmat per d'altres mitjans de comunicació, l'espectre de connotacions possible es redueix dràsticament. Així, no només les imatges de revitalització de la ciutat i la seva construcció poden ser analitzades, sinó també les imatges projectades físicament per la ciutat, especialment la seva arquitectura. En paraules de D. Crilley, "l'arquitectura postmoderna estaria plenament incorporada a l'aparell ideològic del marketing urbà, jugant un paper fonamental en mediatitzar les percepcions de l'espai urbà i en persuadir-nos de les virtuts i del benefici cultural de les inversions especulatives"<sup>125</sup>. Els edificis mateixos arribarien, així, a funcionar com a tanques publicitàries gegants. Aquest autor utilitza els casos d'estudi del Canary Wharf als Docklands londinencs<sup>126</sup>, i de Battery Park City a New York, però assenyala com la creació d'una imatge de vitalitat urbana, també a través de l'arquitectura, es produeix a tots els nivells de la jerarquia urbana: els grans projectes de París, l'esforç en espai construït de Birmingham per ser la segona ciutat

---

<sup>125</sup> CRILLEY, D. (1993) "Architecture as Advertising: Constructing the Image of Redevelopment", KEARNS, G. i PHILO, C. (eds.) *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*, Pergamon Press, Oxford, p. 231.

<sup>126</sup> En plena consonància amb els cànons postmoderns, l'opció historicista i deliberadament anti-moderna per la que s'optà en el Canary Wharf, reinterpretant les tipologies londinenques tradicionals, intentava simular la diversitat d'un espai amb història, per tal de semblar com una extensió natural i orgànica de Londres (CRILLEY, D. op. cit. p. 238).

britànica... També a Barcelona, i de manera molt destacada, s'ha realitzat un canvi urbanístic important, per bé que la promoció de l'urbanisme barceloní hagi girat, sobretot, entorn de tres grans eixos: la creació d'espais públics, l'embelliment de la ciutat, i les grans operacions urbanístiques relacionades amb la nominació olímpica, incloent les noves infraestructures de comunicacions com les rondes, l'aeroport o les torres de telecomunicacions.

### *Els nous espais públics*

La política de creació d'espais públics s'inicià ben aviat des de les primeres eleccions democràtiques. Algunes fites del calendari deixen entreveure la rapidesa del procés: l'abril del 1979 es realitzaven les primeres eleccions municipals i l'octubre del 1980, Oriol Bohigas era nomenat delegat d'Urbanisme<sup>127</sup>, el novembre del 1980 es creava el Servei de Projectes i Elements Urbans dins l'àrea d'urbanisme, ja que “fins aleshores l'Àrea d'Urbanisme no intervenia en els projectes de l'espai públic, que es realitzaven com a simple coincidència de les especificacions sectorials no integrades de diversos Serveis tècnics d'Obres Públiques, Circulació, Parcs i Jardins”<sup>128</sup>. L'arquitecte J.A. Acebillo, avui arquitecte en cap de l'Ajuntament i Director de l'Agència Barcelona Regional, encarregada de gestionar els projectes metropolitans, va ser nomenat director del servei i en va assegurar la continuïtat després de la marxa de Bohigas el 1984 i fins una nova reestructuració del servei que es produí el 1988. Si l'any 1979 havia estat el de les eleccions municipals i l'any 1980 el de l'arribada de Bohigas, l'any 1983 ja s'inauguraven nous espais públics tan emblemàtics com la plaça Sóller o la plaça dels Països Catalans, espais reformats com la plaça Reial o la nova plaça de la Mercè, i

---

<sup>127</sup> El lapse de temps transcorregut, tot i que relativament curt, encara es va allargar, segons la crònica de Llàtzer Moix, pels dubtes que Bohigas tenia per accedir a un càrrec de l'administració (MOIX, L. (1994). *La ciudad de los arquitectos*. Barcelona, Anagrama, pp. 18-19).

<sup>128</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. Tinença d'Alcaldia de Planificació i Ordenació de la Ciutat (1983) *Memòria d'activitats 1979-1982*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona, p. 96. El mateix Moix ha explicat amb detalls les condicions de l'arribada de Bohigas, el conflicte de competències que es creà amb l'àrea d'obres públiques comandada aleshores per Albert Serratosa, que acabaria a la Generalitat de Catalunya dirigint el Pla Territorial, i com es feu seva l'àrea portant a l'Ajuntament estudiants de darrer curs d'arquitectura al Servei per treballar en els nous projectes -a la memòria oficial es reflecteixen, efectivament, 13 contractes administratius de tècnics mitjans- que acabarien formant part del cos d'arquitectes de l'Ajuntament.

s'inauguraven escultures en espais públics com el monument de Tàpies a Picasso, l'escultura *Dona i Ocell* de Joan Miró al llavors encara no acabat Parc de l'Escorxador o l'estructura *Mediterrània* de Xavier Corberó a la plaça Sóller. Així, en menys de quatre anys, no només s'havien assentat les bases de la política de creació d'espais públics (monumentalització de la perifèria, esponjament del centre històric, escultures d'artistes prestigiosos en espais públics) sinó que ja se n'havien assolit els primers resultats. Les memòries d'activitats que l'àrea d'urbanisme ha vingut realitzant quadrianualment permeten de seguir el ritme amb el que es van realitzar aquests projectes, sobretot en els primers anys, abans que la fita olímpica no ho acaparés tot. En el quadrienni 1979-1982, s'havien realitzat o estaven en curs de realització 31 obres de diferent magnitud, les més importants de les quals van ser la restauració de la Plaça Reial, el Passeig Picasso, el Moll de la Fusta, les places de Gràcia o la Plaça Sóller<sup>129</sup>

En el quadrienni següent, el Parc de l'Escorxador (1985), el Parc de l'Espanya Industrial (1985), el Parc de la Pegaso (1986) o el Parc de la Creueta del Coll, alhora que es recuperaven elements ja existents com el monument al Dr. Robert (desmuntat en els magatzems municipals) a la Plaça Tetuan o els fanals de Pere Falqués a l'Av. Gaudí, i es reconstruïen, conservaven o recuperaven, segons el cas, edificis artístics com el Pavelló Alemanya de Mies van der Rohe, els edificis del Parc de la Ciutadella, amb ocasió del centenari de l'exposició universal, el Palau de la Virreina, les torres venecianes de Montjuïc o el Mercat de les Flors, rehabilitat per a usos teatrals<sup>130</sup>.

El 1988 es reestructurava l'àrea d'Urbanisme, a partir de llavors Àmbit d'Urbanisme i Serveis Municipals, i el Servei de Projectes i Elements Urbans era succeït per l'àrea de Projectes i Obres, sota la direcció de Rafael de Càceres, i que afegia a les seves funcions les de la creació de l'Institut Municipal per a la Promoció Urbanística i els Jocs Olímpics de 1992, l'organització de la nova Àrea de Manteniment i Serveis i la progressiva assumpció dels projectes per part dels districtes. En aquest període es continuen les actuacions de creació de nous parcs d'escala intermèdia i els petits jardins urbans, i es continua actuant sobre els espais simbòlics del centre de la ciutat com a l'eix Rambla-Plaça Catalunya-Rambla de Catalunya o la Plaça de la

---

<sup>129</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. Tinença d'ALCALDIA DE PLANIFICACIO I ORDENACIO DE LA CIUTAT (1983) *op. cit.*, p. 97.

<sup>130</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA (1987) *Memòria de la primera tinència d'alcaldia, 1983-1987*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona, pp. 94-95.

Catedral<sup>131</sup>; s'inicia la intervenció en el front marítim, amb la reordenació del Passeig Nacional i el Moll de la Barceloneta; i es continua actuant en els espais d'oci com el Parc de l'Estació del Nord, o el més perifèric del Parc de Renfe-Meridiana (Can Dragó).

Finalment, en el període 1991-94, es prossegueix amb la política d'espais públics iniciada des de la dècada anterior però s'hi fan notar les realitzacions relacionades amb les grans obres d'infraestructura relacionades amb els Jocs Olímpics del 1992. Pel que fa a la primera, però, tot i “la línia de continuïtat de les actuacions petites que han anat configurant la imatge de l'urbanisme de la ciutat en els darrers 15 anys”, semblava abandonar-se ja l'etapa de projectes “amb firma” i es consolida un “llenguatge més fresc, menys reiteratiu i simbòlic”<sup>132</sup>. En el llistat de realitzacions no apareixen ja obres de l'envergadura (quant a l'import de l'adjudicació) similar a les d'anys anteriors, destacant, sobretot, la finalització o complementació d'obres iniciades amb anterioritat.

L'any 1993, el mateix Cáceres feia un balanç quantitatiu de l'obra realitzada: en el decenni 1982-1992, s'havien recuperat més de 200 hectàrees de parcs -en bona part, gràcies a la reconversió d'usos d'antics espais industrials, tal com han mostrat J. Fabré i J.M. Huertas (1989)-, el 10 per cent de les quals eren atribuïbles al projecte olímpic, mentre que durant tot el franquisme només ho havien estat 70 hectàrees. La situació marcadament perifèrica dels espais públics de major extensió es deu, naturalment, a la disponibilitat d'espai, ja la intervenció en el centre i en barris històrics, com Gràcia o Sants, tot i que important, va consistir en petites operacions.

Però si els aspectes quantitatius són prou significatius de la magnitud de la política endegada, encara ho són més els qualitatius. Quinze anys d'espais públics van donar lloc a força reflexió per part dels seus artífexs sobre els objectius a assolir i les maneres per a fer-ho, encara que, com s'ha dit, les línies mestres estaven traçades de bell antuvi.

Els espais públics eren destinats, en principi a cobrir els dèficits històrics de la ciutat, excessivament densificada per l'activitat urbanística incontrolada i especulativa del període pre-democràtic. La pressió reivindicativa de les associacions de veïns, que

---

<sup>131</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. AMBIT D'URBANISME I SERVEIS MUNICIPALS (1992) *op. cit.*

<sup>132</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. AMBIT D'URBANISME I MEDI AMBIENT (1995) *Memòria 1991-1994*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona, p. 64.

havien estat molt actives en els últims anys del porciolisme<sup>133</sup>, s'encarava llavors amb un ajuntament democràtic que semblava compartir-ne alguns objectius. J.M. Abad, llavors tinent d'alcalde de planificació i ordenació de la ciutat en aquell primer consistori democràtic, el mateix que acabaria essent el màxim responsable de l'organització dels Jocs del 1992, recordava els objectius en política urbanística del govern municipal: "Serà un objectiu fonamental la consecució d'una Barcelona equilibrada, eliminant la segregació, buscant la igualtat social i territorial de tots els ciutadans en l'accés als equipaments socials i en els nivells d'urbanització dels seus barris, impedit l'expulsió dels sectors populars del centre de la Ciutat. Hom tracta, doncs, d'impulsar l'equipament i, cal, la remodelació per iniciativa pública dels barris més degradats, de les zones més desateses del caòtic creixement de les últimes dècades; tractem de materialitzar una política que permeti la requalificació i rehabilitació dels cascs antics i eviti la degradació i densificació accelerades que avui sofreixen, tot evitant en allò que sigui possible la retenció especulativa de solars i d'habitatges desocupats"<sup>134</sup>.

La creació de nous espais públics, però, no només permetia saldar deutes històrics sinó que ben aviat van demostrar tenir capacitat d'incidir sobre el seu entorn. Oriol Bohigas, la figura clau en el disseny del nou urbanisme barceloní, ho va deixar ben clar des del començament: "Dins els mètodes i els instruments específics de l'Àrea d'Urbanisme del Municipi, hi ha, però, un camí clar que és el que hom ha intentat de potenciar: actuar directament en l'espai públic i actuar-hi amb la doble intenció de fer-ne un equipament de qualitat i convertint-lo en un punt de generació de transformacions espontànies. És evident que quan en un barri degradat o no conformat urbanament hom reconstrueix -o construeix- un espai públic, aquest actua com un *spot* exemplar, com

---

<sup>133</sup> A partir del 1968, les associacions de veïns iniciaren la seva aparició reivindicativa, esperonada per la incidència negativa sobre alguns habitatges de la política d'infraestructures, especialment accentuada per l'impacte dels cinturons (CARRERAS, C. (1993). *Geografia urbana de Barcelona*. Vilassar de Mar, Oikos-Tau, p. 101). Carreras es refereix aquí al I Cinturó de Ronda (avui Ronda del Mig), aprovada precisament el 1968. El projecte de construir un pas elevat pel pas d'aquesta via sobre la Plaça de Lesseps, del 1969, constituïó uno de los hitos de la resistencia de los ciudadanos a ver destruida Barcelona (CAU (1974). *La Barcelona de Porcioles*. Barcelona, Laia, p. 161). A més són significatives les dades de publicació d'alguns llibres que recollien l'esperit reivindicatiu de l'època: el 1973 es publicava el citat *La Barcelona de Porcioles*, i el 1974, *Barcelona ¿a dónde vas?* (MARTÍ, F. i MORENO, E. (1974). *Barcelona ¿a dónde vas?* Barcelona, DIROSA.).

<sup>134</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. Tinença d'alcaldia de planificació i ordenació de la ciutat (1983) *op. cit.*, p. 5.



motor d'una regeneració de l'entorn sota la iniciativa dels mateixos usuaris..."<sup>135</sup>. També la política hi té a veure, és clar. L'alcalde Maragall subratllava la pretensió de justícia social inherent a la proposta, per bé que aquesta no era, en definitiva, sinó la mateixa que feia el tècnic: "Hem aplicat als barris treballadors el millor urbanisme de la ciutat, amb més èmfasi i il·lusió del que es pugui fer als barris tradicionals, perquè es tracta que aquests barris siguin plenament la nova ciutat, no tan sols per la cronologia, sinó també pel to i la qualitat. La Barcelona més nova ha de ser l'exponent més emblemàtic de la nova Barcelona"<sup>136</sup>.

Que una part molt substancial de la inversió en espais públics es va realitzar als barris perifèrics és fàcilment demostrable. El que ja és menys clar és que els beneficiats siguin, sobretot, els qui hi viuen. Rosa Tello ha demostrat, en analitzar les inversions públiques per districtes realitzades fins el 1994, que la presumible millora d'aquests barris com a conseqüència de la seva monumentalització, ha estat succeïda d'un augment del preu de l'habitatge superior al de la mitjana de la ciutat<sup>137</sup>.

En el cas de Ciutat Vella, el centre històric de la ciutat, els arguments emprats eren semblants; només que el context era diferent. La molt elevada densitat portà a planificar un urbanisme d'esponjament: d'aprofitar els petits retalls per a obrir espais lliures. La monumentalització perifèrica donava pas, en aquest cas, a una reinterpretació dels edificis i dels espais històrics. Tot i el seu enorme atractiu potencial, la tensió social que podia generar una intervenció massiva comportà certes dosis de cautela en les realitzacions, encara que la transformació s'ha anat mostrant, lògicament, amb tota la contundència i ha acabat sent una realitat indiscutible però, tanmateix, discutida. La imatge del Raval com a lloc de drogaaddicció, prostitució, el "barri xino" que avui sembla haver desaparegut (com si mai hagués existit!<sup>138</sup>) no és pas tan llunyana. I per aquest motiu, el seu reciclatge d'un barri degradat a centre cultural (i amb un fort atractiu potencial per a nous residents amb rendes considerables que de cap manera pot

---

<sup>135</sup> BOHIGAS, O. (1985) *Reconstrucció de Barcelona*, Edicions 62, Barcelona, p. 21.

<sup>136</sup> MARAGALL, P. (1991) *Barcelona, la ciutat retrobada*, Edicions 62, Barcelona, p. 42.

<sup>137</sup> Comunicació presentada al IV Congrés d'Història de Barcelona, Institut Municipal d'Història, Ajuntament de Barcelona, 12-15 de desembre de 1995.

<sup>138</sup> El "barri xino" no és, naturalment, sinó una invenció literària qua assolí una gran difusió i que restà fins i tot "implantada en la consciència dels barcelonins" (CARRERAS, C. (1995) "La ciudad de Barcelona en la literatura catalana", *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 1, p. 229).

tenir la perifèria monumentalitzada) *havia de semblar* com un procés irreversible per tal que es realitzés. L'any 1987, quan la intervenció al Raval estava encara més sobre el paper que no sobre el territori, Pasqual Maragall ja ho tenia ben clar: "És un projecte de cosidora, molt lent, que caldrà fer amb molt de compte, que també demanarà un gran esforç, però *que hi és, que està dibuixat i que és possible de fer i que es farà*. De manera que el Raval, que és ara un niu de nostàlgies, si volen, i de problemes, s'anirà convertint poc a poc en un centre de cultura i d'activitat cultural"<sup>139</sup>[cursives afegides].

El procés de *gentrification* del Raval, encara no acabat i sobretot, mal conegut i poc estudiant, és, però, perceptible a simple vista<sup>140</sup>. L'alcalde Maragall s'havia convertit, ja a mitjans dels 80, en un "venedor" del sector: "Molts pisos d'aquest sector permeten de ser refets amb excel·lents resultats, són casalots importants. Sempre que puc, vaig engrescant coneguts meus perquè s'instal·lin a aquest barri antic. Les

possibilitats dels habitatges són magnífiques"<sup>141</sup>.

La revitalització del Raval requeria també, però, d'una renovació de la seva imatge. "Al Raval, surt el sol", va ser un dels eslògans utilitzats, que té diferents connotacions possibles. Des de la lectura més òbvia de l'eslògan, en la que la sortida del sol connota la desdensificació, l'esponjament, la penetració de la llum en el carrer. El mateix Pasqual Maragall va decodificar aquesta imatge quant recordava els versos del seu avi *Quan jo era*



*petit/vivia arraulit/en un carrer negre* després d'assenyalar, parlant del canvi de Ciutat Vella, que "l'important és que s'han tirat a terra mansanes senceres de cases velles, han

<sup>139</sup> MARAGALL, P. (1987) *Per Barcelona*, Edicions 62, Barcelona, pp. 90-91.

<sup>140</sup> Sobretot al seu sector septentrional afavorit per la construcció de noves infraestructures culturals mentre que el "Raval sud" és encara una "àrea problemàtica". Tot i que el procés de gentrification és encara en un estadi inicial, l'anàlisi de les dades demogràfiques ha mostrat que ja és un procés en marxa (Sergi MARTÍNEZ RIGOL: *El retorn al centre de la ciutat. La reestructuració del Raval entre la renovació i la gentrificació*, tesi doctoral, 2000)

<sup>141</sup> MARAGALL, P. (1986) *op. cit.*, p. 27

desaparegut carrers sinistres i s'han obert places i espais lliures davant moltes façanes a les quals mai no hi havia tocat el sol”<sup>142</sup>. En una altra lectura possible, que pot desprendre's de la lectura de la lletra més petita, la sortida del sol pot connotar una millora de l'ambient general del barri per als qui no hi viuen i potser no gosaven ni anar-hi, i una tranquil·litat per a les situacions personals dels habitants del barri que podien veure el seu futur amenaçat davant les pressions dels processos de neteja, renovació i *gentrification*: “les famílies afectades han estat reinstal·lades a pocs metres”. Aquest anunci (publicat a la premsa barcelonina l'1 d'abril del 1990) reforçava la idea d'una certa inevitabilitat històrica en el procés de reforma: el dit, entre providencial i amenaçador -evocació clara del dit del monument a Colom que s'aixecà amb motiu de l'Exposició Universal del 1888-, assenyala quina ha estat ara l'àrea escollida. Es tractava d'un clar esforç per canviar la imatge dels propis habitants actuals i, sobretot, dels hipotètics futurs, per als quals s'afegia “Vine a Ciutat Vella”, al costat de slogans menys agressius i explícitament dirigits a pal·liar la tensió social com “Millorem Ciutat Vella” o “A Ciutat Vella, primer la gent”.

Una idea semblant era continguda en el vídeo que l'empresa mixta Promocions de Ciutat Vella SA (PROCIVESA) va difondre a través de la revista municipal *Barcelona, metròpolis mediterrània*, dedicat bàsicament a l'activitat comercial a Ciutat Vella i que contenia una primera part dedicada a mostrar la regeneració del sector. S'hi utilitzava àmpliament la tècnica publicitària tan clàssica de “l'abans i el després”, amb una llicència cinematogràfica que simbolitza el fer-se de dia de Ciutat Vella: imatges en blanc i negre dels espais que van ser eren succeïdes per imatges en color dels espais renovats<sup>143</sup>.

Monumentalització de la perifèria i esponjament del centre, dues estratègies al servei d'un únic objectiu, el de canviar l'espai públic per intentar que anés canviant alguna cosa més. El resultat d'aquest disseny urbanístic de nous espais ha estat l'equipament indiscutible de molts barris deficitaris, però també i de vegades, sobretot, la creació de nous espais de prestigi, gràcies al seu disseny “arquitectònic” (espais concebuts com a conjunt i no com a suma d'elements) i, fins i tot, a la instal·lació en ells d'obres d'artistes gràcies al programa d'escultures al carrer.

---

<sup>142</sup> MARAGALL, P. (1991) *op. cit.* p. 45.

<sup>143</sup> POMES, L. : *La Ciutat Vella de Barcelona: “L'illa dels tresors”*, Promoció de Ciutat Vella S.A.

Han estat analitzats diversos casos de ciutats que han escollit l'ús de l'art en espais públics com a element principal, entenent per art tant el seu disseny com la incorporació d'elements. B. Goodey, per exemple, en analitzar el paper que el disseny urbà juga en el marketing de la ciutat, tracta els exemples de París i, sobretot de Barcelona<sup>144</sup>. A França, la identificació entre grans edificis i la glòria de l'Estat francès es remunta ja al segle XVI. Tanmateix, hom pot contemplar signes molt més recents d'aquest fenomen: el centre cultural Beaubourg, bastit per Pompidou amb l'oposició del seu successor Giscard d'Estaing o *Les Grands Projects* durant la presidència de Mitterrand, amb el gran monument-emblema de l'Arche de la Défense.

Tot i l'espectacularitat del cas parisenc (que arribà al paroxisme amb la commemoració del bicentenari de la Revolució Francesa), Goodey destaca el cas de Barcelona com el més clar i reeixit: "Hi ha poques ciutats mundials que puguin presentar el seu 'nou urbanisme' amb una força que cap visitant es pugui estalviar i que ho pugui recolzar amb restaurants, galeries i botigues que reemfaïstizin el paper del disseny en la vida quotidiana. Barcelona ha esdevingut el model de creació i promoció d'art i disseny per, al menys, la pròxima dècada"<sup>145</sup>.

Lluís Permanyer, virtual cronista -de vegades gairebé "hagiògraf"- de la ciutat, assenyalava no només la contribució d'aquestes peces d'art a la monumentalització de la perifèria, sinó també a la "competitivitat" de la ciutat: "Gràcies a tan encertada política no solament s'aconseguia enriquir el paisatge urbà, sinó també situar signes d'identitat a punts estratègics de barris que estaven mancats d'història i de personalitat. Així doncs no és estrany ni sorprenent que una de les zones més degradades, com Nou Barris, s'hagi convertit en un dels nuclis que s'ha beneficiat més d'aquesta política urbanística. Un museu a l'aire lliure que contrasta, en aquest sentit estricte, amb la poca categoria de les escultures plantades darrerament a Madrid i també en un París que volia commemorar el bicentenari de la Revolució"<sup>146</sup>.

---

<sup>144</sup> GOODEY, B. (1994) "Art-full places: public art to sell public spaces?" en *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to sell Towns and Regions*, (Eds. GOLD, J. R. i WARD, S. V.), John Wiley and Sons, Chichester, pp. 153-180.

<sup>145</sup> GOODEY, B. (1994) *op. cit.*, p.167.

<sup>146</sup> PERMANYER, L. (1996) "Un museu d'escultures a l'aire lliure", *Barcelona, metròpolis mediterrània*, 29.

La idea de “museu al aire lliure” ha estat repetida també en publicacions municipals com un element més de distinció de la ciutat<sup>147</sup>. L'arquitecte Ignasi de Solà-Morales n'explicava la possible funció en el paisatge urbà: "...en alguns espais públics és una acurada simbiosi i una estudiada interrelació, en d'altres el paper de l'escultura no va més enllà d'un element puntual d'ornamentació, de vegades exquisidament col·locat i d'altres simplement residual; en uns casos és carregat de significació i en d'altres arriba només al nivell de la facècia iconogràfica; en unes ocasions omple amb la seva dimensió el conjunt de l'operació urbana i en d'altres no aconsegueix més que una localització restringida, àdhuc marginal"<sup>148</sup>. Al contrari que per Permanyer, Solà-Morales argumentava que el material escultòric era tractat de la mateixa manera que els elements arquitectònics “en pro no pas d'una idea museogràfica de l'escultura sinó del seu ús en l'espai urbà”. Els exemples més clàssics d'espais organitzats i integrats al voltant d'una escultura -els citats, per exemple, pel crític d'arquitectura K. Frampton<sup>149</sup>- són la Plaça Sóller (escultura de Xavier Corberó) i la plaça de la Palmera (amb els dos murs de formigó del nord-americà Richard Serra). En d'altres casos, però, la contribució escultòrica no passa d'un afegit de prestigi addicional a un espai públic moltes vegades preexistent.

La funció de les escultures com a fites -en el sentit de Kevin Lynch- és indubtable: punts de referència, porten l'atenció allà on els ulls hi passaven de llarg, marquen l'entrada a nous espais simbòlics (el cas de l'escultura “Barcelona Head” de Roy Lichstein a l'entrada del port vell, per exemple). Si, a més, s'hi afegeix que es tracta d'obres d'artistes consagrats que mereixen l'admiració pública, s'arriba a un punt crucial que havien d'assolir els nous espais públics barcelonins: la recerca del reconeixement, tant internacional com ciutadà. El primer es va obtenir exitosament quan els espais públics barcelonins -places, parcs i carrers- construïts en el període 1981-1987 van ser distingits el 1990 amb el premi Príncep de Gal·les en Disseny Urbà atorgat per la Universitat de Harvard<sup>150</sup> o quan publicacions o autors estrangers en destacaven

<sup>147</sup>“La ciutat de l'escultura”, *Barcelona Informació*, núm. 4, desembre 1994.

<sup>148</sup> SOLÀ-MORALES, I. (1987) "Qüestions d'estil" en *Barcelona espai i escultures (1982-1986)*, (Ed. DIVERSOS), Ajuntament de Barcelona, Barcelona, pp. 17-18.

<sup>149</sup> FRAMPTON, K. (1987) "La renovació de Barcelona: una apreciació" en *Barcelona espai i escultures (1982-1986)*, (Ed. DIVERSOS), Ajuntament de Barcelona, Barcelona, p. 20.

<sup>150</sup> COBB, H. N., et al. (1990) Prince of Wales Prize in Urban Design 1990. The Urban Public Spaces of Barcelona 1981-1987, Harvard University Graduate School of Design, Cambridge, Mass.

les virtuts. El crític d'art Robert Hughes, per exemple, en el seu premiat i molt venut llibre sobre Barcelona, assenyalava: "...la ciutat gris començà a renéixer com l'Au Fènix, i tot gràcies a la renovació urbana i el seu emblema: el treball artístic públic"<sup>151</sup>.

En revistes nord-americanes, més o menys especialitzades, es podien trobar idees semblants, com la que assenyalava com l'art públic havia transformat una imatge de la ciutat "miserable" i "sòrdida" en la d'"una metròpolis pròspera, vigorosa i seductora"<sup>152</sup>. En tots els casos, la identificació entre espai públic amb contingut artístic i revitalització de la ciutat és explícita. El reconeixement internacional ha intervingut decisivament en l'acceptació ciutadana dels nous espais.

El procés mitjançant el qual aquests nous espais, destinats tant a simbolitzar el renaixement de la ciutat com a "regenerar" barris degradats, van ser progressivament acceptats per la població fins l'extrem de desplaçar-se per visitar-los (no en va, l'alcalde s'exclamava de què la gent ocupava els nous espais immediatament després de la seva inauguració)<sup>153</sup>, pot ser explicat, al menys en part, pel paper de la publicitat i dels mitjans de comunicació. Les accions destinades a donar a conèixer les noves obres als barcelonins han estat diverses: la revista municipal de difusió gratuïta, les nombroses exposicions realitzades amb aquest fi, l'acondicionament d'un "mirador" per veure les obres de l'Anella Olímpica, l'autobús que visitava gratuïtament els nous espais, a més dels nombrosíssims llibres que presentaven, amb més o menys grau d'oportunisme, la nova Barcelona, així com el pes fonamental de la premsa hi van contribuir.

---

<sup>151</sup> HUGHES, R. (1992) *Barcelona*, Anagrama, Barcelona, pp. 57-58.

<sup>152</sup> APGAR, G. (1991) "Public Art and the Remaking of Barcelona", *Art in America*, 79, pp. 108-121+159.

<sup>153</sup> "Cada vegada que s'ha obert un parc, un passeig o una plaça s'ha produït el fenomen espontani i entranyable de la seva immediata ocupació per la gent" (MARAGALL, P. 1991<sup>a</sup>, op. cit, p. 51), o bé, "Amb el nou clima que hi ha a Barcelona es veu una predisposició més gran de la gent per llançar-se al carrer, per gaudir de la ciutat...immediatament després que a Barcelona s'inauguri un espai ja és ple de gent" (MARAGALL, P. 1991<sup>b</sup> op. cit, p.79)



En aquest anunci del Patronat de Turisme i l'Ajuntament de Barcelona<sup>154</sup>, per exemple, el nou urbanisme era simbolitzat pels espais més emblemàtics del “nou urbanisme”: la plaça dels Països Catalans de H. Piñón i A. Viaplana, el Parc de la Creueta del Coll de J. Martorell i D. Mackay amb escultures d'E. Chillida i E. Kelly, el Parc de l'Espanya Industrial de L. Peña Ganchegui i F. Rius, i el Pont de Bac de Roda de S. Calatrava.

Però no és el mateix conèixer que acceptar, ni molt menys aplaudir, sobretot, quan les primeres realitzacions i les més agosarades, com la Plaça dels Països Catalans, van aixecar una gran polseguera, desencadenant l'anomenada “guerra de les places dures”. Una de les claus del canvi d'opinió va raure en la identificació dels nous espais amb la projecció internacional de la ciutat. Així ho veia el periodista Joan Barril quan assenyalava: "A los ciudadanos embarrados en el caos imprescindible se le proporciona la vaselina de ser en estos momentos el lugar “más” guapo, deportivo, urbanístico y bien comunicado del mundo. Lo dicen las revistas, cuanto más extranjeras mejor"<sup>155</sup>.

Però per a que aquesta identificació fos efectiva, calia qui se'n fes ressò. La premsa hi ha va contribuir decisivament. Del premi de Harvard, per exemple, se'n va donar una àmplia informació<sup>156</sup> com també ho va fer de les opinions de la premsa internacional<sup>157</sup>. El poder de l'opinió de l'estranger és tan gran que fins i tot en un vídeo

<sup>154</sup> Publicat a *Vivir en Barcelona*, núm. 56, març del 1990.

<sup>155</sup> BARRIL, J. (1991): “La Barcelona de ensueño”, *El País*, 25.01.91, p. 31.

<sup>156</sup> NAVARRO ARISA, J. J., JULIANA, E.: “La Universidad de Harvard premia el diseño urbano realizado en Barcelona desde 1980”, *El País*, 20.10.90

“La renovació de Barcelona, premiada als Estats Units”, *Diari de Barcelona*, 23.10.90.

NAVARRO ARISA, J. J., JULIANA, E.: “Harvard ha premiado a Barcelona por su “mejora de la calidad de vida urbana”, *El País*, 26.10.90.

NAVARRO ARISA, J. J.: “Las plazas “duras” que conquistaron Harvard”, *El País*, 25.02.91

<sup>157</sup> Per exemple, J.J.N.A.: “Barcelona, una ciudad con imagen. El urbanismo y el diseño de la metrópolis, reflejados en la prensa internacional”, *El País*, 07.04.91 (veure capítol 6).

promocional com *Barcelona, una passió* (1992), que dirigí L. Pomés, mentre que a la ciutadana local només li toca el paper d'explicar amb to més o menys asèptic les noves realitzacions, les opinions queden en mans de l'estranger: "It's wonderful", "How Interesting", "Do you realize how lucky you are to live in Barcelona?".

### *L'embelliment de la ciutat*

La Campanya per a la Millora del Paisatge Urbà fou aprovada el 27 de desembre del 1985 pel Ple Municipal, "institucionalitzant" les subvencions a la neteja de façanes que es venien fent ja des del 1982. Inicialment, fou prevista per a una durada de 6 anys, tot i que se li va anar donant continuïtat al llarg dels anys i tenia, dins els seus objectius, la restauració i neteja de façanes esmentada, les parets mitgeres, les façanes dels locals comercials i l'enjardinament dels interiors dels blocs de cases i espais lliures privats (la Torre de les Aigües, al carrer Llúria, del 1987, en va ser el primer exemple). El 1990, s'hi afegiren la supressió de les barreres arquitectòniques i la substitució d'antenes de televisió individuals per col·lectives, a més d'un programa especial d'instal·lació de tanques provisionals a les façanes en obres. El 1991, s'aprovava el Pla de Color de Barcelona, "un dels estudis més importants del món sobre l'aplicació del color al paisatge urbà"<sup>158</sup>. El gener del 1993, finalment, es definia una nova Campanya per a la Protecció i Millora del Paisatge per a 6 anys més, que afegia encara nous elements com la renovació de terrats i cobertes i la insonorització dels habitatges. Malgrat la diversitat d'objectius, la renovació de façanes ha estat el que ha constituït el gran gruix de les actuacions portades a terme. Fins el 1991, la restauració de façanes havia constituït, amb 7315 expedients iniciats, el 75% de les actuacions, i sempre es mantingué per sobre del 60% del total d'actuacions en anys posteriors.

El balanç quantitatiu de la campanya fins el 1993 realitzat per J. Ariza (1996) es resumeix en 5161 actuacions en el patrimoni, 175 acords de col·laboració i patrocini, 16 programes gestionats, 4571 restauracions de façanes (1.420.000 m<sup>2</sup>). En diners, 1.187 milions en subvencions públiques i 260 milions en exempcions fiscals. Les aportacions de patrocinadors s'estimen en 2.400 milions i el volum d'obra generat indirectament en 13.000 milions de pessetes.

---

<sup>158</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA. AMBIT D'URBANISME I MEDI AMBIENT (1995) *op. cit.*, p. 114.





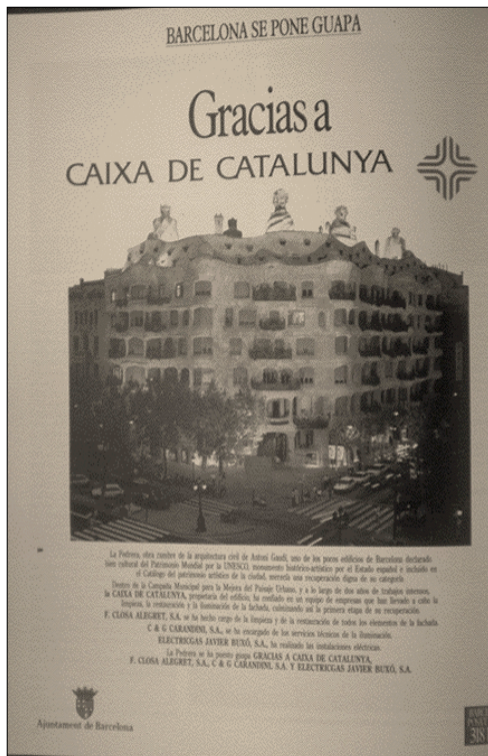
La campanya ha constituït un dels exemples més visibles de col·laboració entre l'administració i el sector privat a través de l'esponsorització. En són exemples la reforma dels bancs i fanals del Passeig de Gràcia amb el patrocini de les entitats financeres ("cada banc, un banc" n'era el lema), Repsol es feia càrrec de les fonts públiques, el Corte Inglés de l'Arc de Triomf, la Caixa de Catalunya de La Pedrera - de la qual n'és propietària-, Acieroid de la Casa Amatller, Sapic del Conservatori de Música, Freixenet feu girar les aspes de El Molino, Titanlux de la pintura exterior dels

mercats municipals, Procolor esponsoritza el pla del Color...

Des del punt de vista promocional, la campanya per a l'embelliment de la ciutat ha comptat amb una difusió massiva del projecte a través dels mitjans de comunicació. La campanya s'ha realitzat en diferents mitjans com televisió, ràdio i diaris. L'slogan *Barcelona posa't guapa* s'ha mantingut des del començament, amb diverses variacions en successives campanyes<sup>159</sup>. Els principals elements de la publicitat en televisió i en la premsa han estat: l'abans i el després, la comparació de la ciutat amb una dona (una dona maquillant-se la cara com a metàfora de la restauració de façanes), i l'ús de persones famoses per a transmetre el missatge de què no només els directament interessats en cada projecte de restauració n'eren els beneficiaris.

<sup>159</sup> Els eslògans de les successives campanyes han estat "Barcelona posa't guapa" (1986), "Gràcies, guapos!" (juny 87), "Barcelona tindrà bona planta" (gener 88), "Barcelona en flor" (març 88), "Taxi, posa't guapo" (maig 88), "Fem un canvi d'aires" (febrer 89), "Guapa, bonica, preciosa!" (novembre 89), "Si la posa guapa li fem el 20%" (juny 90), "Posa't guapa, t'ajudem a arreglar-te" (juny 90), "Pentina't, guapa" (novembre 90, promoció retirada d'antenes), "Gràcies a la gent que posa guapa Barcelona" (abril 1991), "Per guapos!" (juny 1991), "No es pot aguantar" (febrer 1992)

El primer anunci publicat a la premsa consistia en l'abans i el després de la façana d'un edifici, un dels recursos que més àmpliament s'han utilitzat en la promoció de l'urbanisme barceloní (anunci publicat a *El País* el 21 de juny de 1986). El text de l'anunci és, a més, un autèntic compendi de les campanyes promocionals en curs: “Millorant el present”, “Barcelona més que mai” a més del titular “Barcelona, posa't guapa, on es remarca que la millora de Barcelona és una obra col·lectiva (“Gràcies a la col·laboració de tots, Barcelona està d'allò “tan maco”).



D'una altra banda, el fort protagonisme dels agents privats en la campanya a través del mecanisme de l'sponsorització va fer que, també en la publicitat realitzada, es mostrés el seu abast. La sèrie “Barcelona es posa guapa. Gràcies a...” ha recompensat el patrocini de la restauració de monuments i edificis per part d'empreses privades i entitats públiques. En l'exemple de l'esquerra, la Caixa de Catalunya era, no només la responsable sinó també la protagonista de la rehabilitació de la façana de la Pedrera, edifici que aquesta entitat bancària havia adquirit i que, pel seu valor artístic i simbòlic i l'espectacular resultat aconseguit,

ha estat molt utilitzat en la promoció d'aquesta campanya (anunci publicat a *Barcelona, metrópolis mediterrània* núm. 22, 1992).

Amb aquesta mateixa orientació, la de reconèixer públicament el protagonisme de l'empresa sponsoritzadora, un altre dels mitjans emprats ha estat, des del 1989, la campanya de col·locació de lones amb eslògan “Aquí estem posant guapa Barcelona” que permetia anunciar el patrocinador o l'empresa rehabilitadora, alhora que era una autèntica tanca publicitària gegant de la campanya.

Finalment, un dels aspectes que, a més de les façanes, eren inclosos en la campanya, era la decoració o camuflatge de les parets mitgeres. En algun cas es va aconseguir resultats especialment destacats amb l'ús del *trompe l'oeil* com en la mitjera de la Plaça de la Hispanitat (1992), on 22 personatges de diferents èpoques lligats a la història de Barcelona apareixen representats en els balcons que donen a la plaça.

Òbviament, es tracta d'un cas molt singular, obra d'un equip d'artistes agrupats sota el nom de "La Cité de la Création" amb àmplia experiència en la decoració de mitgeres, especialment a la ciutat de Lyon.

Tanmateix, la decoració de mitgeres com les realitzacions en d'altres objectius de la campanya -com en els rètols comercials- han estat escassament utilitzats amb finalitats promocionals, bé perquè el seu abast ha estat molt menor, bé perquè el seu efecte mediàtic és també molt inferior -de vegades fins i tot ha anat íntimament lligat amb la rehabilitació de la façana, com en el cas de la botiga Loewe en la casa Lleó Morera del Passeig de Gràcia.

Si els objectius de la campanya eren els expressat més amunt (restauració de façanes, decoració de mitgeres, etc.), els de la publicitat han estat, a més de promoure noves rehabilitacions, donar a conèixer les realitzades (amb el reconeixement obligat als espònsors), i, sobretot, proporcionar una sensació de revitalització general.

### *Les grans operacions olímpiques*

En un urbanisme que ha estat qualificat en alguna ocasió com "minimalista", destaca a la vegada la realització de grans projectes, especialment els més directament relacionats amb la nominació olímpica. Aquest canvi d'escala fou possible gràcies a la nominació olímpica l'any 1986, l'excusa -com s'ha repetit tantes vegades fins a convertir-la en justificació- per a dur a terme projectes de gran envergadura, definits pels seus responsables segons tres criteris d'intervenció: que milloressin i ampliessin els sistemes generals (infraestructures amb gran envergadura econòmica i pluralitat de competències institucionals involucrades), els que necessitessin un marc supramunicipal (que requerissin, per tant, convenis entre diferents institucions), i els que modifiquessin la tendència de desenvolupament cap a noves àrees, desplaçant l'interès del Sud-oest al Nord-est, amb la recuperació de la façana marítima, la Plaça de les Glòries i la renovació de Sant Martí-Clot<sup>160</sup>

La justificació teòrica la proporcionà, de nou, Oriol Bohigas, en afirmar que un cop superats els dèficits més greus heretats del període pre-democràtic, calia plantejar-

---

<sup>160</sup> ACEBILLO, J. A. (1992) "El progressiu canvi d'escala en les intervencions urbanes a Barcelona entre 1980 i 1992" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, (Ed. DIVERSOS), HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, pp. 63-84.

se temes de major complexitat territorial. Però una altra vegada, cercant els instruments més adequats, més flexibles i més efectius, sorgeix una alternativa al planejament tradicional: en paraules del mateix Bohigas, l'instrument havien de ser projectes puntuals però "estratègics i osmòtics"<sup>161</sup>. Les quatre àrees olímpiques (Vall d'Hebron, Diagonal nord, Montjuïc i Vila Olímpica) constituïen, alhora, quatre punts estratègics d'actuació. En el cas de la Vall d'Hebron, es tractava d'un espai poc integrat, "...una zona relativament lliure d'edificacions però un espai encara no identificat ni per la forma ni pels usos, en el qual la ciutat perdia el seu caràcter i la seva continuïtat, sense ser ni un parc, ni un suburbi residencial, ni un conjunt racionalitzat d'equipaments, tot plegat sotmès a uns antics desequilibris de planejament i de legalitat, a uns projectes de gran vitalitat [sic] desintegradora, desenganxat, fins i tot, de les possibles ressonàncies urbanes dels barris veïns. Calia trobar un argument nou per convertir la Vall d'Hebron en un tros de ciutat identificable en si mateix i també integrat a les necessitats de l'entorn i de la metròpoli"<sup>162</sup>.

Pel que fa a la part alta de la Diagonal, existia una notable acumulació d'instal·lacions esportives però es tractava d'una àrea marcada per l'encreuament de l'Avinguda Diagonal, sense integració de conjunt; la reordenació necessària pels Jocs Olímpics havia de permetre, de pas, refer una de les entrades de Barcelona.

El cas de Montjuïc és, potser, el més diferent, ja que és l'espai amb més història lligada a esdeveniments equiparables a l'olímpic. Tanmateix, es pretenia que l'oportunitat olímpica permetés la transformació de la muntanya en un parc urbà (significativament, la muntanya de Montjuïc ha passat a denominar-se oficialment "Parc de Montjuïc").

---

<sup>161</sup> BOHIGAS, O. (1992) "Criteris urbanístics per a les quatre àrees olímpiques" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, (Ed. DIVERSOS), HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, pp. 53-61. La terminologia emprada no deixa de ser prou interessant. Si abans s'havia emprat el terme *metàstasi* per a referir-se als efectes indirectes derivats de les intervencions, ara la paraula és "òsmosi". De les definicions contemplades en el *Diccionari de la llengua catalana* d'Enciclopèdia Catalana (**metàstasi**: aparició d'un o més focus morbosos secundaris, sota la dependència d'un fenomen idèntic preexistent en un altre lloc de l'organisme no contingut, que resulta així transferit d'un lloc a l'altre; **òsmosi**: en un sistema format per dues dissolucions de concentracions diferents...tendència a passar dissolvent de la dissolució menys concentrada a la que ho és més), no es pot treure més conclusió que la "òsmosi" requereix contingüitat en els objectes susceptibles de transformació, essent així un terme potser més adequat per a ser aplicat a les transformacions urbanes, a més d'estar lliure de les connotacions patològiques de "metàstasi".

<sup>162</sup> BOHIGAS, O. (1992) "Criteris urbanístics per a les quatre àrees olímpiques" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, p. 55.

Finalment, la Vila Olímpica és el cas més representatiu dins els processos de revitalització urbana, ja que la recerca de solucions per als fronts marítims i la seva reconversió i revalorització pels usos urbans ha estat un tipus d'intervenció de les més celebrades arreu<sup>163</sup>. El cas de Barcelona presentava potser algunes dificultats tècniques afegides pel pas de la via del tren junt a la costa, a més d'haver de contrarestar l'estereotip de barri obrer derivat de la mateixa inèrcia industrial del Poblenou.

Però, seguint l'argumentació de Bohigas, aquests punts estratègics -que permetien la solució de quatre grans temes urbans- havien de tenir, a més, "capacitat de transmissió, de fer passar cap a tot l'entorn per osmosi els seus principis de transformació". El quadrat que formen les línies imaginàries que uneixen les quatre àrees marcarien els sectors en transformació: de la Vall d'Hebron a la Diagonal, el límit entre la ciutat i la serra de Collserola, dibuixat per la Ronda de Dalt; de la part alta de la Diagonal a Montjuïc, l'eix terciari de nova centralitat del carrer Tarragona; de Montjuïc a la Vila Olímpica, el desenvolupament del front marítim; de la Vila Olímpica a la Vall d'Hebron, finalment, un altre eix de centralitat basat en la renovació comercial i cultural de la Plaça de les Glòries.

De les quatre àrees olímpiques, però, dues han estat les més privilegiades quant el seu ús simbòlic: l'anella olímpica de Montjuïc i la Vila Olímpica i el front marítim<sup>164</sup>. Val a dir, però, que la "monumentalització perifèrica" aconseguida en el cas de la Vall d'Hebron és més que remarcable per bé que hagi estat poc rendible des del punt de vista del seu ús en la creació d'imatge. Les instal·lacions esportives no han arribat mai a tenir gaire poder simbòlic -només el velòdrom, una de les primeres infraestructures esportives construïdes ha seguit conservant el rang de punt de referència-, la vila olímpica no té ni la dimensió ni l'atractiu de la marítima, el Pavelló de la República de Sert no ha estat mai gaire promocionat ni tenia una utilitat clara (fins que fou cedit a la Universitat de Barcelona, que l'utilitza com a seu del fons documental sobre la guerra civil), l'acurat mobiliari urbà de l'àrea que, com diu Beth Galí, "sembla brollar de la mateixa massa

---

<sup>163</sup> HOYLE, B. J., et al. (Eds.) (1988) *Revitalising the Waterfront. International Dimensions of Dockland Redevelopment*, Belhaven Press, London and New York.

<sup>164</sup> Aquestes són, per exemple, les úniques que compten amb capítol propi a la publicació de l'Ajuntament de Barcelona *Guia. La Barcelona del 93* (1990). La Vall d'Hebron apareix com un més dels nous espais urbans al costat de Can Dragó o l'Estació del Nord, i la part alta de la Diagonal ni tan sols és esmentada, potser perquè realment hi ha poc a dir.



asfàltica”<sup>165</sup> no denota amb claredat la seva funció als vianants, més àvids moltes vegades de l’ús que de la contemplació, els “mistos” d’Oldenburg, en fi, tot i la seva impactant presència, a més d’una de les escultures de carrer més fotografiades, només són, segons l’hora del dia, un atractiu i perillós tobogan, o un irregular mur pels *grafitti*.



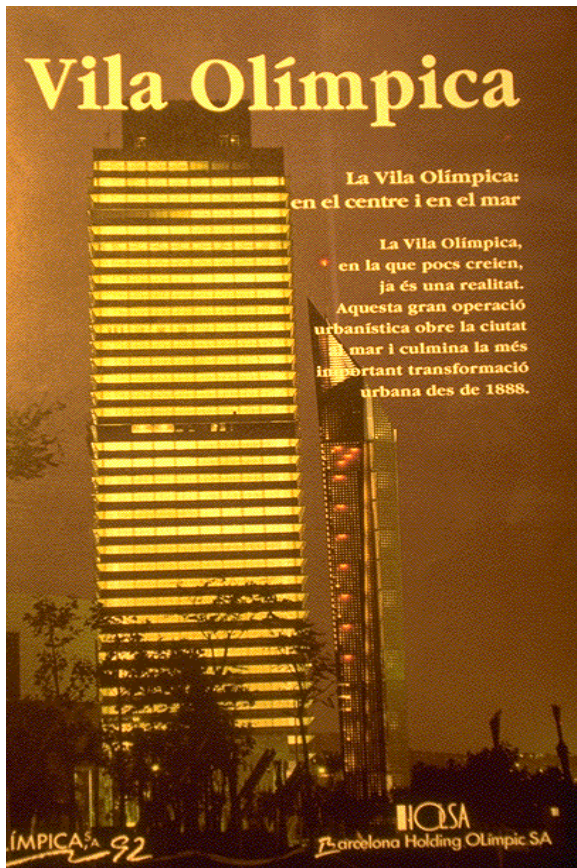
Font: [http://ca.wikipedia.org/wiki/Els\\_mistos](http://ca.wikipedia.org/wiki/Els_mistos)

Es tracta d’un espai que es comprèn millor a partir de la pretensió estratègica i osmòtica de Bohigas (més encara tenint en compte la proximitat del complex hospitalari i de l’obertura del nou campus de la Universitat de Barcelona a les Llars Mundet) que no pel seu ús simbòlic que ha estat, com s’ha dit, escàs. Aquest seria el mateix cas de la part alta de la Diagonal, on l’ordenació viària és la part més important i visible de la intervenció.

Les altres dues àrees -el front marítim i Montjuïc-, en canvi, sí que han donat lloc a un gran joc mediàtic. Fins el 1992, l’”obertura de Barcelona el mar” -una de les frases

<sup>165</sup> GALÍ, B. (1992) "L'Àrea de la Vall d'Hebron. Descripció de l'urbanisme i l'arquitectura" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, (Ed. DIVERSOS), HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, pp. 233-240.

més repetides com a senyera de la renovació urbana- es va concentrar, sobretot, en la recuperació de les platges, la construcció del port olímpic, el bastiment dels dos gratacels i els habitatges de la Vila Olímpica. El tractament donat per la promoció de l'aparell institucional es centrà en dos aspectes d'interès col·lectiu: la recuperació de les platges i, un cop passat l'allau d'atletes olímpics, en la presentació de la Vila Olímpica com un barri amb entitat pròpia.



Per descomptat que els elements més simbòlics -i els gratacels se n'han emportat el màxim guardó- han estat utilitzats en la publicitat; però ha estat tractats com a elements aïllats, com a símbols de la Vila Olímpica i, sobretot, de la nova Barcelona. En un anunci publicat per la societat municipal Vila Olímpica SA (VOSA) i el holding olímpic (HOLSA) a *Vivir en Barcelona* (juliol-agost de 1992), que es reproduïx a l'esquerra, es remarca la Vila Olímpica com a operació d'obertura de la ciutat al mar i com a culminació, com es pot llegir en el text de l'anunci, de la "més important transformació urbana des de 1888".

La promoció dels habitatges de la vila olímpica pròpiament dita va correspondre, lògicament, a la promotora Nova Icària, SA (NISA)<sup>166</sup>, la que tenia un producte material per a vendre. En aquest cas, la imatge de la Vila Olímpica contrasta fortament amb l'anterior i el que s'anuncia, conscient l'empresa del segment de mercat al que es

<sup>166</sup> La història depara sovint paradoxes ben estranyes. Icària, la ciutat somniada per l'utòpic socialista francès Étienne Cabet, despertà gran interès a Catalunya a la segona meitat del segle XIX, com mostra el fet que el mateix Cerdà donés aquest nom al primer nucli de cases obreres que es formà al Poble Nou, conservat des dels anys 20 en l'avinguda del mateix nom. Sembla ser que la idea de "repestar" el nom d'Icària per a la nova urbanització fou del mateix Oriol Bohigas (FABRE, J. i HUERTAS, J. M. (1989). *La construcció d'una ciutat*. Barcelona, Plaza & Janes., p. 74). Finalment, però, Icària només ha quedat en el nom de la promotora i el nou barri ha passat a ser designat per un més asèptic "Vila Olímpica".

dirigeix, és un espai apte per persones de rendes més aviat altes, encarnades, en l'anunci de l'esquerra (*Vivir en Barcelona*, juliol-agost 1992) per una dona vestida elegantment. Encara és més clara en la imatge d'un antic espai industrial en ràpid i massiu procés de *gentrification* en els fulletons que NISA va utilitzar en successius *mailings* als



barcelonins. Les persones que apareixen en les il·lustracions dels fulletons de publicitat eren parelles joves, d'aspecte sà, esportiu i atractiu segons els cànons de bellesa regnants, autèntics prototips dels joves professionals de rendes elevades; els interiors del pisos, perfectament decorats, han estat publicats prèviament a revistes especialitzades i són obres d'interioristes més o menys reconeguts, i els exteriors són platges anònimes, sense referents barcelonins -potser per justificar l'eslògan de què “això no s'assembla a

viure a Barcelona”- però compensats per la presència ocasional en altres fotografies dels gratacels olímpics.

L'Anella Olímpica de Montjuïc ha estat objecte d'atenció privilegiat per part dels mitjans de comunicació i ha estat, així mateix, l'espai més recurrent en la publicitat institucional, amb els seus tres edificis emblemàtics (l'Estadi Olímpic, el Palau Sant Jordi i l'Institut Nacional d'Educació Física) a més d'altres de menys envergadura com les piscines Picornell. L'Ajuntament ha utilitzat preferentment els dos primers, ja que l'INEFC de Ricardo Bofill va ser finançat totalment per la Generalitat de Catalunya qui, com ja s'ha assenyalat, va intentar treure'n profit rivalitzant en protagonisme olímpic amb l'Ajuntament. Si l'Anella Olímpica de Montjuïc ha estat utilitzada per a connotar la transformació de la ciutat ha estat, en primer lloc, perquè a Montjuïc es produïa la màxima identificació amb l'esdeveniment olímpic, també perquè la continuïtat històrica amb el 1929 com a ocasions per a transformar la ciutat s'ha remarcat molt i, també, perquè compta amb edificis als que l'ús en ocasions especials i el tractament mediàtic els ha conferit un gran valor simbòlic.

Deixant de banda l'Estadi, el valor del qual remet més a la història i a contenidor d'events com la cerimònia d'inauguració dels Jocs, el Palau Sant Jordi del japonès Arata Isozaki ha estat el blanc de l'atenció, no només pels seus valors estètics sinó també pels estrictament tècnics. L'elevació del seu sostre, una complicada operació



d'enginyeria, va ser seguida amb màxima atenció per la premsa, va ser filmada, fotografiada i fins i tot historiada en un llibre de gran format<sup>167</sup>. La dificultat constructiva, la grandària i els mitjans tecnològics han estat àmpliament divulgats, junt amb el seu valor arquitectònic, com a senyes d'identitat de l'edifici: "El seu procés de construcció i la seva concepció arquitectònica han fet que el Palau hagi estat focus d'atracció d'arquitectes i estudiosos internacionals. Entre els seus atractius, cal destacar la seva cúpula -que es va aixecar tota de cop-, així com la grandària. Són pocs els Palaus d'Esports que tinguin tanta cabuda d'espectadors. Només el de París (a Bercy) té també una capacitat per a 17.000 espectadors (...) El nou Palau està dotat de grans mitjans tecnològics, de climatització, de control central d'il·luminació i megafonia, tot plegat fa que sigui un dels edificis anomenats "intel·ligents"<sup>168</sup>.

Valor cultural i capacitat tecnològica han estat sovint les connotacions de les grans obres urbanístiques barcelonines, cosa que no és d'estranyar i que encaixa perfectament amb el programa del 92 que "conté sobretot una política econòmica... que recolza en dos pilars fonamentals: el repte tecnològic i el desenvolupament d'un turisme de qualitat"<sup>169</sup>. Ambdós atributs han acostumat a conviure en bona harmonia: "alta tecnologia transformada en poesia" diu Hughes del Palau Sant Jordi i de la torre de telecomunicacions del nord-americà Norman Foster a la serra de Collserola<sup>170</sup>. Ocasionalment han entrat en competència, com en el cas de la torre de telefònica de l'enginyer Santiago Calatrava a la mateixa muntanya de Montjuïc, la qual va desagradar profundament els arquitectes encarregats del projecte d'urbanització de l'entorn, per als quals la torre era un element estrany que no havien contemplat<sup>171</sup>.

---

<sup>167</sup>DIPUTACIO DE BARCELONA, COOB '92 (1990): *Palau Sant Jordi*, Barcelona, COOB '92.

<sup>168</sup> *Barcelona 10*, núm. 54, set-oct 1990.

<sup>169</sup> CARRERAS, C. (1988) "Barcelona del 1929 al 1992, del passat cap el futur" en *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*, (Ed. GRAU, R.), L'Avenç, Barcelona, p. 396.

<sup>170</sup> HUGHES, R. (1992) *Barcelona*, Anagrama, Barcelona, p. 66.

<sup>171</sup>CORREA, G., MILA, A., MARGARIT, J., BUXADE, C.: "Razones contra un proyecto", *El País*, 09.10.90.



## 5

### El mite de la Barcelona del 92

“La funció del mite és buidar la realitat “

(Barthes, R. 1957)

Una imatge de ciutat revitalitzada s’aconsegueix amb espais urbans i campanyes d’embelliment, però també amb campanyes publicitàries, events culturals i esportius<sup>172</sup>. De tot hi ha hagut a Barcelona. El consens social al voltant del projecte de revitalització de la ciutat que l’ha d’acompanyar és, però, tant o més important que la imatge que es pugui projectar a l’exterior. Ja s’ha vist en el capítol anterior com, indirectament, les intervencions físiques en la ciutat contribuïen a crear o a mantenir aquesta cohesió social. En presentar-se la ciutat en obres com un espectacle, els “espectadors” -els ciutadans- acabaven per fer-se seu un projecte que no ho era. En la presentació del nou urbanisme, s’assolia d’influir en la percepció que els ciutadans tenien de la seva ciutat no només donant a conèixer els nous espais -als qual els costa de ser inclosos en els mapes mentals dels ciutadans tal com vam poder comprovar en l’anàlisi d’una enquesta als visitants d’una exposició<sup>173</sup> - sinó canviant-ne la valoració, sobretot a través de la difusió del reconeixement internacional dels nous espais.

#### La teoria de les expectatives

A més, però, han existit accions més específiques que han aconseguit reforçar de manera molt intensa el grau de consens social. Els mateixos Jocs Olímpics tenen una capacitat gairebé il·limitada d’il·lusionar amplis sectors de la població, tal com es va

---

<sup>172</sup> HOLCOMB, H. B. i BEAUREGARD, R. A. (1981) *Revitalizing Cities*, Ass. Am. Geographers, Washington.

<sup>173</sup> CARRERAS, C. dir. (1990) "Anàlisi de les opinions expressades pels visitants de l'Exposició "Barcelona, l'escenari del futur", Barcelona: Pla Estratègic de Barcelona. (mecanografiat)

mostrar, a Barcelona, el dia que es va produir la nominació de Barcelona com a seu olímpica. Pep Subirós ha recordat com després de fer-se oficial la nominació el 17 d'octubre de 1986, el pensament de l'alcalde se'n va anar cap a la ciutat: "Barcelona deu ser l'hòstia!". Subirós, que devia estar a Barcelona aquell dia, diu que sí, que efectivament ho era. I afegeix "no va deixar de ser-ho durant gairebé sis anys"<sup>174</sup>. Perquè l'esclat d'entusiasme d'aquell dia d'una bona part de la població no tenia massa a veure amb l'esport, sinó amb un projecte de ciutat que poc a poc s'havia anat convertint en un "objectiu de tots", tal com deia la propaganda oficial.

Més d'un any abans, el juliol del 1985, s'havia iniciat la primera campanya específicament destinada a reforçar la cohesió social amb el llançament de la "B" com a logotip de Barcelona i l'eslògan "Barcelona, més que mai", l'objectiu de la qual no era exterior sinó interior, els propis barcelonins.

Els que n'eren els responsables municipals ho explicaven d'aquesta manera en declaracions a una revista francesa: "L'objectiu de la primera fase de la campanya ha estat intentar crear un símbol d'identitat que pogués ser assumit per la major part de la població. Això ha tingut un resultat positiu: la gent enganxa els adhesius al seu cotxe, els joves sobre les seves carpetes, compren les samarretes etc ... S'ha creat un símbol d'identitat que no és ni polític ni tradicional. No és una bandera, no és un escut, sinó un



símbol completament diferent. De fet, el nivell d'acceptació que s'ha obtingut un any després de sortir al públic, ha estat considerable. Els habitants no s'hi manifesten a favor en contra en funció de les seves tendències polítiques i ha estat molt ben rebut per tota la ciutat"<sup>175</sup>.

La "B" del logotip -amb els colors vermell, groc i blau- tenia capacitat, segons els responsables municipals, d'evocar mediterraneïtat -el blau-, artistes com Miró o Picasso -que sovintejaven l'ús de colors primaris-, la bandera catalana -el vermell i el groc-, o els colors del

<sup>174</sup> SUBIRÓS, P., et al. (1994) *El vol de la fletxa*, Electa, Barcelona, p. 61.

<sup>175</sup> CASAS, E. (1990) ""Barcelona més que mai" ou la mise en scène de la ville. Un entretien avec Enric Casas", *Amiras/Repères. Barcelone, catalogue: arrêts sur images*, p. 97.

Barça -el blau i vermell-<sup>176</sup>. Després dels Jocs Olímpics, es va mantenir el logotip però l'eslògan va canviar, anunciat una fase diferent, per "Ara, Barcelona i tu" (anunci publicat a *Vivir en Barcelona* núm. 88, abril del 1993), un intent de mantenir l'esperit després de la ressaca olímpica i la depriment crisi econòmica que va semblar desfermar-se quasi súbitament l'endemà de la clausura dels Jocs<sup>177</sup>.

Les campanyes posteriors a aquell inicial "Barcelona, més que mai" van continuar amb la voluntat explícita de contribuir a reforçar la cohesió social presentant una Barcelona personificada i seqüenciada ("Barcelona posa't guapa", "Barcelona es posa guapa"; "Barcelona guanyarà", "Barcelona ha guanyat") així com una Barcelona socialment compacta ("Barcelona som tots" en els anuncis de l'Ajuntament, "Ho estem aconseguint" en els de la Diputació de Barcelona, "Objectiu de tots" en els del Comitè Organitzador).

La creació d'un sentiment de comunitat o un "patriotisme de ciutat" que permetés que el ciutadà s'identifiqués amb la seva ciutat era un requisit necessari tant per legitimar el projecte de ciutat emprés per l'equip de govern com per assolir una de les condicions necessàries per a l'èxit d'un projecte com aquest: combatre el cercle viciós que Peter Hall, seguint Lyn Davies, va anomenar la síndrome de la "collective deprivation" a propòsit de la crisi de les ciutats britàniques: "Això és la pèrdua addicional que senten els habitants de la ciutat a causa de la percepció de que les oportunitats no es corresponen amb el que necessiten. Pren molts formes: el deteriorament físic de cases, fàbriques, botiques i carrers; la manca d'oportunitats en llocs de treball, habitatge, educació i oci; el baix nivell de molts serveis públics; i, en la base de tot, el sentiment de que tota l'àrea està en decadència i de que els més capacitats, enèrgics i exitosos se'n van. Així, hi ha un sentiment profund de que la gent ja no es poden ajudar ells mateixos, que les fonts de regeneració han fallat, que no hi ha esperança - tal com es manifesta per un sentiment general d'alienació i apatia, demostrat particularment en temps d'eleccions però present constantment. I aquesta percepció no es limita als que hi viuen allí; és compartida pels forasters, que no hi invertiran: Així, el cercle viciós de decadència s'intensifica"<sup>178</sup>

---

<sup>176</sup> CASAS, E. (1990) *op.cit.*, p. 98.

<sup>177</sup> En la mateixa línia, just l'endemà d'aquesta, l'Ajuntament publicava a doble pàgina i a tota la premsa de la ciutat un "Barcelonins, això no es tot. Ara ve el millor".

<sup>178</sup> HALL, P. (Ed.) (1981) *The Inner City in Context*, Gower, Aldershot, p. 3.

La metàfora de Fèlix de Azúa<sup>179</sup> en comparar Barcelona amb el naufragi del Titànic recollia aquest esperit, encara que, a la pràctica va funcionar més com a revulsiu que com a crítica. “Del Titànic a l’Ictíneu” diu Subirós<sup>180</sup>. “Barcelona és un coet cap a Mart” declara Francesc Raventós quant un periodista l’interpel·la sobre el Titànic<sup>181</sup>. L’escriptor Quim Monzó, encara que amb sarcasme prescindible, assenyalava la poca substància de tot plegat: “Barcelona és una ciutat que no s’agrada. Voldria ser ben bé no se sap com: d’una altra manera; no sap de quina exactament, però mai com és. A aquest fàstic de ser com és contribueixen diverses coses. D’una banda: el sentit autocrític dels barcelonins, que no baixa mai la guàrdia. De l’altra: fa molt de temps que Barcelona no és líder de res.(...) I per proclamar-ho als vents que calgui, els *ninyatos* de Calvo Sotelo donen a llum aquella teoria que fa de Barcelona un Titànic (...) El Titànic barceloní ha passat de moda més ràpidament que l’escubidú, els pòsters del Che Guevara, les camises hawaianes, les cançons de Juan & Júnior, el Segon Congrés de la Llengua, els llibres de Marcuse, Humphrey Bogart o l’expressió “és massa!”. Fins a tal punt ha passat de moda dir que Barcelona s’enfonsa que hi ha optimistes que -amb la mateixa manca de proves amb què abans es proclamava el naufragi- ara proclamen que Barcelona passa per un gran moment<sup>182</sup>.

D’una altra manera, tant o més efectiva, ho va explicar el mateix Pasqual Maragall buscant el recolzament teòric de premis Nobel com Keynes o Arrow en aplicar la teoria de les expectatives al cas barceloní. Es tracta de la mateixa idea de la “collective deprivation” de Peter Hall però ara presentada en positiu, és a dir, si la manca d’expectatives pot conduir a una sensació col·lectiva de “alienació i apatia”, la confiança en el futur tindria la capacitat de provocar tot el contrari. Maragall afegeix, a l’habitual cantarella d’una tradició històrica que condueix indefectiblement a les actuals realitzacions, el paper de la percepció del futur: “El present depèn molt del futur, no només del passat (...) crec que els grans canvis de la història de la humanitat segurament

---

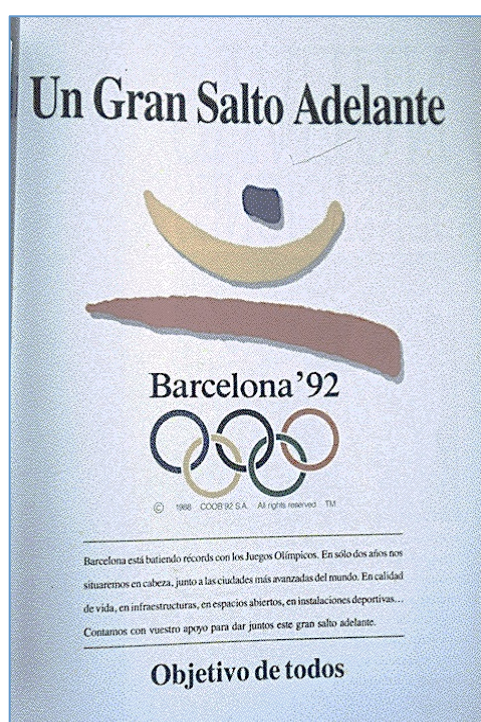
<sup>179</sup> Que tothom cita de memòria i de la qual rarament se n’ha vist una cita literal, encara que darrerament ha estat inclosa en un recull d’articles d’aquest autor (AZUA, F. (1996) *Salidas de tono*, Anagrama, Barcelona, pp. 22-24).

<sup>180</sup> SUBIRÓS, P., et al. (1994) *El vol de la fletxa*, Electa, Barcelona, p. 58.

<sup>181</sup> Llongueras, P.: (1990) Francesc Raventós: “Barcelona és un coet cap a Mart”. *Diari de Barcelona*, 05.08.90.

<sup>182</sup> MONZÓ, Quim (1991) *Zzz...*, pp. 143-145, citat a *Barcelona a l’escola 4. Paisatges i ambients barcelonins. Selecció de textos literaris dels segles XVIII, XIX i XX*. Ajuntament de Barcelona: Barcelona, p. 151.

no res poden explicar si no és precisament en funció més del futur, i de la percepció que els ciutadans van tenir del futur, que no pas de la influència del passat"<sup>183</sup>. Per canviar les expectatives que els barcelonins tenien del seu futur, cal, seguint amb l'argumentació keynesiana en la que es basa l'alcalde, l'existència d'objectius a realitzar admesos per tothom. Segueix Maragall: "ell [Keynes] insistia en la importància que la humanitat, els països, les ciutats, tinguessin objectius coneguts o relativament coneguts, i en tot cas assumibles i que es poguessin aconseguir"<sup>184</sup>. D'aquesta manera, l'existència d'objectius que tothom es fa seus seria la millor manera de contribuir a una millora de les expectatives de futur dels ciutadans; per tant, de combatre percepcions negatives sobre la ciutat; per tant, de reforçar el consens social al voltant d'un projecte present.



La publicitat del COOB '92, per exemple, la de major difusió, lògicament, com a conseqüència de l'amplitud d'aspectes que va incloure l'organització olímpica, comptava amb, almenys, tres elements definitoris de la imatge de la ciutat produïda per les instàncies municipals: la identificació entre ciutat i organització olímpica o, com s'ha expressat en tantes ocasions, els Jocs com a pretext o excusa per a la transformació de la ciutat (visible en el parentiu de colors i de traç de les línies dels logotips de la "B" de la ciutat de Barcelona i de "l'atleta" de Barcelona'92); la presentació dels Jocs -de la

transformació de la ciutat, per tant- com "un objectiu de tots"; finalment, l'èmfasi en l'ocasió històrica que proporcionen els Jocs ("Un gran salto adelante" diu l'eslògan. El text encara hi afegeix "En sólo dos años nos situaremos en cabeza, junto a las ciudades más avanzadas del mundo. En calidad de vida, en infraestructuras, en espacios abiertos, en instalaciones deportivas...")

La legitimació d'aquests objectius admesos per tothom -necessaris, com s'ha vist per a millorar la imatge i les expectatives dels ciutadans- es va buscar, curiosament, no

<sup>183</sup> MARAGALL, P. (1987) *Per Barcelona*, Edicions 62, Barcelona, pp. 59-60.

<sup>184</sup> MARAGALL, P. (1987) *op. cit.*, pp. 61-62.

en el futur sinó en el passat, en la reiteració en tots els mitjans i en totes les ocasions de la seqüència “Exposició del 1888, Exposició del 1929, Jocs Olímpics del 1992”.

## **El mite de Barcelona 92**

El consens assolit amb els Jocs Olímpics va ser proclamat constantment, tant pels responsables de les institucions com per la premsa, un consens que es manifestava, a més, en tots els àmbits: institucional, social, territorial...

Com es podia llegir a l'inici del vídeo “Barcelona, una passió” amb gran solemnitat, en lletres blanques sobre fons negre i sense so:

La transformació de Barcelona impulsada pel seu Ajuntament ha estat la realització d'un dels més grans projectes urbanístics d'Europa en el moment actual.  
Per fer possible aquest canvi tan apassionant, moltes persones han hagut d'abandonar les seves cases o els seus llocs de treball, a causa de les inevitables expropiacions.  
Moltes més persones -de fet, tots els ciutadans-, han hagut de patir les obres durant anys.  
Centenars de professionals s'han abocat de forma excepcional i apassionada en el projecte, i han hagut de sofrir i de lluitar contra dificultats que de vegades semblaven insalvables.  
L'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, el Govern Espanyol i la iniciativa privada han fet un dels esforços d'inversió més importants de la història. La Barcelona renovada és mèrit i guany de totes aquestes persones i organismes.

Un projecte de ciutat com l'emprés, l'organització d'un model de ciutat absolutament reestructurada adaptada al nou model de desenvolupament econòmic que domina l'economia mundial, i que comporta beneficis econòmics indubtables per als sectors més interessats -d'aquí el consens institucional- necessita ser legitimat per a ser acceptat pel conjunt de la població. Un dels principals mecanismes de legitimació que funcionà en aquesta etapa i amb prou força com per a perdurar encara ara, fou el de la legitimació històrica.

El concepte de mite de Roland Barthes, que ha estat utilitzat diverses vegades per analitzar les interpretacions ideològiques dels llocs, ha estat de gran utilitat per explicar la construcció del consens ciutadà. En els mites, les connotacions resten amagades per aparent denotacions i que la seva funció és la de naturalitzar les proposicions de classe. Ben aprop queda també el concepte d'hegemonia de Gramsci que tan àmpliament utilitzen els estudis culturals, i que s'aplica quan una classe dirigent (o millor, una



aliança de fraccions de classes dirigents) és capaç de persuadir les classes subordinades per tal que acceptin els seus valors culturals, polítics i morals com a ordre “natural”.

Les transformacions de la “Barcelona del 92” -entenent com a tal les produïdes en el període que s’inicia ja amb les primeres eleccions democràtiques el 1979- han donat lloc a múltiples imatges de la ciutat; tanmateix, una imatge ha estat la principal responsable de la legitimació del projecte: la d’una ciutat creixent al ritme de grans empreses col·lectives. Pasqual Maragall ho ha dit infinitat de vegades en termes semblants a aquests:

La història de la nostra ciutat, de les nostres famílies, ens ensenya que la progressiva configuració de Barcelona ha estat feta a salts. La generació del 1888 va ser la que va donar el salt definitiu cap a l'Eixample, la que va fer el parc de la Ciutadella, la que va tenir la gosadia d’encarregar obres als nostres modernistes que ara són l’admiració del món. L’Exposició del 1929 va ser l’ocasió per urbanitzar Montjuïc, per obrir el metro i modernitzar els transports i els serveis urbans. La generació del 1992 ha de ser la que deixi acabada la Barcelona metropolitana. *Aquesta és una seqüència natural, lògica, inevitable, a la qual no es pot renunciar* (MARAGALL, P. 1991b:74-75). [cursives afegides]

Són múltiples els exemples en tots els fronts d’aquest ús de la metàfora d’una “Barcelona a salts”: en els discursos polítics i en la publicitat institucional però també en la premsa i en els discursos acadèmics.

En el vídeo “Barcelona, una passió”, es podia escoltar com a part del diàleg: “Saps que és la tercera vegada que la ciutat, amb un esdeveniment rellevant, es transforma?”; l’escriptor Eduardo Mendoza també recollia, per bé que ara més literàriament aquesta idea en un article titulat precisament “Barcelona, la ciutat de les tres exposicions”:

Barcelona té alguna cosa d’ambigua i evanescent en aparença, una cosa difícil de precisar en paraules o en imatges, com la fesomia d’algunes persones, que resulten atractives sense que se sàpiga per què. El que Barcelona té d’essencial i definitori és imprecís, i tampoc deixa empremta; probablement cert to de la llum. És una ciutat discreta, que prefereix no impressionar el foraster, com si no volgués exhibir les seves glòries ni les seves misèries. Només ocasionalment la ciutat surt d’aquesta aparent indiferència i convoca el món, com algú que, entregat durant llarg temps a la reflexió, decideix comunicar als altres les seves conclusions. Això ha passat dues vegades en un segle i està a punt de tornar una a passar [sic] el 1888, el 1929 i el 1992 (MENDOZA, E. 1992:33)

La “seqüència natural” ha arribat a constituir una explicació dels esdeveniments i fins a justificar-ne la seva inevitabilitat, sovint equiparada a la seva necessitat. Es tracta d’una interpretació de la ciutat que naturalitza, i legitima tot un projecte de ciutat, no

només un projecte d'un partit polític concret<sup>185</sup>, per bé que existissin fortes -i potser lògiques- gelosies a l'hora de capitalitzar-ne els rèdits polítics.

Existeix, doncs, un projecte de ciutat hegemònic que, a través de múltiples mecanismes i instruments, assoleix de crear un grau important de consens social. I, tanmateix, la pregunta és, on ha quedat la crítica? S'ha vist que l'hegemonia permet graus d'oposició i de resistència, que és capaç d'integrar punts de vista oposats sempre i quan no afectin l'essència del discurs hegemònic.

En la Barcelona del 92, han existit, al menys, quatre àmbits on hi ha hagut mostres de resistència, algunes més integrables que d'altres. El primer prové de l'habitual picabaralla política. El grau d'identificació aconseguit pel govern socialista de la ciutat amb els Jocs Olímpics va fer, durant algun temps, presentar certa oposició a membres de Convergència i Unió que, ràpidament, van ser compensats amb un recolzament total al projecte olímpic. El llavors cap de l'oposició municipal deixava ben clara l'ambigüitat en la que es movien:

*...les diferències amb l'equip de govern no obeeixen, com a vegades s'intenta confondre, a un model diferent d'entendre la ciutat i els seus problemes sinó al convenciment que les coses sempre s'han de fer bé...Els Jocs Olímpics, és cert, no han de ser objecte de discussió permanent, però un equip municipal democràtic no pot pretendre la unanimitat en l'anàlisi de la seva gestió ni tampoc que el projecte acabi essent una excusa per amagar d'altres problemes reals de la ciutat; per obviar els mecanismes locals de control; per afavorir interessos polítics particulars, per legítims que siguin, a curt termini o mitjà; o simplement per desqualificar l'adversari polític (CULLELL, J.M. 1991:57, reproducció de l'article "Jocs Olímpics: una col·laboració decidida" publicat a *La Vanguardia* el 30.05.1989) [cursives afegides]*

Més resistent, però tant o més innòcua, va ser la crítica autoproclamada nacionalista que es manifestava fora de la cotilla parlamentària. Acció Olímpica és el nom que va prendre el moviment que es va encarregar de col·locar en tota ocasió possible el lema "Freedom for Catalonia"<sup>186</sup>. Tanmateix, en cap moment aquest moviment va pretendre oposar-se als Jocs ni, per extensió, al projecte Barcelona'92. En un anunci que publicaven a la premsa, just acabats els Jocs, agraïen la col·laboració de les persones que havien participat en la campanya alhora que recordaven un cop més que "gràcies als Jocs Olímpics de Barcelona, Catalunya ha fet un pas important en tots aspectes. D'això no se'n pot tenir cap dubte"<sup>187</sup>.

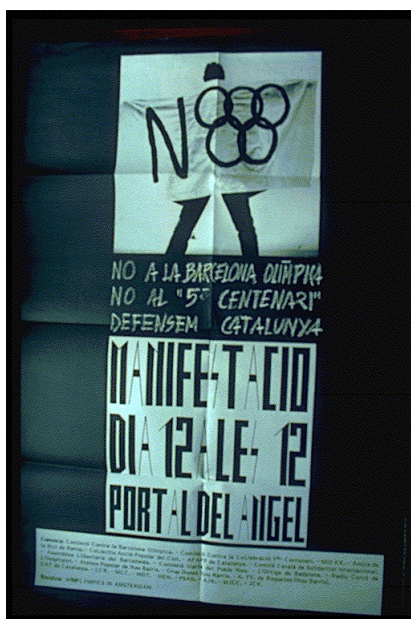
---

<sup>185</sup>En contrast, per exemple, amb l'ús de la història per a legitimar políticament la presidència Mitterrand a França durant els actes de la celebració del Bicentennari de la Revolució Francesa el 1989 (KEARNS, G. 1993)

<sup>186</sup>Pot veure's un recull dels èxits de la campanya, amb reportatge gràfic inclòs al llibre de Crexell: *Nacionalisme i Jocs Olímpics del 1992* (CREXELL, J. 1994)

<sup>187</sup>*La Vanguardia*, 10.08.92.

El tercer front de crítica havia de provenir de l'àmbit intel·lectual. I, com se sorprèn Francesc Roca (1987, 1993), aquesta no ha existit sinó amb raríssimes excepcions i, en tot cas, no hi ha hagut un atmosfera crítica. Només el periodista i escriptor Manuel Vázquez Montalbán, per la difusió diària dels seus escrits, sembla haver assolit, com ell mateix ha arribat a dir, el paper de "crític oficial". El caràcter sempre aïllat de preses de posicions crítiques ha permès la seva tolerabilitat en no afectar la fortalesa de l'hegemònica. En el món acadèmic, encara, caldria destacar els treballs de Pere López (1991, 1992, 1993) en estreta connexió amb les denúncies realitzades pel moviment anti-olímpic, el quart front de crítica.



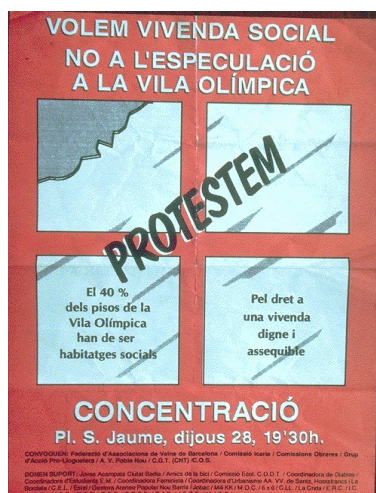
cartell contra la Barcelona olímpica (1986)

Aquest front, finalment, ha estat constituït per sectors més radicals que actuen fora del joc polític reglamentat. Va existir una Comissió contra la Barcelona olímpica durant l'època prèvia a la nominació, posteriorment va interessar-se també per la celebració del Cinquè Centenari del descobriment i acabà fragmentant-se, per bé que l'activitat ha continuat existint. Així el descrivia la premsa l'any 1986:

La candidatura olímpica de Barcelona ha tenido oposición de dos tipos. Una, la de quienes la rechazan calificándola de españolista. Otra, la de quienes acusan al ayuntamiento de enmascarar, bajo la opción olímpica, la ejecución, sin debate ciudadano, de decisiones urbanísticas parecidas a las que en los primeros años setenta chocaron con la oposición popular. Ambos núcleos de oposición han confluído recientemente en una "Comisión contra la

Barcelona olímpica", integrada por algunas asociaciones de vecinos, colectivos anarquistas y una comisión de vecinos del Poblenou, donde se levantará la Villa Olímpica. Cuentan con el apoyo de la CNT, de varios partidos extraparlamentarios de izquierdas y de los grupos independentistas. El portavoz de la comisión, Ignacio Lingolarra [per Mingolarra], considera que sus actividades opositoras han sido silenciadas por "un auténtico pacto de Estado sobre la candidatura olímpica, en el que se han comprometido desde la Corona hasta las instituciones locales, pasando por todo tipo de intereses y entidades". Lingolarra reconoce también que la tarea antiolímpica se ha estrellado ante otros dos elementos. Por un lado, "la obnubilación que el espejismo de los juegos ha producido en mucha gente, incluidos sectores populares". Por otro, la pasividad de muchos arquitectos y urbanistas progresistas que no se atreven a enfrentarse a una administración municipal que tienen centenares de proyectos para encargar (Enric Company: "Grupos minoritarios se oponen al proyecto olímpico", *El País*, 18-10-1986, citat per SUBIRÓS, P. et al. 1994;62-63)

Algunes de les primeres accions de caràcter parcial contra alguns dels aspectes més significatius de la Barcelona del 92 es concretaren en campanyes com la d'oposició al caràcter elitista de la Vila Olímpica o a la privatització de sòl públic continguda en el pla del port vell que, a més o menys ressò en el seu moment, s'anaren apagant.



De fet, el moviment antiolímpic no comptà mai amb d'altres suports que els de nombrosos col·lectius petits (mostra de la fragmentació dels moviments socials actuals) i d'alguns partits extraparlamentaris<sup>188</sup>. La cúpula de les associacions de veïns de

<sup>188</sup> Els convocants de la manifestació a la que es cridava en el cartell reproduït a la pàgina anterior eren: Comissió contra la Barcelona Olímpica, Comissió contra la celebració Vè Centari, Mili KK, Amics de la Bici de Barna, Col·lectiu Acció Popular del Clot, AFAPP de Catalunya, Comité Català Solidaritat Internacional, Assemblea Llibertària del Barcelonès, Comissió Icària del Poble Nou, L'Ortiga de Badalona, Radio Corcó de l'Hospitalet, Ateneu Popular de Nou

Barcelona, la FAVB, dominada per partits parlamentaris, en cap moment hi oposà problemes, no feu, com diu Subirós, “esmenes a la totalitat”<sup>189</sup>:

La FAVB aprobó por unanimidad un documento en el que asume el hecho olímpico pero se advierte que "no dejaremos que la realización de algunos proyectos suponga una hipoteca de nuestro modelo de ciudad" (Rosario Fontova, "Las asociaciones de vecinos temen el triunfalismo olímpico", *El Periódico*, 20-10-1986, citat per SUBIRÓS, P. et al. 1994:77)

La manca de suports institucionals i partidistes en feu un moviment més petit i probablement amb menys ressò però molt més radicalitzat. Algunes mostres en són els opuscles *I Jornades NO'92* (Barcenoal'92, 1990) i *Nos quedamos sin Olimpiadas* (ANÒNIM, 1991), o el vídeo *Vivir en Carce-lona* (1992).

En aquest vídeo es presenta el contrast entre la “nova Barcelona” (simbolitzada per imatges del port olímpic o de l'Espanya industrial esquitxades d'imatges d'agències bancàries i de policia al carrer, amb un vals com a fons musical) i la “Barcelona real” (simbolitzada per la imatge d'una finestra d'un immens bloc de pisos típic de la construcció especulativa dels seixanta, amb una forta discussió familiar com a únic fons sonor). Tot el discurs del vídeo resta marcat per dicotomies: nova Barcelona-Barcelona real, ciutadà “que contribueix al bon funcionament de la ciutat-empresa”-“marginat que s'escaqueja de l'entusiasme oficial”. El vídeo i, en general, el material del col·lectiu Barcenoal'92 està caracteritzat per un to llibertari i formalment molt agressiu, tant a nivell de les imatges utilitzades com a nivell verbal:

Y para quienes no comulguen con el Manual de Urbanidad o se resistan a pasar por los aros olímpicos, porque rechazan este modelo de vida y de participación, el poder les reserva la cárcel, el manicomio, la heroína o cualquier otra forma de aniquilación (*Vivir en Carce-lona*)

---

Barris, Grup de Dones Nou Barris, A.VV. de Roquetes (Nou Barris), CNT de Catalunya, LCR, MCC, MDT, MEN, PSAN, AJR, MJCC, JCR.

<sup>189</sup>Només anys més tard, la FAVB reprendria cert to crític i publicaria, un cop finalitzats els Jocs Olímpics i en un ambient econòmic gens eufòric, la “Barcelona de Maragall”, un “abecedari” a l'estil del que havia publicat la revista CAU 18 anys abans com a denúncia del porciolisme, com a número especial de la seva publicació *La Veu del Carrer* (núm. 10-11, novembre-desembre 1992). En l'editorial es venia a dir que s'havia acabat ja “la treva”: *Després de la cita olímpica, amb les obres acabades, Barcelona és una ciutat feta? Com han quedat les reivindicacions dels barris? El pes del deute marcarà el postolimpisme? Els oblidats continuaran en la marginació? Hem d'acostumar-nos a viure amb les bosses actuals de pobresa? Barcelona ha aprofitat els grans esdeveniments per resoldre els seus endarreriments urbans? Però, després què?*

El consens aconseguit gràcies a la força propagandística és denunciat constantment:

Todo nuestro futuro es progreso, riqueza, alegría y participación ciudadana en esta Barcelona venidera del 92, 93, 2000 o lo que sea. Para que no lo olvidemos, nos lo derriten encima como un cubo de mierda caliente desde sus vallas publicitarias, su televisión y su prensa, hasta nos persiguen en casa (si es que tenemos) con sus folletos publicitarios (*I Jornadas NO'92*, 1990)

Els objectius del desplegament mediàtic, també:

En este horizonte sin futuro, los juegos Olímpicos nos ofrecen una esperanza colectiva. Gracias a ellos podremos identificarnos con nuestra ciudad, con nuestro equipo, con nuestras estrellas favoritas. Frente a la dureza de la vida cotidiana, nos intentan vender un sentido. Incapaces de ser nosotros mismos, incapaces de romper nuestro propio aislamiento, nos ofrecen una ilusión a que acogernos. Sin embargo, más allá de toda la deslumbrante publicidad, más allá del blanco inmaculado de los voluntarios olímpicos [presentats al video com una massa sense rostre], en la realidad diaria afloran la miseria y la marginación, impulsadas por una especulación inmobiliaria sin precedentes (*Vivir en Carce-lona*).

I després de les denúncies, la crida a l'acció:

Frente a esta magna operación de consenso y remodelación, nos parece absolutamente necesario abrir espacios de resistencia. Por espacio de resistencia entendemos todo tipo de actuaciones, sea ocupaciones de casas, acciones subversivas cotidianas, denunciar sus proyectos... Acciones que nos permiten otro tipo de comunicación y vivencias que la que nos imponen diariamente y que contribuyen a corroer la imagen de la fantasmada de progreso, de eficacia, de postmodernidad, es decir todo lo que representa el 92 (*I Jornadas NO'92*, 1990)

La bel·licositat de les idees presentades no permet, lògicament, massa diàleg amb el poder. Significativa és també l'agressivitat formal, especialment de les imatges. La mascota dels Jocs Olímpics -elevat a la categoria de símbol d'aquests i, per extensió, de tot el projecte Barcelona'92-, el gos Cobi, surt ben mal parat: la seva imatge és cremada en el vídeo, o manipulada per fer aparèixer el Cobi penjat, com un esquelet o a punt de ser atacat per un gat.





Contraportada de *I Jornades No '92*



Torre "okupada" a la Baixada de la Glòria (Vallcarca)

Es tracta d'un discurs que no pot ser integrat ni incorporat; en primer lloc, perquè no vol ni es deixa, preferint l'ostracisme a la integració; en segon lloc, no pot ser integrat perquè ataca frontalment l'essència del discurs hegemònic. En no ser incorporat és, per tant, deixat de banda i, com a conseqüència, relegat a canals de distribució propis. Els comentaris de Pep Subirós a propòsit de les posicions crítiques són ben representatives de l'escàs marge -ja no mediàtic, sinó conceptual- que se'ls deixava:

La veritat, però, és que no hi ha un model ciutat alternatiu per a la reconstrucció de la ciutat.

Les úniques, i escasses, desqualificacions globals, tenen un caire totalment ideològic i s'expressen amb plena consciència del seu caràcter merament testimonial (...) No deixa de ser simptomàtic, per exemple, que en una ciutat amb una forta tradició crítica sobre els processos urbans, al llarg de tot el període olímpic, i ja a les darreries, només es publiqui un llibre [es refereix al que van publicar E. Moreno i M. Vázquez Montalbán el 1991] que qüestiona radicalment el model de transformació vinculat a l'operació olímpica i, també en aquest cas, en el caràcter suposadament especulatiu i antipopular del conjunt del projecte olímpic- que no pas d'una proposta alternativa de transformació de la ciutat.

Això no vol dir, però, que no es produeixin iniciatives i moviments que discuteixin alguns dels grans projectes en curs o que facin sortir a la llum aquells problemes que la febre olímpica pot fer oblidar. Un bon exemple d'aquest tipus d'actuacions és la campanya "Aquí hi ha gana", organitzada a començaments del 1987, per les associacions de veïns de Ciutat Vella, i que suposà, en plena eufòria olímpica, un seriós toc d'atenció sobre les condicions de vida d'una part de la ciutat.

El que no hi ha, per part del moviment associatiu, són esmenes a la totalitat. Probablement perquè no hi ha models alternatius de ciutat o perquè, dit d'altra manera, els projectes que es realitzen des de l'Ajuntament i les reivindicacions del moviment veïnal responen a un mateix model de ciutat (SUBIRÓS, P. et al. 1994)

Les oposicions al projecte Barcelona'92 són presentades com, en primer lloc, escasses. En segon lloc, com a “ideològiques”. No deixa de ser paradoxal que les crítiques totals siguin ideològiques i les parcials no assoleixin ni tan sols el rang de crítiques:

Les reivindicacions i les lluites s'encaren cap a una discussió de les condicions i modalitats de realització dels projectes concrets, no a una invalidació global. Els veïns de Nou Barris, per exemple, ja no s'oposen a la construcció del Segon Cinturó -paralitzat durant llargs anys tant pels problemes de finançament com per les lluites protagonitzades pels veïns- però en canvi lliuren batalles llargues i dures perquè es faci millorant les condicions i l'entorn per allà on passa (SUBIRÓS, P. et al. 1994:77-78)

Aquest és el fil que permet concloure a Subirós que el consens no és fruit d'una alienació sinó que és volgut, fruit del debat i de la participació, la màxima expressió d'un consens social probablement assolit, en tot cas perfectament representat.



## 6

### Barcelona en el mapa

Hem de vendre, vendre i  
vendre la marca "Barcelona"  
(P. Maragall, 1993)<sup>190</sup>

El 16 d'agost del 1992, just clausurats els Jocs Olímpics, *El País* posava en titulars: "Barcelona tiene poder". Cinc anys després, el 18 de juliol del 1997, *La Vanguardia* deixava anar: "Barcelona no tiene poder". Els titulars de la premsa provenien, és clar, de la insòlita rumba que Peret cantà en l'acte de cloenda dels Jocs Olímpics en plena culminació d'eufòria olímpica ("Ella tiene poder, ella tiene poder, Barcelona es poderosa, Barcelona tiene poder"). Cantada llavors a l'Estadi Olímpic o, posteriorment, en qualsevol mena de *show* televisiu, no tenia altra funció que la de contribuir a estats d'ànim més o menys exultants i avui ja no és sinó un record només apte per a nostàlgics. Posat en lletres d'impremta en rotatius diaris, mostrava, però, l'ànsia de mediació, de comparació, de comprovar la capacitat de competir de la ciutat.

El 1992, el periodista Arcadi Espada, caracteritzat normalment pel seu tò mordaç, es trobava, ell també, en total sintonia amb el missatge oficial: "Barcelona ha aumentado su poder. Ante el mundo, tal como dijera el muy viajado Juan Antonio Samaranch, ha ofrecido la imagen del final de la siesta. Ante el resto de España, ha confirmado su papel de vanguardia sin ofender la solidaridad y al entendimiento. Ante la propia Cataluña, se ha erigido como su capital máxima, arrasando tentaciones medievalistas. Y ante si misma acaba de demostrarse convincente, capaz de llegar hasta el fondo de sus sueños"<sup>191</sup>. Cinc anys més tard, lluny ja de l'eufòria olímpica, la valoració d'Enric Juliana, cronista habitual de la ciutat, era ben diferent: "...esa lámina

---

<sup>190</sup> MARAGALL, P. (1993). *Balanç de l'any 1992. L'estat de la ciutat*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, p. 36.

<sup>191</sup> *El País*, 16-8-92.

de autosatisfacció que envuelve a Barcelona desde agosto de 1992, esconde o, mejor dicho, eclipsa un fenómeno de fondo que sería percibido con mucha mayor preocupación en otras circunstancias. Año tras año, Barcelona pierde peso en relación a Madrid en el terreno económico y el de las infraestructuras (...) Cinco años después, en términos de capitalidad económica y política, Barcelona no tiene ahora más poder que un mes antes de los Juegos Olímpicos. Al contrario. Barcelona, influye, eso sí, y ha afianzado una manera distinta de hacer las cosas. No se sabe por cuánto tiempo, pero gusta. El augurio de la rumba de Peret ("Barcelona tiene poder, hechicera, gitana, ¡Marabú!) no se ha cumplido, pero sigue siendo la ciudad simpática"<sup>192</sup>.

Barcelona puja, Barcelona baixa, com si d'una cotització de borsa es tractés; aquest ha estat sempre un tema privilegiat en els mitjans de comunicació, en fóruns polítics, fins i tot en els acadèmics. Parlar-ne, si més no, sembla que manté viu el caliu. Aquesta sembla ser la missió d'un debat que, com intentaré mostrar, té un paper en la consecució de l'objectiu que és no es altre que la projecció internacional de la ciutat per tal d'integrar-se amb un poder decisorí més gran en els circuits econòmics mundials.

Efectivament, una de les manifestacions espacials de la globalització econòmica mundial és, com ja s'ha assenyalat, la relocalització de determinades activitats econòmiques i la creixent competència interurbana per tal d'atraure-les, un procés del que se suposa que algunes ciutats n'han de sortir com a guanyadores i d'altres com a perdedores<sup>193</sup>, tenint com a context de referència un marc econòmic general de suma zero (és a dir, que no hi pot haver qui guanyi si, a canvi, no hi ha qui perd). Per bé que no sempre una interpretació com aquesta sigui acceptada explícitament -especialment, pel que fa a les seves indefugibles implicacions quant a la generació i agreujament de desigualtats i de desequilibris territorials-, la internacionalització de la ciutat -és a dir, la lluita per obtenir un paper en el mercat mundial de localitzacions- és presentada com una necessitat de supervivència i, com a conseqüència, en un objectiu a perseguir, en una "ambició estratègica". Cal afegir, encara, que el terme "ciutat internacional" és utilitzat gairebé sempre amb connotacions positives i que, com a objectiu, no acostuma a ser objecte de discussió. Alhora, a causa d'aquesta necessitat ineludible, la internacionalització descansa, en bona part, en representacions i en imatges d'internacionalitat més que no en fets i sovint es confon l'aspiració o l'objectiu amb la

---

<sup>192</sup> *La Vanguardia*, 18 de juliol de 1997.

<sup>193</sup> VAN DEN BERG, L. (1991) "Urban Policy and market orientation." *Ekistics*(58), p. 358.

realitat<sup>194</sup>. Aquesta confusió és especialment interessant quan es constatan que una cosa comporta l'altra i que la imatge és part fonamental per a que, efectivament, acabi esdevenint realitat, cosa que constitueix una mostra de com les representacions de l'espai tenen capacitat efectiva d'afectar les pràctiques espacials. Fins i tot la proclama de situacions no favorables (com la "Barcelona no tiene poder" que s'ha vist anteriorment) pot ser contemplada com una col·laboració a la causa, com una crida a no adormir-se, com una manera d'esperonar la consciència col·lectiva.

## La integració internacional com a objectiu

A Barcelona ha existit una voluntat de constant autoafirmació, de remarcar que la ciutat té, efectivament, un paper en el context internacional i de què les estratègies empreses donen resultats. Aquest aspecte es pot comprovar en les publicacions que recullen les posicions municipals (la revista municipal gratuïta *Barcelona 10*, els llibres que Pasqual Maragall va anar publicant al llarg del seu mandat...) a través de tres línies argumentals que semblen tenir una lògica gairebé temporal: el *paper* que Barcelona juga/ha de jugar a Europa; el *prestigi* que té/ha de tenir la ciutat a Europa i al món; la *capitalitat* que la ciutat exerceix/ha d'exercir sobre la "seva regió", una àrea geogràfica mai ben delimitada.

Pasqual Maragall va estar molt insistent a l'hora de remarcar el paper de Barcelona a Europa. El 1986, en el primer dels llibres que va publicar durant els seus mandats com a alcalde, es remarcava, sobretot, la voluntat de convertir Barcelona en una ciutat amb un paper clau en el context europeu, amb un tò més utòpic que no d'autocomplaença: "Barcelona *pot convertir-se en* una mena de pont entre París i Espanya, amb capacitat d'autonomia de vol. Una gran part del sud d'Europa pot gravitar sobre l'eix de Barcelona, amb tres puntes del triangle territorial a Bordeus, Milà i Màlaga (...) Veig Europa com un sistema de ciutats. Les ciutats constitueixen el seu eix vertebrador. I és primordial que Barcelona s'insereixi com frontissa d'un enriquiment europeu recíproc d'una a altra banda dels Pirineus (...) [el Nord del Sud europeu] ...una àmplia regió de prop de deu milions d'habitants que comprèn el Migdia francès i quasi

---

<sup>194</sup> BONNEVILLE, M. (1990). "Villes internationales ou villes internationalisées? Reflexions pour elucidar un paradigme flou". *La dimensión internacional de las ciudades*, València, Universidad Internacional Menéndez Pelayo, p. 1.

arriba al Nord d'Itàlia, així com el Mediterrani espanyol. El port i l'aeroport de Barcelona han d'augmentar les seves connexions internacionals, és un dels punts fonamentals. La meua idea del nou "nord del Sud" d'Europa potenciat per l'entrada d'Espanya a la CEE consisteix *a potenciar Barcelona com a centre de gravetat d'aquesta àrea territorial internacional*, la qual té un pes econòmic i cultural notable, ultra la potencialitat turística”<sup>195</sup> [cursives afegides].

En l'obra que publicà el 1987 -només havia passat un any, però Barcelona ja havia estat designada seu olímpica-, el discurs era substancialment diferent, i la projecció internacional es donava per assolida: "Barcelona ciutat ha elevat la seva projecció en els darrers anys. Barcelona, el *leadership* dels municipis espanyols, les manifestacions artístiques i els contactes internacionals l'han situada en una cota superior, que cal mantenir i reforçar”<sup>196</sup>. La consecució dels Jocs Olímpics hi havia ajudat molt, però, a més, permetia trobar una línia de continuïtat històrica que només un any abans semblava inexistent: “...l'aspiració d'aquesta ciutat i d'aquest país pels jocs no és una cosa que neixi del buit. Els jocs no només són un possible origen de beneficis, són la candidatura, l'aspiració olímpica de Barcelona, és el resultat del desig llargament contingut d'una ciutat de projectar-se internacionalment i nacionalment”<sup>197</sup>. El 1991, els fets es presentaven ja com a irreversibles, i Barcelona era ja la capital de l'àrea geogràfica per la que havia apostat: “Barcelona es prepara així [amb la renovació de la ciutat] per ser l'autèntic districte central de la ciutat metropolitana de 3-4 milions d'habitants, i una referència cabdal de la xarxa de les sis ciutats de l'àrea mediterrània nord-occidental, que aplega al voltant de 15 milions d'habitants. Ni un pam del municipi central pot deixar de ser digne d'aquesta funció”<sup>198</sup>.

El “nord del sud” és l'expressió tantes vegades utilitzada per Maragall per referir-se a aquesta macroregió europea de la que Barcelona vol ser-ne la capital, l'àrea de la xarxa C-6, “una de les àrees amb expectatives de desenvolupament més gran de tota la Comunitat”. Les condicions semblen que hi són: posició central de la ciutat en l'àrea geogràfica que ha de capitalitzar, cooperació entre les ciutats afectades... Només les comunicacions semblen, encara, una assignatura pendent. Les comunicacions són

---

<sup>195</sup> MARAGALL, P. (1986). *Refent Barcelona*. Barcelona, Planeta, p. 89-91.

<sup>196</sup> MARAGALL, P. (1987). *Per Barcelona*. Barcelona, Edicions 62, p. 14.

<sup>197</sup> MARAGALL, P. (1987). *op. cit.*. Barcelona, Edicions 62, p. 64.

<sup>198</sup> MARAGALL, P. (1991a). *Barcelona, la ciutat retrobada*. Barcelona, Edicions 62, p. 34.

especialment favorables per autopista però l'actual mala connexió ferroviària -que perjudica sobretot el trànsit al port- haurà de ser compensada amb la futura arribada del TAV i l'ampliació de l'aeroport. D'aquí l'expressió de Maragall de que "Barcelona es prepara per ser el districte central de la regió". Aquesta és l'"aposta de Barcelona", recollida en els llibres i discursos de l'alcalde Maragall però també, com s'ha vist, la que figura com a marc territorial de referència en els documents del Pla Estratègic de Barcelona. Tanmateix, un àrea transfronterera sense fronteres, sense límits precisos. Però, com tantes vegades succeeix, el mapa (la representació) precedeix la pròpia percepció de la realitat i es fa, per tant, imprescindible per tal que aquesta existeixi. Sembla tanmateix irònic, al menys per als geògrafs, avesats a delimitar àrees d'influència, que els instruments de planificació nous emprin la cartografia com a mera il·lustració d'una idea.

En el "post-92", finalment, es pot seguir el nivell d'autoafirmació de la projecció internacional de la ciutat a través de les pàgines de la revista municipal *Barcelona Informació*; la idea que es presenta és que el nivell adquirit és molt alt a nivell de prestigi i que, ara, el que cal és, per fer realitat aquesta voluntat de capitalitat, abocar-se a les infraestructures:

"Prestigi a Europa" [titular] Durant els anys 90, Barcelona s'ha consolidat com una ciutat europea de primera línia, i ha adquirit un prestigi i una capacitat d'influència fins ara desconeguts (*Barcelona Informació*, núm. 15, març-abril 1997)

Barcelona es presenta al món com la porta sud d'Europa. Però això, que és proporcionat a les nostres capacitats, requereix d'un gran esforç d'adaptació logística: ens caldrà millorar el port, ampliar les comunicacions terrestres, ampliar l'aeroport... La nostra Zona d'Activitats Logístiques té més possibilitats de les que ara mateix aprofitem ("entrevista a Pasqual Maragall", *Barcelona Informació*, núm. 16 jul-agost 1997)

Moltes vegades es va sentir dir als polítics del municipi que si els Jocs Olímpics no haguessin existit hagués calgut inventar-los. Això és exactament el que han fet de cara al segle vinent per tal de buscar noves "empentes". El Fòrum de les Cultures del 2004 (primer, una commemoració del 75è aniversari de l'exposició internacional del 1929; després, un esdeveniment al que s'intenta donar una personalitat pròpia) no és sinó una altra "excusa", un altre pretext per a fer un "nou salt endavant":

...el Fòrum 2004 potenciarà la projecció internacional de Barcelona, i donarà una empenta determinant als importants reptes assumits de cara al segle XXI. Entre ells, les grans infraestructures pendents (Tren d'Alta Velocitat, ampliació del port, de l'aeroport...) i la regeneració urbana del Besòs. (*Barcelona Informació*, núm. 16 juliol-agost 1997)

El 1990, quan als visitants de l'exposició "Barcelona, l'escenari del futur" que havia organitzat el Pla Estratègic Barcelona 200 se'ls va demanar, deixant la resposta oberta, què és el que més i el què menys els agradava de Barcelona, la majoria de respostes, que vam tenir llavors l'oportunitat d'analitzar, van estar relacionades amb espais concrets, amb una gran incidència dels símbols més tradicionals (la Sagrada Família, el Tibidabo...), i amb una presència més escassa dels nous espais. Un percentatge petit, però sens dubte significatiu, va respondre, però, que el que més els agradava de Barcelona era "la seva projecció internacional"<sup>199</sup>. Atès que la projecció exterior d'una ciutat és difícilment perceptible per a un ciutadà si no és que existeixen canals a través dels quals aquesta idea sigui transmesa, potser calgui partir de la idea de Bonneville de què la internacionalització és un concepte molt contaminat pel *marketing* i per la creació d'imatges de la ciutat.

En aquest capítol pretenc mostrar precisament, ja no el conjunt d'accions contemplades en la política d'internacionalització de la ciutat de Barcelona sinó el pes importantíssim de les representacions de l'espai en les pràctiques espacials, ja que sovint es fa difícil diferenciar la voluntat de la realitat: les *estratègies* d'internacionalització prenen de vegades la forma de *resultats* obtinguts i la internacionalització *passiva* pot ser mostrada com un èxit assolit, com un internacionalització *activa*. A través de l'anàlisi del material promocional i de la premsa vaig aïllar quatre línies de creació d'imatge de Barcelona com a ciutat internacional:

a) la identificació de la projecció internacional amb l'organització de grans events i la renovació urbana a través del tractament de la continuïtat històrica.

b) l'esforç institucional per donar a conèixer la ciutat a l'exterior ("de posar-la en el mapa") a través de diverses campanyes institucionals a l'estranger

c) el reconeixement obtingut en la premsa, amb èmfasi en com els comentaris de la premsa internacional han estat recollits per la premsa local.

d) la presentació de Barcelona com a "model de ciutat" en els discursos oficials i periodístics

---

<sup>199</sup> CARRERAS, C. dir. (1990). Anàlisi de les opinions expressades pels visitants de l'Exposició "Barcelona, l'escenari del futur" (mecanografiat)

## **El pes de la història: projecció internacional, grans esdeveniments i renovació urbana**

En caracteritzar una ciutat com a ciutat internacional, hi ha certa tendència a recórrer a la seva tradició històrica. Per a Marc Bonneville, la història té un pes específic a tenir en compte. Constata, per exemple, que la majoria de ciutats que tenen funcions internacionals en l'actualitat, compten amb arrels ja al segle XVIII i que poques ciutats que han adquirit dimensió metropolitana només a partir de la industrialització de començaments del segle XX han accedit a funcions internacionals completes. La pregunta seria, doncs, per Bonneville, si és possible l'emergència de noves ciutats internacionals<sup>200</sup>. La resposta fàcil és que, malgrat que el paper de les ciutats es remunti lluny en la història, només des de mitjans dels 1970 és possible d'observar les tendències modernes que caracteritzarien les ciutats internacionals en l'actualitat<sup>201</sup>.

En el cas de Barcelona, el pes de la seva tradició de ciutat internacional ha estat analitzat i avaluat<sup>202</sup>. Malgrat l'absència de capitalitat política, la ciutat hauria comptat amb una "cronologia europea avançada" en relació a l'estat espanyol. S'ha d'assenyalar que "cronologia europea" és un terme que, en principi, és només descriptiu i que no equival necessàriament a major internacionalitat ja que si així fos, la qüestió quedaria plantejada en termes purament evolutius (un "estadi superior" per Bonneville). El "temps europeu" de Barcelona s'iniciaria ja en relació amb el seu primer desenvolupament industrial, avançat, com és conegut, respecte a la resta de l'estat. El creixement de la indústria tèxtil, atesa la inexistència de matèria primera local, va obligar el desenvolupament de llaços internacionals (el 1733 es té notícia del funcionament de la primera fàbrica de teixits de cotó; el 1832 es posa en funcionament la primera fàbrica de vapor). Però si aquest seria un tret propi de ciutat internacional més que no internacionalitzada, el mateix Carreras assenyala l'existència d'una tradició llarga en polítiques d'internacionalització, no explícita però existent. A més de les tres

---

<sup>200</sup> BONNEVILLE, M. (1990) *op. cit.*

<sup>201</sup> SOLDATOS, P. (1989) *op. cit.*

<sup>202</sup> CARRERAS, C. (1993) "Barcelona'92, una política urbana tradicional." *Estudios Geográficos*, 54(212), pp. 467-482.

grans fites del 1888, 1929 i 1992, n'existeixen d'altres potser menys reeixides, en les quals s'ha organitzat o, al menys s'ha intentat, esdeveniments de caire internacional:

- el 1936, amb un intent frustrat d'organització de Jocs Olímpics que organitzà finalment Berlín; les Olimpíades populars alternatives tampoc no van poder-se realitzar en esclatar la guerra civil.

- el 1952, amb la celebració del Congrés Eucarístic internacional.

- el 1960, amb un intent de candidatura de Jocs Olímpics que ni tan sols va arribar a ser aprovada per l'Estat.

- el 1980, amb el projecte frustrat de l'alcalde Porcioles d'organitzar una Exposició Universal.

Junt a les grans fites, però, en principi les expressions més clares de la presència de polítiques d'internacionalització, Carreras ha assenyalat també l'existència -o inexistència- d'elements d'internacionalització com l'existència d'un bloc industrial amb interessos internacionals (exemples en serien el funcionament de la Fira de Mostres des del 1942, o l'obertura de la fàbrica de cotxes Seat el 1953), l'existència d'una base cultural i paradiplomàtica (el Liceu, col·legis internacionals, Universitats, sales d'art i museus...), elements que han conviscut, amb algunes mancances com el retard en la modernització de les infraestructures de transport (port i aeroport), el qual només seria cobert gràcies a les inversions derivades de l'impacte d'esdeveniments internacionals.

Precisament aquests, sobretot el 1888 i el 1929, són els que formen part de l'argument històric en la imatge de la projecció internacional de la ciutat.

Quan el Maragall poeta -l'avi del Maragall alcalde- urgia a Barcelona a transformar-se en la seva "Oda nova a Barcelona" del 1911, parlava d'una ciutat encara provinciana -una "menestrals pervinguda"- que havia enderrocat les muralles feia només uns decennis i que tot just havia iniciat una forta expansió urbana amb el seu pla d'eixample. El 1888 havia tingut lloc l'organització de l'Exposició Universal, un dels primers esdeveniments que assoliren l'acord entre les élites locals i l'Ajuntament, amb el pretext d'assolir una internacionalitat, per bé que, en els seus resultats, no passés d'una exposició "provinciana"<sup>203</sup> i amb impactes urbanístics més que no internacionals<sup>204</sup>.

---

<sup>203</sup> CASASSAS YMBERT, J. (1988). "La regeneració interior de la societat catalana." *Barcelona, metròpolis mediterrània*(10), pp. 92-98.

<sup>204</sup>A més, tal com han assenyalat R. Grau i M. López, una Exposició universal i una Exposició internacional no són el mateix; les exposicions del XIX no es caracteritzaven principalment per la participació de diversos països del món, sinó per contenir tot tipus de productes (l'oposat a "universal" no seria "nacional" sinó sectorial (GRAU, R. 1988:347).



En els decennis següents, entre 1888 i 1929, “l’europeïtzació” hauria estat una de les aspiracions presents a la Barcelona de l’època: “Entre 1888 y 1929 Barcelona apostó de forma decidida por la modernidad, o lo que era lo mismo, por la integración plena en la Europa avanzada del momento. Condiciones para conseguirlo las tenía y razones para desearlo le sobraban. Inserta en un país económicamente atrasado y social y políticamente retardatario como era España, su propia supervivencia como metrópoli industrial y como capital de una región desarrollada, con identidad propia y diferenciada, pasaba por su capacidad para abrirse a Europa y proyectarse internacionalmente”<sup>205</sup>.

Hi havia condicions i raons, però mancava l’instrument que no fou altre, segons aquest autor, que l’organització d’Exposicions Universals, plataformes per obrir-se a l’exterior i ocasions per a la renovació interior. Front a aquesta imatge tan consonant amb el discurs “oficial”, els arquitectes Manuel Guardia i Albert García Espuche contraposen -curiosament, en un capítol del mateix llibre- una visió més matisada en assenyalar que no es va tractar tant de grans exposicions organitzades per estats com a ostentacions de poder sinó d’iniciatives ciutadanes d’abast només urbà: “Se trata, por tanto, de iniciativas que, con mayor o menor fortuna, se formulan, se costean y se miden en función de los beneficios, económicos y no estrictamente económicos, que se espera reporten a la ciudad. Resulta difícil e incluso equívoco, por esta misma razón, intentar medir su “impacto”. No son acontecimientos generados y gestionados desde el exterior, con programas y objetivos a los que se puede suponer un alto grado de autonomía, sino iniciativas que generalmente se inscriben en estrategias urbanas planteadas de antemano, de las que son, a pesar de su alto grado de apariencia, un instrumento más”<sup>206</sup>.

Les dues exposicions haurien estat així ocasions per a dotar la ciutat dels espais monumentals i dels equipaments públics que distingeixen les grans capitals i alhora, instruments d’una estratègia que perseguia consolidar Barcelona, més que com a ciutat internacional, com a la segona capital de l’estat; com s’ha assenyalat a propòsit de la del 1888: “Era una oportunitat per reforçar el pes de Barcelona dins l'Estat espanyol, per

---

<sup>205</sup> SANCHEZ, A. (1994). *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid, Alianza.

<sup>206</sup> GUARDIA, M. i GARCIA ESPUCHE, A. (1994). "1888 y 1929. Dos exposiciones, una sola ambición", dins . SANCHEZ, A. (ed.) *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid: Alianza, p. 26.

fomentar el seu creixement i per superar un seguit d'obstacles que anaven frenant-lo. Era, de manera molt concreta, un instrument de política urbanística”<sup>207</sup>, “...[l'Ajuntament l'utilitzà per] canalitzar l'esdeveniment en pro d'un programa polític i urbanístic parlat al llarg de molts anys, però que no trobava prou oportunitats per desplegar-se dins els paràmetres mercats pel règim de la Restauració. De manera, subreptícia, el compromís de l'Exposició Universal obtenia per al municipi de Barcelona, ni que fos momentàniament, el tracte especial dins el règim local espanyol...”<sup>208</sup>.

En el cas de l'Exposició Universal del 1888 és ben conegut que fou un projecte originalment privat que hagué de ser assumit per l'Ajuntament davant la informalitat dels promotors i del que s'ha dit que tingué escàs impacte internacional i fins i tot urbanístic: “...sus organizadores y la mayoría de los medios de difusión de la época no juzgaron su eficacia por su contribución a la solución de una problemática estructura urbana, sino por la metamorfosis de la imagen de la ciudad a la que estaba asociada (...) comparada con las grandes exposiciones promovida por las potencias económicas del siglo XIX, la de Barcelona resulta de corto alcance y escasa proyección. Su limitado impacto internacional queda compensado por su efecto nacional y regional, y, sobre todo, por el efecto sobre la propia ciudad. Refuerza la confianza en si misma y reafirma su voluntad de liderazgo y capitalidad, y da principio a un mayor protagonismo de los poderes públicos en el ámbito ciudadano”<sup>209</sup>. Les valoracions del 1888 es debaten entre les versions més aviat "triomfalistes"<sup>210</sup> i les més aviat "catastrofistes"<sup>211</sup>. Però, al marge de la interpretació històrica, el que cal destacar és com, de vegades, el discurs és ple de retòrica que té més a veure amb la imatge de la ciutat que amb la història: “A través de

<sup>207</sup> GRAU, R. (1988). *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*. Barcelona, L'Avenç, p 313.

<sup>208</sup> GRAU, R. (1988). *op. cit.*, p.321.

<sup>209</sup> GUARDIA, M. i GARCIA ESPUCHE, M. (1994) "1888 y 1929. Dos exposiciones, una sola ambición", dins SANCHEZ, A. (ed.) *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid: Alianza, pp. 34-35.

<sup>210</sup> SANCHEZ, A. (1994b) "Manchester español, Rosa de Fuego, París del sur...", dins SANCHEZ, A. (ed.) *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid: Alianza, pp. 15-22.

SUDRIA, C. (1994) "La modernidad de la capital industrial de España", dins SANCHEZ, A. (ed.) *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*, Madrid: Alianza, pp. 44-56.

<sup>211</sup> CARRERAS, C. (1993). *op. cit.*; CASASSAS YMBERT, J. (1988). *op. cit.*; GRAU, R. (1988). *op. cit.*

ella [l'Exposició Universal del 1888] la ciudad y sus habitantes se abrieron al mundo y el mundo supo de Barcelona (...) En 1888 muchos europeos descubrieron no sin sorpresa el empuje y la modernidad de Barcelona”<sup>212</sup>.

Les paraules de Joan Busquets, en comentar com l'Ajuntament va haver de fer-se càrrec de l'Exposició del 88 tot just un any abans de la seva celebració davant la ineficàcia del grup promotor perquè "s'hi jugava el prestigi de la ciutat", són així mateix reveladores: “Un año antes nadie podía imaginar que tal alarde fuera posible. Barcelona se había demostrado a si misma y a los demás que era esa capital líder de Europa que las clases emergentes deseaban”<sup>213</sup>. Busquets afegeix aquí a la identificació general entre desenvolupament urbanístic i projecció internacional, la de capacitat d'actuació. Com a mostra de la línia de continuïtat que s'estableix entre els episodis "gloriosos" del passat i l'actual, Busquets titula significativament els capítols del seu llibre sobre l'Exposició del 1888 i sobre els Jocs Olímpics del 1992 com a "Barcelona, ciudad europea" i "Barcelona, capital europea", respectivament.

Pel que fa a l'Exposició Internacional del 1929, aquesta ha estat, tal com assenyala Carreras, més aviat poc estudiada. El seu impacte fou exclusivament urbanístic ja que la projecció de la ciutat no arribà a reeixir (els únics llegats que encara avui tenen ressò internacional serien el Pavelló d'Alemanya i la cadira Barcelona de Mies van de Rohe<sup>214</sup>.

Si la majoria d'autors coincideixen en assenyalar l'escàs impacte internacional de tots dos esdeveniments, alhora existeix un discurs generalitzat de continuïtat en la projecció internacional de la ciutat a través de l'organització de grans events d'aquesta naturalesa. El paral·lelisme d'aquestes fites amb el 1992 no necessita gairebé ni de justificació: “Una ciudad que en 1888 apostó por la modernidad, decidida a convertirse en el París del sur sin dejar de ser también la Manchester de España y que en 1929, al hacer balance de lo conseguido, constataba que si bien era más que nunca la urbe más europea de España, distaba mucho aún de ser la ciudad-luz del Mediterráneo. Con todo, la trayectoria recorrida no había sido en balde. La ciudad había adquirido una fisonomía

---

<sup>212</sup> SUDRIA, C. (1994) *op. cit.*, p. 44.

<sup>213</sup> BUSQUETS, J. (1992) *Barcelona. Evolución urbanística de una capital compacta*. Barcelona: MAPFRE, pp. 137-138.

<sup>214</sup> CARRERAS, C. (1988) "Barcelona del 1929 al 1992, del passat cap el futur", dins GRAU, R. (ed.) *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*. Barcelona: L'Avenç, pp. 379-405.

propia y se había dotado de algunos de sus más destacados signos de identidad. Un bagaje nada despreciable sin duda que muchos barceloneses quisieron ver renovado ante la cita olímpica de 1992, la última gran fecha de una trilogía que se inició en 1888”<sup>215</sup>.

El record del 1888, com el del 1929, ha estat molt present en els anys 80 i 90 del segle XX. En bona part, perquè la línia de continuïtat en la voluntat de la ciutat de projectar-se internacionalment ha constituït un dels principals instruments de legitimació del projecte de "Barcelona 92" (veure capítol 5) i, en part, perquè constitueix també una línia d'interpretació històrica -o, si més no, un agradable fil conductor- del desenvolupament urbanístic de la ciutat. Hi ha molts elements en el discurs que acompanya la política que s'han mantingut inalterables amb el pas del temps: el Nord del Sud, la Paris del migdia (ciutat mediterrània, ciutat històrica, població laboriosa i qualificada, ciutat d'oci...), l'ús del patrimoni artístic per a promocionar la ciutat internacionalment... Però tanmateix la idea de continuïtat històrica portada fins a l'extrem de presentar sempre com una sola cosa la projecció internacional, l'organització de grans esdeveniments i el desenvolupament urbanístic de la ciutat té més contingut de legitimació d'un projecte de ciutat que no d'explicació històrica. Una història d'internacionalitat adequadament recordada es converteix així en part de la personalitat de la ciutat i arriba a formar part indefectiblement d'una imatge de ciutat internacional alhora que contribueix de forma efectiva a reforçar el sentiment de patriotisme de ciutat.

## **L'esforç institucional: la ciutat en el mapa**

Una de les estratègies per a crear una imatge de ciutat internacional passa per l'esforç institucional de donar a conèixer la ciutat a l'exterior (“de posar-la en el mapa”). La promoció internacional de Barcelona com a ciutat s'ha desplegat a través de diverses campanyes publicitàries a l'estranger, de les quals aquí n'analitzaré tres, una de l'Ajuntament de Barcelona, una de la Generalitat de Catalunya i una del COOB'92.

En primer lloc, l'anunci de l'Ajuntament “The Grand European Terrace”, que ja ha estat descrit al capítol 4 i reproduït a la pàgina..... pel que fa a la varietat d'elements

---

<sup>215</sup> SANCHEZ, A. (1994). *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid, Alianza, p. 22.

presentats. Val a dir que aquest anunci va ser publicat en anglès en una revista local i no estrangera (ho va ser a la revista municipal *Barcelona, metrópolis mediterrània*) per bé que l'anunci també hagi estat difós a la premsa internacional (en francès a *Le Monde*). La “gran terrassa europea” connota amb claredat el Sud d'Europa; el que ja no s'assoleix amb tanta facilitat és presentar Barcelona com “el Nord” d'aquest Sud. El text, referit insistentment a aquesta idea de meridionalitat, no ajuda gaire: “the warmest and sunniest country”, “good-natured sea, blue and familiar”, “magic and luminous Mediterranean atmosphere”, “a brilliant background of sea and sun”... En canvi, el dibuix aporta tot el sentit d'ordre, netedat i estabilitat que se suposa que no té, en general, el sud, però que sí té el “nord d'aquest sud”, és a dir, Barcelona.

La segona campanya publicitària és la que realitzà la Generalitat de Catalunya a la premsa nord-americana durant la celebració dels Jocs Olímpics del 92 per tal d'aprofitar el bon moment del coneixement internacional de Barcelona per col·locar també el nom de Catalunya i per capitalitzar políticament una part dels rèdits dels Jocs Olímpics. L'anunci, molt simple en la seva concepció, no tenia altra finalitat que la de situar Barcelona en el mapa europeu però en el seu context català. Constava de dues planes; en la primera es preguntava “Do you know where is Barcelona?” mentre que a la segona s'obtenia la resposta corresponent: “In Catalonia, of course” (reproduït a .....). En el text de l'anunci s'assenyalaven quatre aspectes de Catalunya: el seu fet diferencial respecte l'estat (la llengua, la cultura, la identitat però també el fet de ser “un dels motors d'Europa”), un país on les empreses estrangeres inverteixen, una destinació turística de primer ordre, i un país d'artistes internacionals: Picasso, Miró, Dalí, Tàpies, Caballé, Carreras, Casals, Gaudí. I, tanmateix, la força de l'anunci residia en presentar Catalunya com a submarca de Barcelona.

Finalment, pot destacar-se la campanya del COOB a Estats Units a començaments del 1991, quan aquest va aconseguir com a part del paquet de negociació amb la NBC, propietària dels drets de televisió de Barcelona'92 per a Estats Units, l'emissió de 150 spots publicitaris. En aquests anuncis, el que es destacava eren els atractius culturals, històrics i arquitectònics de Barcelona, tal com ho descrivia un periodista

Cada uno de los cinco anuncios está protagonizado por un supuesto turista estadounidense de paso por Barcelona: una joven en un café de la Rambla, un adolescente en el estadio Olímpico, un hombre en el puerto, una chica en el Barri Gòtic y un abuelo en una playa catalana. En cada una de estas historias, el turista escribe una carta a sus familiares o amigos en EE UU, a los que ofrece una Barcelona entreñable y mágica, sobre imágenes de la ciudad, de paisajes catalanes, la Sagrada Família de Gaudí, Montserrat Caballé, y obras de Picasso, Dalí, Miró y Velázquez [la campanya fou realitzada també com a part dels acords amb Turespaña,

organisme depenent de l'Administració central per a la promoció turística d'Espanya a l'estranger; els spots finalitzaven amb una imatge del logotip de Turespaña amb el lema "España, la estrella ascendente de Europa", entre otras" (MAURI, L.: "Barcelona lanza en EE UU la mayor campaña de promoción internacional de su historia", *El País*, 8-2-91).

Un diari esportiu, *El Mundo Deportivo*, ressaltava així mateix, a més del lema dels Jocs "Amics per sempre", el contingut urbà dels anuncis:

La ciudad de Barcelona se está promocionando por primera vez en su historia en los hogares de más de 170 millones de norteamericanos (...) Imágenes de la Sagrada Familia, de la escultura "Dona i Ocell" de Miró y de diversos puntos de interés cultural y arquitectónico van mostrando la dimensión de la ciudad (...) Según Miquel Giménez-Salinas, director de la División de Imagen y Comunicación del COOB, la publicación en la NBC no pretende invitar a los norteamericanos a que vengan a ver los Juegos de Barcelona, "sino dar a conocer la ciudad, que los estadounidenses la ubiquen en el mapa y que esto incida en el posterior turismo". En los "spots" se resalta que Barcelona está en España, país que definen como "Europe's rising star" (SANCHEZ, D.: "EE.UU. descubre Barcelona", *El Mundo Deportivo*, 8-2-91)

Però no només la premsa escrita es va fer ressò dels anuncis de Barcelona a Nordamèrica; també a les televisions nacionals, lògicament, ja que es tracta del mitjà apropiat per a mostrar els anuncis, es van poder veure aquests *spots*.

La lectura que hom pot fer-ne és doble. D'una banda, emesos i explicats pels mitjans de comunicació locals, no aconsegueixen altra funció que la ja assenyalada en diverses ocasions, la de l'autoritat de l'opinió de l'estranger. D'altra banda, emesos per a la seva audiència original, val la pena destacar com la promoció de la ciutat recolza un cop més sobretot en els símbols tradicionals i, especialment, en els artistes reconeguts internacionalment: Gaudí, Picasso...

## **El reconeixement de la premsa internacional**

Per bé que l'opinió internacional només es converteix en reconeixement quan aquesta és recollida i repetida per la premsa nacional, s'ha assajat de veure els principals temes tractats per la premsa internacional en el recull de premsa internacional del COOB'92 de l'estiu del 1990, dels quals se n'han seleccionat 10 per ser els que més referència feien a Barcelona com a ciutat.

### *Barcelona en la premsa internacional*

Entre molts d'altres temes que criden l'atenció dels periodistes (la llengua catalana i si això fa els barcelonins (catalans) molt diferents de la resta d'espanyols, els menjars, els horaris, la simpatia, els Jocs Olímpics en l'aspecte esportiu...), destaca el tractament de tres temes que tenen a veure amb la imatge de la ciutat pròpiament dita: el nou urbanisme, els símbols clàssics, i la qualitat de vida de la ciutat.

Un dels temes que la premsa internacional, sovint, en tractar de la ciutat, ha remarcat com a un tret essencial és el nou urbanisme barceloní. La primera de les qüestions a les que s'ha fet referència és a la magnitud de les obres empreses.

Alguns exemples de com ha estat difosa una imatge d'una ciutat embarcada en una profunda transformació urbana en són els següents.

*Liberation* (09.08.90) publicà un reportatge sobre Barcelona en les seves pàgines amb grans fotografies de treballs al carrer. Aquestes eren les frases utilitzades en els titulars “Tout est a peu pres sens dessus-dessous. Barcelona est devenue “Barcelobra”, “Places transformées en cratères, ramblas défoncées, échafaudages, grues, pelles: Barcelone mène une véritable guerre de tranchées afin d’être prête pour l’échéance olympique. Les services municipaux reconnaissent d’ailleurs que “selons les jours, 20 à 30% des artères essentielles sont coupées”. La imatge d'una situació extrema utilitza fins i tot la metàfora de la guerra: tropes d'obriers construint la Vila Olímpica, operacions de guerrilla immobiliària...

Les tronçons en service permettent de faire le tour d'un champ de bataille. Pilonnage de matériaux par les grues sur la colline de Montjuich où se trouve l'essentiel des installations sportives des Jeux; percées de tranchées au ras de port afin d'enterrer le trafic automobile; mouvements de troupes d'ouvriers érigeant les logements pour les 15000 personnes du village olympique dans ce qui fut le quartier du Poble Nou; opérations de guérilla immobilière au Vall d'Hebron chargé d'accueillir la presse sportive.

*Liberation* feia notícia doncs d'una situació anòmala, que no te, en principi, res d'espectacular. Fins i tot en un peu de gravat, utilitzant paraules de Manuel Vázquez Montalbán, s'arriba a insinuar alguna cosa més: “La ville este devenue illisible, constate l'écrivain Montalban, qui a l'habitude d'y promener son personnage, le detective Pepe Carvalho. Aucun code ne permet de comprendre ce qui est en train de se faire”

És clar que el *Liberation* no és un diari corrent, i el reportatge sobre Barcelona no contemplava el seguit de tòpics que un pot trobar en molts d'altres exemples.

En un article a *The Wall Street Journal* (FORMAN, C.; THUROW, R.: “In Barcelona, Olympics Are Used as Engine of Civic Representation”, 21 de juliol del 92),

probablement del gust dels dirigents municipals barcelonins -és recollit i traduït íntegrament per Subirós 1994-, s'assenyalava la grandesa de l'operació urbanística de Barcelona

In a post-modern office overlooking the Ramblas (...) Oriol Bohigas, the city's cultural counselor, calls Barcelona "the last example of the grand re-organization of a city" on a scale to Haussmann's plan for Paris and L'Enfant's project for Washington, D.C. (...) More than 150 new squares have been built, many of them featuring massive sculptures and artwork by such artist as Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg and Barcelona native Antoni Tapies. Thousands of new building and apartments have been spruced up, including the bizarre confections of Antoni Gaudi.

...no Barcelonan who has spent any time away from the city could possibly recognize the place when he returns (...) There is nowhere in this throbbing city you can escape the sound of the jackhammer and the sight of the crane

D'altres temes secundaris que són tractats en relació a la gran magnitud de les obres és el calendari olímpic i la premura de les obres, i el cost que una operació d'aquest calibre pot tenir per a un país que, des de fora, no és vist com a del tot capaç de sostenir-lo.

Però de manera molt més intensa que l'envergadura de les obres, un dels temes privilegiats per la premsa internacional han estat les realitzacions del nou urbanisme barceloní, especialment pel que fa al programa d'escultures al carrer; a l'*International Herald Tribune* (08.09.90), per exemple, s'enumeren tots els artistes que hi contribueixen posant en relació el programa d'escultures al carrer amb la tradició artística de la ciutat: modernisme, Picasso, Dalí. L'escultora B. Pepper, autora del conjunt de l'Estació del Nord, dóna, en declaracions al diari, un sentit col·lectiu al programa: "They're not doing this for tourism", Pepper said, "They're doing it for civic pride. There is a whole other feeling about art here" .

El segon dels temes tractats en la premsa internacional, i en molta major mesura, ja que respon, moltes vegades, a una simple enumeració dels tòpics sobre la ciutat és la presentació dels símbols clàssics. Moltes vegades els periodistes necessiten fer una presentació de la ciutat i ho fan molt a través dels seus atractius. Aquests -deixant de banda qüestions a propòsit de la gent o el menjar- es redueixen bàsicament a tres: el patrimoni artístic, els espais tradicionalment turístics, i els espais olímpics. Pel que fa al patrimoni artístic, s'ha d'esmentar l'omnipresent Gaudí, i de manera preminent la Sagrada Família -ni que sigui per, eventualment, fer-se ressò de la polèmica sobre la seva continuació com a *Liberation*-, el museu Picasso, les obres de Miró, el Museu Dalí



(encara que sigui a Figueres) o la Fundació Tàpies. Els espais turístics més esmentats són, com ho deuen ser a la majoria de guies turístiques que utilitzen els estrangers, les Rambles i el barri Gòtic. Ocasionalment, també són objecte de difusió el modernisme (amb motiu de l'Exposició del quadrat d'or a *Liberation*) o el Passeig de Gràcia i les seves botigues (*Huntsville Times*). Finalment, no existint cap inquietud turística pels nous espais urbans, els únics que tenen ressò són els que tenen interès esportiu, és a dir, els olímpics i, sobretot, l'Estadi (el fet que l'espectacular, des del punt de vista arquitectònic, Palau Sant Jordi no aparegui massa en el recull de premsa internacional de l'estiu del 1990 pot ser degut, també, a que no fou inaugurat fins el mes de setembre d'aquell mateix any).

El tercer tema que s'ha observat, tot i que de manera més escadussera, en la premsa internacional és la qualitat de vida, ja no de cara al turisme, sinó pel que fa a la seva influència en l'atracció d'inversions, especialment d'origen japonès.

### **Articles de la premsa internacional (estiu del 1990)**

1. "Homage to Catalonia", *The Jerusalem Post* (Israel), juny 1990.
2. "Olympia macht's möglich Barcelona bastelt an Projekten und am Catalan", *Die Presse Magazine* (Àustria), 31-08-90
3. "L'ete de tous les chantiers", *Liberation* (França), 09-08-90.
4. "Barcelona: Art in the Streets", *Herad Tribune*, 08-09-90.
5. "Barcelona looking to lively future with old pride", *Huntsville Times* (USA), 10-07-90.
6. "Barcelona in tight race to finish Olympic sites", *The Atlanta Journal* (USA), 07-90.
7. "'92 Olympics gives Barcelona chance to shine", *ITEM* (USA), 11-07-90.
8. "Barcelona takes on new face for '92 and life thereafter", *Woodland Hills* (USA), 30-07-90.
9. "Gripped by Olympic fever", *Construction News* (UK), 30-08-90.
10. "Sculptures Are Changing the Look of Barcelona", *The New York Times*, 04-09-90.

### *Els mitjans de comunicació local i l'opinió internacional*

Els mitjans de comunicació barcelonins han estat molt predisposats a difondre les opinions formulades per estrangers i, especialment, de la premsa estrangera. Dels 78 articles recollits en la premsa de l'estat sobre aquest tema, destaca el tractament de quatre aspectes: les opinions de l'estranger (com a figura genèrica), el reconeixement urbanístic, les opinions sobre la ciutat de la premsa estrangera i l'ascens de Barcelona en els rànquings internacionals.

#### a) L'opinió dels estrangers

Ja s'ha destacat la importància de l'opinió de l'estranger sobre la ciutat (al capítol 5, per exemple, s'exemplificava en el paper de l'estranger al vídeo "Barcelona, una passió"). En l'anàlisi de la premsa, s'han utilitzat dos exemples per a observar aquesta qüestió: les opinions de ciutadans estrangers qualificats -ja que tenen un bon coneixement de la ciutat i, alhora, de l'opinió que se'n té en d'altres països- com són els cònsols a Barcelona, i l'opinió de personalitats polítiques mundials de visita a Barcelona com la de l'ex-president de l'URSS Gorbachov l'octubre de 1990, i la del llavors alcalde de París Chirac el març del 1991.

L'activitat consular va ser un dels temes tractats a la premsa durant la celebració dels Jocs Olímpics. En un article de *El País*<sup>216</sup>, es recollia no només la intensa activitat internacional ("Barcelona acoge el mayor número de consulados después de Nueva York) sinó les opinions -teòricament qualificades- de tres cònsols sobre la ciutat; el del Japó s'expressava així:

"Le voy a decir algo que tal vez le sorprenda", dice Tetsuo Hanawa, cónsul de Japón, "en mi país hay una especie de *síndrome Barcelona*. No hay día en que algún medio de comunicación no hable de ella"

El cònsol de França també s'afegia a la cantarella "Barcelona està de moda" però, sobretot, remarcava la proximitat entre França i Espanya (subliminalment entre Barcelona i París?):

...las tradicionales diferencias entre países vecinos, "en algunos momentos teñidas de clara antipatía", han desaparecido. "La inflexión", opina, "empezó a producirse con la transición democrática y culminó con la presidencia española de la CE, que fue un éxito. Desde entonces, los franceses ven a los españoles como iguales". Mucho más fácilmente en el caso de Barcelona, ciudad con la que Francia ha tenido más relación y a la que ha considerado siempre la más europea del país.

La cònsol paraguaiana incidia en com, a nivell de turisme, Barcelona s'havia situat ja al costat de Madrid, París, Londres o Roma i remarcava la transformació urbanística de la ciutat:

"La transformación que se ha producido ha sido anonadante y es un ejemplo para todo el mundo"

---

<sup>216</sup> BOIX ANGELATS, J. (1992) "La ciudad de los cónsules", *El País*, 26-7-92.

El cònsol italià, finalment, el darrer que havia estat entrevistat en l'article esmentat, remarcava la paciència ciutadana (el periodista en diu "cohesió social") que havia existit en tot el període de massives obres urbanes i donava una definició de la ciutat que servia per acabar l'article airosament:

El cónsul, que es siciliano, tiene una definición de Barcelona que sin duda ha de encantar al alcalde Pasqual Maragall, porque presenta a la ciudad como una síntesis de lo bueno del Norte y del Sur. "Barcelona es Milán en el golfo de Nápoles".

Els quatre cònsols havien tocat quatre aspectes de reconeixement internacional de la ciutat: el grau de coneixement de la ciutat en terres llunyanes, l'europeisme barceloní superior a l'espanyol, l'ascens de Barcelona com a model per altres ciutats a nivell urbanístic i l'originalitat del "còctel Nord-Sud".

Els corresponsals de la premsa estrangera a Barcelona són una altra mena de "cònsols" i *La Vanguardia* els dedicà un article (MADUEÑO, E.; ROVIRA, B.: "El mundo que mira Barcelona. Corresponsales extranjeros explican las luces y sombras de la ciudad olímpica", 22-9-90). Aquest cop, però, no tot eren elogis: el periodista japonès havia estat atracat cinc cops en sis mesos; la corresponsal nord-americana es queixava de la densitat, de la contaminació i del tràfic; el britànic, a propòsit de "la moda Barcelona" insistia en que "No hay para tanto"; la irlandesa no suportava la impuntualitat dels barcelonins... En mig d'aquest mar de crítiques, de cop, els periodistes pregunten "Entonces, ¿por qué les gusta Barcelona, por qué les interesa?". Les respostes són del tipus: "El sol, la gente es fantástica, la arquitectura, el ambiente, el vino", "el Moll de la Fusta", "las fiestas de los barrios"... Res del que hom pot esperar dels estrangers, res de Sagrada Família. En l'article més crític, doncs, els corresponsals són presentats com uns passerells quan arriben i als que els succeeixen tota mena de calamitats però que quan s'"integren" gaudeixen de la ciutat i el seu ambient.

Durant tres dies del mes d'octubre de 1990 -en els mateixos dies en que al barri del Besòs de Sant Adrià es produïen uns disturbis dignes de Londres o Los Angeles- el llavors president de l'URSS Gorbachov visità Espanya per entrevistar-se amb el llavors president d'Espanya Felipe González, incloent en la seva estada oficial sengles visites a Madrid i Barcelona. Aquesta darrera va ser recollida per la premsa barcelonina de

manera molt àmplia (potser també per la gran popularitat del dirigent soviètic en aquell moment que feia parlar fins i tot de “gorbymania”).

La visita de Gorbachov va ser, en primer lloc, una font de conflictes de protocol. Ni Pujol ni Maragall van lograr capitalitzar la seva visita obtenint visites a les seves seus respectives de la Plaça de Sant Jaume; especialment ofès el primer per la seva condició de president de la Generalitat i perquè l’entrevista havia estat ja anunciada, la seva personalitat va haver de quedar diluïda dins la multitud (per exemple, l’Anella Olímpica la va visitar en companyia del príncep Felip i del president del COI, i a més, en segon pla, la plana major del COOB (amb Abad i Maragall al front) i Jordi Pujol, Narcís Serra (com a ministre de defensa i ex-alcalde de Barcelona) i F. Martí Jusmet (com a delegat del govern) entre les autoritats civils. La premsa esportiva en va fer una lectura molt planera, gairebé infantil:

Generalitat y Ayuntamiento, con vistas al rendimiento político que ambas instituciones podían obtener, presionaron para que Gorbachov visitara sus sedes en la Plaça de Sant Jaume (...) Pero Barcelona'92 acabó llevándose el gato al agua y consiguió que entre Generalitat y Ayuntamiento, los soviéticos eligieran los Juegos del 92 (...) Los veinte minutos largos que destinará [Gorbachov] a Barcelona suponen un nuevo y destacado reconocimiento a la labor de toda una sociedad por organizar unos Juegos auténticamente universales (*Sport*)

*El Observador*, estretament connectat amb el govern català, s’ho prenia més seriosament, i l’ofensa a la Generalitat era tractada en l’editorial del dia:

La visita del presidente Gorbachev fue utilizada con la finalidad de marginar de nuestra cabeza y de nuestro corazón ese elemento fundamental del “còctel” mental de cada catalán que es la propia Catalunya (...) En un viaje organizado exclusivamente por el Gobierno central, Catalunya y lo que la identifica han sido marginados.

També Pasqual Maragall es mostrava disgustat per l’exclusió de la visita de l’Ajuntament i de la Generalitat en l’agenda del president soviètic, encara que la capitalització de la visita no passava necessàriament per les qüestions de protocol, tal com mostra el paràgraf següent d’una col·laboració que publicà a la premsa barcelonina passats quinze dies de la visita:

Como capital de Cataluña, como segunda capital española, como centro natural de una emergente macrorregión del sur de Europa y como principal ciudad del Mediterráneo, Barcelona ha consolidado en los últimos años una proyección internacional que se ha visto confirmada con la reciente visita del presidente Mijail Gorbachev.

Aquesta era, de fet, la lectura que en feu la premsa, amb tot el seu amplíssim desplegament de mitjans. Però en fer ús de les estratègies narratives més adequades al

seu perfil periodístic, la visita es convertí en una drama diplomàtic, en una competició entre els institucions i les instal·lacions, fins i tot entre ciutats; segons un diari esportiu, Gorbachov no només preferí Barcelona a les institucions sinó també a Sevilla

...el gabinete de protocolo del Ministerio de Asuntos Exteriores preparó al visitante la posibilidad de desplazarse a Sevilla y conocer las obras que allí se están llevando a cabo para la celebración de la Exposición Universal de 1992.

Sin embargo, la parte soviética se mostró más favorable a una visita a Barcelona. El atractivo de los Juegos Olímpicos, la ocasión de ver *in situ* la mayor transformación urbanística que se está dando en una ciudad del continente y la capitalidad que Barcelona ejerce en una de las regiones más importantes de Europa fueron factores decisivos para que el interés del líder soviético se decantara de forma clara hacia la ciudad condal (*Sport*)

### **Titulars de la premsa a propòsit de la visita de Gorbachov a Barcelona**

*Sport*: "Gorbachov prefiere Barcelona'92 (subtítol: "El líder soviético visitará el domingo el Anillo Olímpico y no la Generalitat ni el Ayuntamiento"), 26-10-90.

*Diari de Barcelona*:: "Mikhaïl Gorbachov: 'Això sembla Roma" (portada), 29-10-90

*Diari de Barcelona*:: "Finalment, Pujol no va poder entrevistar-se amb Gorbachov"; "El líder soviètic manifesta el seu desig de tornar a Barcelona" (interior), 29-10-90

*El Periódico*: "Gorbachov piropea el Anillo Olímpico", 29-10-90

*El Observador*:: "Barcelona, más que unos Juegos. La visita de Gorbachev fue utilizada políticamente desde el Gobierno central" (editorial), 29-10-90.

*La Vanguardia*: "Barcelona y Gorbachev" (P. Maragall)

El març del 1991 Jacques Chirac visità Barcelona invitat per l'alcalde de Barcelona i la premsa, lògicament se'n feu ressò. Com van ser recollides les seves opinions sobre la ciutat no deixa de ser interessant ja que era llavors l'alcalde de París, el model tradicional de Barcelona, la ciutat que havia estat derrotada per Barcelona en la lluita per la nominació olímpica. Chirac, entre manifestacions a propòsit d'altres qüestions com els fets del golf Pèrsic, feu declaracions sobre la ciutat relatives a la renovació urbanística i a la bona marxa de l'organització dels Jocs. Acompanyat sempre per l'alcalde de Barcelona en la visita a l'Estadi Olímpic en les fotografies que acompanyen el text, realitzà també manifestacions a propòsit de la relació entre Barcelona i París:

...”fue un verdadero placer para nosotros competir con una ciudad como Barcelona. A pesar de que ambas poseen características similares- las dos han atravesado por unos hechos históricos comunes, incluso me atravesaría a decir que idénticos- Barcelona tenía una ventaja afectiva sobre París” Y agregó: “Barcelona ganó la competición y quizás fue lo mejor” (*Sport*)

### **Titulars del 2-3-91 a propòsit de la visita de Chirac a Barcelona**

*Sport*: “Chirac quedó impresionado. El alcalde de París dijo: “La renovación hará que la ciudad sea una de las mejores de Europa”

*La Vanguardia*: “Chirac apoya una conferencial regional para buscar la paz en el área del Golfo”

*El Periódico*: “El alcalde de París no escatima elogios a la Barcelona olímpica. Jacques Chirac declara que le han impresionado las instalaciones”

*El Mundo Deportivo*: “Chirac, alcalde de París, conoció Barcelona’92”

*Segre*: “El alcalde de París afirma que Barcelona’92 será un éxito”

### **b) El reconeixement urbanístic**

L’octubre del 1990, els espais públics de Barcelona van ser guardonats amb el premi Príncep de Gal·les de l’Escola de Disseny de la Universitat de Harvard, “una de les escoles de disseny urbà més prestigioses” (*El País*) de la “prestigiosa Universitat de Harvard” (*El Periódico*). Quatre mesos després, el mes de febrer del 1991, l’alcalde Maragall va anar a recollir el premi. Dos moments, doncs, oportuns, per a que la premsa es fes ressò del reconeixement internacional. En tots els casos es tractava de mostrar el reconeixement internacional com a prova irrefutable de l’èxit aconseguit. Alguns titulars de la premsa<sup>217</sup> van ser els següents:

*El País*: “La Universidad de Harvard premia el diseño urbano realizado en Barcelona desde 1980”, 20-10-1990

*Diari de Barcelona*: “La renovació de Barcelona, premiada als Estats Units”, 23-10-90

*El País*: “Harvard ha premiado a Barcelona por su “mejora de la calidad de vida urbana”, 26-10-90

*El Periódico*: “Harvard premia el urbanismo de Barcelona”, 20-2-91

*El País*: “Las plazas duras que conquistaron Harvard”, 25-2-91.

Si els titulars són aparentment innocus, el contingut dels articles va dirigit precisament a reforçar la idea de la importància del premi atorgat i del prestigi de la institució que l'atorga ("Harvard" apareix en quatre dels cinc titulars recollits).

### c) La premsa estrangera

Molts articles dels diaris locals han estat destinats precisament a recollir articles elogiosos sobre Barcelona publicats en la premsa internacional.

El *Diari de Barcelona* del 22.5.91, per exemple, sota el títol de "Elogis del diari 'Philadelphia Enquirer' als Jocs Olímpics" recull les opinions d'aquest diari a propòsit de la gran despesa urbanística, una valoració de Barcelona "com una ciutat moderna amb una millor qualitat de vida", alhora que la delegació del Comitè Olímpic dels Estats Units declara que estan "gratament impressionats per aquestes excel·lents instal·lacions i per la combinació de modernitat, entusiasme i energia que hem vist a la ciutat de Barcelona". D'altres exemples similars són els següents:

- "Falten 427 dies" (*Diari de Barcelona*, 25-5-91) on s'assenyala que "The Philadelphia Inquirer", prestigiós diari nord-americà ha dedicat recentment un extens reportatge sobre els Jocs de Barcelona (notícia que ja havia recollit el mateix diari tres dies abans!)

- "Olimpismo" (*Correo Gallego*, 25-1-91), on s'assenyala "El diario londinense The Times afirmó ayer que Barcelona se está preparando para los Juegos Olímpicos como ninguna otra ciudad lo ha hecho antes en los cien años que lleva disputándose esta competición".

- "El diari 'The New York Times' publica un extens article dedicat a la llengua catalana" (*Avui*, 20-4-91)

- "El 'New York Times' valora positivament els Jocs Olímpics" (*Diari de Barcelona*, 24-5-91)

Fins i tot es recull, eventualment, alguna crítica com ho va fer *El Periódico* el 25.10.90 en afirmar en un titular "EEUU detecta problemas para el 92. Un artículo del New York Times alerta sobre los alojamientos y el tráfico en Barcelona. El periodista compara la batalla por la alcaldía con las escaramuzas de Washington".

Hi ha moltíssims d'altres exemples en els quals la premsa local s'ha fet ressò de la internacional. L'objectiu és, però, gairebé sempre el mateix. En primer lloc, mostrar el grau de coneixement de la ciutat; al marge del què se'n digui, que un diari estranger

parli de la ciutat ja és notícia. En segon lloc, mostrar el reconeixement envers la ciutat: sobre l'urbanisme, sobre la qualitat de vida o sobre la bona marxa de l'organització dels Jocs Olímpics.

#### d) Barcelona en el rànkings

Ja ha estat esmentada la proliferació de rànkings de ciutats, una mostra de la competitivitat existent i de la necessitat de medició i, alhora, una notícia del previsible grat dels lectors en "elevant" les ciutats a la categoria de participants en una competició. L'elaboració de rànkings, però, és una feina costosa i, per bé que qualsevol *hit parade* referit a qualsevol aspecte de la ciutat tindria públic assegurat, la majoria fan referència a la valoració de la ciutat com a lloc per a realitzar-hi inversions. La premsa diària es fa ampli ressò, per exemple, del rànkings que anualment publica Healy & Baker a partir de l'enquesta d'executius de grans empreses (veure capítol 3).

Fins i tot la revista municipal de difusió gratuïta es complau en mostrar els bons resultats obtinguts per Barcelona en aquests rànkings; per exemple,

...rànkings de la revista nordamericana "Successful Meetings", especialitzada en convencions, publica una enquesta sobre la qualificació de les ciutats europees entre 520 alts executius, que va fer l'institut britànic Harris Research centre. Barcelona ocupa el primer lloc de la llista de ciutats europees que més bé han sabut promocionar-se internacionalment. (*Barcelona Informació*, núm. 1, setembre 1994 ho recull sota el titular "Barcelona, primera en promoció" i assenyala que "es reconeix l'esforç que s'ha fet en els darrers anys")

...rànkings del Financial Times. Barcelona seria la setena ciutat europea preferida per instal·lar-hi un negoci segons l'enquesta que elabora regularment aquest diari, després d'entrevistar uns 500 executius europeus i ha pujat tres llocs en el rànkings. La millora del trànsit i l'ampliació de l'aeroport d'entre els factors de millors (recullit a (*Barcelona Informació*, núm. 1, setembre 1994)

Sempre del que es tracta és de remarcar la presència de la ciutat en els rànkings, per si sola ja un èxit. I si, a més, es pot esmentar un primer lloc en alguna categoria o l'ascens respecte d'anys anteriors, s'aconsegueix l'objectiu que és el de mostrar una ciutat amb una creixent projecció internacional.



## El “model Barcelona”

La darrera línia de foment de la imatge de Barcelona com a ciutat internacional és la seva presentació com a “model de ciutat”, sobretot en els discursos oficials que traspassen amb molta facilitat, com s’ha vist, els periodístics i fins i tot els acadèmics.

El “model Barcelona”, la màxima demostració de reconeixement internacional envers una estratègia de ciutat, s’ha expressat en diferents àmbits: en el seu urbanisme, en el plantejament d’estratègies de ciutat, en el lideratge de xarxes internacionals, en la capacitat d’organitzar grans events com els Jocs Olímpics...

El reconeixement de Harvard a l’urbanisme barceloní el 1990 no fou sinó una de les primeres grans mostres d’admiració que els nous espais barcelonins havien despertat. Però de l’admiració a l’emulació hi ha encara una distància a recórrer. Ja s’ha vist al capítol 5 com Barcelona era descrita per un analista com a model de disseny urbà a seguir durant “al menys la pròxima dècada”<sup>218</sup>. La premsa ha aprofitat moltes oportunitats per a mostrar com Barcelona és “imitada” arreu. Els casos de Berlín (amb la col·laboració de l’equip Bohigas-Mackay-Martorell en la reconstrucció de la ciutat) o el de Lisboa (on existí una forta participació d’experts barcelonins en l’elaboració del Pla Estratègic de Lisboa) eren presentats com a exemples del triomf de Barcelona en el camp urbanístic:

El Senado de Berlín está estudiando el desarrollo urbano de Barcelona durante los últimos años como un modelo de referencia para la futura transformación de la ciudad alemana (MOIX, L.: “Barcelona, referencia para el nuevo Berlín”, *La Vanguardia*, 6-5-91)

Los Juegos Olímpicos de Barcelona no son sólo un bello recuerdo, disminuido por la crisis política y económica. También siguen siendo un modelo a imitar. Los responsables de la Expo’98, la Exposición Universal que tendrá efecto en Lisboa entre junio y septiembre de 1998, han tomado como referencia la transformación de la vieja zona industrial de Poblenou para planificar la reordenación del sector de la capital portuguesa donde se asentará el recinto ferial (AROCA, J.V.: “Lisboa toma Barcelona como modelo para organizar la Exposición Universal de 1998”, *La Vanguardia*, 18-4-93)

Precisament el planejament estratègic ha convertit Barcelona, també en un model, no només a seguir sinó a vendre. Com assenyala l’alcalde Maragall en el pròleg del II Pla Estratègic de Barcelona 2000:

---

<sup>218</sup> GOODEY, B. (1994) *op. cit.*

...el fet que el mateix Pla -la seva concepció i metodologia- s'hagi consolidat com un referent molt viu en altres ciutats d'Europa i Amèrica Llatina i que sigui analitzat en institucions universitàries d'arreu del món constitueix una mostra fefaent de la vocació de la ciutat envers aquest objectiu d'estar present en l'espai internacional. L'obtenció del Premi Especial de la Unió Europea a la millor planificació estratègica urbana en el context europeu fou, en aquest sentit, un fort estímul per continuar la feina iniciada a mitjans del 1985 (ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000, 1994:9)

Ja ha estat dit que la cooperació és una de les principals estratègies d'internacionalització. I, tanmateix, és una activitat que podria no ser especialment profitosa des del punt de vista de la difusió d'una imatge de ciutat internacionalitzada si no fos perquè es potencia el paper de lideratge de la ciutat, convertida en un "punt de referència", en una ciutat que és "escollida" i en "un exemple a seguir". Aquest era l'ingredient final de la imatge de ciutat internacional que l'alcalde Maragall afegia en una col·laboració en la premsa destinada a aixecar l'ànim dels barcelonins:

En aquests darrers anys, Barcelona s'ha convertit en un punt de referència important per a les ciutats europees. Ha estat escollida en els fòrums europeus i ha estat assenyalada com un exemple a seguir. El seu paper central dins la macroregió de la Mediterrània nord-occidental s'ha vist reforçat per la constitució de la xarxa anomenada C-6, que agrupa, a més de Barcelona, Palma de Mallorca, València, Saragossa, Montpeller i Toulouse (MARAGALL, P.: "Barcelona, una ciutat feta pels barcelonins", *Diari de Barcelona*, 25-5-91)

L'existència d'un model Barcelona ha estat també, com no podia ser altrament, una arma electoral. El febrer del 1995 va sorgir "Barcelona demà" un grup d'intel·lectuals "que havien decidit intervenir en el procés electoral" i que, fins i tot, va donar lloc a una publicació, un seguit d'articles signats per periodistes i intel·lectuals sobre diversos aspectes de la ciutat on la fi electoral restava aparentment camuflada. El "model Barcelona" n'era una de les constants: Eduard Beltrán signava un article que portava com a títol, precisament, "Passos per arribar a ser un model" on s'exposava gairebé tot un programa d'acció política; Manuel de Forn es referia a les dificultats d'exportar el model Barcelona -tot i la demanda- al que li cal "la capacitat, carisma i visió dels dirigents municipals"; la periodista Patrícia Gabancho es referia també al model Barcelona, expressió que atribueix a l'alcalde, "com una marca de fàbrica per fer ciutat"; fins i tot les intervencions a Ciutat Vella permeten de qualificar-la com a "model de barri". Un model de ciutat que, segons els promotors de la iniciativa esmentada, hauria assolit de fer passar Barcelona d'una "esforçada capital de

província”, d’una “Glasgow del sud”, a “opositar a competir en la primera divisió de les ciutats europees”.

El “model Barcelona” ha arribat, fins i tot, a ser presentat com una mena de prototipus, com un model exportable a d’altres ciutats, tal com ho demostra, per exemple, la publicació d’un resum de “l’experiència barcelonina” per a ciutats llatinoamericanes titulat precisament *Barcelona. Un modelo de transformación urbana 1980-1995*<sup>219</sup> on s’exposen quins han estat els trets definidors de la política municipal (les “llicons” com les defineix Pasqual Maragall en el pròleg) pel que fa a les transformacions urbanístiques, econòmiques, socials i político-administratives.

Al llarg d’aquest capítol s’ha intentat demostrar que la producció i el foment d’una imatge de ciutat internacional és, per ella mateixa, una estratègia d’internacionalitat. L’autoafirmació de què, efectivament, Barcelona és una ciutat internacional s’ha aconseguit amb arguments històrics, amb campanyes publicitàries, amb un reconeixement molt ampli per part de la premsa i fins i tot amb la preconització de l’existència d’un “model Barcelona”. I, com deia Maragall a propòsit de l’èxit dels Jocs Olímpics: “I no perquè nosaltres ho diguem, o ens ho inventem, sinó perquè justament ens ho diuen des de fora”<sup>220</sup>.

“Que ens ho diguin des de fora”, però, no hauria de constituir una prova d’èxit, a menys que el reconeixement internacional per si mateix constitueixi ja un objectiu. Subirós ho va resumir mig en broma -encara que probablement molt més seriosament del que ell mateix pensava: “Si Freddy Mercury i Montserrat Caballé (...) posen la cançó "Barcelona!" en els hit parades de mig món, com es pot dubtar que estem en el bon camí?”<sup>221</sup>

---

<sup>219</sup> BORJA, J. ed. (1995) *op.cit.*

<sup>220</sup> MARAGALL, P. (1993) *op. cit.*, p. 27.

<sup>221</sup> SUBIRÓS, P. et al. (1994) *op. cit.*, p.78.



## 7

### Una deconstrucció de Barcelona

“Avui, i més en el futur, les ciutats són, i ho  
seran més, parts,  
barris del vilatge global (de la Terra, o del  
sistema-món, com vulgueu),  
on tots, aviat, ens coneixerem.  
Farem, jo ho anem fent, vida de barri.  
I la vida de barri pot ésser molt rica,  
molt agradable, molt satisfactòria,  
O pot ésser un infern.  
Depèn de tu, depèn de tots”

(F. Roca, 1993)<sup>222</sup>

Mentre es celebraven els Jocs del 92, Manuel Vázquez Montalbán va publicar una hilarant novel·la per entregues al diari *El País*, amb el títol de *Sabotaje Olímpico*, on Carvalho havia d'afrontar, ben a desgrat seu, la investigació d'un seguit de fets estranys que envoltaven els Jocs. D'entre les coses insòlites que Vázquez Montalbán va imaginar que podien haver passat en aquell desenvolupament paral·lel dels Jocs, hi havia un retard en l'inici de la cerimònia de cloenda per un motiu impossible i, tanmateix, revelador: “La ceremonia de clausura olímpica empezó con retraso porque el alcalde de Barcelona se subió al pebetero donde ardía la llama olímpica y se negó a que fuera apagada, desde una quimérica voluntad de que los Juegos no se terminaran nunca”<sup>223</sup>

Però, és clar, els Jocs es van acabar el dia previst i l'alcalde va decidir deixar de ser-ho al cap de cinc anys. I quan la flama es va tornar a encendre, la nit del 25 de juliol del 2002, quan l'Ajuntament va commemorar el 10è aniversari de la inauguració dels Jocs del 92 amb un espectacle música-pirotècnic a l'Estadi Olímpic, tothom sabia que el foc del pebeter era de mentida. Tampoc la festa va tenir el segell de professionalitat i d'engranatge de rellotgeria dels actes olímpics; fins i tot al mateix escenari es van colar reivindicacions anti-Olimpiades i anti-Forum. I res del que va passar ni res del que es va dir va generar cap de les emocions que tan fàcilment es despertaven deu anys enrera. Però ningú no ho va dir. Durant tota la setmana anterior, els diaris es van anar fent ressò

<sup>222</sup> ROCA, F. (1993) *Carrer del dubte (Realitats i utopies)*. Barcelona, Llibres del Segle, p. 33.

<sup>223</sup> VAZQUEZ MONTALBAN, M. (1993) *Sabotaje olímpico*, Planeta, p. 147.

de l'anniversari olímpic amb dosis considerables de nostàlgia. *El Periódico* llençava una edició especial aquella mateixa nit on es recollien les impressions i els records de personalitats, esportistes i voluntaris al cap de 10 anys. La majoria miraven enrera des de l'única perspectiva del record; d'altres, en canvi, feien valoracions del recorregut entre el 1992 i el 2002. Joan Clos, l'alcalde de la ciutat, probablement tip de tant entusiasme cap el passat i de tan poc cap el futur, es despatxava amb una comparació desigual: en el passat "vam ser una ciutat acollidora i eficaç" però ara en serem una d'"intel·ligent". A la pàgina següent, Merche Mar, que havia estat vedette de El Molino, es queixava del que s'havia perdut amb la transformació i deixava anar una frase antològica: "Des dels Jocs a Barcelona fa molt més fred". L'alcalde té al cap un projecte, el de la "ciutat del coneixement" on s'inverteixi en noves tecnologies, on s'atraguin indústries punteres, on es creï riquesa de les maneres més innovadores, i la vedette, el que voldria és una ciutat on poder viure amb el caliu de sempre. Tinc molts dubtes sobre si existeix alguna manera de poder afrontar aquesta incommensurabilitat (i tantes d'altres), però del sí que n'estic convençuda és de què només trencant les pantalles discursives que impedeixen de veure i d'acceptar com a realment existents els desitjos i les aspiracions de la gent real, es podrà començar a pensar en la ciutat sense aquesta avasalladora desigualtat de condicions.

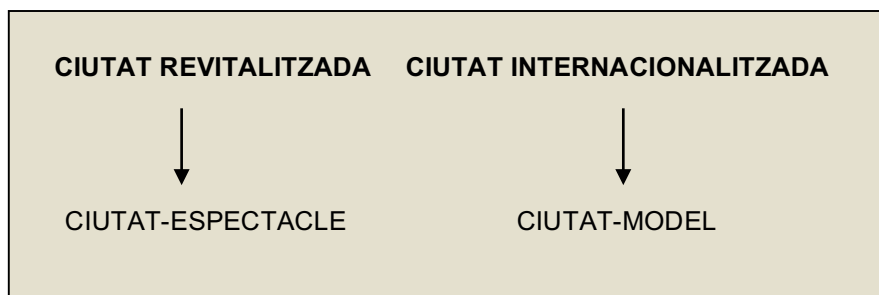
En aquest capítol final, plantejo tres conclusions. La primera és que la producció d'imatges de la Barcelona olímpica ha passat, fonamentalment, per dues idees principals: la Barcelona-espectacle i la Barcelona-model que no eren sinó representacions de dues necessitats de la reestructuració urbana a la que aquestes imatges contribuïen: la ciutat revitalitzada (capítol 4) i la ciutat internacionalitzada (capítol 6). La segona conclusió és que, per a que el procés de transformació hagi reïxit sense problemes, ha calgut ometre la diferència (entre les persones, entre maneres de pensar, entre maneres de viure) cosa que s'ha assolit fonamentalment a través de representar una ciutat naturalitzada a través de la "corporealització de la ciutat" (capítol 3) i una ciutat de consens a través de la creació del que he anomenat "el mite del 92" (capítol 5). La tercera conclusió és que entre el 92 i el 2004 hi ha un fil directe a nivell de model urbà, però un fil trencat a nivell de discursos i d'imatges, el que explica, em sembla, que un projecte com el Fòrum del 2004 no hagi arribat a "quallar" socialment. O potser és que, aquest cop, no calia. Perquè la discrepància, ara mateix, no fa por a la nostra ciutat, simplement és ignorada.

## Ciutat-espectacle/Ciutat-model

Les dues imatges dominants en els anys previs al 92 van ser les de Barcelona com a ciutat-espectacle i com a ciutat-model. Com he mostrat al capítol 4, el missatge de que la ciutat estava “revitalitzada” passava per la seva presentació com un espectacle (les obres, el disseny dels espais públics, els Jocs...). L’espectacularització de la vida urbana en molments de ràpides transformacions va permetre compensar-ne les molèsties (d’una ciutat en obres), de nous espais no sempre al gust de tots ni on la funcionalitat era el criteri més important (els nous espais públics) o d’una ciutat que va viure propera a l’estat d’excepció durant els quinze dies olímpics. El festival, el carnaval, la festa major, permet viure uns instants anòmals, on res és com era i on ningú és on hauria de ser, amb la seguretat que, un cop acabada la festa, tot torna a la normalitat. A la ciutat-espectacle, l’espectacle va ser alimentat contínuament per a que no es notés que el canvi no era momentani sinó de debó. I quan tot tornava a la realitat, aleshores sorgia amb força la imatge d’una ciutat revitalitzada i per la qual havia valgut la pena el sacrifici. I, a més, una ciutat que era un objecte digne de ser contemplat, i a la qual es desplaçaven fins i tot els estrangers atrets per l’espectacle de la transformació, era una ciutat que no podia estar en crisi, sinó que era una ciutat que “reneixia”, que es “revitalitzava” i en la qual, per tant, podien confiar els propis ciutadans i els foranis.

Però l’objectiu de tot plegat era, com he explicat al capítol 6, aconseguir una ciutat competitiva internacionalment, i la màxima expressió de que l’objectiu havia estat reeixit era haver arribat o, si més no, dir que s’havia arribat, a la categoria de referent, de ciutat-model.

Totes dues imatges van funcionar, de vegades de manera combinada fins a fer-se indistingibles una de l’altra (per exemple, en la presentació de Barcelona com a model urbanístic, on el nou urbanisme no només era símbol de revitalització sinó objecte de reconeixement internacional) encara que sí que es possible de veure un desplaçament temporal d’èmfasi, primer en la ciutat-espectacle, imatge que poc a poc s’hauria anat abandonant mentre que hauria quedat encara en funcionament la de ciutat-model. La raó d’aquest desplaçament rau en que les imatges destinades a reforçar la cohesió social, com era en bona part la imatge de ciutat revitalitzada, s’han anat esvaint amb el temps; en canvi, la imatge de ciutat-model continua sent útil internacionalment alhora que continua aportant elements de legitimació de determinades actuacions urbanístiques o del planejament estratègic.



### *L'omissió de la diferència*

Com ja he assenyalat, la política urbana aplicada per assolir una millor adaptació dels espais urbans a un context mundialitzat, ha de comptar necessàriament amb una producció d'un discurs urbà tendent a perseguir i, alhora, representar un elevat grau de consens social, fonamentalment a través de la representació de la diversitat com un bloc homogeni sense conflicte d'interessos. Ja he assenyalat el paper de la personificació de la ciutat (capítol 3) i de l'afirmació de la inevitabilitat històrica del procés de transformació (capítol 5) com a elements de legitimació del projecte.

Un projecte de transformació urbana, profund i ràpid com ha estat el de Barcelona, havia d'afrontar, tanmateix, l'aparent paradoxa de tenir que combatre les situacions de conflictivitat social potencial que poguessin posar en perill el projecte. Crear la imatge del consens, i de que, a més, tampoc no existien motius objectius per a que aquest no existís<sup>224</sup>, era una condició necessària per a que el projecte es portés a terme. En totes les ocasions, les diferències socials i culturals existents, i la diversitat d'interessos van restar ocults sota la imatge de ciutadania-bloc, gràcies a la unitat i tenacitat de la qual, "la ciutat" supposadament avançaria en la història. Omitint la diferència, s'omitia la possibilitat d'alternatives i es reforçava la lectura única del canvi urbà.

---

<sup>224</sup> Va ser notable la insistència institucional en que, a Barcelona, no existia realment una polarització social comparable a la d'altres grans ciutats (per exemple, PASCUAL, J. M. "Diagnóstico estratégico de Barcelona", J. BORJA i M. FORN (Eds.), *Barcelona y el sistema urbano europeo*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona-Programa CITES-CIUDADES, 1990, 123-178. )



La pregunta és on han quedat aquells moviments socials que tan durament es van oposar a un model de ciutat a començaments dels anys 70 i que, després de tot, no ha resultat tan diferent. Alhores, el context polític era, lògicament, molt diferent, però el joc democràtic tampoc no ha deixat massa lloc per a una participació ciutadana que està perfectament acotada i concebuda, abans que res, com a informació de les actuacions administratives i en la que els missatges circulen gairebé exclusivament en una sola direcció, la de administració-ciutadà<sup>225</sup>. I, malgrat tot, en aquests anys de profundes i ràpides transformacions que tan importants han estat per a l'establiment d'un model de ciutat, ningú a trobar massa a faltar una major profunditat i efectivitat dels canals de participació. Potser la potent maquinària que es va posar en funcionament per tal de crear el consens necessari en tingui part de l'explicació. Encara que el consens, creat o representat o potser totes dues coses alhora, si és que es tracten de coses diferents, va existir al voltant del projecte del 92, aquest consens es representà, també, com una forma de participar en el projecte de transformació urbana. La il·lusió de la participació va ser perfectament organitzada. Visitar les obres olímpiques, assistir a les exposicions organitzades a propòsit dels canvis urbanístics, no vas ser més que il·lusions d'una participació que, en realitat, no va existir. Perquè, com molt bé van advertir alguns, ja llavors, no és el mateix participar que mirar, no és el mateix participar que sér participats, no és el mateix ser actors que espectadors<sup>226</sup>.

## **Punt i seguit: el Fòrum del 2004**

Es clar que, ¿quina millor mostra de sensibilitat cap a la diferència que l'organització d'un Fòrum de les Cultures l'any 2004, un macro-event amb els lemes del multiculturalisme, la pau i la sostenibilitat? Tot i que, d'altra banda, ningú no se n'amaga de que, del que es tracta, és de la reconversió urbanística del sector oriental del litoral barceloní, una àrea d'una gran extensió, infraequipada i infrautilitzada que,

---

<sup>225</sup> DENCHE, C., ALGUACIL, J. (1997) "Otros movimientos sociales para otro modelo participativo y otra democracia", *Ciudades para un futuro más sostenible. El Boletín de la Biblioteca*, 3.

<sup>226</sup> LOPEZ, P. (1993) "Barcelona 1992. La requisa de una metrópoli." *Villes et Territoires*, pp. 217-236.

d'aquesta manera, podrà convertir-se en una àrea de nous habitatges per a classes mitjanes-altes i tota mena d'equipaments socials, lúdics i comercials. Un “nou repte col·lectiu després dels Jocs Olímpics del 92” n'han arribat a dir els seus responsables<sup>227</sup>, una nova “excusa, que permeti actuar en l'últim gran retall de la ciutat per reurbanitzar, que permeti completar l'escenari de transformació urbana que ja havia estat dibuixat amb detall en els anys anteriors, aquest cop, això sí, amb un protagonisme econòmic gairebé total del capital privat.

Aquesta és una diferència important amb el 92, i un motiu pel qual alguns n'han remarcat el canvi d'estil i de sensibilitat formal. Però si ens ho mirem amb ulls de temps històric, potser costi menys d'acceptar que es tracta exactament del mateix model amb uns mateixos objectius encara que canviïn els protagonistes, el discurs, les formes. Perquè la qüestió, em sembla, no ha de ser només si ens agraden o no ens agraden determinats edificis o operacions, sinó en avaluar el objectius i els costos d'un procés de reestructuració. I no acceptar-ne la continuïtat històrica equival a negar l'existència d'un procés dirigit, amb objectius definits i al servei dels interessos d'alguns. Salvant les distàncies, és el mateix que quan es negaven les continuïtats entre alguns projectes de Porcioles i els del 92. I és clar que no es poden posar en el mateix paner un alcalde del temps de la dictadura amb un d'elegit democràticament, però per què s'ha dit tan poc que molts projectes del 92 estaven ja sobre el paper de feia molts anys? El porciolisme s'havia caracteritzat per desplegar, en anys de fort creixement econòmic, una política dirigida a fer una “Gran Barcelona”, amb grans plans per al desenvolupament de la ciutat a llarg termini<sup>228</sup>. En el que ja aleshores es coneixien com a projectes per a la Barcelona del 2000, s'havia dissenyat un marc metropolità d'actuació d'una gran extensió territorial, i amb grans projectes d'infraestructura viària. També s'havia inclòs la possibilitat d'organitzar algun macroevent per impulsar el creixement barceloní i facilitar la construcció de les costossíssimes infraestructures, com el projecte fallit d'organitzar una Exposició Universal el 1982 (després es pensà en uns Jocs Olímpics pel 1984 que no van ser realitat, és clar, fins el 1992). Fins i tot es va dissenyar un gran pla urbanístic per a la remodelació del sector oriental de la ciutat i la recuperació de la façana marítima, projectes que tampoc es van arribar a realitzar davant l'onada de

---

<sup>227</sup> AJUNTAMENT DE BARCELONA (1999) *Barcelona 1979 i 2004: Del desarrollo a la ciudad de calidad*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, p. 83.

<sup>228</sup> MARTI, F. i MORENO, E. (1974) *Barcelona ¿a dónde vas?* Barcelona, DIROSA.

protestes ciutadanes. Els problemes urbans resultants d'un creixement urbà ràpid, especulatiu i poc atent a les necessitats socials van donar lloc, als últims anys del porciolisme, a fortes mobilitzacions ciutadanes contra el model porciolista que, després de tot, no era en absolut tan llunyà del que es desplegaria posteriorment. Per això s'ha arribat a afirmar, amb raó, que els canvis en la política urbana com a conseqüència de la transició política no van ser, de fet, canvis dràstics sinó que més aviat van suposar la continuïtat de la política urbana, possibilitant la realització de projectes antics i mai acabats<sup>229</sup>. Només ran de la mort de J.M. de Porcioles, el 1993, diferents personalitats del món polític van gosar, per fi, reivindicar obertament la seva figura. Segurament no li faltava raó, després de tot, al mateix Porcioles quan en les seves memòries s'exclamava de la "injustícia històrica" que se li havia fet: "...no ignorábamos que para llevar a cabo una transformación tanc onsierable y en breve tiempo se precisaban motores o catalizadores para impulsar la empresa. Siempre ha ocurrido así en nuestra historia contemporánea (...) Mucho se está hablando, en la actualidad, de los Juego Olímpicos de 1992; se diría que se trata de una idea surgida en los últimos años, de una novedad en el pensamiento barcelonés. Es curioso cómo se pierde la memoria colectiva respecto de fechas tan próximas"<sup>230</sup>. Evitar la continuïtat amb projectes que eren propis d'una època de dictadura era, és clar, una necessitat per a legitimar-ne la seva conveniència i per a esquivar el perill de contestació. En canvi, com hem vist, la continuïtat, l'element de legitimació històrica, es va buscar en l'organització de macroevents (el 1888, el 1929) reforçant la idea de la "Barcelona a salts". Pel 2004, aquesta idea s'ha utilitzat amb discreció, potser perquè sigui ja inversemblant la coincidència de "moments històrics únics" en un període de temps tan curt, potser per no insistir en la "patinada" de llençar la idea d'una exposició internacional pel 2004, quan aquest any no se'n celebrava cap<sup>231</sup>. Però, sobretot, aquesta és la meua idea, perquè la continuïtat en el projecte urbà no ha anat acompanyada d'una continuïtat en el discurs ni de les estratègies de creació

---

<sup>229</sup> CARRERAS, C. (1993) "Barcelona'92, una política urbana tradicional." *Estudios Geográficos*, pp.

<sup>230</sup> PORCIOLES, J. M. (1994). *Mis memorias*. Barcelona, Editorial Prensa Ibérica, p. 187

<sup>231</sup> Aquesta va ser la idea inicial llençada als mitjans de comunicació per Pasqual Maragall i que, en pocs dies, en constatar-se que no existia exposició internacional per allotjar, va haver de ser reconvertida en un altre macro-event, amb un altre nom (el Fòrum de les Cultures) però sense un contingut definit. Poques vegades com aquesta s'ha fet tan visible la coincidència d'interessos entre adversaris polítics que, en comptades ocasions, han fet al.lusió a un error garrafal com aquell.

d'imatge de la ciutat. Tampoc s'ha volgut utilitzar l'espectacle de la transformació urbanística del sector (per exemple, només recentment i amb molta discreció es va obrir un mirador per observar les obres). Cap de les línies de legitimació del projecte del 92 semblen haver estat seguides aquest cop, en part pel protagonisme dels agents privats en la remodelació urbanística del sector, en part perquè la concentració del projecte en l'extrem oriental de la ciutat el fa força invisible per a una bona part dels ciutadans, i en part perquè la complicitat (el consens) per la qual tan durament es va treballar en el pre-92 ara no es contempla com una condició per a l'èxit del projecte. No és estrany, tanmateix, que, segons afirmen els seus responsables, el Fòrum hagi tingut, no només grans dificultats per a definir els seus continguts, sinó que no hagi demostrat massa capacitat per a involucrar ni per a il·lusionar, ni que sigui superficialment, la ciutadania. Des de la dimissió de Maragall el 1997 i la seva substitució per Joan Clos, s'ha percebut una disminució del bombardeig mediàtic i s'han esquivat més algunes qüestions. Els grans projectes urbanístics en marxa busquen amb menys afany la complicitat general de la ciutadania i es mantenen en un pla més discret. L'èmfasi es posa de manera creixent en la gestió més que no en la política, en l'eficàcia més que no en la justícia; els agents privats, antany enemics, passaren després a ser aliats per convertir-se ara en els autèntics motors i únics protagonistes del desenvolupament urbà. La participació ciutadana es concep, d'una manera impúdica i explícita, com a purament instrumental i la discrepància és sistemàticament menystinguda. Hi ha una diferència evident entre una participació activa i el simulacre de participació que acompanya la política urbana de la ciutat postindustrial, més atenta a la corresponsabilització de la població davant polítiques consumades que no a la generació de noves propostes. Joan Clos, alcalde de Barcelona, ho expresava amb molta claretat quan afirmava a propòsit de la necessària profundització del diàleg i de la participació com una opció estratègica de la ciutat que: [Cal] fomentar l'associacionisme ajudant a la seva transformació i enfortiment per afavorir el pas de la cultura de la reivindicació a la cultura de la participació i la cooperació<sup>232</sup>.

Per això, les mostres de resistència, de discrepància, són sistemàticament desacreditades. I, tanmateix, val a dir que el silenci olímpic, i la invisibilitat de punts de vista alternatius a propòsit de l'intens procés de transformació urbana, ha anat despertant progressivament fins començar a donar senyals de "ruptura de la gran

---

<sup>232</sup> Conferència al Club Siglo XXI, 04.11.99.

pantalla del 92". Fins i tot la premsa diària s'ha fet ressò d'algunes mostres de descontent i de dubtes profunds. Per exemple, un col·lectiu d'arquitectes sota el nom de "Pilar Prim" s'ha mostrat descaradament crític (més tractant-se d'arquitectes) amb el model de ciutat desenvolupat en l'últim decenni. En un article que van publicar a la premsa, a tall de col·laboració, formulaven la següent declaració de principis: "Envidiamos las ciudades fuera de la moda. Aquellas que se limitan a ser y no a aparentar. Aquellas donde lo cotidiano es protagonista. Aquellas que son sin hacer lo que Barcelona hace"<sup>233</sup>. L'objectiu concret del seu atac era, no obstant, l'organització del Fòrum de les Cultures del 2004. Deien els arquitectes en aquest article, qüestionant la mateixa organització de macroevents com a estratègia de revitalització urbana: "No creemos que la ciudad deba ser excepción sino cotidianidad", ja no diguem com a instrument de dinamització cultural: "La calle, la plaza, el comercio cercano, el autobús y el metro, el trabajo, el parque de barrio, las escuelas, los bares, esos son los lugares idóneos para la producción de la cultura que nosotros queremos. El Fòrum, no".

Una altra qüestió ha despertat algunes veus i ha fet saltar finalment a més d'un de la cadira. Un dels eixos de transformació urbana de Barcelona ha estat la intervenció al raval, el sector que va créixer a redòs de les muralles medievals, amb una trama especialment densa per a la qual es va concebre un urbanisme d'"esponjament"<sup>234</sup>, obrint petits retalls de sòl per a crear espais lliures. Després de quinze anys d'intervenció urbana, lenta i força discreta fins que ja era irreversible, els resultats són ja evidents i visibles: destrucció de blocs sencers de cases, nous edificis que trenquen un paisatge característic, noves places amb escassa sintonia amb l'entorn. Es tracta, encara, d'un procés no acabat i que deixa veure contradiccions i tensions, agreujades en els darrers anys pel fet d'haver acollit una part molt substancial de la notable immigració, sobretot magrebí i pakistanesa, que ha rebut la ciutat. Diferents veus s'han anat aixecant contra un tipus d'intervenció que ja ha afectat de manera irreversible un sector històric de la ciutat i es va arribar a formar una associació en defensa del Raval, que aglutina diversos sectors que es lamenten de la pèrdua irreparable d'un barri<sup>235</sup>.

---

<sup>233</sup> PILAR PRIM (2001) "No queremos vivir en la mejor tienda", *La Vanguardia*. 13.01.2001.

<sup>234</sup> BOHIGAS, O. (1985) *Reconstrucció de Barcelona*. Barcelona, Edicions 62.

<sup>235</sup> L'èxit de *En construcción*, la pel·lícula documental de J.L. Guerin, ha de ser interpretat, també, per l'existència d'una certa atmosfera crítica envers les transformacions del Raval.

Però en el que he anomenat la “ruptura de la pantalla del 92”, el teixit social ha anat incrementant la seva capacitat de protesta i de mobilització i nous moviments socials han anat aflorant a la superfície. Per descomptat que alguna cosa queda dels moviments socials clàssics. Les associacions de veïns dels barris, tot i que molt debilitades, continuen amb vida i l’entitat que les coordina (la Feeració d’Associacions de Veïns de Barcelona) força activa i més crítica després del miratge olímpic. A través de la seva revista *La Veu del Carrer* es poden resseguir com s’han desenvolupat diverses mobilitzacions ciutadanes de l’última dècada. En són exemples l’anomenada “guerra de l’aigua”, un moviment nascut el 1991 després de l’aplicació d’una sèrie d’impostos que pujaven el rebut del agua gairebé un 100%<sup>236</sup>; les propostes per a una ciutat sostenible<sup>237</sup>; el moviment “okupa” tan perseguit policialment; la solidesa demostrada pel moviment antiglobalització a Barcelona; o les reivindicacions i la capacitat d’obtenir recolzament del immigrants sense papers atrapats per la reformada Llei d’Estrangeria. El juny del 2002, diverses reivindicacions veïnals més o menys puntuals (fins a quinze) es decidien a constituir-se en una “Plataforma Veïnal contra l’Especulació” davant la proliferació d’actuacions previstes per l’Ajuntament sense comptar amb l’opinió dels afectats<sup>238</sup>.

El que destaca en la major part d’aquests moviments reivindicatius és el seu caràcter poc dirigit i poc canalitzat per les associacions formals. Per això, queden completament al marge de les formes de participació reglamentada, ja que aquestes es limiten als representants d’associacions i entitats socials. Les formes de participació existents, doncs, no reconeixen la dinàmica social existent, potser perquè aquesta té poc de dialogant o potser perquè hi hagi poc a dialogar. El que cada cop és més clar és que el que no s’integra és ignorat si és que no és perseguit, i que es va consolidant un model de ciutat excloent, també des del punt de vista de les idees. Segons Clos, en la conferència esmentada, el que cal no és reivindicació sinó cooperació. Dit d’una altra

---

<sup>236</sup> VELA OLIVAN, A. (1993) “Aigua: 2 anys lluitant contra els abusos”, *La Veu del Carrer*, 20, p. 18.

<sup>237</sup> TELLO, E. (1996). “Barcelona Estalvia Energia: una propuesta de democracia participativa para el cambio de modelo de ciudad.” *Ecología Política*, 11.

<sup>238</sup> *La Vanguardia* del 01.06.02 en destacava com l’acció veïnal havia aconseguit aturar alguns projectes municipals, mentre que *El País* del 07.06.02 se’n destacava la seva falta de sintonia amb el moviment veïnal organitzat (“lligat a l’Ajuntament”) i el suport que en ocasions comptava per part de l’oposició política de dretes, suggerint que es podia tractar d’un moviment manipulat al servei d’interessos polítics determinats.

manera, el que cal és una àmplia corresponsabilització social que no interfereixi en els seus mecanismes d'eficàcia. Ho afirmaven Borja i Castells de manera ben expressiva: “La gestión participativa es una necesidad funcional”<sup>239</sup>.

Tanmateix, en el context actual de profund canvi dels moviments socials, no és just limitar-ne la seva existència al camp associatiu formal .com sembla desprendre's dels camins de la participació ciutadana establerta. Mentre, els que tenen alguna cosa a dir contra un model de ciutat i de societat que no els agrada estan sent cada cop menys invisibles i, per tant, estan sent cada cop més incòmodes. El “model Barcelona” és un model que no necessita participació real sinó una participació de complicitat o, com a molt, de col.laboració. Ben encertada era, en aquest sentit, la distinció que feia Pere López entre “participació per invitació” i “participació per irrupció”<sup>240</sup>. La primera té els canals més o menys oberts en funció de les conjuntures polítiques i dels temes a tractar. La segona no té lloc en un model Barcelona organitzat al voltant del consens social i de la no conflictivitat.

D'altra banda, em sembla que en els nous moviments socials urbans s'observa no només un canvi en els objectius i en les formes organitzatives respecte dels moviments socials tradicionals, també s'hi observa un canvi d'escala quant als temes objecte de preocupació. Les reivindicacions passen amb gran naturalitat del més puntual (el meu carrer, casa meua) al més global (el deute extern del Tercer Món, l'explotació del treball subcontractat per part de les companyies transnacionals). La reflexió a escala urbana, que tant havia caracteritzat els moviments socials dels anys 70, sembla haver-se fos davant la lectura única de la ciutat. De manera que, si escoltem els qui governen la ciutat, es participa perquè s'hi està d'acord. Mentre, encara que sí que s'escolten veus discrepants, sí que hi ha mostres de resistència, continuarem sense un model alternatiu de ciutat. Crec que renunciant a l'escala urbana i reivindicar-la no ha de servir per obviar la diferència sinó, precisament, per a remarcar-la), hem oblidat que el més local i el més global són presents a la ciutat com en cap altra escala; que, pensant la ciutat, tenim la millor oportunitat per repensar com volem viure i com volem que sigui el món.

Deu anys després del 92 és, segur, massa tard per fer reflexions com les que hi ha al llarg d'aquest llibre si no fos perquè les anàlisis sobre la naturalesa, els objectius i el preu de les transformacions urbanes encara no han estat acabades. De la meua banda, no

---

<sup>239</sup> BORJA, J. i CASTELLS, M. (1998) *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid, Taurus, p. 300.

<sup>240</sup> LOPEZ, P. (1993) *op. cit.*

he pretès sinó contribuir a *una* deconstrucció però en falten moltes més; cal que n'hi hagi moltes, de deconstruccions, per a que, aquest cop, no hi hagi una única reconstrucció de Barcelona.



## 8

### Bibliografia

ABASCAL, M. i VALLS, J. F. (1994). "L'organització de l'esforç promotor. Imatge de marca de Barcelona." *Barcelona economia*(23), pp. 29-35.

ACEBILLO, J. A. (1992) "El progressiu canvi d'escala en les intervencions urbanes a Barcelona entre 1980 i 1992" en *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*, (Ed. DIVERSOS), HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona, pp. 63-84

AJUNTAMENT DE BARCELONA. TINENÇA D'ALCALDIA DE PLANIFICACIO I ORDENACIO DE LA CIUTAT (1983). *Memòria d'activitats 1979-1982*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1987). *Memòria de la primera tinència d'alcaldia, 1983-1987*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA. AMBIT D'URBANISME I SERVEIS MUNICIPALS (1992). *Memòria 1987-1991*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1993). *Civisme i urbanitat*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA. AMBIT D'URBANISME I MEDI AMBIENT (1995). *Memòria 1991-1994*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

AJUNTAMENT DE BARCELONA (1999). *Barcelona 1979 i 2004: Del desarrollo a la ciudad de calidad*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

ANONIM (1991). *Nos quedamos sin Olimpiadas*. Barcelona, Sinapia.

APGAR, G. (1991). "Public Art and the Remaking of Barcelona." *Art in America*(79), pp. 108-121+159.

ASHWORTH, G. J. y VOOGD, H. (1988) "Marketing the city. Concepts, processes and Dutch applications", *Town Planning Review*, (59)1, pp. 65-79.

ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000 (1994) *II Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*, Barcelona.

AZUA, F. (1996). *Salidas de tono*. Barcelona, Anagrama.

BEAUREGARD, R. A. (1991) "Capital Restructuring and the New Built Environment of Global Cities: New York and Los Angeles", *International Journal of Urban and Regional Research*, (15)1, pp. 90-106.

BENACH, N. (1993) "Producción de imagen en la Barcelona del 92", *Estudios Geográficos*, (LIV)212, pp. 483-505.

BENACH, N. (1997) *Ciutat i producció d'imatge. Barcelona 1979-1992*, tesi doctoral, Universitat de Barcelona.

BENACH, N. y SANCHEZ, F. (1999) "Políticas urbanas y producción de imágenes de la ciudad contemporánea: un análisis comparativo entre Barcelona y Curitiba" en *La ciudad, escenario de comunicación*, (Eds. CARRION, F. y WOLLRAD, D.), FLACSO Ecuador, Quito, pp. 23-51.

BERRY, B. J. L. (1976) *Urbanization and counterurbanization*, Sage, Beverly Hills.

BEST, S. (1995) "Sexualizing space" en *Sexy bodies. The strange carnalities of feminism*, (Eds. GROSZ, E. y PROBYN, E.), Routledge, London

BOHIGAS, O. (1985) *Reconstrucció de Barcelona*, Edicions 62, Barcelona.

BOHIGAS, O. (1986) "Muerte y resurrección del planeamiento urbano", *El País*, pp. 26.

BOHIGAS, O. (1992). "Criteris urbanístics per a les quatre àrees olímpiques". *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*. DIVERSOS, Ed. Barcelona, HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, pp. 53-61.

BONNEVILLE, M. (1990). "Villes internationales ou villes internationalisées? Reflexions pour elucidar un paradigme flou". *La dimensión internacional de las ciudades*, València, Universidad Internacional Menéndez Pelayo

BORJA, J. i CASTELLS, M. (1998). *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid, Taurus

BURGESS, J. (1985). "News from Nowhere: The Press, the Riots and the Myth of the Inner City". *Geography, the Media and Popular Culture*. BURGESS, J. i GOLD, R., Eds. London, Croom Helm, pp. 192-228.

BUSQUETS, J. (1992) *Barcelona. Evolución urbanística de una capital compacta*, MAPFRE, Barcelona.

CALLARD, F. J. (1998). "The body in theory." *Environment and Planning D: Society and Space* 16, pp. 387-400.

CARRERAS, C. (1988) "Barcelona del 1929 al 1992, del passat cap el futur" en *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*, (Ed. GRAU, R.), L'Avenç, Barcelona, pp. 379-405.

CARRERAS, C. dir. (1990). Anàlisi de les opinions expressades pels visitants de l'Exposició "Barcelona, l'escenari del futur", Barcelona: Pla Estratègic de Barcelona (mecanografiat).

CARRERAS, C. (1993a). "Barcelona'92, una política urbana tradicional." *Estudios Geográficos*, pp.

CARRERAS, C. (1993b). *Geografia urbana de Barcelona*. Vilassar de Mar, Oikos-Tau.

CASAS, E. (1990). ""Barcelona més que mai" ou la mise en scène de la ville. Un entretien avec Enric Casas." *Amiras/Repères. Barcelone, catalogue: arrêts sur images*, pp. 95-103.

CAU (1974). *La Barcelona de Porcioles*. Barcelona, Laia.

CHAMPION, A. G. (1989) *Counterurbanization*, Arnold, London.

CLUSA, J. (1992) "La distribució territorial de la indústria i els serveis a la regió metropolitana de Barcelona als sis anys de la recuperació econòmica", *Papers*, 12, pp. 11-39.

COBB, H. N., et al. (1990). *Prince of Wales Prize in Urban Design 1990. The Urban Public Spaces of Barcelona 1981-1987*. Cambridge, Mass., Harvard University Graduate School of Design.

COSGROVE, D. (1982). "The myth and the stones of Venice: an historical geography of a symbolic landscape." *Journal of Historical Geography* 8(2), pp. 145-169.

COX, K. R. y MAIR, A. (1988) "Locality and community in the politics of local economic development", *Annals of the Association of American Geographers*, 78, pp. 307-25.

CREXELL, J. (1994). *Nacionalisme i Jocs Olímpics del 1992*. Barcelona, Columna.

CRILLEY, D. (1993). "Architecture as Advertising: Constructing the Image of Redevelopment". *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*. KEARNS, G. i PHILO, C., Eds. Oxford, Pergamon Press, pp. 231-252.

CULLELL, J. M. (1991). *Barcelona, una ciutat per viure*. Barcelona, Planeta.

DEMATTEIS, G. (1995) "Immagine e identità urbana: metafore spaziali ed agire sociale", *CRU (Critica della razionalità urbanistica)*, 3, pp. 88-93.

DENCHE, C., ALGUACIL, J. (1997) "Otros movimientos sociales para otro modelo participativo y otra democracia", *Ciudades para un futuro más sostenible. El Boletín de la Biblioteca*, 3.

DOUGLAS, I. (1981). "The city as an ecosystem." *Progress in Physical Geography* 5(3).

FABRE, J. i HUERTAS, J. M. (1989). *La construcció d'una ciutat*. Barcelona, Plaza & Janes.

FAINSTEIN, S. S. (1991) "Promoting Economic Development. Urban Planning in the United States and Great Britain", *Journal of the American Planning Association*, (57)1, pp. 22-23.

FEAGIN, J. R. i SMITH, M. P. (1987). "Cities and the New International Division of Labour: An Overview". *The Capitalist City. Global Restructuring and Community Politics*. SMITH, M. P. i FEAGIN, J. R., Eds. Oxford, Basil Blackwell, pp. 3-34.

FERNANDEZ DURAN, R. (1993) *La explosión del desorden. La metrópoli como espacio de la crisis global*, Fundamentos, Madrid.

FERRER, A. i NELLO, O. (1991) "Barcelona: la transformació d'una ciutat industrial", *Papers*, 3, pp. 11-30.

FORN, M. (1989). "Evolución de la planificación y programación de las Administraciones Públicas. Los Planes Estratégicos." *CEUMT: Planes estratégicos. La ciudad y su futuro*, pp. 29-35.

FORN, M. (1992) "Barcelona: Development and internalization strategies", *Ekistics*, 59, pp. 65-71.

FOX, S. (1985). *The mirror makers. A History of American Advertising and its creators*. New York, Vintage.

FRAMPTON, K. (1987). "La renovació de Barcelona: una apreciació". *Barcelona espai i escultures (1982-1986)*. DIVERSOS, Ed. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, pp. 19-24.

FRIEDLAND, R. (1982) *Power and Crisis in the City. Corporations, Unions and Urban Policy*, The Macmillan Press Ltd, London and Basingstoke.

FRIEDMANN, J. (1986) "The world city hypothesis", *Development and Culture*, 17, pp. 69-83.

FRIEDMANN, J. (1995) "Where we stand: a decade of world city research" en *World cities in a world-system*, (Eds. KNOX, P. L. y TAYLOR, P. J.), Cambridge University Press, Cambridge, pp. 21-47.

FRIEDMANN, J. y WOLFF, G. (1982) "World city formation: an agenda for research and action", *International Journal of Urban and Regional Research*, (6)3, pp. 309-343.

FRÖBEL, F., et al. (1980) *La nueva división internacional del trabajo*, Siglo XXI, Madrid.

GALÍ, B. (1992). "L'Àrea de la Vall d'Hebron. Descripció de l'urbanisme i l'arquitectura". *Barcelona olímpica, la ciutat renovada*. DIVERSOS, Ed. Barcelona, HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, pp. 233-240.

GARNIER, J. P. (1976) "Planificación urbana y neocapitalismo", *Geocrítica*, 6

GOODEY, B. (1994). "Art-full places: public art to sell public spaces?" *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to sell Towns and Regions*. GOLD, J. R. i WARD, S. V., Eds. Chichester, John Wiley and Sons, pp. 153-180.

GRAU, R. (1988). *Exposició Universal de Barcelona. Llibre del Centenari 1888-1988*. Barcelona, L'Avenç.

GROSZ, E. (1992). "Bodies-Cities". *Sexuality & Space*. COLOMINA, B., Ed. Princeton, Princeton Architectural Press, pp. 241-253.

GUARDIA, M. i GARCIA ESPUCHE, M. (1994). "1888 y 1929. Dos exposiciones, una sola ambición". *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. SANCHEZ, A., Ed. Madrid, Alianza, pp. 25-43.

HALL, P. (1985) "El impacto de las nuevas tecnologías sobre los cambios regionales y urbanos" en *Metrópolis, territorio y crisis*, (Ed. DIVERSOS), Asamblea de Madrid-Alfoz, Madrid, pp. 63-77.

HALL, P. (1985). "Capitales nacionales, ciudades internacionales y la nueva división del trabajo." *Estudios Territoriales*(19), pp. 21-30.

HALL, P. (1988) *Cities of Tomorrow*, Basil Blackwell, Oxford

HALL, P. (Ed.) (1981) *The Inner City in Context*, Gower, Aldershot.

HALL, S. (1977) "Culture, the Media and the 'Ideological Effect'" en *Mass Communication and Society*, (Eds. CURRAN, J., et al.), Edward Arnold - The Open University Press, London, pp. 315-348.

HARVEY, D. (1985) *The Urbanization of Capital*, Basil Blackwell, Oxford

HARVEY, D. (1989) "From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism", *Geografiska Annaler*, (71B)1, pp. 3-17.

HARVEY, D. (1996). *Justice, Nature & the Geography of Difference*. Cambridge, Mass., Blackwell Publishers.

HARVEY, D. (2000). *Spaces of hope*. Edinburgh, Edinburgh University Press.

HENDERSON, J. (1989) *The Globalisation of High Technology Production*, Routledge, London and New York.

HOLCOMB, B. (1994) "City make-overs: marketing the post-industrial city" en *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to sell Towns and Regions*, (Eds. GOLD, J. R. y WARD, S. V.), John Wiley and Sons, Chichester, pp. 115-131.

HOLCOMB, H. B. i BEAUREGARD, R. A. (1981) *Revitalizing Cities*, Ass. Am. Geographers, Washington.

HUGHES, R. (1992). *Barcelona*. Barcelona, Anagrama.

KEARNS, G. (1993). "The City as Spectacle: Paris and the Bicentenary of the French Revolution". *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*. KEARNS, G. i PHILO, C., Eds. Oxford, Pergamon Press, pp. 49-102.

LLARCH, E. y SAEZ, X. (1985) "El fet metropolità a Barcelona: una aproximació metodològica", *L'Avenç*, 88, pp. 50-59.

LOGAN, J. R. y MOLOTCH, H. L. (1987) *Urban Fortunes. The Political Economy of Place*, Univ. of California Press, Berkeley and Los Angeles.

LONGHURST, R. (1997). "(Dis)embodied geographies." *Progress in Human Geography* 21(4), pp. 486-501.

LOPEZ, P. (1991). "1992, Objectiu de tots? Ciutat-empresa i dualitat social a la Barcelona olímpica." *Revista Catalana de Geografia*(15), pp. 90-99.

LOPEZ, P. (1992). "¿La ciudad competitiva, objetivo de todos?" *Alfoz*(86), pp. 105-120.

LOPEZ, P. (1993). "Barcelona 1992. La requisa de una metrópoli." *Villes et Territoires*, pp. 217-236.

MARAGALL, J. (1929). *Obres completes*. Barcelona, Sala Parés Llibreria.

MARAGALL, P. (1986) *Refent Barcelona*, Planeta, Barcelona.

MARAGALL, P. (1987) *Per Barcelona*, Edicions 62, Barcelona.

MARAGALL, P. (1991a) *Barcelona, la ciutat retrobada*, Edicions 62, Barcelona.

MARAGALL, P. (1991b) *L'etat de la ciutat 1983-1990. Discursos de balanç d'any de Pasqual Maragall i Mira, Alcalde de Barcelona*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

MARAGALL, P. (1993) *Balanç de l'any 1992. L'etat de la ciutat*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

MARTI, F. i MORENO, E. (1974). *Barcelona ¿a dónde vas?* Barcelona, DIROSA.

MARTÍNEZ RIGOL, S. : *El retorn al centre de la ciutat. La reestructuració del Raval entre la renovació i la gentrificació*, tesi doctoral, Universitat de Barcelona, 2000.

MCDOWELL, L. (2000). *Género, identidad y lugar*. Madrid, Cátedra.

MENDOZA, E. (1992) "Barcelona, la ciutat de les tres exposicions" en *Barcelona olímpica. La ciutat renovada*, (Ed. DIVERSOS), HOLSA, Àmbit Serveis Editorials, Barcelona

MOIX, L. (1994). *La ciudad de los arquitectos*. Barcelona, Anagrama.

MOLOTCH, H. (1976) "The city as a Growth Machine: Towards a Political Economy of Place", *American Journal of Sociology*, (82)2, pp. 309-332.

NELLO, O. (1994) "L'impacte social de la reestructuració industrial a la regió metropolitana de Barcelona", *Papers*, 18, pp. 65-82.

O'CONNOR, J. (1973) *The Fiscal Crisis of the State*, St. Martin's Press Inc., New York.

OGILVY, D. (1985) *Ogilvy on Advertising*, Vintage Books, New York.

OVEJERO, F. (1987). *De la naturaleza a la sociedad*. Barcelona, Península.

PAHL, R. (1988) "Some remarks on informal work, social polarization and social structure", *International Journal of Urban and Regional Research*, 12, pp. 247-67.

PASCUAL, J. M. (1990). "Diagnóstico estratégico de Barcelona". *Barcelona y el sistema urbano europeo*. BORJA, J. i FORN, M., Eds. Barcelona, Ajuntament de Barcelona-Programa CITES-CIUDADES, pp. 123-178.

PERMANYER, L. (1988). *Barcelona, un museu d'escultures a l'aire lliure*. Barcelona, Edicions la Polígrafa.

Pla Estratègic (1990) *Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*, Ajuntament de Barcelona, Barcelona.

PORCIOLES, J. M. (1994). *Mis memorias*. Barcelona, Editorial Prensa Ibérica.

ROCA, F. (1987). "El 88 és a 1901, com el 29 és al 36, com el 92 és al..." *Quaderns d'alliberament*(13), pp. 47-52.

ROCA, F. (1993). *Carrer del dubte (Realitats i utopies)*. Barcelona, Llibres del Segle.

SALVADOR, N. (1994) "La indústria a la ciutat de Barcelona", *Papers*, 18, pp. 13-26.

SANCHEZ GARCIA, F. E. (1997). *Cidade espetáculo. Política, planejamento e city marketing*. Curitiba, Palavra.

SANCHEZ, J.-E. (1991) "Transformacions en l'espai productiu a Barcelona 1975-90", *Revista Catalana de Geografia*, 15, pp. 32-50.

SANCHEZ, A. (1994a). *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. Madrid, Alianza.

SANCHEZ, A. (1994). "Manchester español, Rosa de Fuego, París del sur..." *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. SANCHEZ, A., Ed. Madrid, Alianza, pp. 15-22.

SANTOS, M. (1996) *De la totalidad al lugar*, Oikos-Tau, Vilassar de Mar.

SASSEN, S. (1991) "Grandes ciudades: transformaciones económicas y polarización social" en *Las grandes ciudades: problemas y debates*, (Eds. RODRIGUEZ, J., et al.), Colegio de Economistas de Madrid, Madrid, pp. 61-78.

SAVITCH, H. V. i KANTOR, P. (1995) "City Business: An International Perspective on Marketplace Politics", *International Journal of Urban and Regional Research*, (19)4, pp. 495-512.

SENNETT, R. (1994) *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Alianza, Madrid.

SMITH, N. y WILLIAMS, P. (1986) *Gentrification of the City*, Unwin Hyman, Boston.

SOJA, E., et al. (1983) "Urban restructuring: an analysis of social and spatial change in Los Angeles", *Economic Geography*, (59)2, pp. 195-230.

SOJA, E. (1989). *Postmodern Geographies*. London-New York, Verso.

SOLÀ-MORALES, I. (1987). "Qüestions d'estil". *Barcelona espai i escultures (1982-1986)*. DIVERSOS, Ed. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, pp. 13-18.

SOLDATOS, P. (1989). "La nouvelle génération de villes internationales dans un monde transnationalisé. Eléments d'analyse et de planification stratégique de leur



déploiement.", *La dimensión internacional de las ciudades*, València, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

STODDART, D. R. (1967). "Organism and Ecosystem as Geographical Models". *Socio-Economic Models in Geography*. CHORELY, R. i HAGGET, P., Eds. London, Methuen.

SUBIRÓS, P., et al. (1994). *El vol de la fletxa*. Barcelona, Electa.

SUDRIA, C. (1994). "La modernidad de la capital industrial de España". *Barcelona 1888-1929. Modernidad, ambición y conflictos de una ciudad soñada*. SANCHEZ, A., Ed. Madrid, Alianza, pp. 44-56.

TELLO, R. (1990). *Las tendencias del urbanismo en la España de los 80: ¿Una nueva ciudad? ¿Un nuevo urbanismo?*, tesi doctoral, Universitat de Barcelona.

TELLO, E. (1996). "Barcelona Estalvia Energia: una propuesta de democracia participativa para el cambio de modelo de ciudad." *Ecología Política* 11.

TRULLEN, J. (1991) "El planejament territorial de la Regió I des d'una perspectiva econòmica: cap a un nou model de desenvolupament econòmic i social de l'àrea metropolitana de Barcelona", *Papers*, 3, pp. 31-44.

TRULLEN, J. dir. (1988) "Barcelona frente a la crisis. Reestructuración productiva, reconstrucción urbana y política económica municipal (1977-1986)", *Quaderns*, 88/01.

VALLS, J. F. (1992) *La imagen de marca de los países*, McGraw-Hill, Madrid.

VAN DEN BERG, L. (1991) "Urban Policy and market orientation", *Ekistics*, 58, pp. 358-359

VAZQUEZ MONTALBAN, M. (1993). *Sabotaje olímpico*. Barcelona, Planeta.

VELA OLIVAN, A. (1993) "Aigua: 2 anys lluitant contra els abusos", *La Veu del Carrer*, 20, p. 18.

WILLIAMS, R. (1993). *Culture and Society*. London, The Hogarth Press.

WILLIAMS, P. i SMITH, N. (1986). "From "renaissance" to restructuring: the dynamics of contemporary urban development". *Gentrification of the City*. SMITH, N. i WILLIAMS, P., Eds. Boston, Unwin Hyman, pp. 204-224.

ZUKIN, S. (1988) *Loft living: culture and capital in urban change*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey.

S'ha escrit molt, moltíssim, sobre la transformació urbana de Barcelona des dels anys 80. Queda alguna cosa per dir?

*Imatges, símbols i mites de la Barcelona del 92* pretén contribuir a entendre millor els processos que aquesta transformació ha implicat, al menys en dos sentits: mostrant el poder del discurs ideològic hegemònic en la realització dels plans urbanístics i de la política urbana en general, i suggerint que l'agressivitat que l'actual model urbà mostra envers els sectors socials amb més dificultats, té unes arrels ben posades en el passat recent del procés de transformació urbana.

**Núria Benach** és professora de geografia a la Universitat de Barcelona. S'interessa per les noves tendències del pensament geogràfic, els discursos sobre les transformacions urbanes i la construcció socio-espacial de la diversitat.