

Consumo y Espacio Público: las Terrazas de Bares y Restaurantes en Barcelona

Lluís Frago Clols¹

Introducción

Los cambios urbanos recientes a la luz de la sociedad de los consumidores y de la globalización-metropolitanización capitalista han significado una intensificación del uso del espacio público y consecuentemente un aumento de la competencia para ocuparlo (Santos, 1987, 1996). Esta competencia ha cristalizado en Barcelona a partir de 2015 con un conflicto entre distintos actores, específicamente entre empresarios de la restauración y vecinos. Los primeros buscan ocuparlo con más terrazas de bares y restaurantes, y los segundos quieren restringir este tipo de ocupaciones y favorecer el valor de uso de estos espacios. El debate se plantea, en primer lugar, en un contexto de terciarización profunda de la economía de la ciudad, en el que el sector de la restauración tiene un importante peso económico. En segundo lugar, desde la vertiente política, es importante destacar la democratización del acceso de los consumidores a las terrazas de bares y restaurantes, sean vecinos, usuarios o turistas, estos últimos, en constante aumento. Un aspecto que viene incentivado por la ley anti tabaco española (2011) que favorece el consumo al aire libre. Un entorno que se diferencia mucho del de la ciudad industrial, durante el cual la oferta de terrazas de bares y restaurantes al aire libre era mucho más reducido, y su acceso quedaba relegado a la burguesía mientras la clase trabajadora frecuentaba las tabernas.

Interesan los discursos, las causas, y la manera de actuar de los distintos agentes. Se hace especial hincapié en el análisis del sujeto al que hace referencia cada uno de los agentes urbanos cuando se refieren al espacio público. El espacio público es un objeto producido por el proceso de urbanización que vienen caracterizado por el libre acceso de todos los ciudadanos. Progresivamente se ha ido mercantilizando, dotándolo de valor de cambio e incorporando su carácter fetichista tal y como explicó Karl Marx (1867). En el contexto denominado como de capitalismo tardío, el debate se plantea teniendo en cuenta la importancia que adquiere el consumo y la cultura (Mandel, 1971; Jameson, 1991) y cómo el consumo de espacio público se produce en la ciudad.

¹ Departamento de Geografía. Despacho 3052. Montalegre nº6-8, 08001, Facultat de Geografia i Història. Universitat de Barcelona. llfrago@ub.edu

El Observatorio del Comercio Urbano de la Universidad de Barcelona ha estado investigando sobre el concepto de espacio público desde hace algunas décadas. Se parte de la lenta producción del espacio público en Barcelona y de la dificultad de definirlo (Carreas y Martínez-Rigol, 2017). El análisis de su complejidad se realiza lejos de la definición simple de corte jurídico. Se aborda el análisis del espacio público desde una perspectiva claramente relacionada con la del espacio urbano. Se tienen en consideración las condiciones de accesibilidad (la posibilidad de entrar y salir un número elevado de personas), de visibilidad (aspecto que configura lo que denominamos como el paisaje urbano de las ciudades) y finalmente, la función. Tres características que, generalmente cumplen las calles, plazas, ramblas y bulevares, pero también otros lugares jurídicamente privados, como los mall, por ejemplo. (Carreras, 2002: 95-99).

Son muchos los autores que a lo largo del tiempo han tratado el espacio público como elemento clave de la vida urbana de las ciudades, desde los filósofos griegos clásicos, examinando el papel del ágora y el foro, hasta los teóricos de la modernidad urbana, como Lewis Mumford. Más contemporáneamente, autores marxistas como Walther Benjamín, en su reflexión sobre los pasajes de París del siglo XIX (1945) empezó a incorporar la importancia de los ritmos cotidianos de la calle para entender la ciudad capitalista, en ese caso, de París. Pocas décadas más tarde, el filósofo Henry Lefebvre (1970) consideró a la calle como el principal elemento morfológico de la ciudad capitalista, el principal escaparate del consumo, pero también el único espacio con capacidad para vehicular las posibilidades de encuentro, de apropiación ciudadana y de protesta social. Pocos años antes, la publicista y activista social Jane Jacobs (1961), desde una concepción cultural de la economía urbana, situó en la calle el fermento de la creatividad, criticando al urbanismo funcionalista norteamericano que había suprimido la esencia de la ciudad. Más recientemente, la socióloga Sharon Zukin (2009), desde un punto de vista postmoderno e inspirada eminentemente con el caso de New York ha utilizado la difusión de las tiendas de cupcakes, como un indicador operativo para analizar la gentrificación. Recientemente desde el OCUB el análisis de los cambios del espacio público desde el punto de vista de la sociedad de los consumidores nos ha permitido diferenciar las políticas neoliberales de modernización de los mercados municipales de la gentrificación (Frago, 2017). El concepto de gentrificación, creemos que utilizado de manera errónea para explicar cualquier cambio urbano que apunte a un ascenso social o de captación de rendas. Con el objetivo de avanzar en el análisis de la sociedad de los consumidores también hemos caracterizado los nuevos espacios del consumo del barrio Raval de la misma ciudad (Carreras et al, 2017).

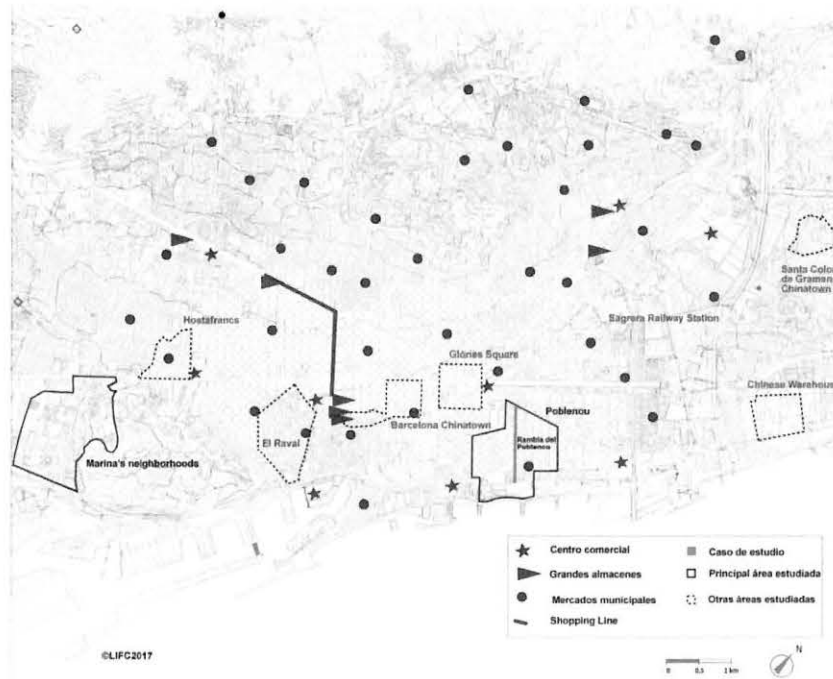
1. Los espacios del consumo en Barcelona

La organización espacial del consumo en Barcelona presenta una fuerte relación con la organización del comercio y los espacios públicos (Carreras, 2002). La

principal área de consumo en Barcelona corresponde a la concentración comercial de la ciudad medieval. Esta área se extiende a lo largo del Shopping Line y sus calles inmediatas (Portal de l'Angel, Pelai i Rambla de Catalunya, principalmente) tal y como se identificó a inicios de 1990 (Carreras, 1993, 2003), a excepción de algunas modificaciones. Los 9 centros comerciales son otra de las tipologías de espacios del consumo de la estructura de la ciudad. En otro nivel, existen 39 mercados municipales distribuidos a lo largo de toda la ciudad.

Las importantes transformaciones en los patrones de consumo han hecho emerger nuevos espacios del consumo en la ciudad. El incremento de bares y restaurantes asociados con el ocio ha sido una de estas consecuencias. El aumento de ocupación de aceras de calles, avenidas, plazas y bulevares por parte de terrazas para beber o comer ha sido un aspecto asociado a estos cambios. La presencia de este tipo de usos en el espacio público no únicamente se detecta en las áreas más internas de la ciudad, como Ciutat Vella, sino que se difunde por todos los distritos.

La Rambla del Poblenou es un buen ejemplo en este sentido, al presentar una elevada tasa de ocupación por parte de este tipo de usos y haber canalizado una parte muy importante de los conflictos entre los distintos agentes (Figura 1).



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Estructura comercial y principales áreas de estudio del Observatori del Comerç Urbano de la Universitat de Barcelona.

2. La Rambla del Poblenou y su barrio

El barrio del Poblenou es un buen ejemplo de producción de nuevos espacios del consumo a partir de cambios de uso del suelo en el capitalismo tardío. Estos cambios en muchas ocasiones han sido caracterizados como de gentrificación (AAVV, 2014). No obstante, se sitúan lejos del concepto original de gentrificación planteado primeramente por Ruth Grass y posteriormente por Neil Smith (1996). Las transformaciones son producto de la misma reestructuración económica de las ciudades. Se ha producido un complejo entramado de cambios de uso hacia aquellos más lucrativos, eminentemente terciarios y residenciales. A la vez, los cambios morfológicos han sido dirigidos por la administración pública gracias a una larga planificación urbanística. Esta transición urbana ha ido en paralelo a la expansión y sofisticación del consumo y a la internacionalización de Barcelona como destino turístico produciéndose en la práctica social conflictos entre los distintos usuarios de la Rambla del Poblenou (Figura 2). Algunos aspectos importantes son los siguientes.



Fuente: foto autor

Figura 2. La Rambla del Poblenou como espacio de consumo de Barcelona es un lugar de convivencia entre vecinos, usuarios del barrio y turistas

En primer lugar, el barrio investigado es ejemplar, debido a que es uno de los primeros de Barcelona que se desarrolla por la tendencia a la aglomeración urbana a partir de finales del siglo XVIII. El papel de las fuerzas centrífugas urbanas impulsa la migración de determinadas funciones desde la ciudad hacia la periferia. En segundo lugar, el barrio es producto también del plan de urbanización de Cerdà (1859), el cual, aparte de permitir una integración morfológica clara del barrio a Barcelona, ayudó a la anexión político administrativa que se produciría en 1897. El papel explicativo de la planificación urbanística decimonónica se alarga hasta finales del siglo XX, sumándose nuevos planes urbanísticos.

Después de más de 700 años del gran crecimiento medieval, se produjo el segundo cambio de escala barcelonés. En 1775, el área ya paso a albergar el cementerio general de Barcelona que abandonaba la ciudad amurallada insalubre. A mediados del siglo XVIII aparecieron las fábricas de indianas, nombre recibido por la similitud de los tejidos de algodón pintados al estilo de los que se importaban de la India. Principalmente se encontraban concentradas en los barrios de Sant Cugat del Rec y de Sant Pere de les Puel·les a causa de la disponibilidad de agua que llegaba a partir del Rec Comtal.

En 1821, se construyó el primer cementerio general de Barcelona, en el mismo lugar del construido en 1775 que había sido arrasado por las tropas napoleónicas. En 1848, el primer tren de Barcelona a Mataró ya cruzaba los campos del Poble Nou junto a la costa, sin parada. La primera estación se construyó en 1884. Las dos principales calles del barrio durante el siglo XIX, fueron la calle Marià Aguiló, que unía el Clot con el Poblenou; y en segundo lugar, la calle Pere IV que unía Barcelona con Mataró. A lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, el número de industrias que ocupaban el barrio creció de manera vertiginosa. El ramo del agua y de manera general la industria textil, fue el sector mayoritario. El proceso industrializador siguió a lo largo de todo el siglo XIX y parte del XX, hasta dar el nombre al barrio de la Manchester Catalana.

Las malas condiciones laborales y de vida de los trabajadores hicieron el surgimiento de asociaciones de trabajadores, ateneos obreros, cooperativas y, más tarde, sindicatos. La clase media de empresarios y comerciantes también fundó sus entidades, de carácter más lúdico y cultural. Algunas de las entidades creadas a finales del siglo XIX y principios del XX fueron la Alianza del Poblenou, l'Ateneu Colon, las Cooperativas Pau i Justícia, l'Artesana, la Flor de Maig, el Centre Moral i Cultural del Poblenou y los Federals.

El perfil político de sus residentes fue eminentemente popular, de izquierdas. Durante la semana trágica de 1909 fueron quemadas iglesias y patronatos religiosos, como la de Santa María del Taulat. Durante la segunda República Española (1931-1939) el barrio se decantó a favor de los partidarios del frente Popular. Durante la Guerra Civil (1936-1939), algunas fábricas fueron colectiviza-

das y otras convertidas en fábricas de guerra. El Pla de la Ribera de 1966 que pretendió dejar a 15 000 personas sin hogar fue el detonante de los movimientos vecinales del final de la dictadura.

El barrio llegó a la década de 1970 con un fuerte aislamiento respecto al resto de la ciudad. Parte de este aislamiento se solucionó con la llegada del metro en 1977, con cuatro estaciones. No obstante, el papel periférico siguió después del cierre masivo de las fábricas a partir de la década de los 1970, cuando el barrio fue ocupado principalmente por almacenes y agencias de transporte que ocuparon las antiguas naves. En 1983 la Generalitat de Catalunya inauguró el Centro Penitenciario de Mujeres de Barcelona, más conocida popularmente como prisión Wad-Ras.

La nominación de Barcelona como sede de los Juegos Olímpicos de 1992 y el diseño de todo un conjunto de áreas de nueva centralidad para la ciudad representó importantes cambios para el barrio. Aparece un nuevo barrio, la Vila Olímpica, y en 1989 se consigue eliminar las vías del ferrocarril frente al mar, soterrar la de las Glorias y remodelar la rambla del Poblenou que se alarga hasta Gran Via de les Corts Catalanes. A la vez, se plantean otras transformaciones en el sector de Plaza de las Glorias y el área de la futura estación del tren de alta velocidad de la Sagrera aún pendiente.

La producción del espacio público de la Rambla del Poblenou se tiene que vincular con la finalización real del Pla Cerdà en el aspecto urbanístico. La Avenida Diagonal, de 11 kilómetros de largo y que cruza el Ensanche de manera transversal, no consiguió abrirse en el Poblenou hasta el 1999. La avenida llega finalmente al mar el 2004, 145 años después de ser definida. La llegada de la Diagonal al mar coincidió con el fin del modelo productivo que Cerdà quería impulsar y propició los procesos de transformación de las zonas industriales obsoletas por donde se abrió paso (anillo de Glorias, Poblenou). A la vez se reestructuró el espacio situado entre los suburbios obreros del Maresme, el barrio del Poblenou y el mar. En 2001 se inauguró el Centro Comercial Diagonal Mar, al tiempo que se construyó el barrio homónimo de renta media – alta frente al mar. El cambio definitivo de ese sector del barrio vino dado por la reforma impulsada por el proyecto del Foro de las Culturas (2004).

La ordenación de los procesos de recalificación urbana y la intención de captar actividades económicas innovadoras en nuevas tecnologías en el barrio vino articulado a partir del plan urbanístico 22@ aprobado en el año 2000. El plan pretende cambiar los usos industriales obsoletos que el Plan General Metropolitano (1976) aún vigente identifica con un código 22 a. El desarrollo del plan presenta tiempos distintos, más rápidos en las áreas más cercanas a la Plaza de las Glorias y más lentos en el sector nororiental.

3. La administración pública municipal

La administración ha intervenido en el espacio público con medidas directas que afectan al comercio y al consumo en los espacios públicos de dos maneras. Por un lado, a partir de la planificación urbanística, afectando tanto al plano, la edificación como a los usos, y por el otro, regulando directamente el consumo en el espacio público.

Planificación urbanística y consumo en Barcelona

La manera más general de actuar a lo largo de los años 80 y 90 desde la planificación urbanística ha sido a partir, primero de todo, creando espacio público a partir de herramientas urbanísticas. Entre otras actuaciones, se acondicionó el frente litoral que va desde la Barceloneta hasta el sector del Fórum y Diagonal Mar para un mayor uso cívico (1994-2004), se abrió la rambla del Raval (2000) para iniciar un proceso de gentrificación (Martínez-Rigol, 2000), y se alargó la rambla del Poblenou (1999) para mejorar la centralidad del barrio y la permeabilidad con el resto de la ciudad.

Más contemporáneamente, las actuaciones urbanísticas han ido encaminadas a incentivar las actividades económicas desde dos vertientes. Por un lado, afectando al conjunto de la morfología urbana y especificando el tipo de actividades económicas que tenían que localizarse, tal y como ha actuado el Plan 22@, aprobado en el año 2000, que ha atraído actividades TIC en el área desindustrializada del Poblenou. Por otro lado, reformando el espacio público ya construido a partir de la ampliación de aceras, actuaciones con un claro vínculo con el incentivo de la presencia de terrazas de bares y restaurantes.

En esta última línea de actuaciones, hay reformas que ya se han ejecutado, como el caso de la ampliación de las aceras de la Diagonal realizado en 2015. La actuación afectó únicamente el tramo norte de la avenida que recorre los barrios más pudientes de la ciudad, un tramo que tradicionalmente no ha sido comercial pero que a partir de esta actuación ha visto revalorizar el precio del alquiler de los locales comerciales.

Hay reformas aprobadas y no realizadas aún, como el de la avenida Paral·lel. El eslogan “El nuevo Paral·lel: reencontrando el alma” justifica la visión estratégica del plan, rememorando con fotografías en blanco y negro los teatros de inicios del siglo XX que dinamizaban la avenida. Fue aprobada por el ayuntamiento en 2012 en colaboración con organizaciones empresariales como la Fundación Molino o Fem Paral·lel. No obstante, los problemas entre vecinos y empresarios por la presencia masiva de terrazas de bares en las calles Blasi y Blesa, así como las protestas por la construcción de una nueva terminal para cruceros al final de la avenida, han ayudado al gobierno municipal a paralizar en parte las obras aprobadas en 2012.

En segundo lugar, la administración pública local, con el objetivo de cambiar el contenido social del espacio público, también ha actuado regulando las actividades comerciales a partir de los denominados Planes de Usos. El primero en aprobarse fue el de Ciutat Vella (2013), después de un dilatado bombardeo mediático sobre la degradación del distrito. Anteriormente ya se habían intentado regular los establecimientos para usos turísticos (2008), pero con los cambios impulsados por el turismo paso a ser un plan más restrictivo por lo que respecta a alojamientos, el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (2017).

El segundo Plan de Usos ha sido el de Sant Martí (2015), que afecta directamente al área de estudio, la Rambla del Poblenou. Los dos planes de usos son especialmente restrictivos con algún tipo de actividades de restauración, como los de comida rápida, tiendas de comercio alimentario, hoteles, pensiones y apartamentos y viviendas de uso turístico, locutorios y discotecas. La regulación se realiza utilizando criterios cuantitativos como los de densidad, distancia entre establecimientos, anchura de la calle y emplazamiento.

La regulación del consumo en el espacio público

Una efeméride importante de la regulación del consumo en el espacio público es la Ley del Civismo (2005). Dicha normativa eminentemente ha perjudicado a los colectivos más vulnerables motivo por el que ha sido cuestionada frecuentemente por los movimientos sociales de izquierdas, al no diferenciar conductas producto de la desestructuración social de las de vandalismo y mala educación. La ley prohíbe la venta ambulante no autorizada, así como excepcionalmente también, la prohibición del consumo de estos productos, especialmente en los lugares populares de botellón, como los del Parc de la Ciutadella y las playas. Ha sido eminentemente una ley que ha afectado a los vendedores, principalmente del top-manta (eminentemente senegaleses) o de refrescos (sobre todo paquistaníes e indios) y a las personas que ofrecen servicios de prostitución en la calle. También señala al colectivo que se dedica a vaciar los contenedores de ropa usada o de papel y a la mendicidad, claramente en aumento desde 2008, así como a las estatuas humanas que se localizan principalmente en la Rambla.

La ordenanza de las terrazas de Barcelona

La ordenanza de terrazas aprobada en 2014 se basaba en criterios de localización, horarios comerciales y espacios singulares. La entrada en vigor el 1 de enero de 2015 de la ordenanza de terrazas que afecta a las distancias entre mesas y sillas y el mobiliario urbano supuso un total de 4.300 inspecciones a bares y restaurantes, 1.169 multas, 844 órdenes de retirada y el cierre de 21 terrazas. La aplicación de esta normativa supuso la primera confrontación clara entre los intereses de los restauradores, los vecinos y el gobierno municipal por un tema que afectaba directamente al espacio público. A pesar de que la normativa había

sido desarrollada por el gobierno conservador de CiU (2011-2015) el conflicto eclosionó una vez entró a la alcaldía Ada Colau (2015-actualidad), que forma parte de las denominadas izquierdas de los comunes. Desde entonces el conflicto por las terrazas, entre el gobierno municipal, los lobbies empresariales como el Gremio de la restauración y Barcelona Oberta (la asociación de empresarios de los ejes comerciales turísticos), los vecinos y los movimientos sociales no ha dejado de crecer. Por primera vez la regulación del consumo en el espacio público afectaba al sector formal de la economía.

4. El Gremio de Restauración de Barcelona

El consumo en la ciudad y el consumo de la ciudad han ayudado a convertir las urbes en el principal lugar de acumulación de capital. El principal lugar dónde la demanda se realiza en forma de capital es en las ciudades. Las ciudades son especialmente codiciadas por los negocios asociados al comercio y al consumo, especialmente bares y restaurantes en constante aumento. En el contexto de una economía urbana eminentemente terciarizada, el Gremi de Restauració de Barcelona nació como respuesta a la normativa municipal que restringía las terrazas de bares y restaurantes, tanto por lo que respecta su localización como a sus horarios de apertura. Se definió como "la entidad que representa colectivamente al sector, (...) el interlocutor válido con las instituciones, cosa que le permite influir significativamente en la legislación, decretos y normas que afectan al sector" (Gremi Restauració de Barcelona, 2017).

Las alianzas económicas, políticas e incluso culturales del Gremi de la Restauració han permitido erigirse como un verdadero lobby, con capacidad de incidencia, tal como lo atestigua la flexibilización de la normativa de terrazas de julio de 2017. Los intereses del Gremi de la Restauración han ido siempre conjuntos a los de la patronal de los establecimientos comerciales de Barcelona vinculados al turismo: Barcelona Oberta (Unió d'Eixos Comercials Turístics de Barcelona), patrocinada por potentes empresas como Abertis (gestora de las autopistas) o Saba (gestora de aparcamientos). Durante el 2017, las alianzas a nivel político del Gremi han sido con los partidos de centro y derechas, en oposición al gobierno municipal.

Los valores del Gremio se han elevado como valores hegemónicos, utilizando términos gramscianos. Las alianzas culturales con las élites urbanas de Barcelona y la utilización de conceptos banalizados por las "nuevas economías culturales" como los de creatividad, medio ambiente y participación ciudadana han ayudado en este sentido. Se han utilizado los medios de comunicación de masas para difundir sus intereses como sobre todo el diario La Vanguardia. Se ha otorgado vida propia a los espacios públicos separándolos del proceso social que ha permitido su existencia, convirtiendo los objetivos del gremio como si fueran necesidades biológicas de los espacios públicos. Han frecuentado frases como "las plazas quieren terrazas de bares", "las terrazas son la esencia de nuestras

calles”, “luchar contra las terrazas es luchar contra la ciudad” (Punt Avui, 2017) “salvemos las terrazas” o “las terrazas son trabajo y cultura” (Figura 3).



Fuente: el Mundo, 28 de octubre de 2016

Figura 3. Protesta frente el ayuntamiento por parte del Gremio de Restauración de Barcelona en contra de la normativa de terrazas

Con clara contraposición a la normativa sobre las terrazas y a las reivindicaciones de las asociaciones de vecinos de Barcelona, se escribió el Llibre Blanc de les Terrasses (2017). De su análisis crítico, se derivan dos objetivos claros, por un lado, crear un grupo de presión cultural denominado como la “buena ciudadanía”, formado por personajes públicos y mediáticos de Barcelona que, apropiándose del término hegemónico de participación ciudadana, terminaba proponiendo las mismas acciones del gremio. Por otro lado, apropiarse de los valores de imparcialidad y rigor de la universidad, encargándole un estudio que demostrara que las terrazas de bares y restaurantes eran frecuentadas sobre todo por vecinos de Barcelona y no únicamente turistas. El estudio inicialmente fue encargado a nuestro grupo, el Observatorio del Comercio Urbano de Barcelona (OCUB), pero que rechazamos dado que el objetivo era claro, demostrar que los vecinos eran los principales perjudicados con una normativa de terrazas más restrictiva y que consecuentemente, los intereses del gremio eran los de la ciudadanía. En este sentido, la Rambla del Poblenou en abril de 2016 fue objeto de una huelga de los empresarios que cerraron las terrazas situadas en la Rambla en protesta por la normativa (Figura 4).



Fuente: el Periódico, 24 de abril de 2016

Figura 4. Huelga de empresarios de la restauración en la rambla del Poblenou

5. Las asociaciones de vecinos y los movimientos sociales

La *Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona* (FAVB) fundada en 1972 surge de los movimientos vecinales del final del período industrial y antifranquista y ha sido dirigida tradicionalmente por vecinos de esa época. La forma de actuar ha sido sobre todo negociando de manera formal con la administración, incluso ocupando cargos políticos. La Asamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS) se constituye en 2015 y surge directamente de la problemática asociada al turismo. Está constituida por población más joven y ha sido mucho más activa en las calles.

Para los movimientos sociales y las asociaciones de vecinos el espacio público tiene un papel clave en las reivindicaciones contemporáneas (Harvey, 2012), al no ser únicamente el escenario de las luchas sociales tal y como lo había sido en los años 70 sino un elemento de reivindicación en sí mismo (Castells, 1983). La ciudadanía en 2011 ocupó durante semanas las plazas más simbólicas de multitud de ciudades y contextos geopolíticos (Harvey, 2012). A partir de Milton Santos las plazas y calles son los fijos que organizan los flujos del espacio banal (Santos, 1987) que canalizan el descontento durante el periodo popular de la historia (Santos, 2001), tal y como lo hicieron las fábricas durante el período industrial con las luchas obreras (Morcuende, 2017).

En el contexto del neoliberalismo contemporáneo, los movimientos sociales y las asociaciones de vecinos interpretan el aumento de terrazas de bares y restaurantes como una privatización abusiva del espacio público. El manifiesto de la FAVB de febrero de 2017 "Por una regulación de terrazas que preserve el espacio público como derecho colectivo" (2017), como respuesta al Llibre blanc de les terrasses da muestra de ello. Se señala que a pesar de que las terrazas forman parte del paisaje de Barcelona ha habido un abuso de ellas. Señalan que

una mesa de una terraza cuesta al restaurador 0,55 euros/día, un precio irrisorio si se compara con los precios de los locales privados, este hecho es visto como una subvención encubierta al titular de la actividad y un incentivo para la explotación masiva del espacio público.

La difusión de terrazas de bares y restaurantes corresponde a una fase más de lo que Harvey denominó acumulación por desposesión (Harvey, 2003), esta vez afectando directamente a calles y plazas: los lugares que crearon las oportunidades para que se concretaran las posibilidades de protesta en 2011. Bajo el concepto del derecho a la ciudad acuñado por Lefebvre (1968), tanto los movimientos sociales como las asociaciones de vecinos, han incorporado toda una serie de reivindicaciones urbanas, sobre todo vinculadas al acceso a la vivienda. A partir de un análisis crítico de lemas utilizados en manifestaciones y carteles como "salvem el barri" (salvemos el barrio) y siguiendo a la crítica que hace Frederic Jameson (1991) a la nostalgia postmoderna, se observan ciertos toques sobre una comunidad idealizada de vecinos. Unas imágenes que difícilmente son coherentes con el pretendido análisis y praxis marxista por el que abogan algunos movimientos sociales.

En este contexto, el turismo masivo ha sido interpretado por las asociaciones de vecinos y los movimientos sociales como la fuente de buena parte de los problemas sociales de la ciudad, una lectura compartida por sectores mucho más amplios. Actualmente el turismo es la principal preocupación de los barceloneses. Desde esta óptica, el turismo ha sido interpretado como una actividad característica de la economía neoliberal y señalado cómo el responsable del aumento de los precios del alquiler y el principal responsable de difundir las terrazas de bares y restaurantes por Barcelona. Esta crítica ha sido especialmente feroz, e incluso con acción directa, en esos barrios menos interiores que tradicionalmente no habían sido turísticos, como por ejemplo el Poblenou (Figura 5).



Fuente: Catalunya Plural (2016)

Figura 5. Manifestación en contra de la masificación turística y las terrazas en la Rambla del Poblenou

6. Conclusiones

Tal y como ya defendió Jane Jacobs, una vez más las condiciones específicas de heterogeneidad y densidad de las ciudades pasan a ser el motor del desarrollo económico y urbano en este caso, el espacio público. Estos espacios han pasado a ser un recurso que según el sector de la restauración no se tiene que desaprovechar, sobretodo si se tiene en cuenta que se trata de una ciudad eminentemente terciarizada y vinculada al turismo.

Frente esta conceptualización eminentemente económica del espacio, los movimientos sociales conciben el espacio público sólo como un bien de uso para los residentes permanentes de la ciudad, los vecinos. El derecho al espacio público es el derecho a la ciudad, motivo por el cual la creciente privatización del espacio público se entiende como un paso más de la acumulación por desposesión que se tiene que evitar.

La administración pública, encargada de articular las políticas urbanas va cambiando de concepción dependiendo del color político del gobierno. En algunas ocasiones favoreciendo una concepción más mercantil del espacio público, liberalizando su uso por parte de las actividades económicas regladas, en otras ocasiones poniendo restricciones.

Probablemente un camino fructífero para avanzar en el estudio riguroso del espacio público es el concepto de espacio banal de Milton Santos. Contempla la totalidad de las existencias que conviven dialécticamente en una sociedad cada vez más desigual y contradictoria. Permite a la vez integrar a todas las personas que participan del cotidiano de la ciudad intervenir desde un mismo rango, como consumidoras, sean turistas, empresarios, vecinos o personas sin techo. El concepto de espacio banal debería ser estratégico para el diseño de políticas urbanas más incluyentes y duraderas.

Por lo que respecta al concepto de espacio público, el debate sobre si las terrazas de bares y restaurantes son espacios públicos o privados no es fácil. A pesar de que sean espacios abiertos y visibles, su accesibilidad está totalmente restringida a una transacción económica. Este último hecho indica que las terrazas de bares y restaurantes en calles y plazas son espacios más privados que un centro comercial de estilo americano, donde el acceso es teóricamente libre sin necesidad de consumir.

El conflicto es una variable importante a tener en cuenta a la hora de analizar el espacio público actualmente, un hecho que se hace evidente en el análisis de la Rambla del Poblenou. La revalorización de los precios de los locales comerciales en el contexto neoliberal y el papel creciente e imparable de la urbanización hace entrever que la ocupación del espacio público seguirá siendo un objetivo por parte de los empresarios de la restauración y del comercio al por menor. Uno de los únicos caminos eficaces para preservar el espacio público de esta

privatización masiva sería la de una fiscalización al alza en los lugares más congestionados, con el riesgo evidente que significaría al amenazar la democratización del acceso al consumo en ellas.

El debate presentado a lo largo de este trabajo apunta hacia una necesaria mejor apreciación conceptual de algunos términos constantemente utilizados en los debates pero que han sido contruidos a partir de imágenes parciales demasiado simples. Parece evidente que el problema del sujeto Barcelona es especialmente importante a tener en cuenta en cualquier debate: Barcelona somos todos y hay tantas Barcelonas como individuos/ ciudadanos? Es por ello que no se puede confundir el todo por las partes de esta realidad compleja como es la ciudad; nos tenemos que preguntar siempre por quien pierde y quien gana. A la vez, para intentar entender bien los conflictos de una manera racional, es importante entender bien cada uno de los conceptos que se utilizan. ¿Qué es un vecino? ¿Qué es un turista? ¿A qué escala situamos el abordaje metodológico para cada una de las conceptualizaciones?

En el debate sobre la apreciación conceptual probablemente deberíamos profundizar más en los consumidores como concepto, y es que vecinos, activistas sociales, empresarios o turistas son todos ellos consumidores en algún momento a lo largo de las distintas escalas del tiempo. Consumidores no en el sentido peyorativo de la crítica postmoderna del denominado consumismo, sino consumidores como una forma de participación en las decisiones de la ciudad, y una forma de ejercer la ciudadanía actualmente.

Bibliografía

Benjamin, W. (1997[1945]). *Paris, capitale du XIXe siècle : Le Livre des passages*. Paris: Editions du Cerf.

Carreras, C. (2017). On the 25th anniversary of the cultural logic of late capitalism. The long wave of the Consumer's society. In D'Alessandro L. & Nicosia (Eds.), *Oltre la "new retail geography": teorie, politiche e pratiche dei luoghi del commercio nella città*. Sesión 37, Slot 1. Roma: XXXII Congreso geográfico Italiano.

Carreras, C. (dir.) (2003). *Atles comercial de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Carreras, C. (1993). *Geografía urbana de Barcelona*. Vilassar de Mar: Oikos-Tau.

Carreras, C., Martínez-Rigol, S.; Frago, Ll., Morcuende, A. & Montesinos, E. (2016). New spaces and times of consumption in Barcelona: the case of El Raval. *Geotema*, XX, 51, 32-41.

Castells, M. (1983). *The city and the grassroots: a cross cultural theory of Urban Social Movements*. Berkley: University of California.

Frago, Ll. (2017). Gentrificación y consumo: el papel de los mercados municipales. In: Gasca J., (Ed.), Espacios del consumo y del comercio en la ciudad contemporánea (pp. 137-155). Ciudad de México: UNAM, pp. 137-157.

Gremi de la Restauració de Barcelona (2017), Llibre blanc de les terrasses. Barcelona: febrero de 2017.

Harvey, D. (2003). The new imperialism. London: Oxford University Press.

Harvey, D. (2012). Rebel cities. Londres: Verso

Huertas Claveria, J M. (2006). "Poblenou, el". In: Alberch R. & Giralt J. (eds.), Enciclopèdia de Barcelona (pp.22-26). Barcelona: Gran Enciclopèdia Catalana SA & Ajuntament de Barcelona, Vol. 4.

Jacobs, J. (1961). The death and life of Great American Cities. Nueva York: Random House

Jameson, F., 1991, Postmodernism or the cultural logic of late Capitalism. Durham: Duke University Press.

Martínez-Rigol, S. (2017). Can we talk about the retail gentrification? In D'Alessandro L. & Nicosia (Eds.), Oltre la "new retail geography": teorie, politiche e pratiche dei luoghi del commercio nella città. Sesión 37, Slot 1. Roma: XXXII Congreso geografico Italiano.

Marx, K. (1996 [1867]). El carácter fetichista de la mercancía y su secreto. In Marx, K., El Capital, Libro 1, El proceso de producción del capital, Sección Primera, Mercancía y dinero, Capítulo 1, La Mercancía. Madrid: Ed. Pirámide.

Morcuende, A. (2017). Rupturas urbanas: El espacio de los movimientos sociales en La ciudad contemporánea. El caso Del 15-M em España. In Gasca Espacios Del consumo y El comercio. Ciudad de México: UNAM, pp. 301-313.

Santos, M. (1987). O espaço do cidadão. São Paulo: Hucitec

Santos, 2001, (2001). Por uma outra globalização. Rio de Janeiro: Record.

Serra, J., Carreras, C. i Martínez, S. (2011). Atles de Barcelona, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.

Smith, N. (1996). New urban frontier: Gentrification and the revanchist City. Nueva York: PsychologyPress.

Zukin, Sh. (2009). Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places. Londres: Oxford University Press.

Webgrafía:

Masiva huelga de terrazas de bares en la Rambla del Poblenou. (2016, abril). El Periódico. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/huelga-terrazas-rambla-poble-nou-5081552>

Huelga de terrazas en la Rambla del Poblenou. (2016, abril). El País. Disponible en: https://elpais.com/ccaa/2016/04/24/catalunya/1461523187_787195.html

Barcelona multa con 600.000 euros a Airbnb y Homeaway por anunciar pisos turísticos ilegales. (2016, noviembre). Catalunya plural.

Disponible en: http://www.eldiario.es/catalunya/barcelona/Barcelona-Airbnb-Homeaway-turisticos-ilegales_o_583741721.html

Unos 200 restauradores se manifiestan contra la política de terrazas de Colau. (2016, octubre). El País.

Disponible en: https://elpais.com/ccaa/2016/10/28/catalunya/1477645756_265907.html

Manifest per la regulació de les terrasses (recollida d'adhesions de les AVV). (2017, febrero). Federació d'associacions de veïnes i veïns de Barcelona (FavB). Disponible en: <http://www.favb.cat/articlescarrer/manifest-la-regulaci%C3%B3-de-les-terrasses-recollida-dadhesions-de-les-avv>

Lluitar contra les terrasses es lluitar contra la ciutat. Entrevista a Roger Pallerols, Director general del Gremi de Restauració de Barcelona. (2017, febrero). El Punt Avui.

Disponible en: <http://admin.elpunt.cat/societat/article/5-societat/1066382-lluitar-contra-les-terrasses-es-lluitar-contra-la-ciutat.html>

Soler, J. M. (2014), "El Poblenou, gent i gentrificació", El Poblenou, Publicació de l'associació de veïns i veïnes del Poblenou, pp. 4-6. Disponible en: <http://www.elpoblenou.cat/files/N84DESo14.pdf>.