



Figura 4.38

## PLAZA ROSA DE LOS VIENTOS.

Figura 4.33: La Barceloneta en los años '70. Figura 4.34: La Barceloneta en los años '90 con los clubes de natación en la playa de Sant Sebastià y los Muelles del Levantey Adosados. Figura 4.35: La Barceloneta con la inauguración del Hotel W, se rellena un amplio espacio ganado al mar, se abrió la nueva Bocana y se está construyendo la futura dársena deportiva. Figura 4.36: La nueva Plaza Rosa del Vents y las pilonas son también de diseño de Ricardo Bofill. Figura 4.37: La plaza actúa como gran mirador del Mediterráneo. Figura 4.38: La plaza levantada 11 metros y los nuevos espacios públicos de acceso al Hotel.



Figura 4.35

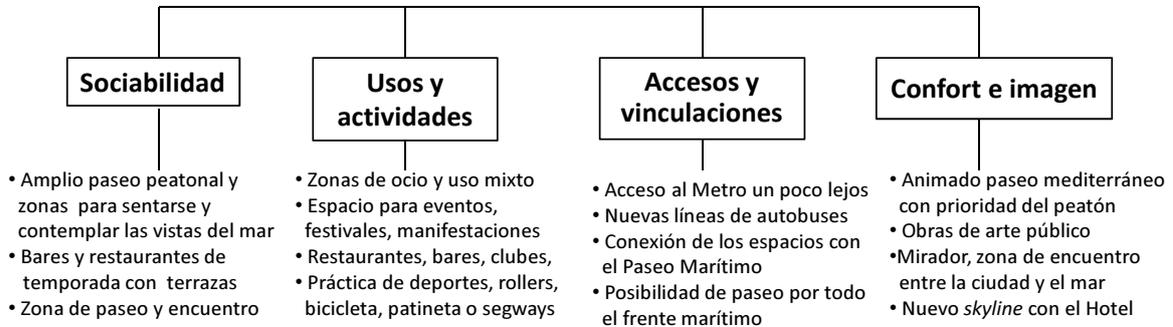


Figura 4.39: Análisis de los tres nuevos espacios asociados al Hotel W, según los parámetros del estudio Project for Public Space. Los cuatro atributos están bien presentes en los espacios, que son un eslabon más en la apertura de la ciudad al mar, siendo el punto de encuentro entre la ciudad y el mar para las personas que bajan por Joan de Borbó.  
 Figura 4.40: Flujos de los nuevos espacios, donde vemos que la plaza de Mar juega de nexo con el barrio de la Barceloneta y el resto del Paseo Marítimo

Haciendo un análisis siguiendo los parámetros del estudio de Project for Public Spaces, vemos los cuatro atributos que están bien marcados. La sociabilidad de los espacios es muy grande, donde permanentemente vemos grupos de personas paseando, sentados, descansando, o disfrutando las vistas, y donde además se han instalado comercios privados como chiringuitos que le agregan más vida. Esto es muy característico debido a su amplia variedad de usos y actividades, como mencionamos anteriormente. Desde carreras hasta espectáculos, pequeños even-

tos, zonas peatonales o de bici, de paso o mirador. Los accesos han mejorado bastante con la prolongación del Paseo Joan de Borbó y sus nuevas líneas de buses, además de la parada de Metro que no dista mucho. Es una conexión que tiene continuidad entre sí y con los demás paseos, y que tiene buenas vistas frente al mar. Por último, es un espacio de gran confort y muy fuerte imagen. Tiene calidad funcional, es seguro y es casi peatonal en su totalidad. Unidos al mar y hotel, posee una fuerte imagen que es permanentemente fotografiada.



En la figura 4.40 vemos los flujos de los nuevos espacios, donde la Plaza del Mar es un nodo que concentra flujos de distintas direcciones. Es un punto de encuentro para las personas que bajan de la ciudad por Joan de Borbo y llegan al mar, algo muy bien utilizada por el arquitecto Jordi Henrich para crear una leve pendiente que sirve de mirador. El recurso es más exitoso, debido a la gran concentración de personas en los pequeños escalones, un sutil recurso pero muy valido para crear urbanidad.

El resto del paseo actua mas de transito, aunque la Plaza del Mar es un gran mirador del Mediterraneo elevado a 11 metros, y una pequeña escalera que nos invita a contemplarlo.

En la figura 4.41 vemos el esquema del espacio analizado, con el Hotel W como mojón y area de estudio, que conecta con el resto del Paseo Marítimo y crea un arco hasta el siguiente mojón en el Puerto Olímpico. Ambos son el *skyline* del *waterfront* de la ciudad como vemos en la figura 4.42.



Figura 4.41: Esquema del area de estudio.

Figura 4.42: imagen de los dos mojones del skyline de la ciudad.



Cabe señalar como contrapartida, que es curioso ver como en los nuevos paseos han plantado cientos de palmeras. En un par de kilómetros hay centenares de ellas y ninguna otra clase de árbol o arbusto. No se trata de palmeras datileras, que son más frondosas, sino palmeras de Florida, dan muy poca sombra. También es llamativo que la misma Ley de Costas que se llevó por delante los viejos chiringuitos para crear nuevos espacios públicos, de gran éxito por cierto, haya podido ser sorteada para amparar luego esta obra privada al mejor estilo dubaití.

A pesar de ello, el Hotel W Barcelona, ha sido galardonado con la distinción a “Mejor arquitectura exterior de Hotel de Europa 2010” de los prestigiosos premios Villégiature. Además, la revista Condé Nast Traveler, una de las más prestigiosas a nivel internacional en el sector de viajes, han elegido al hotel W como Mejor Hotel Urbano, según los lectores de la versión española de la revista.

Hoy su silueta ya preside la primera línea de mar de la ciudad, donde ya es un nuevo icono del litoral barcelonés. El Hotel se encuentra en todas las postales de Barcelona, al igual que la Torre Agbar de Jean Nouvel. Y la ciudad, ganó tres nuevos espacios públicos de calidad.

Aquí vemos una vez más, la relación entre turismo, diseño urbano y regeneración urbana. La revitalización de un espacio apartado, ganando terrenos al mar, construyendo nuevos espacios públicos para la ciudad, y la construcción de un hotel de lujo, con arquitectura icónica, que añade valor a la marca y la imagen de la ciudad, y que genera la creación de un nuevo icono turístico (mojón o landmark), y que supondrá la creación con el tiempo de un nuevo nodo turístico, una vez finalizado todo el proyecto.



Figura 4.43: La silueta del Hotel W junto con los tres nuevos espacios públicos, ya son un paseo característico de la ciudad.



Figura 4.44: La plaza del Mar repleta de gente observando la actuación de Tony Hawk. Aquí vemos una vez más el espacio público como playa de ocio, tal cual nos señala Muñoz (2008), un espacio de diversión tanto para ciudadanos como para visitantes.

*“El espacio público es el escenario de la cultura urbana, donde la ciudadanía se ejerce y donde se pueda cohesionar una sociedad urbana”*

Richard Rogers 2001, p. 16

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

- Anexos
- Bibliografía
- Índice analítico
- Índice de figuras



## CONCLUSIONES

Desde mediados de siglo pasado, las ciudades han experimentado un fuerte proceso de transformación. Por un lado, con el proceso de desindustrialización que comienzan a vivir debido a la crisis industrial de los '70, van dejando grandes espacios obsoletos en la ciudad. Por otro lado, un cambio de modelo de una economía industrial a una economía de servicios, junto con las nuevas tecnologías y las industrias culturales, han dado paso a la industria del turismo como una nueva fuente de riqueza y motor económico en ciudades que antes poseían un escaso desarrollo turístico. Además, hay que añadir el renacer político de las ciudades, que hoy son los nuevos actores del escenario global.

En este contexto de regeneración urbana y reconversión económica, el turismo ha sido una fuente de recuperación económica y proyección internacional para ellas. Pero además ha sido una gran herramienta como catalizador de transformaciones urbanas, junto con la organización de grandes eventos. Este sentido podemos ver los JJOO o las Capitales Culturales como principales ejemplos. Ciudades de gran pasado y tradición industrial, se han volcado masivamente a la

actividad turística, a la arquitectura icónica, resaltando su cultura y a la producción de todo tipo de eventos efímeros como parte de lo que llamamos *festivalización* de la ciudad. Hoy día las ciudades y el turismo urbano viven un auge sin precedentes.

Pero como hemos señalado una de las particularidades del turismo urbano, es que se practica esencialmente en espacios públicos. Como resultado del trabajo, hemos podido comprobar que los turistas no sólo se mueven a través de ellos, sino que también es donde pasan la mayor parte del tiempo. Por ello hemos llegado a la observación que el turista consume espacios, información, señalética y transporte, ejerciendo una notable influencia y apropiación sobre los espacios públicos de la ciudad. Como primera medida, en el proceso de diseño de estos espacios, con la implantación de una correcta señalética, calidad estética y mobiliario adecuado, como bancos de descanso o puntos de información. En segundo lugar, en el continuo proceso de readaptación de estos espacios debido al mayor movimiento de flujos y al uso intensivo de ellos. Esto es debido al éxito turístico de la ciudad y al incremento del número de visitantes, que

causa una masificación de la ciudad y la saturación de los espacios urbanos, lo que conlleva a reordenar espacios e implementar por ejemplo dársenas para autobuses o peatonalización de calles.

También a través del trabajo, hemos comprobado que el incremento de la actividad turística, genera un uso intensivo del espacio público, originando por adición que nuevos medios de desplazamientos invadan y dominen el espacio urbano: bus turísticos, Segways, bicis, tours temáticos, coches especiales, etc. En esta nueva interacción entre el turista y el espacio urbano, el incremento de flujos de visitantes y los movimientos peatonales, cambian los patrones y funciones de la ciudad, incluso el transporte público que está próximo a las atracciones turísticas suelen estar extremadamente saturadas, ocasionando un colapso de nudos turísticos y tráfico.

Así mismo, el paisaje urbano forma parte de la imagen y la calidad visual del destino, por lo que su conservación como bien estético de carácter público es imprescindible como parte de su identidad cultural que le añade atractivo a la ciudad. Para ello se recupera, se conserva y se resalta su legado arquitectónico, quitando elementos contaminantes, respetando el orden arquitectónico, recuperando fachadas, pintándolas con los colores originales e iluminándolas. Algo que hemos visto muy claro como eje en el Modelo Barcelona. Lo cual en muchos casos tales como programa 'Barcelona ponte guapa' además potencia el apego del residente con su ciudad. Este paisaje de calidad genera un valor añadido en la concepción de imagen de ciudad, ya que como hemos visto reiteradamente, las ciudades utilizan su arquitectura y paisaje urbano como imagen de promoción.

Por otro lado, también hemos podido llegar a la observación que la influencia entre el turismo y el diseño urbano es recíproca. Es decir, no sólo por parte del turismo sobre el diseño de la ciudad, sino también que el diseño urbano de calidad potencia el atractivo turístico de las ciudades, y por ende redirige los flujos de turistas hacia estos nuevos destinos. Por ello, en los procesos de regeneración urbana, las ciudades que son articuladas mediante espacios públicos de calidad, fachadas urbanas atractivas y arquitectura icónica, generan un valor añadido que repercute en la imagen del destino turístico y potencia su atractivo.

Estas ciudades que son puestas en el 'mapa turístico', ocasionan un notable incremento en la actividad turística y la llegada de visitantes, lo que conlleva a generar un uso intensivo de sus espacios públicos, y de esta manera volver a la influencia del turismo en el diseño urbano, mencionado en el párrafo anterior, generando un proceso cíclico y recíproco como vemos en la figura 5.1.

Este es el caso de Barcelona y la mayoría de las ciudades post-industriales. La construcción del destino turístico fue de la mano de la construcción urbanística de la ciudad. Sin la regeneración urbana de la ciudad, la apertura de su fachada al mar, la transformación de los espacios obsoletos, la construcción de espacios públicos de calidad, la arquitectura de prestigiosos arquitectos, la promoción de su cultura y la organización de eventos, la ciudad no hubiese logrado alcanzar semejante éxito turístico. Y la historia de la promoción turística de Barcelona así lo demuestra, recogiendo el legado que desde el ideal *Noucentista* nos dejó un proyecto de ciudad moderna que representa el sueño de la burguesía local desde la *Renixença* hasta la actualidad.

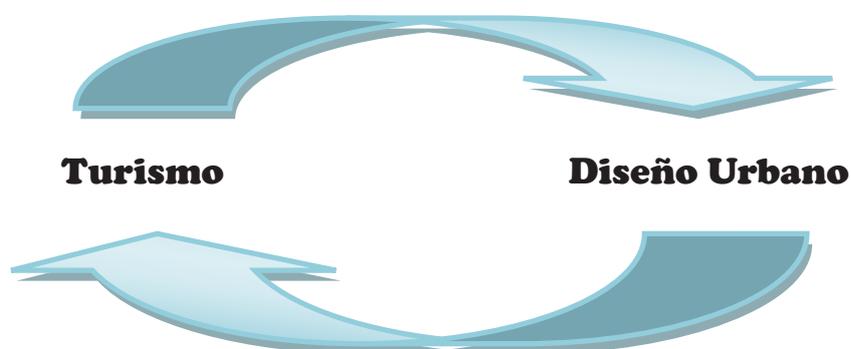


Figura 5.1: Gráfico sinóptico que resume la influencia recíproca entre el turismo y el diseño urbano.

Por ello, podríamos afirmar que la construcción urbanística de la ciudad a través del denominado Modelo Barcelona, permitió la consolidación de la ciudad como destino turístico urbano de primer orden. Como afirma Cy Paumier, la buena imagen de una ciudad proviene de sus espacios públicos, más que de su arquitectura icónica. Prueba de ello, son la variedad de souvenirs con los diseños de los panots como recuerdo turístico de Barcelona, una ciudad vivida en el espacio público. Esto quiere decir que la configuración de la iconografía turística, también viene dada a partir de sus espacios públicos, como modelo de urbe que quiere proyectar su identidad y vida mediterránea. Y que la construcción actual de la marca BCN nace en la reconstrucción urbanística de los '80 iniciada por Bohigas con la creación de sus espacios públicos de calidad. No debe haber otra ciudad en el mundo que tenga tanta variedad y tan desarrollados los productos de souvenir basados en el diseño de sus panots, un elemento urbano de identidad con características urbanas asociadas con su cultura, desde Gaudí hasta Cerdá. Esto habla a claras de la importancia del espacio público en la concepción de la marca, imagen e identidad urbana, arraigando sus valores en los espacios públicos como espacio social característico del Modelo Barcelona.

Cabe añadir que en varias ciudades vemos similitudes en programas, ofreciendo una mejora en la calidad de vida y espacios públicos, con fuertes contenidos culturales que incluyen la construcción de nuevos centros de exposición y arte moderno, la implementación de arte público de vanguardia, y el apoyo a la conformación de *clusters* culturales y/o creativos. Y también señalética y movilidad turística. Algo que hemos visto en el *gazeerte* que hemos realizado de Liverpool y Berlín. Además de la mencionada arquitectura icónica, que no son la solución de los problemas sino la cara visible de un proceso, que a veces comienza por estos edificios, pero que generalmente basan sus políticas en la creación de espacio público, equipamientos, cultura, transporte, movilidad y legibilidad, entre otros. Aunque como señala Muñoz (2008), la arquitectura global puede ser reproducida en diferentes ciudades del mundo con similares características, una de las particularidades de Barcelona es que a diferencia de otras ciudades su modo de hacer ciudad se basa en el espacio público, y este mismo es imagen de promoción, por la cual ésta es su gestión de la diferencia. El panot crea identidad de ciudad, los diseños tan comercializados del panot son la singularidad de Barcelona, que a diferencia de la arquitectura global puede ser reproducida indiferentemente en cualquier ciudad.



#### ELEMENTOS URBANOS, IDENTIDAD Y TURISMO

Figura 5.2: El panot Gaudí a la venta como souvenir de la ciudad en una estantería de una librería céntrica.

Figura 5.3: La conocida tienda Calpa ubicada en la calle Ferran, que vende bolsos y carteras de piel, ofrece numerosos diseños a partir del panot Gaudí y el panot Barcelona. Incluso en el escaparate podemos observar medio trozo de panot haciendo juego con el diseño.

Figura 5.4: La chocolateros Enric Rovira ofrecen la Barcelona Collection, *rajoles* de chocolate que son quizás la más conocida entre locales y turistas. Esta colección recrea los panots de Barcelona más característicos del Eixample, principalmente el panot Barcelona y el Gaudí. También está la Barcelona postal donde combinan la forma de una illa de l'Eixample con una foto representativa de Barcelona incluida en la caja en forma de postal. Tanto la caja como la propia tableta de chocolate llevan el diseño de los panots.



También hemos podido comprobar a través de los distintos casos de estudio, la relación entre el turismo, la ciudad y el diseño urbano. En el primer caso, vemos un espacio tradicional y representativo de la ciudad como La Rambla, un espacio vívido cargado de atracciones, donde se da la experiencia de la interacción entre el visitante y la ciudad. Aquí vemos como los arcos turísticos terminan siendo nodos, es decir atracciones en sí mismas, por lo que la esencia del viaje son las calles, las plazas, las terrazas, los parques. Porque al fin de cuentas, más que las atracciones, la esencia de un viaje de turismo urbano es pasear por la ciudad. El espacio público de la ciudad entonces se convierte en el principal punto de interés turístico de Barcelona.

En el segundo caso de estudio, hemos podido comprobar, un ejemplo claro de regeneración urbana asociado al turismo y la arquitectura icónica. Las regeneraciones generalmente promueven la creación de espacio público como eje del proyecto, pero en grandes ciudades con proyección internacional y actividad turística, la arquitectura icónica es una pieza fundamental que vertebrata todo el proceso, ya que atrae nuevos inversores y turistas, siendo el elemento identificativo del proceso del cambio. Pero la regeneración si no resulta ser una ciudad cómoda para los ciudadanos, la transformación no es completa y es problemática, creando una dualidad y conflictos entre turismo y ciudad. Hasta hace poco, la planificación urbana se limitaba a direccionar y proveer de funciones de servicios y alojamiento al turismo. Hoy día, nuevos tipos de espacios emergen, debido a nuevas demandas de infraestructura, señalética, ocio y paisaje urbano. Y la arquitectura icónica, es también uno de ellos. Aunque la arquitectura icónica siempre ha funcionado así a lo largo de los años. La semiótica del turismo y relaciones

antropología siempre han sido dadas de esta manera. Por ello una gestión de la diferencia de Barcelona son los panots como souvenir, ya que el panot con el dibujo de flor es el símbolo que representa la consolidación de la ciudad, el espacio público y el Eixample de Cerdá.

Pero aún queda varios puntos pendientes de solucionar en la ciudad. No se puede culpar a las aerolíneas de bajo coste por la merma de la calidad del turismo y turistas, ya que en otras ocasiones ha sido estudiado y comprado que ello es más mito que realidad. La ciudad una vez más debe asumir sus compromisos y ser referencia de estos cambios. Los retos de la futura Barcelona entonces son una apuesta por la calidad de turismo, calidad de trabajo en el turismo, y equilibrio territorial en desarrollo turístico, que descomprima el centro de la ciudad, para impedir la dualidad que evite las interferencias con la sociedad, previendo una mejor distribución territorial del turismo y no la saturación de espacios, que conlleva a enfrentamientos con vecinos. Cabe destacar la importancia del diseño urbano para evitar algo que ya ejemplificamos en el trabajo, y que los antropólogos denominan *turismofobia*. El mal diseño urbano produce un caos en la ciudad, que en términos turísticos se traduce en un exceso en la capacidad de carga del destino, y en una desorganización espacial, perjudicando la vida diaria del ciudadano. Aquí también vemos un exceso de *festivización* del centro, donde principalmente en el casco antiguo coexiste una suerte de permisividad de todo vale. En este sentido, la participación ciudadana integrando la población local en la planificación turística de la ciudad, es de vital importancia para encauzar objetivos comunes y lograr una actitud más favorable hacia el turismo. Aunque es importante señalar que debido a la actual crisis, donde la mayoría de las actividades se

han visto resentidas, el turismo en este último año ha crecido sorprendentemente en la ciudad, siendo por demás un importante motor económico de Barcelona, forjando a cambiar la perspectiva negativa que mucha gente tenía hacia a la actividad. Cabe añadir, que la nueva tasa turística a implementarse este año, no solo debe servir como fuente de financiación a la promoción turística de la ciudad, sino también a paliar los efectos negativos que esta genera.

Dentro de esto, como hemos podido ejemplificar, ya vemos la iniciativa de «recuperar La Rambla para los barceloneses» mediante una reordenación del paseo a través de la Asociación de Amigos de la Rambla, el IMPUCV y el Observatorio de la Rambla (foro que agrupa a autoridades municipales, comerciantes, colectivos vecinales y entidades culturales). Un espacio de ciudad tradicional, con un fuerte proceso de turistificación que termina expulsando al residente. El rediseño de quioscos fue el primer paso, al que le seguirá las cubiertas de las terrazas y cambiar el pavimento.

En resumen, podemos afirmar que el turismo influye en el diseño del espacio público, pero que el diseño urbano hace lo propio sobre el turismo. Creando un círculo virtuoso. Ya que, como hemos visto, el turismo supone un elemento de desarrollo económico, a la vez que de desarrollo urbano. Donde el buen diseño urbano crea una imagen de calidad ambiental urbana como atractivo turístico. Y fundamentalmente este proceso lo vemos en Barcelona, donde la regeneración de la ciudad basada en espacios públicos de calidad, favoreció el desarrollo y la construcción de un destino asociado a la vida mediterránea y la calidad urbana. Aunque no se pueden exportar soluciones, sí se puede aprender de los modelos, ya que de las soluciones de otras ciudades se pueden mejorar los proyectos urbanos y evitar cometer los mismos errores. De esta manera, podemos concluir entonces que el Modelo Barcelona supuso la consolidación y la proyección de la ciudad de Barcelona no solo como modelo de urbe, sino como marca y destino turístico asociado a la calidad de sus espacios públicos.



Figura 5.5: Imágen de la Barceloneta con el nuevo espacio público.

> Página siguiente  
Figura 5.6: Imagen panorámica antigua.  
Figura 5.7: Imagen panorámica actual.



*“The image of a great city stems largely from the quality of its public realm  
-its streets, boulevards, parks, squares, plazas and waterfronts.  
Individual architectural landmarks may become icons, but it is the quality of the  
overall public environment that makes a city livable and memorable”  
Cy Paumier 2004, pág. 3*



## Anexos

Estadísticas de la ciudad de Barcelona en base a datos de Turisme de Barcelona.

Figura 5.8: Turistas y pernoctaciones en la ciudad

AÑO	TURISTAS	PERNOCTACIONES
1990	1.732.902	3.795.522
1991	1.727.610	4.089.510
1992	1.874.734	4.333.419
1993	2.455.249	4.256.524
1994	2.663.887	4.704.621
1995	3.089.974	5.674.580
1996	3.061.994	6.341.381
1997	2.823.390	6.985.390
1998	2.969.490	7.400.337
1999	3.123.476	7.542.115
2000	3.141.162	7.777.580
2001	3.378.636	7.969.496
2002	3.580.986	8.696.772
2003	3.848.187	9.102.090
2004	4.549.587	10.148.238
2005	5.656.848	10.931.639
2006	6.709.175	13.198.982
2007	7.108.393	13.620.347
2008	6.659.075	12.485.198
2009	6.476.033	12.817.170
2010	7.133.524	14.047.396

Figura 5.9: Cantidad de museos y visitantes

Año	Cantidad	Visitantes
1980	20	791.123
1981	20	-
1982	20	-
1983	20	-
1984	26	1.398.464
1985	24	1.311.393
1986	24	1.328.285
1987	24	1.336.527
1988	29	-
1989	29	1.642.432
1990	30	1.872.223
1991	35	2.303.713
1992	35	3.162.307
1993	35	3.574.426
1994	32	3.466.330
1995	32	3.504.312
1996	35	5.028.848
1997	37	5.075.118
1998	39	5.025.263
1999	40	6.628.054
2000	40	6.674.937
2001	40	6.552.290
2010	66	-

Figura 5.10: Cantidad de hoteles, plazas y habitaciones

AÑO	HOTELES	HABITACIONES	PLAZAS
1990	118	10.265	18.569
1991	128	10.812	19.749
1992	148	13.906	25.055
1993	155	13.906	26.191
1994	158	14.830	27.542
1995	160	15.076	27.988
1996	162	15.090	28.040
1997	165	15.273	28.770
1998	165	15.157	28.607
1999	174	15.656	29.559
2000	187	16.561	31.338
2001	203	18.141	34.303
2002	215	19.267	36.574
2003	232	20.852	39.632
2004	255	23.739	45.286
2005	268	25.355	49.235
2006	285	26.968	52.484
2007	295	27.806	54.036
2008	312	29.292	56.983
2009	321	30.933	60.331
2010	328	31.776	61.942

Figura 5.11: Llegada de pasajeros al Aeropuerto del Prat.

AÑO	PASAJEROS
1990	9.048.657
1991	9.145.000
1992	10.196.000
1993	9.660.229
1994	10.301.659
1995	11.727.814
1996	13.434.679
1997	15.065.794
1998	16.195.032
1999	17.421.952
2000	19.808.812
2001	20.747.512
2002	21.347.664
2003	22.752.820
2004	24.558.411
2005	27.095.754
2006	30.008.152
2007	32.898.249
2008	30.272.084
2009	27.311.765
2010	29.209.595

Figura 5.12: Cantidad de cruceros y pasajeros.

AÑO	CANTIDAD	PASAJEROS
1990	207	115.137
1991	227	106.868
1992	220	132.807
1993	250	152.082
1994	289	173.838
1995	356	233.389
1996	375	277.324
1997	417	359.283
1998	447	466.268
1999	486	546.023
2000	495	572.571
2001	544	654.806
2002	633	843.685
2003	717	1.054.412
2004	629	1.024.851
2005	689	1.226.561
2006	714	1.407.179
2007	817	1.768.306
2008	887	2.069.651
2009	799	2.151.465
2010	841	2.350.283

Figura 5.13: Cantidad de usuarios del Bus Turistic.

AÑO	USUARIOS
1990	23.759
1993	101.400
1994	123.800
1995	131.600
1996	193.467
1997	429.628
1998	452.232
1999	653.508
2000	873.611
2001	983.302
2002	1.150.621
2003	1.268.490
2004	1.474.954
2005	1.654.145
2006	1.881.125
2007	2.181.599
2008	2.076.785
2009	1.913.419
2010	1.925.226

Figura 5.14: Cantidad de usuarios del Barcelona Walk.

AÑO	USUARIOS
2000	4.253
2001	4.340
2002	5.874
2003	6.105
2004	6.377
2005	15.496
2006	16.300
2007	17.509
2008	15.736
2009	16.916
2010	15.201

Figura 5.15: Cantidad de reuniones de congresos y delegados.

AÑO	REUNIONES	DELEGADOS
1990	373	105.424
1993	710	175.323
1994	703	164.931
1995	739	167.593
1996	832	213.086
1997	999	217.982
1998	1002	263.835
1999	1171	272.094
2000	1380	269.508
2001	1345	255.436
2002	1363	301.313
2003	1139	286.151
2004	1148	360.335
2005	1353	346.005
2006	1303	491.028
2007	1775	629.704
2008	2482	695.902
2009	1857	576.157
2010	2138	616.833

Figura 5.16: Valoración de Barcelona.

Oferta arquitectónica	8,75
Oferta cultural	8,36
Ocio y entretenimiento	8,10
Infraestructura	8,06
Oferta hotelera	7,97
Oferta comercial	7,94
Carácter de los ciudadanos	7,90
Transporte público	7,87
Señalización e información	7,84
Oferta restaurantes	7,83
Calidad/precio oferta hotelera	7,83
Calidad/precio oferta comercial	7,8
Calidad/precio oferta restauración	7,75
Limpieza general	7,45
Bares	7,41
Calidad/precio bares	7,38
Contaminación atmosférica	7,05
Seguridad ciudadana	6,90
Ruidos	6,90
Valoración global	8,14

Figura 5.17: Usuarios a los lugares de interés

Templo Expiatorio de la Sagrada Familia	2.317.349
CosmoCaixa Barcelona	2.128.453
L'Aquarium de Barcelona	1.660.261
CaixaForum Barcelona	1.552.110
Castell de Montjuic	1.371.355
Museu Picasso	1.369.187
Museu FC Barcelona President Nuñez	1.311.638
Teleferic de Montjuic	1.182.528
Fundación Joan Miró	1.102.558
Parc Zoológic de Barcelona	1.054.885
La Pedrera de Catalunya Caixa	1.022.887
Poble Espanyol de Barcelona	936.455
Museo Nacional de Arte de Catalunya (MNAC)	897.179
Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (MACBA)	746.592
Casa Batlló	673.786
Museo de Historia de Barcelona	653.707
Palau Robert	506.357
Museo Marítimo de Barcelona (MMB)	432.002
Casa-Museo Gaudí (Park Güell)	412.054
Parque de atracciones Tibidabo	402.009
Fundación Fran Daurell	392.193
Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona CCCB	359.964
Funicular del Tibidabo	352.763
Tramvía Blau	310.721
Templo de Augusto MUHBA	307.026
Museo de Historia de Catalunya	306.256
Museo Egipcio de Barcelona	305.128
Arts Santa Monica	264.572
Museo de Cera de Barcelona	198.972
Disseny HUB Barcelona DHUB	198.778
Imax	192.167
Palau de la Musica Catalana (visitas limitadas)	189.439

Museo del Chocolate	179.918
Parque del Laberinto (entradas vendidas)	174.182
Museo Olímpico y del Deporte Joan Antoni Samaranch	146.810
Mirador de Colón	127.682
Museo de Ciencias Naturales de Barcelona	113.881
Museo dels Automats del Tibidabo	99.939
La Virreina Centro de la Imagen	86.353
Museo de Cerámica	85.343
Pavellon Mies Van Der Rohe	83.560
Fundación Antoni Tàpies	81.727
Palau Güell	62.103
La Capella	57.145
Museo de la Música	54.159
Museo Etnológico de Barcelona	47.398
Museo Barbier-Mueller de Arte Precolombino	34.053
Otros	202.656
Total	26.748.240

Figura 5.18: Posicionamiento internacional.

Ránking		2009
1	Londres	24.900.000
2	Paris	14.416.395
3	Berlín	8.262.957
4	Roma	7.737.404
5	Madrid	7.175.184
6	Barcelona	6.476.033

## Bibliografía

AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Barcelona. La segona renovació*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 1996.

AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Barcelona 1979-2004. Del desarrollo a la ciudad de calidad*. Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 1999.

AMENDOLA, Giandoménico. *La Ciudad Postmoderna*. Madrid, Celeste ediciones, 2000.

ANTÓN CLAVÉ, Salvador; GONZALEZ REVERTE, Francesc. *Planificación territorial del turismo*. Barcelona, Editorial UOC, 2005.

ASHWORTH, Gregory John; TURNBRIDGE, J. E. *The tourist-historic city*. London, Belhaven Press, 1990.

AUGÉ, Marc. *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1993.

AUGÉ, Marc. *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1998.

BAINES, Phil; DIXON, Catherine. *Señales: Rotulación en el Entorno*. Barcelona, Editorial Blume, 2004.

BAYLEY, Stephen. *Liverpool: Shaping the City*. London, Riba Publishing, 2010.

BORJA, Jordi. *Estado y ciudad. Descentralización política y participación*. Barcelona, PPU, 1988.

BORJA, Jordi (ed.). *Barcelona. Un modelo de transformación urbana*. Quito, Programa de Gestión Urbana, P.N.U.D. Banco Mundial, 1995.

BORJA, Jordi; CASTELLS, Manuel. *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid, Taurus, 1998.

BOTO, Leonardo (Comp.). *Turismo en áreas metropolitanas. El diseño de una política integral*. Buenos Aires, Fundación Proturismo, 2010.

BRANDÃO, Pedro. *La imagen de la ciudad. Estrategias de identidad y comunicación*. Barcelona, Ube comunicación activa: ciudad, Publicacions de la Universitat de Barcelona, 2011.

BUSQUETS, Joan. *Barcelona. La construcción urbanística de una ciudad compacta*. Barcelona, Ediciones del Serbal (Colección La Estrella Polar, vol. 43), 2004.

BUSQUETS FABREGAS, Jaume; CORTINA RAMOS, Albert. *Gestión del Paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje*. Barcelona, Editorial Ariel, Colección Ariel Arte y Patrimonio, 2009.

CABE & DETR. *By Design. Urban Design in the planning system: towards better practice*. London, Thomas Telford Publishing, 2000.

CABE & DETR. *The Value of Urban Design*. London, Thomas Telford Publishing, 2001.

CALORI, Chris. *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*. New Jersey, John Wiley & Sons, 2007.

CAPEL, Horacio. *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona, Ediciones del Serbal, 2005.

CARTA, Maurizio. *Creative City*. Barcelona, List Laboratorio Internazionale Editoriale, 2008.

CASARIEGO, Joaquín; GUERRA, Elsa. *Reinventar el destino. Reflexiones sobre el espacio turístico contemporáneo*. Santa Cruz de Tenerife, Editorial Ashotel (Especiales de Urbanismo Nº 3), 2005.

CHIAS, Josep. *El negocio de la felicidad. Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares*. Madrid, Prentice-Hall, 2005.

CORREA, Ana. *Ciudades, turismo y cultura. Nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades*. Buenos Aires, La Crujía, 2010.

COSTA, Guim. *Barcelona 1992-2004*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004.

COSTAS, Spirou. *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a global economy*. Oxford, Routledge, 2011.

CULLEN, Gordon. *El paisaje urbano. Tratado de estética urbanística*. Barcelona, Blume, 1974.

EJARQUE, Josep. *Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid, Ediciones Pirámide, 2005.

ENGLISH PARTNERSHIP. *Urban Design Compendium*. London, English Partnership, 2000.

FLEMING, Ronald Lee. *The Art of Placemaking. Interpreting Community Through Public Art and Urban Design*. London, Merrell, 2007.

FRIEDMANN, Reinhard. Urban Management by complexity. Nuevas formas de gestión estratégica urbana y de participación ciudadana. En Fernandez, Gabriel y Leva, Germán (eds.) *Lecturas de economía, gestión y ciudad*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes pp 87-118, 2004.

GAUSA, Manuel; BANCHINI, Silvia; FALCON, Luis. *Multiramblas*. Trento, List Lab Editoriale, 2011.

GEHL, Jan. *La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios*. Barcelona, Editorial Reverté, Colección Estudios Universitarios de Arquitectura nº 9, 2006.

GIBSON, David. *The Wayfinding Handbook. Information: Design for Public Places*. New York, Princeton Architectural Press, 2009.

GLAESER, Edward. *El triunfo de las ciudades*. Madrid, Taurus, 2011.

GONZALEZ REVERTE, Francesc; MORALES PEREZ, Soledad. *Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona, Editorial UOC, 2009.

HAYLLAR, Bruce; GRIFFIN, Tony; EDWARDS, Deborah. *City Spaces, Tourist Places. Urban Tourism Precincts*. Oxford, Butterworth-Heinemann, 2008.

IBELINGS, Hans. *Supermodernismo. Arquitectura en la era de la globalización*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1998.

JENCKS, Charles. *The iconic building: the power of the enigma*. London, Frances Lincoln, 2005.

LASANSKY, Medina; MCLAREN, Brian. *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2006.

LITTLEFIELD, David. *Liverpool One: Remaking a City Centre*. Chichester, John Wiley & Sons Ltd, 2009.

LORENTE, Jesús Pedro. *Espacios de arte contemporáneo generadores de revitalización urbana*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza, 1997.

LORENTE, Jesús Pedro. *The role of the museums and arts in the urban regeneration of Liverpool*. Leicester, Centre for Urban History, University of Leicester, 1996.

LORENTE, Jesús Pedro; FERNÁNDEZ QUESADA, Blanca. *Arte en espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2009.

LYNCH, Kevin. *La imagen de la ciudad*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1984.

MACCANNELL, Dean (1976). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona, Editorial Melusina, 1999.

MADERUELO, Javier (Ed.). *Arte público: naturaleza y ciudad*. Madrid, Fundación César Manrique, 2001.

- MCNEILL, Donald. *The Global Architect. Firms, Fame and Urban Form*. Oxford, Routledge, 2009.
- MINGUET, Josep Maria. *Urban Identity*. Barcelona, Instituto Monsa de Ediciones, 2010.
- MOIX, Llàtzer. *La ciudad de los arquitectos*. Barcelona, Anagrama, 2002.
- MOIX, Llàtzer. *Arquitectura milagrosa. Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*. Barcelona, Anagrama, 2010.
- MONTANER, Josep María. *Museos para el Siglo XXI*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2003.
- MUÑOZ, Francesc. *Urbanización: paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2008.
- OCKMAN, Joan; FRAUSTO, Salomon. *Architourism*. Munich, Prestel Verlag, 2005.
- ODIT France. *Améliorer la qualité d'usage touristique des espaces publics en ville. Des pistes de réflexion et de sensibilisation pour l'action*. Paris, Editions Aout France Collection Miniguide, 2008.
- PAUMIER, Cy. *Creating a Vibrant City Center: Urban Design and Regeneration Principles*. Washington D.C., ULI-the Urban Land Institute, 2004.
- PERMANYER, Lluís. *Barcelona, un museu d'escultures a l'aire lliure*. Barcelona, Ediciones Polígrafa S.A., 1991.
- POL, Enric. Symbolism a priori. Symbolism a posteriori. En A. Remesar (Ed.) *Urban regeneration. A challenge for public art*. Barcelona, Colecció Monografies Psico-Socio-Ambientals (vol. 6, pp. 71-76), Publicacions de la Univesitat de Barcelona, 1997.
- POWELL, Kenneth. *La transformación de la ciudad. 25 proyectos internacionales de arquitectura urbana a principios del siglo XXI*. Barcelona, Blume, colección Naturart, 2000.
- PUIG, Toni. *Marca ciudad. Cómo rediseñarla para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 2009.
- RAMOS LIZANA, Manuel. *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Gijón, Ediciones Trea, 2007.
- RITCHER, Jana (Ed.). *The tourist city Berlin. Tourism and architecture*. Berlin, Braun Publishing, 2010.
- ROODHOUSE, Simon. *Cultural Quarters. Principles and Practice*. Bristol, Intellect, 2010.
- ROGERS, Richard. *Towards an Urban Renaissance. Final report of the Urban Task Force chaired by Lord Richard Rogers of Riverside*. London, Spoon, 1999.

- ROGERS, Richard. *Ciudades para un pequeño planeta*. Barcelona, Gustavo Gili, 2001.
- SEISDEDOS, Gildo. *Cómo gestionar las ciudades del siglo XXI: del city marketing al urban management*. Madrid, Pearson Education, 2007.
- SERRA, Josep Maria. *Elementos Urbanos. Mobiliario y microarquitectura*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1996.
- SHAFTOE, Henry. *Convivial urban spaces. Creating effective public places*. London, Earthscan, 2008.
- SMITH, Melanie. *Tourism, Culture & Regeneration*. London, Cabi Publishing, 2006.
- SORKIN, Michael. *Variaciones sobre un parque temático. La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona, Gustavo Gili, 2004.
- SUDIJ, Deyan. *La arquitectura del poder*. Barcelona, Ariel, 2007.
- TIBBALDS, Francis. *Making People-friendly Towns*. Essex, Longman Group, 1992.
- URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage, 1990.
- VAN SANTEN, Christa. *Light zone city. Light planning in the urban context*. Basel, Birkhäuser Architecture, 2006.
- VERA REBOLLO, José Fernando (Coord.). *Análisis territorial del turismo*. Barcelona, Editorial Ariel, colección Ariel Geografía, 1997.
- VERA REBOLLO, José Fernando (Coord.). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia, Tirant lo Blanch, 2011.
- VIDAL, Tomeu; POL, Enric. *La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación de las personas y los lugares*. Universidad de Barcelona, Anuario de Psicología, vol. 36 (nº3), pp.281-297, 2005.
- VIDAL MORANTA, Tomeu; FERNÁNDEZ RAMÍREZ, Baltasar (Eds.). *Psicología de la ciudad. Debate sobre el espacio urbano*. Barcelona, Editorial UOC, 2008.
- VV.AA. *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*. Almería, Universidad de Almería, 2002.
- VV.AA. *Mitgeres Barcelona. De l'oblit al projecte*. Barcelona, Institut Municipal del Paisatge Urbà i La Qualitat de Vida, Ayuntamiento de Barcelona, 2007.
- WALL, Ed; WATERMAN, Tim. *Urban Design*. Lausanne, AVA Publishing, 2010.

## Recursos Electrónicos

### - Artículos y documentos on line:

BALIBREA, Mari Paz. *Barcelona: del modelo a la marca*. Caso de Estudio. Biblioteca YP, 9 de Noviembre de 2004. Disponible en: <http://ypsite.net/biblio.php>. [consultado el 21-09-2011]

COMISIÓN EUROPEA. *Por un turismo urbano de calidad. Gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos*. Resumen. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Dirección General de Empresa, Unidad Turismo, 2000, ISBN 92-828-7835-X. Disponible en: <http://europa.eu.int>. [consultado el 25-03-2011]

GARCÍA GARCÍA DE LEÓN, A.; DUARTE AGUILAR, A. *Turismo cultural en Barcelona: Marketing de ciudad y arquitectura icónica*. Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Hermosillo: Centro de Estudios de America del Norte, El Colegio de Sonora, 1 de abril de 2009, vol I, núm. 3. Disponible en: <http://topofilia.net/coloquio09garcia-duarte.html>. [consultado el 13-05-2011]

GARAY TAMAJÓN, Luis Alfonso (13-04-2007). *El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia i d'Història Econòmica. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10803/4078>. [consultado el 22-04-2011]

MARRERO MARRERO, Manuel; TANDA DIAZ, Jency. *La concepción de la imagen urbana como elemento esencial del marketing de ciudades*. Monografías 2004, Universidad Camilo Cienfuegos Matanzas. Cuba. Disponible en: <http://monografias.umcc.cu/monos/2004/Indeco/um04IE03.pdf>. [consultado el 11-10-2011]

MONCLÚS, Francisco Javier. *El 'Modelo Barcelona' ¿Una fórmula original? De la reconstrucción a los grandes proyectos urbanos estratégicos (1979-2004)*. Barcelona, Perspectivas Urbanas/Urban Perspectives, Octubre 2003, vol 18, nº4, p.399-421. Disponible en: [www.etsav.upc.es/urbpersp](http://www.etsav.upc.es/urbpersp). [consultado el 21-06-2011]

MUÑIZ MARTINEZ, Norberto; CERVANTES BLANCO, Miguel. *Marketing de ciudades y "place branding"*. Universidad de León, Pecvnia, Monográfico (2010), pp. 123-149. Disponible en: [http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia2010/2010\\_123\\_149.pdf](http://www3.unileon.es/pecvnia/pecvnia2010/2010_123_149.pdf). [consultado el 06-08-2011]

PALOU RUBIO, Saida. *La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 4 Nº 1 págs. 13-18, 2006, ISSN 1695-7121. Disponible en: <http://www.pasosonline.org>. [consultado el 10-02-2011]

PALOU RUBIO, Saida (21-12-2009). *La ciudad fingida. Imágenes y promoción del turismo en Barcelona. Perspectiva histórica y cuestiones del presente*. Redmarka – Ciecicid. Unidad de Investigación en Marketing Aplicado, Universidad de A Coruña, Número 3, V1, pp.79-104, ISSN 1852-2300. Disponible en: <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1165>. [consultado el 12-10-2011]

PALOU RUBIO, Saida. *Destino Barcelona: Usos políticos del turismo y discursos sobre la identidad. Apuntes históricos y conflictos del presente*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Número 5: Turismo y Patrimonio, entramados narrativos, págs. 187-201, Julio 2011. Disponible en: <http://www.pasosonline.org>. [consultado el 15-11-2011]

SISTERNIAS SURIA, Xavier. *El modelo Barcelona: Introducción*. En VII Congreso Internacional del CLAD sobre reforma del Estado y de la Administración Pública. Lisboa, Portugal, 8-11 octubre 2002. Disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043613.pdf>. [consultado el 25-01-2011]

VALERA, Sergi; POL, Enric; VIDAL, Tomeu. *Psicología ambiental, elementos básicos*. Departamento de psicología social. Universitat de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.edu/dppss/psicamb>. [consultado el 04-05-2011]

YANES, Sergi; HORTA, Gerard; ANTEBI, Andrés. *Barcelona como una marca global. De “la mejor tienda del mundo” a “Tourist, you are the terrorist”*. Ponencia en el Congreso Internacional “Tourism and Seduction of Difference” (Lisboa, 2010). Observatorio de la Vida Cotidiana y Turiscopía. Disponible en: <http://www.ovq.cat/index.php>. [consultado el 10-12-2010]

## **- Páginas webs consultadas:**

AJUNTAMENT DE BARCELONA [En línea] Disponible en: <http://www.bcn.es> [Sucesivas visitas]

ARTE PÚBLICO DEL AJUNTAMENT DE BARCELONA. [En línea] Disponible en: <http://www.bcn.cat/artpublic>. [consultada el 20-06-2011]

ASOCIACIÓN DE AMIGOS, VECINOS Y COMERCIANTES DE LA RAMBLA. [En línea] Disponible en: <http://www.laramblabcn.com>

GOOGLE MAPS [En línea] Disponible en: <http://maps.google.es/> [Sucesivas visitas]

PLAN ESTRATÉGICO DE TURISME DE BARCELONA 2015 [En línea] Disponible en: <http://www.turisme2015bcn.cat> [consultada el 10-10-2011]

PORT DE BARCELONA [En línea] Disponible en: <http://www.portdebarcelona.es> [Sucesivas consultas]

PORT VELL DE BARCELONA [En línea] Disponible en: <http://www.portvellbcn.es> [Sucesivas consultas]

PROJECT FOR PUBLIC SPACE [En línea] Disponible en: <http://www.pps.org> [Sucesivas consultas]

TURISME DE BARCELONA [En línea] Disponible en: <http://www.barcelonaturisme.com> [Sucesivas consultas]

## Índice de analítico

### A

Arco  
Arte público, 53, 58, 59, 60, 64, 103, 104, 109, 111, 112, 127, 139.  
Atracciones, 45, 74, 118, 119, 138, 141.

### B

Barcelona, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 42, 44, 46, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 64, 66, 67, 69, 71, 73, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 92, 93, 95, 100, 102, 104, 106, 113., 115, 116, 120, 122, 123, 124, 126, 128, 130, 134, 138, 139, 141, 142.  
Berlín, 15, 61, 81, 84, 102, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 139.

### C

Conservación, 53, 60, 138.  
Cultura, 11, 12, 14, 22, 25, 27, 29, 39, 42, 52, 64, 66, 67, 68, 70, 72, 73, 74, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 87, 89, 92, 93, 95, 96, 99, 102, 103, 104, 105, 107, 109, 110, 111, 113, 120, 137, 138, 139.

### D

Diseño urbano, 12, 13, 14, 15, 34, 40, 52, 53, 57, 58, 61, 67, 74, 80, 100, 101, 112, 134, 138, 139, 141, 142.  
Desindustrialización, 11, 27, 137.

### E

Elementos urbanos, 53, 60, 61, 62, 63, 64, 113, 113, 139.  
Espacio público, 18, 19, 20, 23, 27, 39, 40, 41, 42, 43, 50, 51, 52, 53, 56, 57, 58, 59, 60, 67, 68, 77, 87, 92, 94, 100, 109, 111, 115, 118, 120, 121, 122, 124, 127, 128, 130, 138, 139, 141, 142.  
Eventos, 11, 12, 24, 26, 27, 29, 56, 64, 74, 76, 79, 85, 105, 127, 130, 132, 137, 138.

### G

Gaudí, 57, 74, 78, 81, 82, 85, 86, 87, 116, 119, 120, 139, 140.

### H

Hito, 34, 96, 98, 104, 112.  
Hotel, 118, 119, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134.

### I

Icono, 42, 61, 72, 79, 93, 96, 98, 100, 101, 105, 107, 110, 112, 116, 121, 122, 125, 134.  
Identidad, 12, 13, 14, 39, 41, 52, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 78, 81, 85, 86, 87, 89, 95, 100, 103, 104, 112, 116, 120, 138, 139, 139, 140.

## J

Juegos Olímpicos (JJO), 20, 21, 24, 27, 28, 30, 31, 36, 57, 67, 68, 75, 76, 82, 84, 86, 116, 123, 126, 127, 137.

## L

Landmark, 96, 98, 101, 134, 145.  
Liverpool, 11, 15, 102, 103, 104, 105, 139.

## M

Marca, 14, 25, 27, 28, 29, 34, 56, 60, 61, 62, 63, 64, 68, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 87, 98, 103, 110, 112, 113, 115, 119, 120, 121, 124, 134, 139, 143.  
Marketing, 13, 27, 30, 57, 66, 67, 70, 71, 72, 73, 91, 96, 101.  
Memoria, 59, 60, 78, 109, 11, 112, 113,  
Modelo Barcelona, 12, 13, 14, 15, 17, 53, 54, 56, 58, 66, 67, 69, 73, 74, 76, 79, 80, 81, 82, 87, 115, 138, 139, 142.  
Mojón, 96, 133, 134.  
Movilidad turística, 43, 44, 47, 50, 139,

## N

Nodo, 118, 119, 133, 134, 141.

## P

Paisaje urbano, 12, 15, 52, 53, 54, 55, 60, 124, 138, 141.  
Placemaking, 62, 64, 65.

## R

Rambla, 22, 32, 34, 41, 42, 47, 50, 56, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 141, 142.  
Regeneración urbana, 11, 12, 14, 15, 31, 79, 95, 102, 107, 134, 137, 138, 141.

## S

Señalética, 13, 39, 41, 51, 61, 62, 63, 103, 104, 106, 109, 112, 137, 139, 141.

## T

TICs, 35, 89.  
Turismo, 11, 12, 13, 14, 15, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 50, 51, 53, 55, 57, 58, 61, 62, 64, 66, 70, 71, 72, 74, 77, 78, 80, 81, 82, 84, 86, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 98, 101, 102, 107, 109, 110, 112, 113, 115, 122, 124, 125, 134, 137, 138, 139, 141, 142.

## Índice de figuras

Figura 1.1	Población de Barcelona. Fuente: <a href="http://usuarios.multimania.es/barcelonarvh/">http://usuarios.multimania.es/barcelonarvh/</a>	18
Figura 1.2	Cuadro adaptado de Xavier Sisternas Suria (2002). Fuente: <a href="http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043613.pdf">http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043613.pdf</a>	18
Figura 1.3	Parque de la Creueta del Coll reformado por los arquitectos MBM. Fuente: <a href="http://www.vulgare.net/parc-de-la-creueta-del-coll-by-mbm-barcelona-spain-1988/">http://www.vulgare.net/parc-de-la-creueta-del-coll-by-mbm-barcelona-spain-1988/</a>	19
Figura 1.4	Mapa de las áreas de nueva Centralidad y áreas olímpicas. Fuente: Andrea Fernández	20
Figura 1.5	Nudo de la Trinidad. Fuente: <a href="http://cpparq.blogspot.com/2009/04/parque-nudo-de-la-trinidad-enric-batlle.html">http://cpparq.blogspot.com/2009/04/parque-nudo-de-la-trinidad-enric-batlle.html</a>	21
Figura 1.6	MACBCA. Fuente: <a href="http://www.canalpatrimonio.com/es/noticias/?iddoc=60300">http://www.canalpatrimonio.com/es/noticias/?iddoc=60300</a>	22
Figuras 1.7, 1.8	Plaça de Glories y avenida Diagonal. Fuente: <a href="http://www.22barcelona.com">http://www.22barcelona.com</a>	23
Figura 1.9	Barcelona, ciudad de invierno. Fuente: <a href="http://www.cart.firststart-source.com/servlet/the-72183/Barcelona,-Ciudad-de-Invierno/Detail">http://www.cart.firststart-source.com/servlet/the-72183/Barcelona,-Ciudad-de-Invierno/Detail</a>	24
Figura 1.10	Imagen de la SAF. Fuente: Palou Rubio, Saida 2005. <i>“Destino Barcelona. Usos políticos del turismo y discursos sobre la identidad. Apuntes históricos y conflictos del presente”</i> , en Revista Pasos Numero 5, Turismo y patrimonio, entramados narrativos, Julio 2005. Disponible en: <a href="http://www.pasosonline.org/index.htm">http://www.pasosonline.org/index.htm</a>	25
Figura 1.11	Imagen de la SAF. Fuente: Palou Rubio, Saida 2010. <i>“Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010)”</i> . Tesis doctoral. Barcelona, Universitat de Barcelona, Facultat d’Antropologia i Cultural, Departament d’Antropologia Cultural i Història d’Amèrica i d’Àfrica. Disponible en: <a href="http://www.tdx.cat/handle/10803/21771">http://www.tdx.cat/handle/10803/21771</a>	26
Figura 1.12	Imagen de la SAF. Fuente: Palou Rubio, Saida 2010. Op. cit.	26

Figura 1.13	Barracas de Somorrostro. Fuente: <a href="http://www.urbanity.es/foro/viajes-ciudades-y-naturaleza-cat/8601-fotos-antiguas-de-cataluna-52.html">http://www.urbanity.es/foro/viajes-ciudades-y-naturaleza-cat/8601-fotos-antiguas-de-cataluna-52.html</a>	28
Figura 1.14	Logo Turisme de Barcelona. Fuente: <a href="http://www.barcelonaturisme.com">www.barcelonaturisme.com</a>	28
Figura 1.15	Proyecto Reforma Front Marítim 1992. Fuente: <a href="http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/935">http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/935</a>	28
Figura 1.16	Proyectos de Villa y Puerto Olímpico. Fuente: <a href="http://www.mbmarquitectes.cat/">http://www.mbmarquitectes.cat/</a>	29
Figuras 1.17, 1.18, 1.19	Imágenes del frente marítimo de Barcelona. Fuente: Busquets, Joan. Barcelona. <i>La construcción urbanística de una ciudad compacta. Barcelona</i> , Ediciones del Serbal (Colección La Estrella Polar, vol. 43), 2004	29
Figura 1.20	Logo JJOO. Fuente: <a href="http://www.olimpic.org">http://www.olimpic.org</a>	30
Figura 1.21	Chiringuitos de la Barceloneta. Fuente: Ajuntament de Barcelona. <i>Barceloneta, un quart de mil•leni. Barceloneta, un cuarto de milenio</i> . Barcelona, Gas Natural, 2003.	30
Figura 1.22	Moll d’Espanya. Fuente: <a href="http://www.fotosdebarcelona.com">www.fotosdebarcelona.com</a>	31
Figuras 1.23, 1.24	Volumen de tráfico antes y después de las Rondas. Fuente: Ajuntament de Barcelona. <i>Barcelona 1979-2004. Del desarrollo a la ciudad de calidad</i> . Barcelona, Ajuntament de Barcelona, 1999.	31
Figura 1.25	Moll de Fusta. Fuente: <a href="http://www.skyscrapercity.com/show-thread.php?t=376399&amp;page=81">http://www.skyscrapercity.com/show-thread.php?t=376399&amp;page=81</a>	31
Figura 1.26	Antiguo Port. Fuente: Alemany, Joan. <i>El Puerto de Barcelona. Un pasado, un futuro</i> . Barcelona, Lunwerg Editorial, 2002.	31
Figura 1.27	Áreas de reformas del frente marítimo. Fuente: <a href="http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/935">http://www.arqpress.net/index.php/paginas/ver/935</a> y elaboración propia.	32
Figura 1.28, 1.29	Vistas aérea de la Barceloneta. Fuente: Ajuntament de Barcelona, 2003. Op. cit.	32
Figura 1.30	Moll d’Espanya antes de la reforma. Fuente: Port de Barcelona.	33
Figura 1.31	Moll d’Espanya. Fuente: <a href="http://moleskinearquitectonico.blogspot.com/2007/07/acercando-barcelona-al-mar.html">http://moleskinearquitectonico.blogspot.com/2007/07/acercando-barcelona-al-mar.html</a>	33

Figura 1.32	Infraestructuras de Barcelona. Fuente: Busquets, 2004. Op. cit.	34
Figura 1.33	Terminal 1 del Aeropuerto. Fuente: <a href="http://www.ricardobofill.es/">http://www.ricardobofill.es/</a>	35
Figura 1.34	Muelle adosado. Fuente: <a href="http://www.urbanity.es/foro/viajes-ciudades-y-naturaleza-cat/8221-puerto-de-barcelona.html">http://www.urbanity.es/foro/viajes-ciudades-y-naturaleza-cat/8221-puerto-de-barcelona.html</a>	35
Figura 1.35	Cuadro de llegada de turistas. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Turisme de Barcelona.	36
Figura 1.36	Cuadro de llegada de pasajeros. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Turisme de Barcelona.	36
Figura 1.37	Cuadro de cantidad de plazas y hoteles. Fuente: Ídem.	37
Figura 1.38	Cuadro de cantidad de cruceros. Fuente: Ídem.	37
Figura 2.1	Cuadro de elementos de la oferta del sistema turístico. Fuente: Gonzalez Reverte, Francesc; Morales Perez, Soledad. <i>Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos</i> . Barcelona, Editorial UOC, 2009.	40
Figura 2.2	Imagen de terrazas de la Rambla. Fuente: archivo personal.	41
Figura 2.3	Imagen de la Rambla. Fuente: archivo personal.	42
Figura 2.4	Gráfico de nodos y arcos turísticos. Fuente: elaboración propia.	43
Figura 2.5	Gráfico de usuarios de Bus Turistic. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Turisme de Barcelona	44
Figura 2.6	Recorrido del Barcelona City Tour. Fuente: <a href="http://www.barcelonacitytour.cat">http://www.barcelonacitytour.cat</a>	44
Figura 2.7	Rutas Bus Turistic. Fuente: <a href="http://www.barcelonabusturistic.cat">http://www.barcelonabusturistic.cat</a>	44
Figura 2.8	Imagen de las dos líneas de autobuses turísticos. Fuente: <a href="http://www.livingspain.es/el-bus-turistico-de-barcelona/">http://www.livingspain.es/el-bus-turistico-de-barcelona/</a>	44
Figura 2.9	Recorrido sugerido del GoCar. Fuente: <a href="http://www.gocartours.es/es/barcelona">http://www.gocartours.es/es/barcelona</a>	45
Figura 2.10	Imagen del GoCar. Fuente: <a href="http://www.gocartours.es/es/barcelona">http://www.gocartours.es/es/barcelona</a>	45
Figura 2.11	Recorridos Segway. Fuente: <a href="http://www.barcelonasegwayfun.com">http://www.barcelonasegwayfun.com</a>	45

Figura 2.12	Mapa de Segway. Fuente: <a href="http://segwaytours.cat">http://segwaytours.cat</a>	46
Figura 2.13	Segway. Fuente: <a href="http://www.barcelonasegwayfun.com/fotos.htm">http://www.barcelonasegwayfun.com/fotos.htm</a>	46
Figura 2.14	Gráfico de usuarios de Barcelona. Fuente: elaboración propia	46
Figura 2.15	Imagen visitas guidas. Fuente: <a href="http://www.runnerbeantours.com/">http://www.runnerbeantours.com/</a>	46
Figura 2.16	Bicitaxis trixis. Fuente: <a href="http://www.barcelonaturisme.com/VISITAS-Y-TOURS">http://www.barcelonaturisme.com/VISITAS-Y-TOURS</a>	47
Figura 2.17	Sidecars. Fuente: <a href="http://ridebrightside.com/">http://ridebrightside.com/</a>	47
Figura 2.18	Carrozas en la Rambla. Fuente: archivo personal.	47
Figura 2.19	Bus turistic. Fuente: <a href="http://www.oh-barcelona.com/en/blog/2011/tourist-guide/tours/barcelona-tourist-bus-3155">http://www.oh-barcelona.com/en/blog/2011/tourist-guide/tours/barcelona-tourist-bus-3155</a>	48
Figura 2.20	Gráfico de superposición de recorridos turísticos. Fuente: elaboración propia y Emilio Reyes.	48-49
Figura 2.21	Autobuses en la Sagrada Familia. Fuente: <a href="http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/20100826/ola-turistas-bcn-causa-una-invasion-autocares-buses/451930.shtml">http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/20100826/ola-turistas-bcn-causa-una-invasion-autocares-buses/451930.shtml</a>	50
Figura 2.22	Pancarta de queja. Fuente: <a href="http://www.hosteltur.com">http://www.hosteltur.com</a>	50
Figura 2.23	Pancartas en calle Aviñon. Fuente: <a href="http://www.hosteltur.com">http://www.hosteltur.com</a>	51
Figura 2.24	Cuadro de objetivos del diseño urbano. Fuente: CABE & DETR. <i>By Design. Urban Design in the planning system: towards better practice.</i> London, Thomas Telford Publishing, 2000.	52
Figura 2.25	Logo del IMPUCV e imágenes de recuperación de fachadas y medianeras. Fuente: <a href="http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba?lang=es_ES">http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba?lang=es_ES</a>	54
Figura 2.26, 2.27, 2.28, 2.29		
Figura 2.30	Esgrafiados. Fuente: archivo personal.	55
Figura 2.31	Plaza Espanya. Fuente: archivo personal	55
Figura 2.32	Cuadro PPS. Fuente: <a href="http://www.pps.org/">http://www.pps.org/</a>	56
Figura 2.33	Gráfico de espacios públicos. Fuente: elaboración propia.	56

Figura 2.34	Paseo Marítimo de la playa de Poniente de Benidorm. Fuente: <a href="http://www.ferrater.com/">http://www.ferrater.com/</a>	58
Figura 2.35	Turistas y la escultura Barcelona Head's. Fuente: archivo personal.	58
Figura 2.36	Plano de ubicación de arte público. Fuente: elaboración propia.	59
Figura 2.37	El Pez de Frank Gehry. Fuente: <a href="http://www.blogs-exchange.com/web/el-museo-guggenheim-bilbao-las-escalas-modernas-una-pescada">http://www.blogs-exchange.com/web/el-museo-guggenheim-bilbao-las-escalas-modernas-una-pescada</a>	60
Figura 2.38	L'Estel Ferit. Fuente: <a href="http://www.arteybarcelona.turiblogs.com/2010/02/la-estrella-herida-wounded-star-escultura-de-rebecca-horn/">http://www.arteybarcelona.turiblogs.com/2010/02/la-estrella-herida-wounded-star-escultura-de-rebecca-horn/</a>	60
Figura 2.39	Monumento a Colón. Fuente: archivo personal	60
Figura 2.40	Underground. Fuente: <a href="http://erredeunderground.blogspot.com/">http://erredeunderground.blogspot.com/</a>	61
Figura 2.41	Cabina londinense. Fuente: <a href="http://www.rinconabstracto.com/2011/04/101-cosas-gratis-que-hacer-en-londres.html">http://www.rinconabstracto.com/2011/04/101-cosas-gratis-que-hacer-en-londres.html</a>	61
Figura 2.42	Teléfono en Cannes. Fuente: archivo personal.	61
Figura 2.43	Señalización de Paris. <a href="http://www.ciudadeseuropa.com/paris/">http://www.ciudadeseuropa.com/paris/</a>	61
Figura 2.44	Ampelmann. Fuente: <a href="http://www.flickriver.com/photos/tags/ampelman/interesting/">http://www.flickriver.com/photos/tags/ampelman/interesting/</a>	61
Figura 2.45	Pavimento de Lisboa. Fuente: archivo personal.	61
Figura 2.46	Puesto de información turística. Fuente: archivo personal.	62
Figura 2.47	Señalización de la ruta del Modernismo. Fuente: <a href="http://www.panoramio.com/photo/45333671">http://www.panoramio.com/photo/45333671</a>	62
Figura 2.48	Gráfico de EGD. Fuente: Calori, Chris. <i>Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems</i> . New Jersey, John Wiley & Sons, 2007.	62
Figura 2.49	Turista mirando señalética. Fuente: <a href="http://www.larealidaddealbacete.com/forum/turismo-eventos-y-actividades-culturales/nueva-senalizacion-turistica-de-albacete/">http://www.larealidaddealbacete.com/forum/turismo-eventos-y-actividades-culturales/nueva-senalizacion-turistica-de-albacete/</a>	63
Figura 2.50	Mapa Usted-esta-aquí. Fuente: archivo personal	63

Figura 2.51	Señalización de Lisboa. Fuente: archivo personal.	64
Figura 2.52	Proceso de placemaking. Fuente: <a href="http://www.livingstreets.org.uk/">http://www.livingstreets.org.uk/</a> 2.53, 2.54	65
Figura 2.55	Imagen logo de Paisatge Urbà 25 anys posant Barcelona guapa. Fuente: <a href="http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba">http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba</a>	67
Figura 2.56	Imagen logo de Barcelona ponte guapa 15 años. Fuente: <a href="http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba">http://w110.bcn.cat/portal/site/PaisatgeUrba</a>	68
Figura 2.57	Cuadro de apropiación del espacio. Fuente: VIDAL, Tomeu; POL, Enric. <i>La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación de las personas y los lugares</i> . Universidad de Barcelona, Anuario de Psicología, vol. 36 (nº3), pp.281-297, 2005.	69
Figura 2.58	Imagen del mercado de la Boqueria. Fuente: archivo personal.	71
Figura 2.59	Escultura 'I amsterdam'. Fuente: <a href="http://www.lorrainemarie.com/museumplein-square-in-amsterdam/">http://www.lorrainemarie.com/museumplein-square-in-amsterdam/</a>	73
Figura 2.60	Logo de publicidad de Nueva York- Fuente: <a href="http://www.oldskull.net/2009/09/la-historia-del-logo-i-love-ny">http://www.oldskull.net/2009/09/la-historia-del-logo-i-love-ny</a>	73
Figura 2.61	Arco del Triunfo. Fuente: <a href="http://www.batlles.es/historia.php">http://www.batlles.es/historia.php</a>	74
Figura 2.62	Palacio Nacional en Montjuïc. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	75
Figura 2.63	Puerto Olímpico. Fuente: <a href="http://www.acevihotels.com/blog/el-puerto-olimpico-en-barcelona/">http://www.acevihotels.com/blog/el-puerto-olimpico-en-barcelona/</a>	75
Figura 2.64	Edificio Fórum. Fuente: <a href="http://www.acevihotels.com/blog/el-puerto-olimpico-en-barcelona/">http://www.acevihotels.com/blog/el-puerto-olimpico-en-barcelona/</a>	75
Figura 2.65	Puente de la Calle del Bisbe, Barcelona. Fuente: archivo personal.	78
Figura 2.66	Cuadro de ciudades culturales según la OMT, 2005. Fuente: Gonzalez Reverte, Francesc; Morales Perez, Soledad. <i>Ciudades efímeras. Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos</i> . Barcelona, Editorial UOC, 2009.	81
Figura 2.67	Cuadro de nuevos museos y espacio cultural. Fuente: elaboración propia.	83
Figura 2.68	Mapa de ubicación de nuevos museos. Fuente: elaboración propia.	84

Figura 2.69	Sagrada Familia terminada. Fuente: <a href="http://www.nnhotels.com/es/sagrada-familia-barcelona.php">http://www.nnhotels.com/es/sagrada-familia-barcelona.php</a>	86
Figura 2.70	Panots Gaudí. Fuente: archivo personal	87
Figura 2.71	Foto panot Gaudi. Fuente: archivo personal	87
Figura 3.1	Gráfico estudio Dream Cities. Fuente: GAUSA, Manuel; BANCHINI, Silvia; FALCON, Luis. <i>Multiramblas</i> . Trento, List Lab Editoriale, 2011	90
Figura 3.2	Torre Eiffel. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	92
Figura 3.3	Opera de Sídney. Fuente: <a href="http://rutanomada.com/sidney-opera-house-la-opera-de-sidney">http://rutanomada.com/sidney-opera-house-la-opera-de-sidney</a>	93
Figura 3.4	Grafico valoración de Barcelona. Fuente: elaboración propia según estadísticas de Turisme de Barcelona.	93
Figura 3.5	Selfridges Birmingham. Fuente: <a href="http://homehagler.com/architecture/selfridges-building-in-birmingham.html">http://homehagler.com/architecture/selfridges-building-in-birmingham.html</a>	95
Figura 3.6	Brindelyplace. Fuente: <a href="http://www.birminghammail.net/what-is-on-in-birmingham/best-of-birmingham/2009/08/14/graham-young-discovers-the-delights-on-the-doorstep-of-brindley-place-97319-24438309/">http://www.birminghammail.net/what-is-on-in-birmingham/best-of-birmingham/2009/08/14/graham-young-discovers-the-delights-on-the-doorstep-of-brindley-place-97319-24438309/</a>	95
Figura 3.7	Museo Guggenheim. Fuente: Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	97
Figura 3.8	Sala de Conciertos Walt Disney. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	97
Figura 3.9	Hotel El Marqués de Riscal. Fuente: <a href="http://anartjunkie.files.wordpress.com/2010/01/star_wood_hotel_3.jpg">http://anartjunkie.files.wordpress.com/2010/01/star_wood_hotel_3.jpg</a>	97
Figura 3.10	Calatrava. Fuente: <a href="http://ar675930.blogspot.com/2010/04/santiago-calatrava.html">http://ar675930.blogspot.com/2010/04/santiago-calatrava.html</a>	98
Figura 3.11	Torre Agbar. Fuente: <a href="http://www.skyscraperpicture.com/ta01.JPG">http://www.skyscraperpicture.com/ta01.JPG</a>	98
Figura 3.12	Torre Swiss Re. Fuente: <a href="http://www.eikongraphia.com/?p=300">http://www.eikongraphia.com/?p=300</a>	98
Figura 3.13	Puente Pabellón de Zaragoza. Fuente: <a href="http://architectureblog.blogspot.com/2011/02/pabellon-puente-zaragoza-zaha-hadid.html">http://architectureblog.blogspot.com/2011/02/pabellon-puente-zaragoza-zaha-hadid.html</a>	99

Figura 3.14	Ciudad de la Cultura de Santiago de Compostela. Fuente: <a href="http://galiciaviaje.blogspot.com/2011/11/ciudad-de-la-cultura-de-santiago-de.html">http://galiciaviaje.blogspot.com/2011/11/ciudad-de-la-cultura-de-santiago-de.html</a>	99
Figura 3.15	Centro Cultural Niemeyer. Fuente: <a href="http://volandoenlibertad.blogspot.com/2011/11/blog-post.html#!/2011/11/blog-post.html">http://volandoenlibertad.blogspot.com/2011/11/blog-post.html#!/2011/11/blog-post.html</a>	99
Figura 3.16	Hotel InterContinental Yokohama Grand. Fuente: <a href="http://icsd.i2r.a-star.edu.sg/staff/tieyan/photos.html">http://icsd.i2r.a-star.edu.sg/staff/tieyan/photos.html</a>	101
Figura 3.17	Hotel Burj Al Arab de Dubai. Fuente: <a href="http://asiaviaje.com/burj-al-arab-el-unico-hotel-de-7-estrellas/">http://asiaviaje.com/burj-al-arab-el-unico-hotel-de-7-estrellas/</a>	101
Figura 3.18	Hotel W de Barcelona. Fuente: <a href="http://www.solomoda.com/mas-premios-para-el-hotel-w-barcelona.html">http://www.solomoda.com/mas-premios-para-el-hotel-w-barcelona.html</a>	101
Figura 3.19	Sail Tower de Haifa. Fuente: <a href="http://www.skyscrapercity.com">http://www.skyscrapercity.com</a>	101
Figura 3.20	Ocean Trump Tower. Fuente: <a href="http://wikicolombia.blogspot.com/2011/07/empresas-colombianas-jugaron-un-papel.html">http://wikicolombia.blogspot.com/2011/07/empresas-colombianas-jugaron-un-papel.html</a>	101
Figura 3.21	Blue Sky Tower en Mongolia. <a href="http://www.panoramio.com/photo/35265049">http://www.panoramio.com/photo/35265049</a>	101
Figura 3.22	Torre Vasco da Gama. Fuente: <a href="http://www.urbanity.es/foro/rascacielos-y-highrises-inter/13450-lisboa-portugal-torre-vasco-da-gama-145m-nuevo-edificio-2.html">http://www.urbanity.es/foro/rascacielos-y-highrises-inter/13450-lisboa-portugal-torre-vasco-da-gama-145m-nuevo-edificio-2.html</a>	101
Figura 3.23	Spinnaker Tower. Fuente: <a href="http://watermaid.files.wordpress.com/2007/09/august-2007-043.jpg">http://watermaid.files.wordpress.com/2007/09/august-2007-043.jpg</a>	101
Figura 3.24	Liverpool One. Fuente: <a href="http://www.bestbuildings.co.uk/sportleisure/liverpool-one">http://www.bestbuildings.co.uk/sportleisure/liverpool-one</a>	103
Figura 3.25	Escultura de John Lennon. Fuente: archivo personal.	104
Figura 3.26	Señalética de Liverpool. Fuente: archivo personal.	104
Figura 3.27	Escultura de Eleanor Rigby. Fuente: archivo personal.	104
Figura 3.28	SuperLambanana. Fuente: <a href="http://badgerswithknives.blogspot.com/2010/10/some-news-then-some-more-news.html">http://badgerswithknives.blogspot.com/2010/10/some-news-then-some-more-news.html</a>	104
Figura 3.29	SuperLambanana por artistas. Fuente: <a href="http://myvirtualcorkboard.blogspot.com/2010/04/hippo-research-superlambanana.html">http://myvirtualcorkboard.blogspot.com/2010/04/hippo-research-superlambanana.html</a>	104

Figura 3.30	Liverpool Museum y Albert Docks. Fuente: <a href="http://agitaciondesdelaperiferia.blogspot.com/2011/05/ciudad-con-vistas.html">http://agitaciondesdelaperiferia.blogspot.com/2011/05/ciudad-con-vistas.html</a>	105
Figura 3.31	Nuevo Museum of Liverpool. Fuente: <a href="http://www.azlidesign.com/museum/museum-of-liverpool-by-3xn-architects-in-liverpool-united-kingdom/">http://www.azlidesign.com/museum/museum-of-liverpool-by-3xn-architects-in-liverpool-united-kingdom/</a>	105
Figura 3.32	Postdamer Platz y Sony Center. Fuente: <a href="http://www.viajejet.com/potsdamer-platz-berlin/">http://www.viajejet.com/potsdamer-platz-berlin/</a>	106
Figura 3.33	Gráfico usos de Postdamer Platz y Sony Center. Fuente: Ritcher, Jana (Ed.). <i>The tourist city Berlin. Tourism and architecture</i> . Berlin, Braun Publishing, 2010.	107
Figura 3.34	Gráfico de distancias recorridas por residentes y visitantes. Fuente: Ritcher 2010, Op. cit.	108
Figura 3.35	Gráfico superposición de los diferentes tours turísticos. Fuente: Ritcher 2010, Op. cit.	108
Figura 3.36	Señalética frente al muro. Fuente: <a href="http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2102-2011-06-26.html">http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/turismo/9-2102-2011-06-26.html</a>	109
Figura 3.37	Topografía del terror. Fuente: <a href="http://objetivomalaga.diariosur.es/fotos-antoniovelez/muro-berlin-501353.html">http://objetivomalaga.diariosur.es/fotos-antoniovelez/muro-berlin-501353.html</a>	109
Figura 3.38	Gigantografía frente al muro. Fuente: <a href="http://www.guiadeberlin.de/functions_added/view_img.php?file=fotos/10_brandenburger_tor_zerstr.jpg&amp;alt=Puerta+de+Brandenburgo">http://www.guiadeberlin.de/functions_added/view_img.php?file=fotos/10_brandenburger_tor_zerstr.jpg&amp;alt=Puerta+de+Brandenburgo</a>	109
Figura 3.39	Gráfico de usos del Reichstag. Fuente: Ritcher 2010, Op. cit.	110
Figura 3.40	Reichstag original. Fuente: <a href="http://germanhistorydocs.ghi-dc.org/sub_image.cfm?image_id=2150">http://germanhistorydocs.ghi-dc.org/sub_image.cfm?image_id=2150</a>	110
Figura 3.41	Reichstag envuelto por Christo. Fuente: <a href="http://idioteconomia.blogspot.com/2010/06/empaquetamiento-del-reichstag-de.html">http://idioteconomia.blogspot.com/2010/06/empaquetamiento-del-reichstag-de.html</a>	110
Figura 3.42	Reichstag restaurado por Foster. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	110
Figura 3.43	Monumento a la quema de libros. Fuente: <a href="http://www.stefanzweig.eu/libros/10mayo1933-eliminar-lo-mas-peligroso-los-libros/">http://www.stefanzweig.eu/libros/10mayo1933-eliminar-lo-mas-peligroso-los-libros/</a>	112
Figura 3.44	Monumento a la Imprenta Moderna. Fuente: <a href="http://www.stefanzweig.eu/libros/10mayo1933-eliminar-lo-mas-peligroso-los-libros">http://www.stefanzweig.eu/libros/10mayo1933-eliminar-lo-mas-peligroso-los-libros</a>	112

Figura 3.45	Escultura Berlin. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	112
Figura 3.46	Señalética del Muro en Postdamer Platz. Fuente: <a href="http://lalunarosa.com/hormiguero/2005/09/10/berlin-la-ciudad-llorona/">http://lalunarosa.com/hormiguero/2005/09/10/berlin-la-ciudad-llorona/</a>	112
Figura 3.47	Monumento al Holocausto. Fuente: <a href="http://blogs.cnnmexico.com/en-primer-plano/tag/turismo/">http://blogs.cnnmexico.com/en-primer-plano/tag/turismo/</a>	112
Figura 3.48	East Side Gallery. Fuente: <a href="http://www.flickr.com/photos/difridi/6220155487/">http://www.flickr.com/photos/difridi/6220155487/</a>	112
Figura 3.49	Oso Buddy. Fuente: <a href="http://vangogh13.edublogs.org/category/buddy-bears/">http://vangogh13.edublogs.org/category/buddy-bears/</a>	113
Figura 3.50	Línea del Muro de Berlín. Fuente: <a href="http://www.morgenpost.de/berlin/article1373127/Schandfleck-Berliner-Mauer.html?slideshowpage=39">http://www.morgenpost.de/berlin/article1373127/Schandfleck-Berliner-Mauer.html?slideshowpage=39</a>	113
Figura 3.51	Semáforo peatonal con el Ampelmann. Fuente: <a href="http://blog.luis-maram.com/2007/04/19/simbolos-urbanos-el-ampelmann/">http://blog.luis-maram.com/2007/04/19/simbolos-urbanos-el-ampelmann/</a>	113
Figura 3.52	Souvenirs de los Ampelmann. Fuente: <a href="http://www.x4duros.com/2010/10/de-compras-deco-con-neco-por-berlin.html">http://www.x4duros.com/2010/10/de-compras-deco-con-neco-por-berlin.html</a>	113
Figura 4.1	Diferentes tramos de la Rambla. Fuente: <a href="http://es.wikipedia.org">http://es.wikipedia.org</a>	116
Figura 4.2	Imagen antigua de la Rambla. Fuente: <a href="http://www.todocoleccion.net/postal-antigua-barcelona-rambla-estudios-canaletas-atv-27-circulada-30-10-1909~x24996680">http://www.todocoleccion.net/postal-antigua-barcelona-rambla-estudios-canaletas-atv-27-circulada-30-10-1909~x24996680</a>	116
Figura 4.3	Sección de la Rambla. Fuente: Emilio Reyes.	117
Figura 4.4	Imagen y análisis de la Rambla. Fuente: archivo personal y elaboración propia.	117
Figura 4.5	Gráfico de nudos. Fuente: elaboración propia	118
Figura 4.6	Gráfico de flujos. Fuente: elaboración propia.	119
Figura 4.7	Gráfico de atracciones. Fuente: elaboración propia.	119
Figura 4.8	Datos de la Rambla. Fuente: Gausa, Manuel; Banchini, Silvia; Falcon, Luis. Multiramblas. Trento, List Lab Editoriale, 2011	120
Figura 4.9	Grafico. Fuente: Gausa, Banchini y Falcon 2011, op. cit.	121

Figura 4.10	Análisis de la Rambla según el método PPS. Fuente: elaboración personal en base a Gausa, Banchini y Falcon 2011, op. cit.	121
Figura 4.11	Proyecto original del Hotel Vela. Fuente: <a href="http://www.skyscraper-city.com">http://www.skyscraper-city.com</a>	123
Figura 4.12	Ubicación del proyecto. Fuente: <a href="http://www.skyscrapercity.com">http://www.skyscrapercity.com</a>	123
Figura 4.13	Imagen del puerto anterior a la Nueva Bocana. Fuente: Port de Barcelona	123
Figura 4.14	Imagen del puerto posterior a la Nueva Bocana. Fuente: Port de Barcelona	123
Figura 4.15	Proyecto Nueva Bocana. Fuente: Ricardo Bofill Taller de Arquitectura	124
Figura 4.16	Proyecto Hotel W zonas aledañas. Fuente: Ídem.	125
Figura 4.17	Imagen aérea de la playa de Sant Sebastiá antes de la reforma. Fuente: Google Maps.	125
Figura 4.18	Ortofoto de la playa de Sant Sebastiá después de la reforma con los tres espacios públicos añadidos. Fuente: Port de Barcelona (marcación de los espacios: elaboración propia).	125
Figura 4.19	Imagen de la Barceloneta en los años '80. Fuente: <a href="http://www.encyclopedia.cat/fitxa_v2.jsp?NDCHEC=0007694">http://www.encyclopedia.cat/fitxa_v2.jsp?NDCHEC=0007694</a>	126
Figura 4.20	Imagen de la Barceloneta en los años '90. Fuente: <a href="http://triatreves.com/general/travesia-a-nado-invernal-la-barceloneta/">http://triatreves.com/general/travesia-a-nado-invernal-la-barceloneta/</a>	126
Figura 4.21	Imagen antigua de la Plaza del Mar. Fuente: AA.VV 2011, op. cit.	126
Figura 4.22	Imagen de la Plaza del Mar con el antiguo Aquari. Fuente: Alemany, Joan 2002. Op. cit.	126
Figura 4.23	Imagen de la plaza luego del derribo del Aquari. Fuente: <a href="http://www.tuguiadebarcelona.com/la-barceloneta.html#nogo">http://www.tuguiadebarcelona.com/la-barceloneta.html#nogo</a>	127
Figura 4.24	Imagen de la plaza actual. Fuente: <a href="http://www.conocerbarcelona.com/playas">http://www.conocerbarcelona.com/playas</a>	127
Figura 4.25	Imagen de análisis de la plaza recién remodelada. Fuente: Port de Barcelona; y análisis elaboración propia.	127

Figura 4.26	Imagen panorámica del Paseo Mare Nostrum. Fuente: archivo personal.	128
Figura 4.27	Imagen antigua de la playa de Sant Sebastià. Fuente: AAVV, 2011. Op. cit.	128
Figura 4.28	Playa de Sant Sebastia. Fuente: <a href="http://triatreves.com/general/travesia-a-nado-invernal-la-barceloneta/">http://triatreves.com/general/travesia-a-nado-invernal-la-barceloneta/</a>	128
Figura 4.29	Imagen aérea del nuevo Paseo Mare Nostrum. Fuente: <a href="http://cnb.es/instalacions.php">http://cnb.es/instalacions.php</a>	129
Figura 4.30	Imagen del Paseo en los años '90. Fuente: <a href="http://guiasinlimites.com/foro/f9/playa-sant-sebastia-sant-adria-de-besos-barcelona-498.html">http://guiasinlimites.com/foro/f9/playa-sant-sebastia-sant-adria-de-besos-barcelona-498.html</a>	129
Figura 4.31	Imagen del Paseo Mare Nostrum desde el Hotel W. Fuente: archivo personal	129
Figura 4.32	Imagen del Paseo Mare Nostrum. Fuente: archivo personal	129
Figura 4.33	Imagen antigua de la playa de Sant Sebastià. Fuente: AAVV, 2011. Op. cit.	130
Figura 4.34	La Barceloneta en los años '90. Fuente: Alemany, Joan 2002. Op. cit.	130
Figura 4.35	Imagen actual de la Barceloneta. Fuente: <a href="http://www.skyscraper-city.com/showthread.php?t=69524&amp;page=87">http://www.skyscraper-city.com/showthread.php?t=69524&amp;page=87</a>	131
Figura 4.36	Imagen de la Plaza Rosa de los Vientos. Fuente: archivo personal	130
Figura 4.37	Imagen de la Plaza Rosa de los Vientos. Fuente: <a href="http://www.naciodigital.cat/blocdefotos/?seccio=noticies&amp;accio=veure&amp;id=97440">http://www.naciodigital.cat/blocdefotos/?seccio=noticies&amp;accio=veure&amp;id=97440</a>	130
Figura 4.38	Hotel W, plaza y accesos. Fuente: Port de Barcelona.	131
Figura 4.39	Análisis según PPS. Fuente: elaboración propia.	132
Figura 4.40	Análisis de flujos. Fuente: elaboración propia.	132
Figura 4.41	Esquema de mojones. Fuente: elaboración propia.	133
Figura 4.42	Imagen de la costa de Barcelona. Fuente: <a href="http://www.skyscraper-city.com">http://www.skyscraper-city.com</a>	133

Figura 4.43	Imagen del Hotel W y la costa de Barcelona. Fuente: <a href="http://www.skyscrapercity.com">http://www.skyscrapercity.com</a>	134
Figura 4.44	Imagen de la Plaza del Mar. Fuente: <a href="http://www.trickon.com/articles/tony-hawk-revoluciona-barcelona">http://www.trickon.com/articles/tony-hawk-revoluciona-barcelona</a>	135
Figura 5.1	Gráfico de influencia recíproca entre turismo y diseño urbano. Fuente: elaboración propia.	139
Figura 5.2	Panot Gaudi en una librería. Fuente: archivo personal.	140
Figura 5.3	Escaparate de la tienda Calpa. Fuente: archivo personal.	140
Figura 5.4	Chocolates Enric Rovira. Fuente: archivo personal.	140
Figura 5.5	Imagen de la Barceloneta. Fuente: <a href="http://www.fotocommunity.es">http://www.fotocommunity.es</a>	143
Figura 5.6	Imagen panorámica antigua del Puerto. Fuente: <a href="http://www.fotosdebarcelona.com/">http://www.fotosdebarcelona.com/</a>	144-145
Figura 5.7	Imagen panorámica actual. Fuente: archivo personal.	144-145
Figura 5.8	Gráfico de turistas y pernотaciones en Barcelona. Fuente: elaboración propia en base a datos de Turisme de Barcelona.	146
Figura 5.9	Cantidad de museos y visitantes. Fuente: Ídem.	146
Figura 5.10	Cantidad de hoteles, plazas y habitaciones. Fuente: Ídem.	147
Figura 5.11	Llegada de pasajeros. Fuente: Ídem.	147
Figura 5.12	Cantidad de cruceros y pasajeros. Fuente: Ídem.	148
Figura 5.13	Cantidad de usuarios del Bus Turistic. Fuente: Ídem.	148
Figura 5.14	Cantidad de usuarios del Barcelona Walk. Fuente: Ídem.	148
Figura 5.15	Cantidad de reuniones y delegados. Fuente: Ídem.	149
Figura 5.16	Valoración de Barcelona. Fuente: Ídem.	149
Figura 5.17	Usuarios de los lugares de interés. Fuente: Ídem.	150
Figura 5.18	Posicionamiento internacional. Fuente: Ídem.	151

Portada: elaboración propia junto con Ricardo Santacruz; imagen de la Barceloneta fuente: Port de Barcelona.

Todas las contraportadas son imágenes de archivo personal excepto contraportada de la página 88, imagen del Port de Barcelona.

U  
B

