

Procesos de transformación urbana en la Barcelona postolímpica desde la perspectiva de la Nueva Geografía Cultural

Jordi Selfa Clemente
jordi_selfa@yahoo.es

Resum

El següent article parteix d'un doble objectiu: per un costat s'intenta mostrar com les aportacions sorgides de la nova geografia cultural anglosaxona poden ajudar a comprendre millor els processos de canvi urbà. En segon lloc, a partir d'aquestes aportacions i prenent Barcelona com exemple, s'intenta explicar per què el terme cultura, o diverses interpretacions d'allò que aquesta significa, han estat àmpliament adoptats en els discursos que acompanyen les polítiques urbanes i els processos de canvi que aquestes originen. D'aquesta manera, la cultura es mostrarà com un instrument de poder destinat a afavorir el canvi urbà en un moment de transició cap a formes de regulació econòmica lligades al model neoliberal de ciutat. En el cas de Barcelona i es mostra com diverses polítiques urbanes han incorporat la cultura dins el seu discurs, però també com la política cultural ha estat orientada cap a la transformació urbana.

Paraules clau: Geografia cultural, geografia urbana, cultura, Barcelona.

Resumen

El siguiente artículo parte de un doble objetivo: por un lado se intenta mostrar cómo las aportaciones surgidas de la Nueva Geografía Cultural anglosa-

jona pueden ayudar a comprender mejor los procesos de cambio urbano. En segundo lugar, a partir de estas aportaciones y tomando Barcelona como ejemplo, se trata de explicar por qué el término cultura, o diversas interpretaciones de lo que esta significa, han sido ampliamente adoptados en los discursos que acompañan las políticas urbanas y los procesos de cambio que estas originan. Así, la cultura se considerará como un instrumento de poder destinado a favorecer el cambio urbano en un momento de transición hacia formas de regulación económica ligadas al modelo neoliberal de ciudad. En el caso de Barcelona se muestra cómo diversas políticas urbanas han incorporado la cultura dentro de sus discursos, pero también cómo la política cultural se orienta a la transformación urbana.

Palabras clave: Geografía cultural, geografía urbana, cultura, Barcelona.

Abstract

This paper presents a double objective: on one side the analysis of the Anglo-Saxon cultural geography contributions for the understanding of urban change; and second, using Barcelona as example, presents the different uses of the term 'culture' in all its wide different meanings adopted by urban policies and the changes that these policies create. Culture is presented as a powerful tool that favored policies of urban change during the period of transition to new forms of urban economic regulations linked to a neo-liberal model for the city. In the case of Barcelona's policies, this paper shows how culture has been incorporated within the discourse of several urban policies, and also how cultural policy has been oriented towards urban transformation.

Key words: Cultural Geography, Urban Geography, Culture, Barcelona

1. Introducción

En los últimos años, la cultura, entendida o interpretada de diferentes maneras, ha estado frecuentemente presente tanto en los discursos como en los procesos ligados a las transformaciones urbanas. Esta presencia se ha manifestado en la creación de toda una serie de representaciones que se utilizan para explicar, describir y legitimar los cambios ocurridos en los espacios urbanos y las realidades que surgen en ellos. Para la geografía urbana, la importancia adquirida por la cultura en las políticas urbanas, plantea el reto de buscar las razones de este énfasis cultural y cuáles son sus consecuencias. Pero también supone la necesidad, o la oportunidad, de desarrollar nuevas formas de comprender y conceptualizar los procesos de cambio urbano que se derivarían de la incor-

poración de una visión cultural en el análisis urbano. Desde los años ochenta en el mundo académico anglosajón se ha desarrollado lo que se ha dado en llamar Nueva Geografía Cultural. Esta Nueva Geografía Cultural ha significado una mayor atención sobre fenómenos culturales, pero también una nueva visión sobre los procesos de transformación del espacio y el papel que juega la cultura en ellos y lo hace desde posturas socialmente comprometidas, justamente en el momento de importantes cambios sociales, económicos y urbanos en la Inglaterra thatcheriana, y en el resto del mundo occidental, cambios que han determinado en gran medida las políticas urbanas neoliberales actuales. En este sentido, este artículo pretende recoger las aportaciones de la Nueva Geografía Cultural ya que se considera que sus reflexiones abren esta doble vía: por lado permiten entender el porqué de la importancia de la cultura en la política urbana de los últimos años y por otro ofrece nuevas perspectivas sobre los procesos que intervienen en la formación del espacio urbano. Como forma de ejemplificar la importancia adquirida por la cultura en las políticas urbanas se presenta el ejemplo de Barcelona, en el que diferentes definiciones de cultura han sido introducidas en las políticas urbanas y, por tanto, en los procesos de transformación espacial, y cuyo análisis no sólo ha de permitir comprender mejor el espacio urbano barcelonés, sino los procesos a través de los cuales se producen las transformaciones espaciales.

2. La Nueva Geografía Cultural anglosajona

La Nueva Geografía Cultural surgió a finales de los años ochenta como respuesta a las limitaciones que los enfoques marxistas y cuantitativistas presentaban para la comprensión de los procesos espaciales.¹ De forma muy concisa, esta Nueva Geografía Cultural podría describirse como el acercamiento al estudio de elementos culturales en los procesos de creación de espacio, tales como el papel de las representaciones en la creación de diferencias o identidades. Esto no implica que los estudios geográficos hasta este momento permanecieran ajenos a tales procesos. El acercamiento a procesos no estrictamente materiales o económicos por parte de la geografía se fundamenta ya desde los años setenta, cuando geógrafos marxistas y humanistas empiezan a considerar elementos más allá de los inmediatamente materiales y, sobre todo, crearon el ambiente propicio para el estudio de los procesos de la cultura inmaterial (Philo,

1. Texto básico para la Nueva Geografía Cultural y que a partir de su publicación se puede considerar que se inicia un periodo en el que la Nueva Geografía Cultural dominará gran parte de los trabajos de la geografía anglosajona es *Maps of meaning* de Peter Jackson de 1989, así como la publicación *New Words, New Worlds: Reconceptualising Social and Cultural Geography* de Chris Philo (1991). Como manual de síntesis de aquello que ha dado de sí la Nueva Geografía Cultural se puede citar la obra de Don Mitchell *Cultural Geographies*. Como muestra de la repercusión de la Nueva Geografía en España se puede citar los números espaciales dedicados a la Geografía Cultural por *Documents d'Anàlisi Geogràfica* (núm. 34) en 1999 y por *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (núm. 34) en 2002.

1999). Sin embargo, la conformación de la Nueva Geografía Cultural se produce cuando esta recibe las influencias de las teorías postcoloniales, postestructuralistas, feministas, lingüísticas y, muy especialmente, la influencia de los llamados *Estudios Culturales* surgidos a partir del trabajo del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham. Pero como recuerdan recientemente Zusman y Clua (2002), en origen, este giro cultural, lejos de significar una despolitización de la geografía, surge como reubicación de la geografía marxista y con un claro compromiso político, aunque este parece haber sido olvidado en los últimos años.

Es a finales de los años ochenta cuando se puede hablar de una Nueva Geografía Cultural, que va a ocupar un lugar importante en los debates en la geografía en la década siguiente y han propiciado una multitud de trabajos bajo su influencia, lo que hace difícil su descripción pormenorizada (Philo, 1999; Barnett 1996). En 1988, D. Gregory y F. Ley realizaron un pequeño resumen del estado de la geografía cultural justamente en un momento de cambio y establecimiento de lo que será la Nueva Geografía Cultural en la década siguiente. En este trabajo señalan tres preocupaciones sobre las que gira la Nueva Geografía Cultural, aunque no exclusivas de ella, y que pueden servir para mostrar sus principales aportaciones dentro de la geografía.

- a) En primer lugar, la Nueva Geografía Cultural, recogiendo en gran medida la influencia del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham, ha mostrado un interés por localizar el papel de la cultura dentro del resto de relaciones de la vida social. Así, se sitúa la cultura en el centro de las explicaciones de los procesos de creación y transformación de la sociedad. La cultura ya no se considera una categoría residual subordinada a la economía, sino el medio por el cual el cambio social, y espacial, se experimenta, se contesta y se constituye (Cosgrove y Jackson, 1987). Como otros autores señalan (Jackson, 1999; Amin, 1999) la localización de la cultura en el mismo plano que la economía que realiza la Nueva Geografía Cultural, no hace más que abrir la posibilidad y la necesidad de trascender las divisiones establecidas entre *lo económico y lo cultural*, *lo material y lo inmaterial*, haciendo posibles y necesarios nuevos enfoques.
- b) La Nueva Geografía Cultural ha centrado su atención en las formas en que la cultura es invocada y concebida a partir de representaciones y cómo estas representaciones han de verse como construcciones sociales. A partir de este momento, las representaciones pasan a tener un papel destacado en el análisis de la realidad.
- c) La importancia concedida a las representaciones, así como el reconocimiento de la imposibilidad de un conocimiento objetivo, conducen a un tercer elemento que caracteriza la Nueva Geografía Cultural: la preocupación por las formas de obtener y plasmar el conocimiento acerca de los procesos culturales. Las aportaciones del postcolonialismo, de la etnografía o del feminismo, entre otros, ponen de manifiesto la imposibilidad

de obtener un conocimiento objetivo y la importancia del sujeto investigador en la creación del conocimiento.

La aparición y la importancia que adquirió la geografía cultural en los años noventa en la academia anglosajona no se realizó sin críticas. Una de las críticas más repetidas en torno a la geografía cultural ha sido el excesivo peso concedido al análisis de significaciones y discursos, relegando la materialidad de los procesos culturales de formación del espacio (véase Philo, 1999, y Jackson, 2000). De mayor calado son las críticas que se refieren a la misma conceptualización de la cultura que se realizan en la Nueva Geografía Cultural. En este sentido, cabe destacar el artículo de Don Mitchell (1995),² en el que el autor señala la falta de una definición clara y coherente de cultura en los estudios de geografía cultural, lo que abocaría en muchos casos a una concepción organicista de la cultura, la cual se define como un *medio* o *esfera*. El resultado sería un conjunto de estudios que muestran lo que presumiblemente constituye la cultura en diferentes campos, con la asunción *totalizante* de que el análisis cultural puede explicar la totalidad de los procesos sociales (Barnett, 2001).

En contraposición a esta concepción del estudio de la cultura en los procesos geográficos, Mitchell (2000) propone partir de la base de la no existencia de la “cultura de forma ontológica”...

“... y sólo diferentes formas de poder que organizan la sociedad de un modo y no otro. Por tanto, sólo existe la idea de aquello que es considerado cultura, idea que ha sido desarrollada bajo condiciones históricas específicas y que ha sido utilizada como medio para explicar diferencias materiales, sociales y de relaciones de poder [...] por este motivo, lo que se hace necesario ahora no es una mejor definición de cultura con la esperanza de superar los problemas que presentaban las conceptualizaciones anteriores, sino un franco reconocimiento de que mientras la cultura como tal no existe, la idea de lo que es cultura se ha desarrollado y utilizado en la sociedad moderna (y postmoderna) como medio de promover el orden y el control y definir al “otro” en el nombre del poder y el beneficio”. (Mitchell, 2000, p. 75; traducción del autor).

Por tanto, la idea de cultura ha de entenderse como una ideología desde el momento en que se convierte en un sistema de significación destinado a favorecer unos intereses determinados, lo que implica que esta esté directamente relacionada con el ejercicio del poder. La manera en que la idea de cultura realiza esta operación de poder es mediante la designación de ciertos elementos denominados *cultura* como “pertenecientes a un ámbito metafísico” o “esfera de vida inmaterial” y, por tanto, considerados como naturales, fuera del ámbito de la transformación social.

2. Este artículo originó, en la misma revista donde se publicó, una serie de respuestas de los principales autores de la Nueva Geografía Cultural: Cosgrove (1996), Duncan y Duncan (1996) y Jackson (1996).

Siguiendo la línea iniciada por Mitchell, Barnett (2001) pretende profundizar en la idea de cultura como ideología, y mostrar cómo esta primera debe ser definida como elemento de gobernabilidad. La reconceptualización que Barnett propone parte del trabajo desarrollado en los estudios postcoloniales a la luz de la obra de Foucault sobre gobernabilidad, disciplina y tecnologías del sujeto. Las prácticas culturales y estéticas son definidas como “centrales para la “conceptualización” y “operacionalización” de los procesos democráticos modernos” (Barnett, 2001, p. 11). Estas prácticas se articulan mediante el establecimiento de una serie de recursos para la gobernación (cánones, trabajos culturales, modos de interpretación, apreciación y juicio), así como unos dominios en los cuales, con el uso de tales recursos, se puede cambiar y transformar la conducta de los individuos (Barnett, 2001, p. 13).

Estas conceptualizaciones de la cultura dentro de los estudios geográficos invitan a una visión de la cultura como instrumento utilizado por el poder, o posibles y variados contrapoderes, para la organización y legitimación de las transformaciones del espacio urbano. Diferentes estrategias desarrolladas en el espacio urbano, y no únicamente aquellas etiquetadas explícitamente como culturales, utilizarán diferentes *definiciones* de cultura con el objetivo de crear nuevos espacios, transformarlos y dotarlos de coherencia con las formas de comportamiento y valoración individual, así como con las estructuras sociales y económicas. De esta forma, la cultura contribuye a la creación de nuevos espacios urbanos y nuevas diferencias espaciales.

En la actualidad, las formas en que se define la cultura en el ámbito urbano se sitúan dentro de dos marcos relacionados con la organización económica, política y social. El primero haría referencia a un sistema económico capitalista y, el segundo, al proceso de transformación que, desde los años setenta, ha cambiado las estructuras sociales y económicas surgidas de la posguerra, hacia una nueva organización basada más en las reglas de mercado que en la regulación estatal.³ Esta función, asignada a la cultura, es especialmente importante actualmente, desde el momento en que los mecanismos de regulación del sistema ejercidos por el Estado son sustituidos por mecanismos de mercado que operan a escala global. Desde el momento en que los Estados pierden capacidad de regulación sobre cada vez más aspectos de la vida pública a favor del mercado, nuevas formas de regulación de los comportamientos más allá de normas legales establecidas por el Estado son necesarias. Así, cada vez más dimensiones de la vida política, en especial aquellas sobre las que el Estado neoliberal ha perdido parte de su capacidad de administración, son reconfi-

3. Este nuevo modo de regulación económica y social estaría basado, entre otros, en la reducción del papel del Estado en la economía, la extensión de los mercados a escala global, la flexibilización de la producción o el aumento de la rotación de los productos, lo cual para D. Harvey (1989) implicaría que la cultura adoptara ciertas formas en concordancia con estas tendencias económicas. Sin embargo, se puede argumentar que las formas en que la cultura es definida hoy en día, a pesar de estar fuertemente ligadas a estos procesos económicos dependen también de otros factores no estrictamente económicos, a la vez que influyen en ellos.

guradas como cultura, con la intención de que puedan ordenarse a través de nuevas tecnologías de administración que promuevan una regulación social basada en el libre mercado (Barnett, 2001).

3. Representaciones de la cultura en la Barcelona postolímpica

Barcelona puede considerarse un ejemplo de cómo diferentes concepciones de cultura han sido utilizadas como elemento de poder para la transformación de la ciudad en una determinada dirección, en concreto, y tal como exponen García Ramón y Albet (2000), hacia un centro terciario basado en el sector inmobiliario, el turismo, la economía del conocimiento y las industrias culturales, y en el que además el papel de la acción pública y de la iniciativa privada es regido por el modelo neoliberal. En los años ochenta, Barcelona ya experimentó una importante transformación urbana desde una ciudad industrial a otra de servicios a remolque de los Juegos Olímpicos, proceso en el que la cultura ya estuvo presente. Pero es a final de los años noventa cuando la cultura se incorpora plenamente en el diseño de las políticas urbanas, lo cual se observa de manera destacada en el *Plan Estratégico del Sector Cultural* –en adelante, PESC– del Institut de Cultura de Barcelona –en adelante, ICUB– (ICUB, 1999), en documentos como *La Ciutat Digital* o en la planificación urbanística, a través de la Modificación del Plan General Metropolitano en Poblenou.

En estas nuevas políticas de la ciudad de Barcelona diversas conceptualizaciones de cultura han estado presentes y han jugado un papel importante. Pero, en esencia, lo que se habría producido, explícita o implícitamente, es una reconfiguración del mismo concepto de cultura y, por tanto, de las políticas culturales, reconfiguración que ha implicado que la cultura sea entendida como instrumento para promover la transformación urbana del siglo XXI, tal y como queda claramente expuesto en el PESC. En este, ya no se plantea la cultura como un “bien público que hay que preservar y patrimonizar” (ICUB, 1999, p. 35), sino como una herramienta para hacer frente a un nuevo contexto económico y social, contexto en el que los agentes económicos privados de producción y difusión de la cultura juegan un papel importante.

Para entender bajo qué formas la cultura ha sido reconceptualizada en Barcelona y cómo esta reconceptualización se ha enmarcado dentro de las políticas urbanas, se han de considerar procesos más amplios de reorientación de las estrategias urbanas y económicas de la ciudad, así como los profundos cambios sociales que han experimentado las metrópolis occidentales, en general, y Barcelona en particular. Estos son:

- El papel de la administración pública en relación con la cultura.
- La generación de discursos sobre la competitividad urbana.
- La inserción de Barcelona en los flujos globales de personas e imágenes.

3.1 El papel de la administración pública en relación con la cultura

Desde los años ochenta, las políticas urbanas han estado influenciadas por una serie de discursos que han promovido la participación de los agentes privados en la gestión urbana y el enfoque de sus políticas a la promoción económica de la ciudad. Barcelona no ha estado exenta de esta tendencia y en muchos casos ha sido considerada no sólo pionera, sino el caso paradigmático (Marshall, 1996). En los años ochenta, en el proceso de organización de los Juegos Olímpicos se crearon en la ciudad diversos partenariados o empresas con participación pública y privada, al tiempo que se consideraba al sector público como agente fundamental en la promoción económica de la ciudad (Raventós, 2000). En los años noventa, las políticas del Ayuntamiento de Barcelona, más que un cambio radical, experimentan una profundización y extensión de los modelos de gestión iniciados diez años antes, lo cual afectará a la definición de las políticas públicas en relación con la cultura. La racionalidad económica y la importancia del sector privado en la definición y enfoque de las políticas culturales se constituyen como pilares básicos de esta nueva política cultural del Ayuntamiento de Barcelona, tal y como quedará reflejado en el PESC.

Esta nueva dimensión cultural implica que la acción cultural está destinada a la transformación global de la ciudad de cara a afrontar los retos que las nuevas circunstancias económicas y sociales:

“La mirada cultural ha de servir per recuperar el terreny dels valors, de les idees, de la innovació creativa a l’hora d’ordenar el creixement econòmic, la lluita contra l’atur o les dificultats d’integració social” (ICUB, 1999, p. 16).

La estrategia cultural de Barcelona se habría ido transformado tanto en función de una visión de la gestión urbana como del papel del sector público, lo cual no significa más que una profundización de procesos que se iniciaron en la década anterior. Este proceso significa que la cultura pasa a ser conceptualizada y evaluada en función de parámetros económicos, al mismo tiempo que su gestión se enfoca hacia las necesidades del sector privado y el desarrollo económico de la ciudad. En este sentido es interesante destacar cómo la cultura es entendida como el elemento capaz de hacer posible la transformación urbana, no sólo en el plano económico, sino también el en social, por lo que se le confiere un papel de regulación social.

3.2 La generación de discursos sobre la competitividad urbana

A finales de los años noventa se acaba de asentar, en los discursos de las administraciones y diversas entidades, una nueva visión sobre la ciudad y su futuro que se manifiesta en conceptos como *ciudad del conocimiento*, *ciudad de la infor-*

mación o *sociedad red* en los que las actividades relacionadas con las nuevas tecnologías de la comunicación pasan a representar la capacidad de crecimiento económico de un espacio y la de su competitividad, y es por tanto hacia su atracción y desarrollo hacia donde se encaminan las nuevas estrategias urbanas.

Paralelamente tiene lugar otro cambio, en este caso en las bases de la competitividad, las cuales pasan a localizarse en las relaciones que se establecen entre diferentes actividades y las instituciones de un territorio, lo que sitúa la visión sobre las bases de la competitividad no sólo en ventajas comparativas relacionadas con los precios sino en las características propias y específicas del *milieu* urbano.

Esta concepción está claramente expuesta en el documento *La Ciutat Digital*. En él se recoge esta idea respecto a la importancia de la especificidad del lugar, en la cual interviene *la cultura*, como fuente de ventajas competitiva de un territorio.

“L'avantatge competitiu queda assegurat quan es treballa a partir de recursos difícils de trobar al mercat per inexistents o per la dificultat d'adquisició, difícils d'imitar (si no es troben es pot intentar substituir-los per uns altres) i difícilment, també, apropiables. Els recursos intangibles (la tecnologia, els sistemes organitzatius, els valors, el prestigi o la cultura) són molt més difícils de copiar o transferir que els tangibles i apareixen ara com un component bàsic de la competitivitat” (ICT, 1999, p. 35-36).

En la misma línea, este documento considera que “la innovación, producto del conocimiento y fuente ella misma de nuevos conocimientos, ocupa y se convierte en el motor de la economía moderna” (ICT, 1999, p. 30).

“L'emergència de noves empreses dels sectors basades en les TIC, marca la pauta cap a les noves economies basades en el coneixement i constitueixen un dels sectors més dinàmics, amb major capacitat de creixement, de l'actual sistema econòmic” (ICT, 1999, p. 30).

Desde el momento en que ciertas actividades relacionadas con la creación o consideradas dentro de las industrias culturales se digitalizan (edición, multimedia, discografía), la producción cultural se sitúa, según este discurso, dentro del conjunto de actividades que potencialmente pueden aportar a la ciudad una mayor capacidad de crecimiento.

3.3 La inserción de Barcelona en los flujos globales de personas e imágenes

En este proceso de definición y utilización de la cultura también se ha creado un nuevo imaginario, que en los años noventa ha estado intensamente

influenciado por la circulación global de personas (propiciada por la emigración y el turismo), e imágenes (*ethnoscapes* y *mediascapes*).⁴ Este imaginario ha estado más relacionado con la subjetividad individual y de colectividades, aunque no ha de desligarse de otros procesos como la circulación de capital o tecnología.

Así, las representaciones e imágenes que los flujos de personas, turistas o inmigrantes han introducido o que han contribuido a generar desde la misma ciudad serían un tercer elemento en el que hay que enmarcar la definición de las políticas culturales y la utilización de la definición de cultura en el resto de políticas.

El fenómeno del turismo en la ciudad de Barcelona habría tenido un especial desarrollo a partir de los Juegos Olímpicos,⁵ a partir de los cuales la ciudad empieza a proyectarse como ciudad de alta calidad de vida y en la que se puede desarrollar un tipo específico de consumo relacionado con las clases medias occidentales. La demanda de estos grupos y la proporción de atractivos por parte de la ciudad, así como el trabajo de los intermediarios culturales tanto locales como globales⁶ habrían potenciado la creación de ciertas imágenes o representaciones de Barcelona y con ellas nuevos criterios de valoración social y del espacio urbano.

El diseño urbano, el uso que se hace del espacio público y ciertas actividades económicas enfocadas a las clases medias y a parte del turismo adoptan imágenes y representaciones que potencian su diferencia y carácter único, vanguardista u original, imagen que se basa en gran medida en elementos estéticos que pretenden reforzar la particularidad de Barcelona o de unas zonas y ciertas actividades.

De igual manera, a mediados de los años noventa aparece en Barcelona el fenómeno de la inmigración internacional proveniente del tercer mundo. Este

4. "By ethnoscape, I mean the landscape of persons who constitute the shifting world in which we live: tourist, immigrants, refugees, exiles, guest workers, and other moving groups and individuals constitute an essential feature of the world and appear to affect the politics of (and between) nations to a hitherto unprecedented degree." (Appadurai, 1996, p. 33).

"Mediascapes refer [...] to the distribution of the electronic capabilities to produce and disseminate information (newspaper, magazines, television stations, and film-production studios)[...]. What is most important about these mediascapes is that they provided (especially in their television, film and cassette form) large and complex repertoires of images, narratives and ethnoscapes to viewers throughout the world, in which the world of commodities and the world of news and politics are profoundly mixed." (Appadurai, 1996, p. 35).

5. Entre 1992 y 2002 las pernoctaciones en hoteles de la ciudad pasan de 4.333.419 a 8.694.774, y el número de visitantes, de 1.874.734 a 3.580.986 (Departament d'Estadística, 2003).

6. Como ejemplo de de la transmisión de nuevos valores estéticos y de distinción se podría citar la revista *b-guided*, publicada en Barcelona. En esta revista se encuentran secciones dedicadas a la moda, el arte y la arquitectura y toda una guía de locales de ocio, restaurantes y tiendas más reputadas de diversas ciudades de España. Función similar puede ejercer guías como la de Ciutat Vella que recoge los locales más destacables de este distrito o las guías turísticas, como *Time Out* en la que se enumeran los locales y negocios más peculiares o concurridos de Barcelona, que en algún caso muestran un distintivo indicando que el local está referenciado en esta guía.

fenómeno no sólo significa la incorporación de un importante número de personas en la ciudad, sino profundas transformaciones sociales y espaciales.⁷ La constitución de comunidades de emigrantes en determinadas zonas de la ciudad, especialmente en Ciutat Vella, significa en gran medida la transformación de estos espacios, tanto en la composición social como de actividades. Desde la misma ciudad serán necesarias nuevas formas de valoración que hagan que estos procesos se integren de forma coherente dentro del espacio urbano. A partir de aquí surge el discurso multiculturalista, que se articula tanto para la valoración de la nueva diversidad urbana como para clasificar, delimitar y controlar a estos grupos.

4. Los nuevos espacios de la cultura en Barcelona

Diferentes espacios de la ciudad serán creados o *recreados* a partir de conceptualizaciones de su especificidad cultural, conceptualizaciones que estarán determinadas en gran medida por los tres discursos presentados arriba. Lo importante de estas reconceptualizaciones es que son elementos integrantes de los procesos de transformación urbana. Como ejemplo se exponen las políticas y acciones llevadas a cabo para promover la producción económica relacionada con las industrias culturales y las conceptualizaciones que se han utilizado para integrar las transformaciones sociales, en gran parte derivadas de la emigración y el turismo, acontecidas en la última década del siglo XX en Barcelona.

4.1 Redescubrimiento del sector cultural

A final de los años noventa se empieza a considerar las actividades culturales como base importante de la economía urbana y su futuro desarrollo, más aun cuando ciertas actividades se insertan dentro de las llamadas *tecnologías de la información y la comunicación* (TIC). Así, en el PESC, se identifica un abanico de actividades que componen las industrias culturales: en primer lugar, se define un núcleo duro compuesto por las actividades relacionadas con la música, las artes escénicas, el sector audiovisual –cine, vídeo, TV y radio–, el editorial y las artes visuales, y la facturación de estas industrias correspondería en 1996 al 8% del PIB de la ciudad. Además, considera otros sectores relacionados, como la moda, el diseño, la publicidad o el turismo.

En este contexto, determinadas áreas de la ciudad se presentan como espacios propicios para la producción cultural, para lo cual se utilizan representaciones que relacionan las actividades allí localizadas con ciertas especificidades

7. En 1996 Barcelona contaba con una población empadronada extranjera de 30.455 que pasa a 202.489 en 2004.

del lugar. El Raval o el barrio de Gràcia aparecen así en el mapa de Barcelona como nuevos lugares de producción cultural. En el caso de Ciutat Vella, se reconoce por parte de la administración cómo el cambio de imagen y la conservación y promoción de los valores artísticos y monumentales de su patrimonio contribuyen a la potenciación de su economía, especialmente los servicios (Abella, Brunett, 1998). En estos cambios ha jugado un papel importante la localización de importantes equipamientos culturales (Museu d'Art Contemporani, Biblioteca de Catalunya, sala de exposiciones La Capella, Centre de Cultura Contemporània, entre otros). Asimismo, desde posturas oficiales se celebra la localización de actividades como la editorial Edicions 62 o bares y locales de "diseño" como ejemplo de la revitalización del distrito (Espada, 1999). La relación de diversas actividades con imágenes del patrimonio histórico recuperado o nuevos equipamientos culturales se hace también patente en la publicación de distintas guías por parte de agentes privados, en las que galerías de arte, talleres artesanos, bares, o establecimientos especializados se publicitan ligando su marca a estas actuaciones. Aparecen guías en las que, junto a información y publicidad sobre diferentes comercios o establecimientos, aparecen fotografías y referencias a distintos elementos del paisaje urbano, ligando producción, consumo e identidad cultural.

En el caso de Gràcia, su proximidad al centro económico de Barcelona, unos precios relativamente más baratos para su localización central, la existencia de equipamientos culturales privados, como cines o teatros, que ha promovido un consumo cultural, así como una significación especial del distrito dentro de la ciudad de Barcelona, habrían propiciado la consolidación de una economía ligada a la producción y los servicios culturales. En la búsqueda de esa imagen distintiva de Gràcia, ciertos grupos pretenden relacionar la producción cultural no ya con el diseño, sino con la producción artesanal instalada históricamente el barrio, proceso de reconocimiento en el que la administración pública ha jugado un papel importante. Ejemplos de ello son la voluntad de la administración del distrito de convertir Gràcia en un barrio artesanal, la concesión a los artesanos de Gràcia de la medalla de honor de la ciudad, o la declaración por parte de la administración autonómica de Gràcia como *Zona de Interés Artesanal* (Pàmies, 2002).

Pero, dentro de las transformaciones urbanísticas y espaciales destinadas a la potenciación del sector de la economía cultural, destaca la redacción de la *Modificación del Plan General Metropolitano del sector 22@ de Poblenou* y los procesos urbanísticos que ha desencadenado. En este proceso de remodelación urbana de antiguas zonas industriales se entrelaza la nueva visión de la administración los nuevos discursos sobre la competitividad de la economía urbana, la importancia concedida a las actividades culturales y la proyección de una imagen de la ciudad a escala internacional basada en la creación de una imagen local, así como global.

Esta modificación del Plan General, no sólo ha supuesto un cambio de calificación urbanística en las zonas consideradas industriales de Poblenou, sino

que, especialmente, se basa en la creación de una nueva calificación, la 22@, que se configura con la vocación de hacer posible la remodelación del espacio urbano en base a la atracción de actividades consideradas *arroba*,⁸ y la de crear un tejido urbano mixto y complejo donde se puedan localizar, de manera no exclusiva, diferentes funciones como la actividad económica, grandes equipamientos y la vivienda. Con esta doble intención también se crea la calificación urbanística 7@, con el fin de destinarla a equipamientos relacionados con la difusión y formación de actividades *arroba*. El objetivo final del plan es el de constituir en Poblenou el espacio suficiente y con las condiciones necesarias para atraer actividades intensas en conocimiento, las ya mencionadas actividades *arroba*, lo cual ha de permitir que Barcelona se integre plenamente en la nueva revolución tecnológica.

Manifestación de esta incorporación y del reconocimiento de la importancia del sector de las industrias culturales es la delimitación de una importante zona incluida en la zona 22@ como reservada para el desarrollo de un “Campus audiovisual”. En este espacio se localizará una facultad universitaria de Ciencias de la Comunicación y un centro de producción audiovisual que construirán conjuntamente la sociedad pública encargada del desarrollo de la reforma del distrito y una productora audiovisual. También contribuye a la promoción de este espacio como lugar de producción cultural la existencia de equipamientos dedicados a actividades artísticas o la futura instalación de una sede del Museu d’Art Contemporani de Barcelona

Pero este proceso de transformación de las bases productivas de Barcelona también supone la creación de una nueva imagen de la ciudad, transformación que supone una resignificación de Poblenou a escala local y de Barcelona a escala internacional como centro tecnológico o de producción cultural (Gdaniec, 2001), y en la que han intervenido tanto la política de recuperación del patrimonio arquitectónico industrial como la instalación de diferentes actividades culturales.

4.2 Resignificación multicultural de Barcelona

Los flujos internacionales de turistas y emigrantes han dado lugar también a importantes transformaciones que han sido interpretadas o tratadas en muchos casos en clave cultural, para promover la asimilación de estas transformaciones o incluso integrarlas dentro de la economía urbana.

Los nuevos grupos étnicos, cuya aparición puede considerarse el fenómeno más destacable de la nueva organización social, son incorporados dentro del

8. Las actividades *arroba* se definen por su relación con el nuevo sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones, con la investigación, el diseño, la cultura y el conocimiento (Ajuntament de Barcelona 2000b; p. 23) y su listado se ha realizado basándose en actividades contempladas en *La Ciutat Digital*.

cuerpo social, mediante el despliegue de discursos sobre la diferencia. En el PESC ya se resalta, como uno de los valores importantes y positivos que ha de transmitir la cultura, el respeto por la diversidad. Discurso similar sobre los beneficios de la multiculturalidad y la necesidad de proteger y potenciar la diversidad aparece en la revista *Barcelona, Metròpolis Mediterrània* (Subirats, 2001).

Esta visión de la migración como elemento enriquecedor se recoge en la celebración de distintos actos festivos, en los que la participación de inmigrantes es considerada como aportación positiva a la fiesta y a la ciudad. La inauguración de la Rambla del Raval, en septiembre del 2001, coincidiendo con la fiesta mayor de la ciudad, la Mercè, supone un ejemplo de esta visión. La Rambla del Raval constituye un espacio público de nueva creación en el centro de un barrio tradicionalmente ocupado por clases de pocos recursos económicos, y actualmente es donde existe una mayor proporción de emigrantes. La apertura de este espacio supone la creación de un gran espacio libre en medio de un tejido urbano antiguo de calles estrechas y grandes densidades de población. Su inauguración se contempla desde el ICUB como una apuesta cultural y festiva, en la que la multiculturalidad se entiende como un elemento de normalidad (ICUB, 2001). Una visión similar se ejerce sobre el componente multicultural de otras fiestas, como la cabalgata de Reyes o el Carnaval, en los que la participación de emigrantes y la incorporación de sus tradiciones son vistas como definitorias del modelo barcelonés de fiesta.

Pero no sólo se produce una celebración de la diversidad cultural, sino que también se expone esta diversidad, ya sea étnica o social, con la intención de crear una diferencia que pueda ser consumida bajo la forma de espectáculo o disfrute estético. Dentro de estos discursos habría que situar aquellos que visualizan al “otro”, “pobre” o “étnico”, como elemento exótico dentro del paisaje urbano, relegando cualquier referencia a las condiciones de vida o desigualdades sociales, y que además sirve para crear una identidad de un espacio. Esta imagen de vida bohemia o exótica ligada a ciertos grupos sociales y a ciertos espacios, muy especialmente al Raval, se orienta a la atracción de habitantes, consumidores, turistas o actividades y ciertos grupos sociales que valoran estos espacios y ambientes sociales se apropiarían de ella para poder mantener así su propia memoria histórica y posición aparentemente progresista (Magrinyà y Maza, 2001). En relación a El Born, barrio que ha experimentado un importante proceso de gentrificación, en un reportaje periodístico sobre la transformación de este barrio y los elementos que lo han hecho particular dentro de los tejidos de Barcelona se recoge esta frase: “I que aquest contrast entre arquitectes, pijos, magribins i dominicans convisqui d’una manera tan natural i *estètica*” (García, 2002; cursiva añadida).

En la misma línea se sitúa la descripción del antiguo Barrio Chino, antiguo centro de la prostitución en Barcelona, en la guía turística *Time Out*, editada en inglés, en la que se lamenta la no existencia de una legislación que proteja el carácter único del barrio, y anima a realizar una *provocadora* visita a un espacio en vías de desaparición:

“Barcelona sin su Barrio Chino puede resultar inconcebible, pero no existe actualmente ninguna ley de protección del mismo y sólo pueden vislumbrarse ciertas trazas de este mundo perdido. Era un lugar duro, sobrecogedor, desesperado sin duda; pero era también uno de los espacios más raros del planeta y antes de que desaparezca totalmente una última mirada puede ser provocadora para la mente” (Time Out 2002; p. 80).

5. Conclusión

La Nueva Geografía Cultural anglosajona ha propiciado, por una lado, que el centro de interés de parte de los estudios geográficos se haya desplazado hacia el análisis de elementos culturales, y muy especialmente, hacia las representaciones, lo cual no se ha realizado sin importantes críticas desde dentro de la misma geografía. Por otro lado, ha significado también una reflexión sobre todo aquello que es definido como *cultural*, y el papel que esta definición tiene en los procesos de transformación espacial. En concreto, la Nueva Geografía Cultural propone contemplar la “cultura” como un instrumento de poder que pretende legitimar o promover determinados modelos de organización espacial, social y económica.

Bajo esta perspectiva, en este artículo se han analizado ciertos aspectos de la política cultural llevada a cabo en la ciudad de Barcelona y determinadas representaciones que se han creado sobre distintos espacios y fenómenos sociales. Se ha querido constatar cómo las definiciones de aquello considerado cultural en estas políticas y representaciones han de enmarcarse dentro de procesos políticos, sociales y económicos más amplios. Asimismo, se ha pretendido mostrar que, al mismo tiempo, estas definiciones tratan de integrar y dar coherencia a estos procesos dentro de un determinado modelo de ciudad: un modelo que podría denominarse *neoliberal*, debido sobre todo a la importancia que concede a la promoción económica y a preponderancia del sector privado sobre el público. A partir de aquí surge una reflexión sobre la importancia que adquiere el estudio de las representaciones y, en concreto, de aquellas que versan sobre la cultura pero también se abre la posibilidad de poner en tela de juicio esas mismas representaciones y discursos que legitiman el cambio urbano.

A partir de lo expuesto en este artículo se puede argumentar que las representaciones han de entenderse como instrumentos de poder que posibilitan, facilitan y legitiman la transformación espacial. Lo hacen, por un lado, como parte de una política de imagen o de marketing urbano. Pero, además, como se ha mostrado en el caso de Barcelona, determinan políticas económicas, transformaciones físicas del espacio, la planificación urbana y las normas legales sobre las que esta última se basa. Por tanto, son elementos que no sólo afectan a la subjetividad de los individuos, sino también a la misma “materialidad” de la ciudad. Ello conduciría a afirmar que el enfoque cultural se hace necesario en el análisis espacial, así como en la construcción de modelos y discursos dife-

rentes a los oficiales, pero de igual manera, tal y como reflejan las críticas surgidas en torno a la Nueva Geografía Cultural, no ha de constituirse en el enfoque privilegiado, ni se ha de asumir que este enfoque pueda ofrecer por si solo la explicación de todos los procesos de cambio espacial.

Bibliografía

- ABELLA, Martí; BRUNET, Ferran (1998). "Economia de la renovació urbana de Ciutat Vella". *Barcelona Societat*, núm. 9, p. 31-42.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2000). *Modificació del PGM per a la renovació de les àrees industrials del Poblenou – Districte d'activitats 22@BCN*.
- AMIN, Ash (1999). "Cities, Culture, political economy". *European Urban and Regional Studies*, Vol. 6 (4), p. 291-292.
- APPADURAI, Arjun (1996). *Modernity at large*. Minneapolis y Londres: University of Minnesota Press.
- BARNETT, Clive (2001). "Culture geography, and the arts of government". *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 19, p. 7-24.
- COSGROVE, Denis; JACKSON, Peter (1987). "New directions in cultural geography". *Area*, núm. 19, p. 95-101.
- CLUA, Anna; ZUSMAN, Perla (2002). "Más que palabras: otros mundos. Por una geografía cultural crítica". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 34, p. 105-118
- COSGROVE, Denis (1996). "Ideas and culture: a response to Don Mitchell". *Transactions of the Institute of British Geographers*, núm. 21, p. 574-575.
- DUNCAN, James; DUNCAN, Nancy (1996). "Reconceptualizing the idea of culture in geography: a reply to Don Mitchell". *Transactions of the Institute of British Geographers*, núm. 21, p. 576-579.
- ESPADA, Arcadi (1999). "Cultura i crim". *Barcelona, Metròpolis Mediterrània*, núm. 45.
- GARCÍA, Jaume (2002). "Interiorisme, disseny i ruca". *El Periódico*, 14 de setembre.
- GARCIA-RAMÓN, Maria Dolors; ALBET, Abel (2000). "Pre-Olympic and post-Olympic Barcelona, a model for urban regeneration today?". *Environment and Planning A*, Vol. 32, p. 1331-1334.
- GDANIEC, Cordula (2001). "Cultural industries, information technology and the regeneration of post-industrial urban landscape. Poblenou in Barcelona – a virtual city?". *GeoJournal*, núm. 50, p. 379-387.
- GREGORY, Derek; LEY, David (1988) "Culture's geographies". *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 6, p. 115-116.
- HARVEY, David (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Blackwell.
- ICT (1999). *La Ciutat Digital*. Barcelona: Institut Català de Tecnologia.
- ICUB (1999). *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona. La cultura, motor de la ciutat del coneixement*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

- ICUB (2001). *Butlletí cultura*. Octubre 2001. <<http://www.bcn.es/icub/accent-cultura>>.
- JACKSON, Peter (1989). *Maps of meaning*. Londres: Routledge
- JACKSON, Peter (1996). "The idea of culture: a response to Don Mitchell". *Transactions of the Institute of British Geographers*, núm. 21, p. 572-573.
- JACKSON, Peter (1999). "¿Nuevas geografías culturales?". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 34, p. 41-51.
- JACKSON, Peter (2000). "Rematerializing social and cultural geography". *Social and Cultural Geography*, núm. 1, p. 9-14.
- MAGRINYÀ, Francesc; MAZA, Gaspar (2001). "Inmigración y huecos en el centro histórico de Barcelona (1986-2001)". Ponencia presentada en el III Coloquio Internacional de Geocrítica. Migración y Cambio Social. 28, 29 y 30 de mayo de 2001, <<http://www.ub.es/geocrit/sn-94-62.htm>>
- MITCHELL, Don (1995). "There's no such thing as culture: towards a reconceptualization of the idea of culture in geography". *Transactions of the Institute of British Geographers*, núm. 20, p. 102-116.
- MITCHELL, Don (2000). *Cultural Geography. A critical introduction*. Londres: Blackwell.
- PAMIÈS, Iolanda (2002). "El nou comerç de disseny desembarca a Gràcia per convertir-la en zona d'artesans". *L'Independent de Gràcia*, núm. 22, julio de 2002.
- PHILO, Chris (1991). *New Word, New Worlds: Reconceptualising Social and Cultural Geography*. Lampeter: St. David's University College (Social and Cultural Group).
- PHILO, Chris (1999). "Más palabras, más mundos: reflexiones en torno al 'giro cultural' y a la geografía social". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 34, p. 81-99.
- RAVENTÓS, Francesc (2000). *El planejament estratègic a Barcelona*, Barcelona: Aula Barcelona.
- SUBIRATS, Joan (2001). "Ciutat, ciutadania, migració". *Barcelona, Metròpolis Mediterrània*, núm. 55, p. 6-7.
- TIME OUT (2002). *Barcelona*. Londres: Penguin.