

DEPARTAMENT DE GEOGRAFIA HUMANA  
UNIVERSITAT DE BARCELONA

---

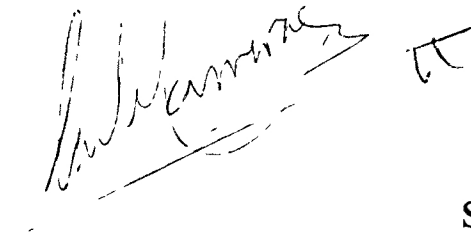
PROGRAMA DE DOCTORAT  
PENSAMENT GEOGRÀFIC I ORGANITZACIÓ DEL TERRITORI (1989-1991)

**CIUTAT I PRODUCCIÓ D'IMATGE:  
BARCELONA 1979-1992**

**NÚRIA BENACH ROVIRA**

Tesi per optar al títol de Doctor en Geografia

Director  
Dr. CARLES CARRERAS i VERDAGUER



SETEMBRE 1997

*Les grans operacions olímpiques*

En un urbanisme que ha estat qualificat en alguna ocasió com “minimalista”, destaca a la vegada la realització de grans projectes, especialment els més directament relacionats amb la nominació olímpica. Aquest canvi d’escala fou possible gràcies a la nominació olímpica l’any 1986, l’excusa -com s’ha repetit tantes vegades fins a convertir-la en justificació- per a dur a terme projectes de gran envergadura, definits pels seus responsables segons tres criteris d’intervenció: que milloressin i ampliessin els sistemes generals (infraestructures amb gran envergadura econòmica i pluralitat de competències institucionals involucrades), els que necessitessin un marc supramunicipal (que requerissin, per tant, convenis entre diferents institucions), i els que modifiquessin la tendència de desenvolupament cap a noves àrees, desplaçant l’interès del Sud-oest al Nord-est, amb la recuperació de la façana marítima, la Plaça de les Glòries i la renovació de Sant Martí-Clot (ACEBILLO, J.A. 1992).

La justificació teòrica la proporciona, de nou, Oriol Bohigas, en afirmar que un cop superats els dèficits més greus heretats del període pre-democràtic, calia plantejar-se temes de major complexitat territorial. Però una altra vegada, cercant els instruments més adequats, més flexibles i més efectius, sorgeix una alternativa al planejament tradicional: en paraules del mateix Bohigas, l’instrument haviem de ser projectes puntuals però “estratègics i osmòtics” (BOHIGAS, O. 1992a:55)<sup>26</sup>. Les quatre àrees olímpiques (Vall d’Hebron, Diagonal nord, Montjuïc i Vila

---

<sup>26</sup> La terminologia emprada no deixa de ser prou interessant. Si abans s’havia emprat el terme *metàstasi* per a referir-se als efectes indirectes derivats de les intervencions, ara la paraula és “òsmosi”. De les definicions contemplades en el *Diccionari de la llengua catalana* d’Enciclopèdia Catalana (*metàstasi*: aparició d’un o més focus morbosos secundaris, sota la dependència d’un fenomen idèntic preexistent en un altre lloc de l’organisme no contingut, que resulta així transferit d’un lloc a l’altre; *òsmosi*: en un sistema format per dues dissolucions de concentracions diferents...tendència a passar dissolvent de la dissolució menys concentrada a la que ho és més), no es pot treure més conclusió que la “òsmosi” requereix contingüitat en els objectes susceptibles de transformació, essent així un terme potser més adequat per a ser aplicat a les transformacions urbanes, a més d’estar lliure de les connotacions patològiques de “*metàstasi*”.

Olimpica) són, alhora, quatre punts estratègics d'actuació. En el cas de la Vall d'Hebron, es tractava d'un espai poc integrat.

...una zona relativament lliure d'edificacions però un espai encara no identificat ni per la forma ni pels usos, en el qual la ciutat perdia el seu caràcter i la seva continuïtat, sense ser ni un parc, ni un suburbi residencial, ni un conjunt racionalitzat d'equipaments, tot plegat sotmès a uns antics desequilibris de planejament i de legalitat, a uns projectes de gran vitalitat [sic] desintegradora, desenganxat, fins i tot, de les possibles ressonàncies urbanes dels barris veïns. Calia trobar un argument nou per convertir la Vall d'Hebron en un tros de ciutat identificable en si mateix i també integrat a les necessitats de l'entorn i de la metròpoli (ACEBILLO, J.A. 1992:55).

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

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

Finalment, la Vila Olímpica és el cas més representatiu dins els processos de revitalització urbana, ja que la recerca de solucions per als fronts marítims i la seva reconversió i revalorització pels usos urbans ha estat un tipus d'intervenció de les més celebrades arreu (HOYLE, B.J. et al. 1988). El cas de Barcelona presentava potser algunes dificultats tècniques afegides pel pas de la via del tren junt a la costa, a més d'haver de contrarestar l'estereotip de barri industrial derivat de la mateixa inèrcia industrial del Poble Nou.

Però, seguint l'argumentació de Bohigas, aquests punts estratègics -que permetien la solució de quatre grans temes urbans- havien de tenir, a més, "capacitat de transmissió, de fer passar cap a tot l'entorn per osmosi els seus principis de transformació". El quadrat que formen les línies imaginàries que uneixen les quatre àrees marcarien els sectors en transformació: de la Vall d'Hebron a la

Diagonal, el límit entre la ciutat i la serra de Collserola, dibuixat per la Ronda de Dalt; de la part alta de la Diagonal a Montjuïc, l'eix terciari de nova centralitat del carrer Tarragona; de Montjuïc a la Vila Olímpica, el desenvolupament del front marítim; de la Vila Olímpica a la Vall d'Hebron, finalment, un altre eix de centralitat basat en la renovació comercial i cultural de la Plaça de les Glòries.

De les quatre àrees olímpiques, però, dues han estat les més privilegiades quant el seu ús simbòlic: l'anella olímpica de Montjuïc i la Vila Olímpica i el front marítim<sup>27</sup>. Val a dir, però, que la "monumentalització perifèrica" aconseguida en el cas de la Vall d'Hebron és més que remarcable per bé que hagi estat poc rendible des del punt de vista del ús en la creació d'imatge. Les instal·lacions esportives no han arribat mai a tenir gaire poder simbòlic -només el velòdrom, una de les primeres infraestructures esportives construïdes ha seguit conservant el rang de punt de referència-, la vila olímpica no té ni la dimensió ni el *glamour* de la marítima, el Pavelló de la República de Sert no ha estat mai gaire promocionat ni tenia una utilitat clara (fins que fou cedit a la Universitat de Barcelona, que l'utilitza com a seu del fons documental sobre la guerra civil), l'acurat mobiliari urbà de l'àrea que, com diu Beth Galí, "sembla brollar de la mateixa massa asfàltica" (GALÍ, B. 1992) no denota amb claredat la seva funció als vianants, més àvids moltes vegades de l'ús que de la contemplació, els "mistos" de Oldenburg, en fi, tot i la seva tremenda presència, a més d'una de les escultures de carrer més fotografiades, només són, segons l'hora del dia, un atractiu i perillós tobogan, o un irregular mur pels *grafitti*. Es tracta d'un espai que es comprèn millor a partir de la pretensió estratègica i osmòtica de Bohigas (més encara tenint en compte la proximitat del complex hospitalari i de l'obertura del nou campus de la Universitat de Barcelona a les Llars Mundet) que no pel seu ús simbòlic que ha estat, com s'ha dit, escàs. Aquest seria el mateix cas de la part alta de la

---

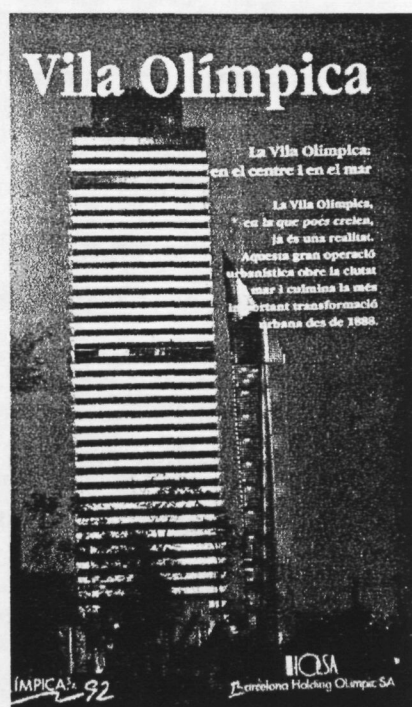
<sup>27</sup> Aquestes són, per exemple, les úniques que compten amb capítol propi a la publicació de l'Ajuntament de Barcelona *Guia. La Barcelona del 93* (1990). La Vall d'Hebron apareix com un més dels nous espais urbans al costat de Can Dragó o l'Estació del Nord, i la part alta de la Diagonal ni tan sols és esmentada, potser perquè realment hi ha poc a dir.



Diagonal, on l'ordenació viària és la part més important i visible de la intervenció.

Les altres dues àrees -el front marítim i Montjuïc-, en canvi, sí que han donat lloc a un gran joc mediàtic.

Fins el 1992, l'"obertura de Barcelona el mar" -una de les frases més repetides com a senyera de la renovació urbana- es va concentrar, sobretot, en la recuperació de les platges, la construcció del port olímpic, el bastiment dels dos gratacels i els habitatges de la Vila Olímpica. El tractament donat per la promoció de l'aparell institucional s'ha centrat en dos aspectes d'interès col·lectiu: la recuperació de les platges i, un cop passat l'allau d'atletes olímpics, en la presentació de la Vila Olímpica com un barri amb entitat pròpia.



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

mar i com a culminació, com es pot llegir en el text de l'anunci, de la "més important transformació urbana des de 1888".

Des de les instàncies públiques no s'ha dit gaire sobre l'espai residencial creat, el "barri" pròpiament dit, ja que aquest ha estat obra de desenvolupament privat i no ha existit, lògicament, massa interès en fer bandera d'una operació immobiliària

que podia tenir ressonàncies negatives sobretot per similitud amb la que en el passat havia estat àmpliament contestada<sup>28</sup>.



La promoció dels habitatges de la vila olímpica pròpiament dita va correspondre, lògicament, a la promotora Nova Icària<sup>29</sup>, SA (NISA), la que tenia un producte material per a vendre. En aquest cas, la imatge de la Vila Olímpica contrasta fortament amb l'anterior i el que s'anuncia, conscient l'empresa del segment de mercat al que es dirigeix, és un espai apte per persones de rendes més aviat altes, encarnades, en l'anunci de l'esquerra (*Vivir en Barcelona*, juliol-agost 1992) per una dona vestida

elegantment. Encara és més clara aquesta imatge d'un antic espai industrial en ràpid i massiu procés de *gentrification* en els fulletons que NISA va utilitzar en successius *mailings* als barcelonins. Les persones que apareixen en les il·lustracions dels fulletons de publicitat són parelles joves, aparentment sanes, esportives i atractives segons els canons de bellesa regnants, autèntics prototips dels joves professionals de rendes elevades; els interiors del pisos, perfectament decorats, han estat publicats prèviament a revistes especialitzades i són obres d'interioristes més o menys reconeguts, i els exteriors són platges anònimes,

<sup>28</sup> El que fou conegut com a Pla de la Ribera, en el seu origen promogut per les empreses que tenien les seves instal·lacions industrials al Poble Nou, despertà una enorme oposició popular a començaments dels anys 70 que el veié com una gran operació especulativa que perseguia la requalificació de grans extensions de sòl industrial (CAU 1974:217-219).

<sup>29</sup> La història depara sovint paradoxes ben estranyes. Icària, la ciutat somniada per l'utòpic socialista francès Étienne Cabet, despertà gran interès a Catalunya a la segona meitat del segle XIX, com mostra el fet que el mateix Cerdà donés aquest nom al primer nucli de cases obreres que es formà al Poble Nou, conservat des dels anys 20 en l'avinguda del mateix nom. Sembla ser que la idea de "repescar" el nom d'Icària per a la nova urbanització fou del mateix Oriol Bohigas (FABRE, J. i HUERTAS, J.M. 1989:74). Finalment, però, Icària només ha quedat en el nom de la promotora i el nou barri ha passat a ser designat per un més asèptic "Vila Olímpica".

sense referents barcelonins -potser per evocar que “això no s’assembla a viure a Barcelona”- però compensats per la presència ocasional en altres fotografies dels gratacels olímpics.

L’Anella Olímpica de Montjuïc ha estat objecte d’atenció privilegiat per part dels mitjans de comunicació i ha estat, així mateix, l’espai més recurrent en la publicitat institucional, amb els seus tres edificis emblemàtics (l’Estadi Olímpic, el Palau Sant Jordi i l’Institut Nacional d’Educació Física) a més d’altres de menys envergadura com les piscines Picornell. L’Ajuntament ha utilitzat preferentment els dos primers, ja que l’INEFC de Ricardo Bofill va ser finançat totalment per la Generalitat de Catalunya qui, com ja s’ha assenyalat, va intentar treure’n profit rivalitzant en protagonisme olímpic amb l’Ajuntament. Si l’Anella Olímpica de Montjuïc ha estat utilitzada per a connotar la transformació de la ciutat ha estat, en primer lloc, perquè a Montjuïc es produïa la màxima identificació amb l’esdeveniment olímpic, també perquè la continuïtat històrica amb el 1929 com a ocasions per a transformar la ciutat s’ha remarcat molt i, també, perquè compta amb edificis als que l’ús en ocasions especials i el tractament mediàtic els ha conferit un gran valor simbòlic. Deixant de banda l’Estadi, el valor del qual remet més a la història i a contenidor d’events com la cerimònia d’inauguració dels Jocs, el Palau Sant Jordi del japonès Arata Isozaki ha estat el blanc de l’atenció, no només pels seus valors estètics sinó també pels estrictament tècnics. L’elevació del seu sostre, una complicada operació d’enginyeria, va ser seguida amb màxima atenció per la premsa, va ser filmada, fotografiada i fins i tot historiada en un llibre de gran format<sup>30</sup>. La dificultat constructiva, la grandària i els mitjans tecnològics han estat àmpliament divulgats, junt amb el seu valor arquitectònic, com a senyes d’identitat de l’edifici:

El seu procés de construcció i la seva concepció arquitectònica han fet que el Palau hagi estat focus d’atracció d’arquitectes i estudiosos internacionals. Entre els seus atractius, cal destacar la seva cúpula -que es va aixecar tota de cop-, així com la grandària. Són pocs els Palaus

---

<sup>30</sup> DIPUTACIO DE BARCELONA, COOB '92 (1990): *Palau Sant Jordi*, Barcelona, COOB '92.

d'Esports que tinguin tanta cabuda d'espectadors. Només el de París (a Bercy) té també una capacitat per a 17.000 espectadors (...) El nou Palau està dotat de grans mitjans tecnològics, de climatització, de control central d'il·luminació i megafonia, tot plegat fa que sigui un dels edificis anomenats "intel·ligents" (*Barcelona 10*, núm. 54, set-oct 1990)

Valor cultural i capacitat tecnològica han estat sovint les connotacions de les grans obres urbanístiques barcelonines, cosa que no és d'estranyar i que encaixa perfectament amb el programa del 92 que "conté sobretot una política econòmica... que recolza en dos pilars fonamentals: el repte tecnològic i el desenvolupament d'un turisme de qualitat" (CARRERAS, C. 1988a:396). Ambdós atributs han acostumat a conviure en bona harmonia: "alta tecnologia transformada en poesia" diu Hughes del Palau Sant Jordi i de la torre de telecomunicacions del nord-americà Norman Foster a la serra de Collserola (HUGHES, R. 1992:66). Ocasionalment han entrat en competència, com en el cas de la torre de telefònica de l'enginyer Santiago Calatrava a la mateixa muntanya de Montjuïc, la qual va desagradar profundament els arquitectes encarregats del projecte d'urbanització de l'entorn, per als quals la torre era un element estrany que no havien contemplat<sup>31</sup>.

### **Imatge i cohesió social**

Una imatge de ciutat revitalitzada s'aconsegueix amb espais urbans i campanyes d'embelliment, però també amb campanyes publicitàries, events culturals i esportius (HOLCOMB, H.B. i BEAUREGARD, R.A. 1981). De tot hi ha hagut a Barcelona. El consens social al voltant del projecte de revitalització de la ciutat que l'ha d'acompanyar és, però, tant o més important que la imatge que es pugui projectar a l'exterior. Ja s'ha vist en els apartats anteriors com, indirectament, les intervencions físiques en la ciutat contribuïen a crear o a mantenir aquesta

---

<sup>31</sup> CORREA, G., MILA, A., MARGARIT, J., BUXADE, C.: "Razones contra un proyecto", *El País*, 09.10.90.

cohesió social. En presentar-se la ciutat en obres com un espectacle, els “espectadors” -els ciutadans- acabaven per fer-se seu un projecte que no ho era. En la presentació del nou urbanisme, s’assolia d’influir en la percepció que els ciutadans tenien de la seva ciutat no només donant a conèixer els nous espais -als qual els costa de ser inclosos en els mapes mentals dels ciutadans tal com vam poder comprovar en l’anàlisi d’una enquesta als visitants d’una exposició (CARRERAS, C. dir., 1990)- sinó canviant-ne la valoració, sobretot a través de la difusió del reconeixement internacional dels nous espais.

### *La teoria de les expectatives*

A més, però, han existit accions més específiques que han aconseguit reforçar de manera molt intensa el grau de consens social. Els mateixos Jocs Olímpics tenen una capacitat gairebé il·limitada d’il·lusionar amplis sectors de la població, tal com es va mostrar, a Barcelona, el dia que es va produir la nominació de Barcelona com a seu olímpica. Pep Subirós recorda com després de fer-se oficial la nominació el 17 d’octubre de 1986, el pensament de l’alcalde se’n va anar cap a la ciutat: “Barcelona deu ser l’hòstia!”. Subirós, que devia estar a Barcelona aquell dia, diu que sí, que efectivament ho era. I afegeix “no va deixar de ser-ho durant gairebé sis anys” (SUBIRÓS, P. et al. 1994:61). Perquè l’esclat d’entusiasme d’aquell dia d’una bona part de la població no tenia massa a veure amb l’esport, sinó amb un projecte de ciutat que poc a poc s’havia anat convertint en un “objectiu de tots”, tal com deia la propaganda oficial.

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

Els que n’eren els responsables municipals ho explicaven d’aquesta manera en declaracions a una revista francesa:



L'objectif de la première phase de la campagne a été de tenter de créer un symbole d'identité pouvant être assumé par la plus grande partie de la population. Cela a un résultat positif: les gens collent des autocollants sur leur voiture, les jeunes sur leurs classeurs, ils achètent le tee-shirt qu'on distribue, etc... On crée un symbole d'identité qui ne se veut ni politique ni traditionnel. Ce n'est pas un drapeau, ce n'est pas un écusson, mais un symbole complètement différent. En fait, le taux d'acceptation obtenu un an après sa sortie en public est considérable. Les habitants ne se sont pas prononcés pour ou contre selon leurs tendances politiques et cela a été très bien perçu par la ville tout entière (CASAS, E. 1990:97)



La “B” del logotip -amb els colors vermell, groc i blau- tenia capacitat, segons els responsables municipals, d’evocar mediterraneïtat -el blau-, artistes com Miró o Picasso -que sovintejaven l’ús de colors primaris-, la bandera catalana -el vermell i el groc-, o els colors del Barça -el blau i vermell- (CASAS, E. 1990:98). Després dels Jocs Olímpics, es va mantenir el logotip però l’eslògan va canviar, anunciat una fase diferent, per “Ara, Barcelona i tu” (a l’esquerra,

anunci publicat a *Vivir en Barcelona* núm. 88, abril del 1993), un intent de mantenir l’esperit després de la ressaca olímpica i la depriment crisi econòmica que va semblar desfermar-se quasi súbitament l’endemà de la clausura dels Jocs<sup>32</sup>.

Les campanyes posteriors a aquell inicial “Barcelona, més que mai” van continuar amb la voluntat explícita de contribuir a reforçar la cohesió social

<sup>32</sup> En la mateixa línia, just l’endemà d’aquesta, l’Ajuntament publicava a doble pàgina i a tota la premsa de la ciutat un “Barcelonins, això no es tot. Ara ve el millor”.

Barcelona és una ciutat que no s'agrada. Voldria ser ben bé no se sap com: d'una altra manera; no sap de quina exactament, però mai com és. A aquest fàstic de ser com és contribueixen diverses coses. D'una banda: el sentit autocrític dels barcelonins, que no baixa mai la guàrdia. De l'altra: fa molt de temps que Barcelona no és líder de res.(...) I per proclamar-ho als vents que calgui, els *ninyatos* de Calvo Sotelo donen a llum aquella teoria que fa de Barcelona un Titànic (...) El Titànic barceloní ha passat de moda més ràpidament que l'escubidú, els pòsters del Che Guevara, les camises hawaianes, les cançons de Juan & Júnior, el Segon Congrés de la Llengua, els llibres de Marcuse, Humphrey Bogart o l'expressió "és massa!". Fins a tal punt ha passat de moda dir que Barcelona s'enfonsa que hi ha optimistes que -amb la mateixa manca de proves amb què abans es proclamava el naufragi- ara proclamen que Barcelona passa per un gran moment<sup>34</sup>.

D'una altra manera, tant o més aconseguida, ho va explicar el mateix alcalde qui ha buscat el recolzament teòric de premis Nobel com Keynes o Arrow en aplicar la teoria de les expectatives al cas barceloní. Es tracta de la mateixa idea de la "collective deprivation" de Peter Hall però ara presentada en positiu, és a dir, si la manca d'expectatives pot conduir a una sensació col·lectiva de "alienació i apatia", la confiança en el futur tindria la capacitat de provocar tot el contrari. Maragall afegeix, a l'habitual cantarella d'una tradició històrica que condueix indefectiblement a les actuals realitzacions, el paper de la percepció del futur:

El present depèn molt del futur, no només del passat (...) crec que els grans canvis de la història de la humanitat segurament no res poden explicar si no és precisament en funció més del futur, i de la percepció que els ciutadans van tenir del futur, que no pas de la influència del passat (MARAGALL, P. 1987:59-60)

---

<sup>34</sup> MONZÓ, Quim: *Zzz...*, pp. 143-145, citat a *Barcelona a l'escola 4. Paisatges i ambients barcelonins. Selecció de textos literaris dels segles XVIII, XIX i XX*. Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 1991, p. 151.

Per canviar les expectatives que els barcelonins tenien del seu futur, cal, seguint amb l'argumentació keynesiana en la que es basa l'alcalde, l'existència d'objectius a realitzar admesos per tothom. Segueix Maragall:

ell [Keynes] insistia en la importància que la humanitat, els països, les ciutats, tinguessin objectius coneguts o relativament coneguts, i en tot cas assumibles i que es poguessin aconseguir (MARAGALL, P. 1987:61-62)

D'aquesta manera, l'existència d'objectius que tothom es fa seus seria la millor manera de contribuir a una millora de les expectatives de futur dels ciutadans; per tant, de combatre percepcions negatives sobre la ciutat; per tant, de reforçar el consens social al voltant d'un projecte present.



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

línies dels logotips de la "B" de la ciutat de Barcelona i de "l'atleta" de Barcelona'92); la presentació dels Jocs -de la transformació de la ciutat, per tant- com "un objectiu de tots"; finalment, l'èmfasi en l'ocasió històrica que proporcionen els Jocs ("Un gran salto adelante" diu l'eslògan. El text encara hi afegeix "En sólo dos años nos situaremos en cabeza, junto a las ciudades más



avanzadas del mundo. En calidad de vida, en infraestructuras, en espacios abiertos, en instalaciones deportivas...”)

La legitimació d'aquests objectius admesos per tothom -necessaris, com s'ha vist per a millorar la imatge i les expectatives dels ciutadans- es va buscar, curiosament, no en el futur sinó en el passat, en la reiteració en tots els mitjans i en totes les ocasions de la seqüència “Exposició del 1888, Exposició del 1929, Jocs Olímpics del 1992”.

### *El mite de Barcelona 92*

El consens assolit amb els Jocs Olímpics va ser proclamat als quatre vents per totes les instàncies possibles: els responsables de les institucions, la premsa . Un consens que es manifesta en diferents àmbits: institucional, social, territorial...

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

La transformació de Barcelona impulsada pel seu Ajuntament ha estat la realització d'un dels més grans projectes urbanístics d'Europa en el moment actual

Per fer possible aquest canvi tan apassionant, moltes persones han hagut d'abandonar les seves cases o els seus llocs de treball, a causa de les inevitables expropiacions

Moltes més persones -de fet, tots els ciutadans-, han hagut de patir les obres durant anys

Centenars de professionals s'han abocat de forma excepcional i apassionada en el projecte, i han hagut de sofrir i de lluitar contra dificultats que de vegades semblaven insalvables

L'Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, el Govern Espanyol i la iniciativa privada han fet un dels esforços d'inversió més importants de la història. La Barcelona renovada és mèrit i guany de totes aquestes persones i organismes

Un projecte de ciutat com l'empres, l'organització d'un model de ciutat absolutament reestructurada adaptada al nou model de desenvolupament econòmic que domina l'economia mundial, i que comporta beneficis econòmics

indubtables per als sectors més interessats -d'aquí el consens institucional- necessita ser legitimat per a ser acceptat pel conjunt de la població. Un dels principals mecanismes de legitimació que funcionà en aquesta etapa i amb prou força com per a perdurar encara ara, fou el de la legitimació històrica.

El concepte de mite de Barthes pot ser d'aplicació força útil en aquest cas. També ho és el d'hegemonia, íntimament lligat a la creació del mite.

Ja s'ha vist en el capítol 4 que, en els mites, les connotacions resten amagades per aparent denotacions i que la seva funció és la de naturalitzar les proposicions de classe. S'ha vist també que l'hegemonia, en el sentit gramscian, existeix quan una classe dirigent (o millor, una aliança de fraccions de classes dirigents) és capaç de persuadir les classes subordinades per tal que acceptin els seus valors culturals, polítics i morals com a ordre "natural".

Les transformacions de la "Barcelona del 92" -entenent com a tal les produïdes en el període que s'inicia ja amb les primeres eleccions democràtiques el 1979- han donat lloc a múltiples imatges de la ciutat; tanmateix, una imatge ha estat la principal responsable de la legitimació del projecte: la d'una ciutat creixent al ritme de grans empreses col·lectives.

La història de la nostra ciutat, de les nostres famílies, ens ensenya que la progressiva configuració de Barcelona ha estat feta a salts.

La generació del 1888 va ser la que va donar el salt definitiu cap a l'Eixample, la que va fer el parc de la Ciutadella, la que va tenir la gosadia d'encarregar obres als nostres modernistes que ara són l'admiració del món.

L'Exposició del 1929 va ser l'ocasió per urbanitzar Montjuïc, per obrir el metro i modernitzar els transports i els serveis urbans.

La generació del 1992 ha de ser la que deixi acabada la Barcelona metropolitana. *Aquesta és una seqüència natural, lògica, inevitable, a la qual no es pot renunciar* (MARAGALL, P. 1991b:74-75). [cursives afegides]

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

En el vídeo "Barcelona, una passió", es podia escoltar com a part del diàleg: "Saps que és la tercera vegada que la ciutat, amb un esdeveniment rellevant, es

transforma?”, l'escriptor Eduardo Mendoza també recollia, per bé que ara més literàriament aquesta idea en un article titulat precisament “Barcelona, la ciutat de les tres exposicions”

Barcelona té alguna cosa d'ambigua i evanescent en aparença, una cosa difícil de precisar en paraules o en imatges, com la fesomia d'algunes persones, que resulten atractives sense que se sàpiga per què. El que Barcelona té d'essencial i definitori és imprecís, i tampoc deixa empremta, probablement cert tot de la llum. És una ciutat discreta, que prefereix no impressionar el foraster, com si no volgués exhibir les seves glòries ni les seves misèries. Només ocasionalment la ciutat surt d'aquesta aparent indiferència i convoca el món, com algú que, entregat durant llarg temps a la reflexió, decideix comunicar als altres les seves conclusions. Això ha passat dues vegades en un segle i està a punt de tornar una a passar [sic] el 1888, el 1929 i el 1992 (MENDOZA, E. 1992.33)

La “seqüència natural” ha arribat a constituir una explicació dels esdeveniments i fins a justificar-ne la seva inevitabilitat, sovint equiparada a la seva necessitat. Es tracta d'una interpretació de la ciutat que naturalitza, i legitima tot un projecte de ciutat, no només un projecte d'un partit polític concret<sup>35</sup>, per bé que existissin fortes -i potser lògiques- gelosies a l'hora de capitalitzar-ne els rèdits polítics. Existeix, doncs, un projecte de ciutat hegemònic que, a través de múltiples mecanismes i instruments, assoleix de crear un grau important de consens social. I, tanmateix, la pregunta és, on ha quedat la crítica? S'ha vist que l'hegemonia permet graus d'oposició i de resistència, que és capaç d'integrar punts de vista oposats sempre i quan no afectin l'essència del discurs hegemònic. En la Barcelona del 92, han existit, al menys, quatre àmbits on hi ha hagut mostres de resistència, algunes més integrables que d'altres. El primer prove de l'habitual picabaralla política. El grau d'identificació aconseguit pel govern socialista de la ciutat amb els Jocs Olímpics va fer, durant algun temps, presentar certa oposició a membres de Convergència i Unió que, ràpidament, van ser compensats amb un recolzament total al projecte olímpic. El llavors cap de l'oposició municipal deixava ben clara l'ambigüitat en la que es movien.

---

<sup>35</sup> En contrast, per exemple, amb l'ús de la història per a legitimar políticament la presidència Mitterrand a França durant els actes de la celebració del Bicentenni de la Revolució Francesa el 1989 (KEARNS, G. 1993)

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

Més resistent, però tant o més innòcua, va ser la crítica autoproclamada nacionalista que es manifestava fora de la cotilla parlamentària. Acció Olímpica és el nom que va prendre el moviment que es va encarregar de col·locar en tota ocasió possible el lema "Freedom for Catalonia"<sup>36</sup>. Tanmateix, en cap moment aquest moviment va pretendre oposar-se als Jocs ni, per extensió, al projecte Barcelona'92. En un anunci que publicaven a la premsa, just acabats els Jocs, agraïen la col·laboració de les persones que havien participat en la campanya alhora que recordaven un cop més que "gràcies als Jocs Olímpics de Barcelona, Catalunya ha fet un pas important en tots aspectes. D'això no se'n pot tenir cap dubte"<sup>37</sup>.

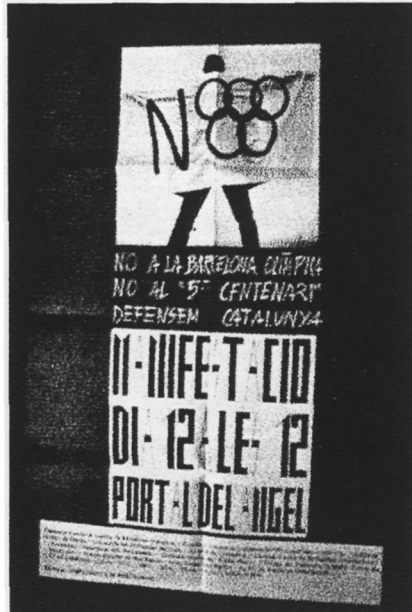
El tercer front de crítica havia de provenir de l'àmbit intel·lectual. I, com se sorprèn Francesc Roca (1987, 1993), aquesta no ha existit sinó amb raríssimes excepcions i, en tot cas, no hi ha hagut un atmosfera crítica. Només el periodista i escriptor Manuel Vázquez Montalbán, per la difusió diària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

---

<sup>36</sup> Pot veure's un recull dels èxits de la campanya, amb reportatge gràfic inclòs al llibre de Crexell: *Nacionalisme i Jocs Olímpics del 1992* (CREXELL, J. 1994)

<sup>37</sup> *La Vanguardia*, 10.08.92.

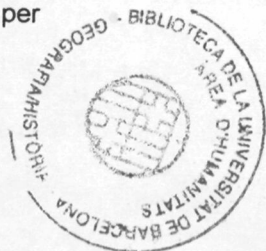
connexió amb les denúncies realitzades pel moviment anti-olímpic, el quart front de crítica.



cartell contra la Barcelona olímpica (1986)

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

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



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



De fet, el moviment antiolímpic no comptà mai amb d'altres suports que els de nombrosos col·lectius petits (mostra de la fragmentació dels moviments socials actuals) i d'alguns partits extraparlamentaris<sup>38</sup>. La cúpula de les associacions de veïns de Barcelona, la FAVB, dominada per partits parlamentaris, en cap moment hi oposà problemes, no feu, com diu Subirós, "esmenes a la totalitat"<sup>39</sup>:

<sup>38</sup> Els convocants de la manifestació a la que es cridava en el cartell reproduït a la pàgina anterior eren: Comissió contra la Barcelona Olímpica, Comissió contra la celebració Vè Centari, Mili KK, Amics de la Bici de Barna, Col·lectiu Acció Popular del Clot, AFAPP de Catalunya, Comitè Català Solidaritat Internacional, Assemblea Llibertària del Barcelonès, Comissió Icària del Poble Nou, L'Ortiga de Badalona, Radio Corcó de l'Hospitalet, Ateneu Popular de Nou Barris, Grup de Dones Nou Barris, A.VV. de Roquetes (Nou Barris), CNT de Catalunya, LCR, MCC, MDT, MEN, PSAN, AJR, MJCC, JCR.

<sup>39</sup> Només anys més tard, la FAVB reprendria cert to crític i publicaria, un cop finalitzats els Jocs Olímpics i en un ambient econòmic gens eufòric, la "Barcelona de Maragall", un

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

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

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

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

---

"abecedari" a l'estil del que havia publicat la revista CAU 18 anys abans com a denúncia del porciolisme, com a número especial de la seva publicació *La Veu del Carrer* (núm. 10-11, novembre-desembre 1992). En l'editorial es venia a dir que s'havia acabat ja "la treva": *Després de la cita olímpica, amb les obres acabades, Barcelona és una ciutat feta? Com han quedat les reivindicacions dels barris? El pes del deute marcarà el postolimpisme? Els oblidats continuaran en la marginació? Hem d'acostumar-nos a viure amb les bosses actuals de pobresa? Barcelona ha aprofitat els grans esdeveniments per resoldre els seus endarreriments urbans? Però, després què?*



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

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

Els objectius del desplegament mediàtic, també:

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

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

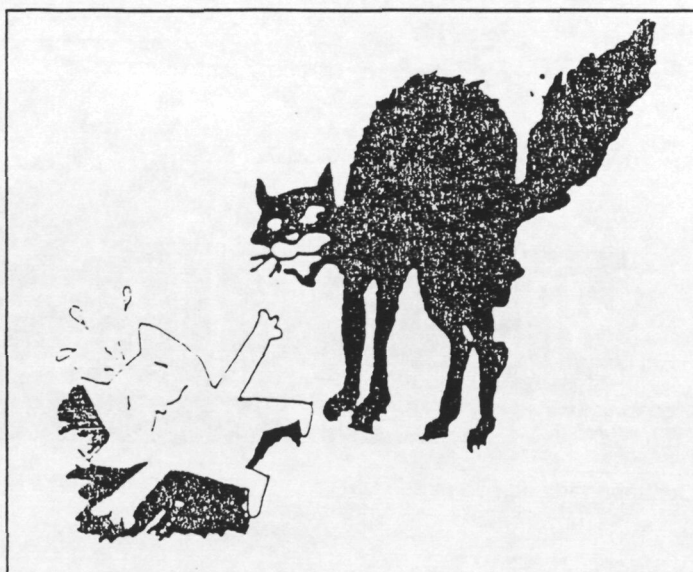
Frente a esta magna operación de consenso y remodelación, nos parece absolutamente necesario abrir espacios de resistencia. Por espacio de resistencia entendemos todo tipo de actuaciones, sea ocupaciones de casas, acciones subversivas cotidianas, denunciar sus proyectos... Acciones que nos permiten otro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

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





El Cobi de Barcelona'92



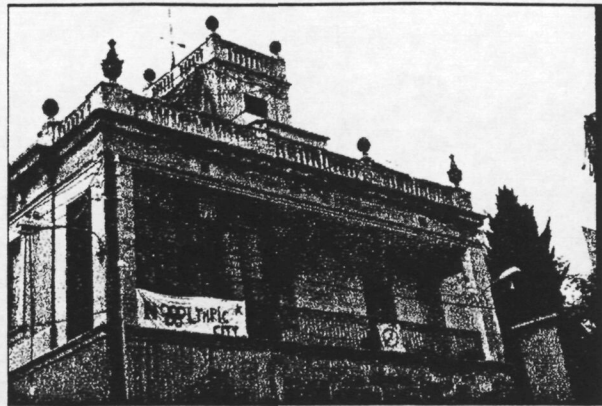
El Cobi de Barcenoal'92

**Exemples d'imatges utilitzades pel moviment anti-olímpic**



barcelona. una ciutat insolidària  
cara, repressiva i avorrida.

Contraportada de *I Jornades No'92*



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



Samarreta "Barcelona'93. The year after..."

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

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

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

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

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

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

Les reivindicacions i les lluites s'encaren cap a una discussió de les condicions i modalitats de realització dels projectes concrets, no a una invalidació global.

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

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

### **III. LA IMATGE COM A INSTRUMENT DEL PLANEJAMENT**



Aquesta tercera part és dedicada, després d'haver tractat els canvis en el planejament i la producció d'imatge, en les parts I i II, respectivament, a establir la relació entre planejament i producció d'imatge.

S'ha vist que els canvis en el planejament urbà condueixen a una nova forma d'entendre'l, que passa pel curt termini, per la negociació, per la participació dels actors privats. En aquest nou planejament, entès com a procés i ja no com a fi per ell mateix, es creen imatges globals i parcials de la ciutat que contribueixen a reforçar els seus objectius i que arriben fins i tot a constituir-ne una part essencial.

En els "projectes de ciutat" (o plans estratègics), la imatge juga un paper fonamental en la difusió, acceptació i funcionament dels resultats de cadascuna de les seves fases: en la definició d'objectius a partir de l'anàlisi de l'entorn i de la ciutat, en l'establiment de les línies estratègiques i en el posicionament de la ciutat en el mercat (el "marketing").

En el I, i especialment en el II, Pla Estratègic de Barcelona l'objectiu assenyalava el paper que internacionalment havia de jugar la ciutat; és per això que el primer capítol d'aquesta tercera part es concentra en la integració internacional com a objectiu de la política urbana, tot intentant de veure l'esforç per aconseguir una imatge de ciutat internacional i el seu pes en les polítiques d'internacionalització. Les línies estratègiques s'adrecen a la millora o l'ampliació de les infraestructures de comunicació, a la millora de la qualitat de vida i al desenvolupament dels serveis a la producció. En el capítol següent, es realitza una aproximació, doncs, a com el contingut d'aquestes línies estratègiques -les condicions del creixement- ha estat divulgat, promocionat o simplement presentat als propis ciutadans. Finalment, cal sortir al mercat a vendre els productes dels que hom disposa; cal en primer lloc dotar-los de personalitat pròpia (posicionar-los), presentar-los i, si convé, promocionar-los a través dels mitjans habituals. En el capítol 8, finalment, es mostren els "productes Barcelona", aquells sectors en els que existeix una aposta explícita per tal de competir en el mercat internacional.





## 6. La integració internacional (l'objectiu)

**"Barcelona tiene poder"**  
(*El País*, 16-8-92).

**"Barcelona no tiene poder"**  
(*La Vanguardia*, 18-7-97)

Els titulars de premsa provenen, és clar, de la insòlita rumba que Peret cantà en l'acte de cloenda dels Jocs Olímpics en plena culminació d'eufòria olímpica ("Ella tiene poder, ella tiene poder, Barcelona es poderosa, Barcelona tiene poder"). Cantada llavors a l'Estadi Olímpic o, posteriorment, en qualsevol mena de *show* televisiu no té altre valor que el de contribuir a estats d'ànim més o menys exultants si no és que s'ha convertit ja en un mer record només apte per a nostàlgics. Posat en lletres d'impremta en rotatius diaris, mostra, però, la necessitat de la medicació, de la comparació, de comprovar la capacitat de competir de la ciutat.

El 1992, el periodista Arcadi Espada, caracteritzat normalment pel seu to mordaç, es trobava en total sintonia amb el missatge oficial:

Barcelona ha aumentado su poder. Ante el mundo, tal como dijera el muy viajado Juan Antonio Samaranch, ha ofrecido la imagen del final de la siesta. Ante el resto de España, ha confirmado su papel de vanguardia sin ofender la solidaridad y al entendimiento. Ante la propia Cataluña, se ha erigido como su capital máxima, arrasando tentaciones medievalistas. Y ante si misma acaba de demostrarse convincente, capaz de llegar hasta el fondo de sus sueños" (*El País*, 16-8-92).

Cinc anys més tard, lluny ja de l'eufòria olímpica, la valoració d'E. Julià, habitual cronista de la ciutat, era ben diferent:

...esa lámina de autosatisfacción que envuelve a Barcelona desde agosto de 1992, esconde o, mejor dicho, eclipsa un fenómeno de fondo que sería percibido con mucha mayor preocupación en otras circunstancias. Año tras año, Barcelona pierde peso en relación a Madrid en el terreno económico y el de las infraestructuras (...) Cinco años después, en términos de capitalidad económica y política, Barcelona no tiene ahora más poder que un mes antes de los Juegos Olímpicos. Al contrario Barcelona, influye, eso sí, y ha afianzado una manera distinta de hacer las cosas. No se sabe por cuánto tiempo, pero gusta. El augurio de la rumba de Peret ("Barcelona tiene poder, hechicera, gitana, ¡Marabú!) no se ha cumplido, pero sigue siendo la ciudad simpática" (*La Vanguardia*, 18-7-97)

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

Efectivament, una de les manifestacions espacials de la globalització econòmica mundial és, com ja s'ha assenyalat repetidament, la relocalització de determinades activitats econòmiques i la creixent competència interurbana per tal d'atraure-les, un procés del que se suposa que algunes ciutats n'han de sortir com a guanyadores i d'altres com a perdedores (VAN DEN BERG, L 1991.358), tenint com a context de referència un marc econòmic general de suma zero (és a dir, que no hi pot haver qui guanyi si, a canvi, no hi ha qui perd) Per bé que no sempre una interpretació com aquesta sigui acceptada explícitament -especialment, pel que fa a les seves indefugibles implicacions quant a la generació de desigualtats i de desequilibris territorials-, la internacionalització de la ciutat -és a dir, la lluita per obtenir un paper en el mercat mundial de localitzacions- es presenta com una necessitat de supervivència<sup>1</sup> i, com a conseqüència, en un objectiu a perseguir, en una

---

<sup>1</sup> L'ús d'expressions com el dilemma *internationalize or perish* (SOLDATOS, P. 1991) n'és una de les mostres més inequívokes (el seu equivalent en el món acadèmic -*publish or perish*- denota així mateix la competitivitat i l'estratègia "recomanada" per a sobreviure)

"ambició estratègica". Cal remarcar que el terme "internacional" és utilitzat gairebé sempre amb connotacions positives i que, com a objectiu, no acostuma a ser objecte de discussió. Alhora, s'ha destacat que, a causa d'aquesta necessitat ineludible, la internacionalització descansa, en bona part, en representacions i en imatges d'internacionalitat més que no en fets i que, sovint, es confon l'aspiració o l'objectiu amb la realitat (BONNEVILLE, M. 1990:1); això seria explicable, en part, per l'apropiació del concepte per part dels líders urbans, més preocupats per la creació d'imatges i de símbols capaços de crear percepcions internes i externes d'internacionalitat que no de crear-ne les condicions "efectives" (SOLDATOS, P. 1989). La pretesa confusió és un fet d'interès ja que aquí es manté que una cosa comporta l'altra i que la imatge és part fonamental per a que, efectivament, acabi esdevenint realitat, cosa que constituiria una mostra de com les representacions de l'espai tenen capacitat efectiva d'afectar les pràctiques espacials. Fins i tot la proclama de situacions no favorables (com la "Barcelona no tiene poder" que s'ha vist anteriorment) pot ser contemplada com una col·laboració a la causa, com una crida a no adormir-se, com una manera d'esperonar la consciència col·lectiva.

Potser per aquesta mateixa ambigüitat (voluntària?), pel fet que la internacionalització s'ha convertit gairebé en un lloc comú i amb un contingut cada cop menys precís, diversos analistes del tema han dedicat força pàgines a afrontar la manca d'una definició elaborada del concepte de ciutat internacional. El primer apartat d'aquest capítol serà dedicat, precisament, a qüestions conceptuals començant pel mateix concepte de ciutat internacional, per tractar a continuació les estratègies recomanades per assolir la internacionalització, així com les mesures d'aquesta. Un segon apartat es centra en la imatge de ciutat internacional de Barcelona abordant successivament la projecció internacional de la ciutat com a tradició històrica, l'esforç institucional per donar a conèixer la ciutat a través de mitjans publicitaris, el reconeixement internacional de la ciutat vist per la premsa, i les diverses proclames en favor de l'existència d'un "model" Barcelona d'internacionalització.

## **Concepte, estratègies i mesures d'internacionalitat**

Tal com es desprèn del mateix títol d'aquest apartat, els problemes conceptuals relatius a la internacionalització de les ciutats passen principalment per tres qüestions:

1. *què és ésser internacional?* Diversos autors han fet notar la diferència existent entre ciutat internacional i ciutat internacionalitzada (BONNEVILLE, M. 1990), o, el que vindria a ser el mateix, entre internacionalització passiva o activa, o, encara, entre ciutats-espai i ciutats-actor (SOLDATOS, P. 1989).

2. *què s'ha de fer per ser-ho?* A partir de la definició de ciutat internacional i de l'establiment de quins són els indicadors definidors de la internacionalitat, hom ha esbossat recomanacions polítiques, és a dir, estratègies d'internacionalitat.

3. *com es mesura la internacionalitat?* Les mesures d'internacionalitat es realitzen a partir de diversos indicadors que sovint han donat lloc a la construcció de rankings de ciutats. Aquests rankings constitueixen no només una manera de medir la internacionalitat sinó també una manera no explícita de definir-la atès que cada ranking compta amb els seus propis criteris; a més, en ser habitualment molt divulgats, constitueixen una part important de la imatge de ciutat internacional.

### *Ciutats internacionals i ciutats internacionalitzades*

Mentre que el terme "ciutat internacional" no és més que un descriptor d'una situació -una ciutat, per circumstàncies diverses, esdevé integrada en el sistema econòmic mundial, tingui o no funcions de comandament econòmic, sigui per voluntat o per omissió, "per activa o per passiva"-, el terme "ciutat internacionalitzada" denota l'existència d'una voluntat explícita d'internacionalització. Així, les élites dirigents (l'oligarquia local i/o

l'administració) articularien una política d'internacionalització amb l'objectiu d'atraure béns, persones o capital.

Més enllà de l'existència o no d'una voluntat política, però, la internacionalitat hauria de poder conceptualitzar-se adequadament per a destriar-ne els seus trets característics, per a poder diagnosticar la situació existent com a condició prèvia al disseny d'estratègies. D'entre aquestes conceptualitzacions es destacaran aquí dues de les més difoses: les que han vingut realitzant M. Bonneville i P. Soldatos al llarg de nombroses publicacions. Partint en tots dos casos de l'anàlisi de nombroses ciutats, el seu objectiu és el d'aïllar els trets d'internacionalitat comuns, motiu pel qual aquí s'al·ludirà a aquestes conceptualitzacions com a "models" per bé que, sobretot en el cas de Bonneville, restin més prop d'una tipologia que d'un model pròpiament dit.

#### *El "model Bonneville"*

Bonneville ha assenyalat l'existència d'un punt de vista segons el qual la internacionalització de la ciutat no seria sinó un estadi -superior- de desenvolupament econòmic; així, les ciutats internacionals serien aquelles grans metròpolis en el nivell més alt de la jerarquia urbana mundial amb funcions econòmiques de nivell superior, idea molt propera a la de *ciutat global* o *world city* que ha estat tractada en el capítol 2, i que constituïria l'únic model possible de ciutat internacional. Si hom acceptés aquesta visió, diu Bonneville, les possibilitats d'internacionalització per a les ciutats que no estan a la cúspide de la jerarquia serien pràcticament inexistents, i les estratègies d'internacionalització, inútils. Front a aquest punt de vista, que no comparteix, Bonneville oposa la idea de que la dimensió internacional de les ciutats prové d'una gran diversitat de situacions històriques i geogràfiques que dona lloc a una gran varietat de perfils internacionals: ciutats tecnològiques, ciutats amb perfil polític, ciutats turístiques, ciutats frontereres, ciutats amb projecció cultural o ideològica, ciutats

logístiques...<sup>2</sup>; l'especialització és, doncs, per aquestes ciutats una via efectiva per a jugar un cert paper internacional. Existeix també, a més, un perfil de ciutat -parcialment internacionalitzada- que es caracteritzaria per la seva capacitat d'*interface*, és a dir, per comptar amb una orientació internacional parcial que només implica certes activitats o certes empreses; aquest perfil de ciutat pot comptar així amb relacions internacionals sempre i quan compti amb el nivell suficient de serveis necessaris per a que empreses regionals puguin treballar també a l'estranger o que empreses estrangeres puguin tenir accés al mercat local (BONNEVILLE, M. 1990). Les ciutats millor col·locades per a desenvolupar aquest paper d'*interface* serien naturalment les grans metròpolis globals, però la possibilitat d'una internacionalització parcial aconsegueix de no tancar totes les portes per a les ciutats que no parteixen d'aquestes condicions. Finalment, encara, la internacionalització pot desenvolupar-se a partir de l'existència d'un avantatge comparatiu internacional com en el cas de ciutats que compten amb avantatges fiscals o que són una plaça borsària destacada.

Hom pot concloure així que, a més d'una tipologia de ciutats internacionals, el que Bonneville proposa -amb Lyon, la seva ciutat, com a referent- són diverses possibilitats d'internacionalització, deixant doncs el camp abonat per al disseny d'estratègies en funció de les possibilitats de cada ciutat. Es tracta també, doncs, d'una anàlisi, de les potencialitats de cada centre urbà.

Front a aquesta tipologia o "model adaptable a les necessitats de cadascú", hom pot contraposar el model de síntesi de Soldatos, menys flexible i, per tant, molt més exigent quant als seus requeriments.

### *El "model Soldatos"*

A partir de la comparació de 33 ciutats (les participants en el projecte "New International Cities Era"), Soldatos ha elaborat una llista dels principals elements que constitueixen el perfil d'una ciutat internacional. Una ciutat internacional es

---

<sup>2</sup> Hi és ben present la tradició geogràfica de classificació de les funcions urbanes que, a França, inicià G. Chabot el 1948.

defineix, segons aquest autor, per trets clàssics com la seva posició geogràfica, la seva base productiva i comercial o la presència d'institucions internacionals, però també per posseir una orientació a l'exterior dels seus serveis i dels seus mitjans de comunicació i així com per la seva voluntat política de ser internacional.

#### **Els 13 trets d'internacionalitat de P. Soldatos**

1. es troba en una posició geogràfica d'obertura al món
2. acull factors de producció estrangers i de fluxos comercials
3. allotja d'institucions estrangeres i internacionals
4. exporta factors de producció i institucions econòmiques, socials, culturals i científiques
5. té una multiplicitat de comunicacions socials amb l'estranger
6. està directament lligada amb l'estranger per mitjans de transport i de comunicació
7. té un sector serveis orientat a l'internacional
8. té uns *mass media* de difusió internacional
9. acull regularment trobades i altres tipus d'activitats internacionals
10. té institucions nacionals de reputació internacional
11. desenvolupa una paradiplomàcia urbana (municipal o privada) recolzada en serveis especialitzats de relacions internacionals
12. té acords amb actors estrangers o internacionals i participa en xarxes internacionals de ciutats
13. té una població amb una composició ètnica diversificada

(Font: SOLDATOS, P. 1989)

A partir de l'anàlisi d'aquests trets i dels arguments continguts en treballs d'altres autors, especialistes en l'economia de serveis com P. Daniels (1985), Soldatos arriba a una identificació dels criteris estratègics del perfil internacional, que són bàsicament dos: la presència de grans empreses i d'organitzacions internacionals, especialment de la seva seu social -o, al menys, de la seva divisió regional internacional-, i el desenvolupament de serveis estratègics de suport a l'activitat econòmica (serveis a la producció) com les pertanyents als sectors de les finances, les assegurances, la comptabilitat, l'assessoria jurídica, la gestió, la

consultoria, l'enginyeria, les comunicacions, la informació, les relacions públiques o la publicitat<sup>3</sup>.

L'existència d'aquests trets en una ciutat, però, tal com assenyala Soldatos no és suficient per a que aquesta pugui considerar-se internacional; aquests trets han d'existir, a més, en una quantitat suficient: es planteja, doncs, el problema de la "massa crítica"<sup>4</sup>. Dificil d'establir -requeriria mesurar cada tret d'internacionalitat i establir-ne una ponderació-, la massa crítica no és només una qüestió objectiva sinó que respon també a una percepció (el *marketing* urbà pot projectar una imatge de massa crítica i facilitar, sobretot en fases inicials, el seu desenvolupament internacional). La qüestió és especialment rellevant pel que fa al disseny d'estratègies d'internacionalització, ja que la massa crítica s'obté també a través d'aliances bilaterals i de xarxes urbanes. Les ciutats que compten amb aquests trets estratègics són definides per Soldatos com a ciutats-actor per contraposició a les ciutats-espai que acullen també activitats internacionals però que no tenen el caràcter estratègic del de les primeres. Per tant, les ciutats-espai desenvoluparien una internacionalització passiva, mentre que les primeres desenvolupen una internacionalització activa i són les que compten amb autèntiques funcions internacionals. El "poder d'influència internacional direccional" (la capacitat de participar en la definició de l'evolució de l'estructura del sistema internacional) és constituït així per un nivell determinat de desenvolupament de trets d'internacional, sobretot dels més estratègics, assolint un nivell de massa crítica suficient per a exercir funcions internacionals que comportin una influència internacional. Per tal que conflueixen en un poder d'influència internacional direccional, però, cal una "polarització espacial del desenvolupament internacional de la ciutat", és a dir, una concentració geogràfica

---

<sup>3</sup> Hom observarà que són les mateixes característiques que Sassen assenyala com a distintives de les ciutats globals (SASSEN, S. 1991).

<sup>4</sup> El terme és profusament utilitzat en la literatura sobre internacionalització de les ciutats. La seva definició aplicada al camp d'on prové -la física nuclear- és reveladora: "mínim de massa de material fissionable que ha d'ésser introduïda en un reactor nuclear per tal d'aconseguir una reacció en cadena" (Enciclopèdia Catalana: *Diccionari de la llengua catalana*, Barcelona, 1994).



de trets d'internacionalitat i un grau important d'integració en les xarxes internacionals.

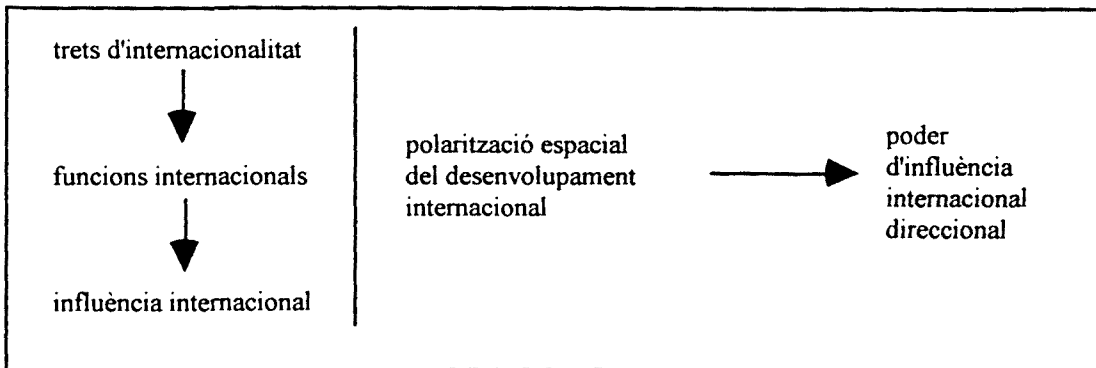
**Elements de polarització espacial pel desenvolupament internacional de les ciutats**

1. presència d'una massa crítica de trets d'internacionalitat, especialment dels estratègics (empreses multinacionals i serveis estratègics de suport)
2. posicionament central de la ciutat en la xarxa nacional
3. posicionament central en la xarxa regional
4. activitat internacional integrada en la societat nacional
5. activitat internacional multifuncional i que assoleixi de crear interdependència entre els diversos nivell d'internacionalitat presents a la ciutat
6. grau important de retenció de la riquesa creada
7. posicionament central (sola o en coalició) en les grans xarxes internacionals
8. relacions integrades entre els centres de decisió de la ciutat i els dels altres nivells administratius superiors
9. paper més grans en el sistema internacional que en el nacional

(Font: SOLDATOS, P. 1989:28)

El "model Soldatos" és sintetitzat pel mateix autor amb el gràfic que es recull al quadre següent:

**El "model" Soldatos**



(Font: SOLDATOS, P. 1989:30)

No totes les ciutats, però, assoleixen aquest poder d'influència internacional. Segons Soldatos, existeix una piràmide a la base de la qual hi ha les ciutats que simplement ofereixen el seu territori urbà per a activitats internacionals; al mig, d'altres ciutats van més enllà d'aquest paper passiu i assoleixen d'anar més enllà de les seves fronteres com a mínim a nivell del seu entorn internacional immediat; a la cúspide, finalment, les ciutats direccionals que juguen un paper en el sistema internacional, influenciant-lo, modelant-lo i controlant-lo (SOLDATOS, P. 1991:347).

### *La internacionalització com a objectiu*

Les tendències que determinen el procés modern d'internacionalització de les ciutats<sup>5</sup> obliga cada cop més a pensar en el seu desenvolupament i gestió de les ciutats en termes que depassen les fronteres estatals. Precisament perquè la competència s'estableix a nivell internacional, les fórmules preconitzades per a revitalitzar les ciutats passen indefugiblement per estratègies destinades a reforçar l'atractivitat diferencial de la ciutat en el context internacional (BOUINOT, J. i BERMILS, B. 1995). Davant del procés d'internacionalització de l'economia, segueix l'argument, les ciutats poden adoptar posicions molt contrastades; en els extrems, poden restar passives sofrint els efectes negatius de la internacionalització sense aprofitar-ne les noves oportunitats, o bé, en poden fer un dels principals eixos de la seva estratègia de ciutat. La internacionalització pot esdevenir així l'objectiu estratègic de la ciutat, ja que el desenvolupament només s'assoliria per mitjà dels fluxos i les masses crítiques que tan sols es poden trobar

---

<sup>5</sup> allò que Soldatos anomena "interdependència internacional complexa", és a dir, el conjunt de processos de regionalització internacional de l'economia, d'internacionalització accelerada de l'economia, de transnacionalització creixent de les relacions internacionals, de globalització de les comunicacions, de globalització de la vida socio-econòmica (SOLDATOS, P. 1989:50)

en la internacionalització. Cal, doncs, aquesta seria la conclusió, desenvolupar una política de *city marketing* adequada, aprofitant la base diferencial existent i creant o millorant les condicions del creixement.

Aquest era l'enfoc adoptat en els documents del *II Pla Estratègic Econòmic i Social Barcelona 2000*; davant les opcions possibles en els extrems, poc desitjable l'un, poc probable l'altre (seguir com si res, situar Barcelona al nivell de les ciutats globals),

l'opció més convenient podria ser la de donar consistència a consolidar Barcelona com a una ciutat internacional important Això implicaria la introducció dels elements capaços de millorar la capacitat de competència de les seves activitats, l'increment del valor afegit de cada una de les activitats a l'economia global i accentuar el caràcter internacional d'aquelles activitats amb més capacitat de projecció (ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000, 1994 32)

Segons Manuel de Forn, comissionat del Pla Estratègic Barcelona 2000 -en aquesta ocasió difonent internacionalment el "model Barcelona"-, una política d'internacionalització hauria de

. taking advantage of any action on territorial and service quality, and also to establish the connections, knowledge and techniques which can provide all the agents in the city with valid information, helping their decision making -thanks to the Administration knowing what actors are doing in other territories- and also creating infrastructure networks to improve flows and communications among territories (FORN, M 1992 70)

### *Formes de cooperació*

En el context internacional, la clau està, com s'ha dit, en aprofitar o en crear, si cal, avantatges comparatius. Curiosament, l'estratègia més important de competitivitat és l'inici de diverses formes de cooperació entre ciutats o institucions urbanes, "les aliances estratègiques urbanes" que ha teoritzat Soldatos (SOLDATOS, P 1989 i 1991).

Els objectius són reforçar el paper competitiu de cada ciutat, cercant complementarietats, sinergies d'optimització, massa crítica, cooperació.... Segons

l'esquema de Soldatos (1989), els objectius de tota estratègia de cooperació serien els següents:

1. consolidació o reforçament dels lligams existents
2. intercanvi d'informació
3. intercanvi de serveis
4. promoció i reforçament, en cooperació, del teixit conjuntiu urbà
5. compartir equipaments urbans
6. obtenció de massa crítica de trets d'internacionalització i de funcions internacionals
7. obtenció d'una capacitat d'influència més gran sobre altres nivells d'administració
8. facilitar la penetració del sector privat a l'estranger
9. reforçar la competitivitat internacional
10. controlar els aspectes disfuncionals de la competència entre les ciutats concernides i fer front a d'altres ciutats
11. reforçar la notorietat internacional

Segons Soldatos, l'enfoc que cal adoptar, doncs, alhora d'establir una aliança ha de ser multidimensional: les aliances han de ser diversificades (participació en diferents fronts especialitzats), múltiples (amb diversos *partners* segons les àrees), de caràcter diferenciat (participació alternativa del sector públic, el privat o el científic), amb caràcter innovador (aliances amb vistes al futur), i, el que és segurament més rellevant des del punt de vista geogràfic, han de comptar amb una aproximació de "cercles concèntrics":

La stratégie de cercles concentriques vise à inserer le développement d'une ville internationale dans un schema planifié et cohérent d'approche de ses relations avec ses six environnements (cercles) successifs: l'environnement micro-régional interne; l'environnement macro-régional interne (inter-regional); l'environnement national; l'environnement international transfrontalier ou transrégional; l'environnement continental; l'environnement mondial. Des alliances stratégiques reliées à chacun de six environnements s'imposent (SOLDATOS, P. 1989:61)

En els cercles regionals, els objectius són realitzar accions conjuntes de promoció internacional, perseguir aliances sectorials de cara a l'estranger (especialment, en el cas d'un perfil econòmic complementari més que concurrencial), i fer pressió

de cara a l'estat per tal d'encoratjar polítiques nacionals de promoció de les ciutats internacionals del país en qüestió.

En el cercle nacional, l'objectiu és consolidar la posició econòmica regional i nacional, arribant a acords amb l'estat per tal d'engegar polítiques d'ordenació del territori i de desenvolupament econòmic, cultural i científic.

En el cercle transfronterer, es tracta d'aprofitar la proximitat geogràfica i els lligams socio-culturals i històrics.

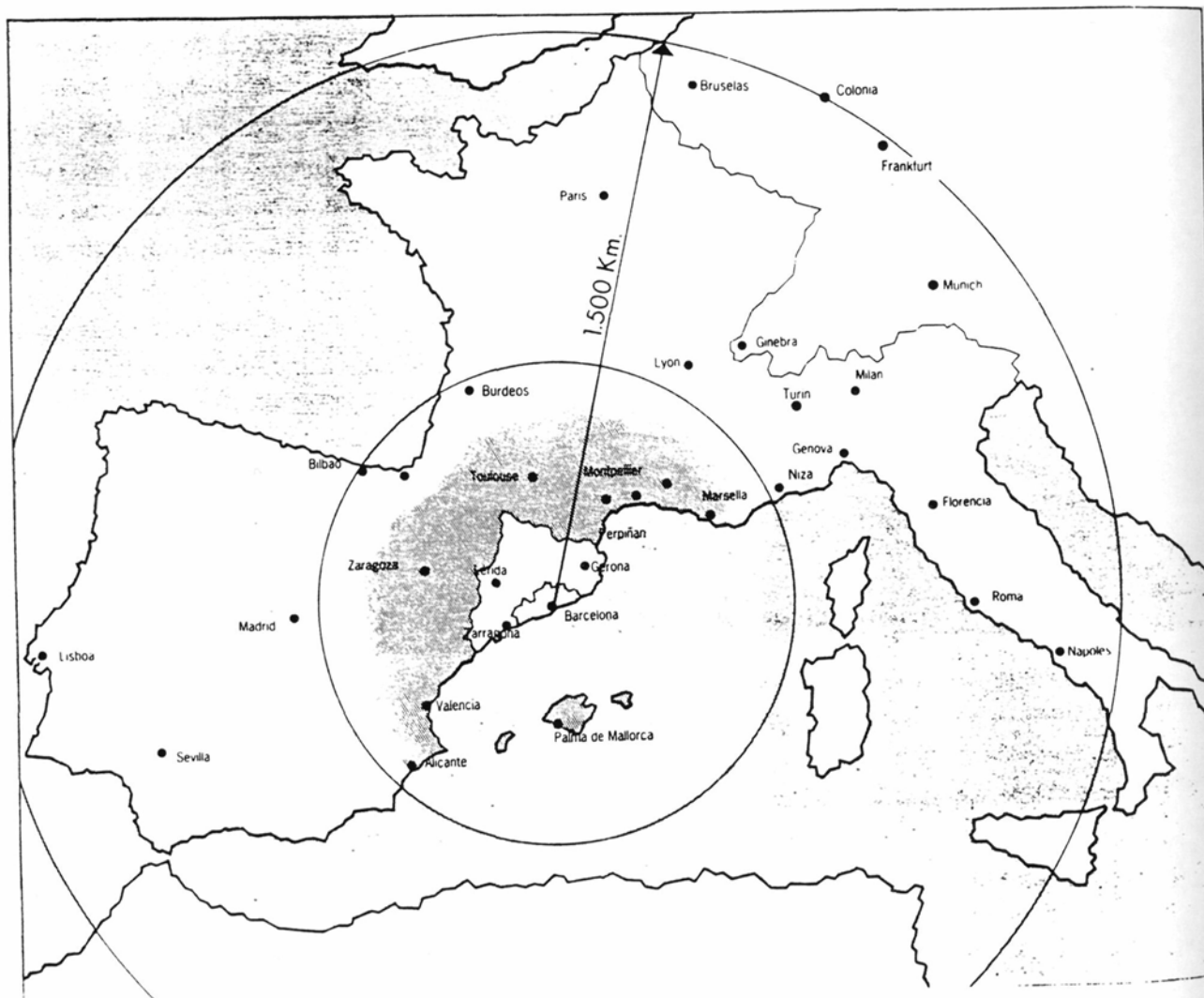
En el cercle continental es tracta d'arribar a acords per a competir amb les ciutats d'altres continents (per exemple, un trampoli europeu per competir amb les ciutats americanes o japoneses).

En el mundial, finalment, es tracta d'assolir una inserció dinàmica en l'economia mundial per poder formar part del grup de ciutat que orienten, modelen i dirigeixen l'economia mundial.

A propòsit del Pla Estratègic de Barcelona, Francesc Raventós en detalla els cercles sobre els quals la ciutat s'ha de proposar incidir. Tot i que es postula un enfocament diferent (primers els objectius, després la seva territorialització), el resultat no difereix en absolut:

El concepto de territorio es un concepto flexible. Siempre hay que preguntarse para qué y en función de qué. Barcelona es tantas cosas a la vez que no era fácil decidirse por una definición. Tenemos una Barcelona administrativa de 1.700.000 habitantes y 90 km<sup>2</sup>, la Barcelona real metropolitana, con 3.000.000 de habitantes, que es una unidad básica de planificación que comprende las relaciones habituales de las personas y la sociedad que encontramos cotidianamente, la Barcelona Región I, con una corona de 30 km y 4.000.000 de habitantes; la Barcelona capital de Cataluña y segunda capital de España, la Barcelona ciudad de vanguardia de una eurorregión de 15.000.000 de habitantes, al lado de Montpellier, Toulouse, Zaragoza, Valencia y Palma de Mallorca. Todas estas posibilidades se han tenido en cuenta en el momento de valorar el Plan Estratégico que queríamos elaborar. Una de las grandes aportaciones del plan es que ha permitido elaborar unos objetivos comunes sobre el territorio. La territorialización de estos objetivos empieza una vez aprobados los objetivos, y no al revés, como vemos en demasiadas ocasiones. Este logro es más importante si consideramos la complejidad y fragmentación administrativa de la ordenación territorial (RAVENTOS, F. 1990.227)

### Els "cercles" concèntrics de Barcelona segons el Pla estratègic Barcelona 2000



(Font: RAVENTOS, F. 1990:228)

L'anàlisi del cas de les ciutats europees respon amb força fidelitat al model de Soldatos. Les fórmules de partenariat amb ciutats estrangeres de la Unió Europea tenen com a objectiu posar en comú experiències, *know how*, i afavorir la competitivitat a escala europea. L'associació pren normalment la forma de xarxa de ciutats i es troba sostinguda freqüentment per la Comissió de Brussel·les (LAVERGNE, F. i MOLLET, P. 1991). D'entre els principals programes europeus d'encoratjament de cooperació entre ciutats, caldria destacar-ne els següents:

1. Els agermanaments entre ciutats. Nascuts l'endemà de la II Guerra Mundial, són encara encoratjats pel Consell de Municipis i Regions d'Europa -creat el 1951 i presidit per l'alcalde de Barcelona des del 1991- que serveix de marc per aquestes iniciatives.

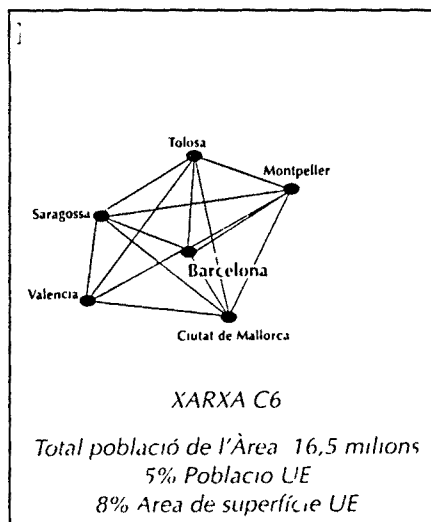
2. El programa RECITE (Regional and Cities of Europe), llançat el 1991 per una durada de 3 anys per tal de cofinançar tot un seguit de xarxes existents sobre diferents temes (BOUINOT, J i BERMILS, B 1995 121-122)

3. La xarxa de ciutats europees EUROCITATS, consolidada el 1989, agrupa 75 ciutats de l'Europa comunitària i no comunitària. Serveix, sobretot, com a interlocutor davant les institucions europees i com a fòrum d'intercanvi d'experiències.

Barcelona és un cas clar de ciutat que busca la col·laboració amb d'altres en la creació de regions transnacionals, per tal d'establir una mínima dimensió (la "massa crítica") que justifiqui i alhora asseguri la disponibilitat d'infraestructures d'alt nivell.

La política d'agermanaments amb ciutats d'arreu del món ha donat com a resultat l'existència de relacions bilaterals amb diversos centres: Montpeller, Tunis, Pusan, Monterrey, Colònia, San Petersburg, Boston., Shanghai, Kobe, São Paulo, Montevideo, Sarajevo, Istanbul...

La participació en xarxes de ciutats es realitza en diferents nivells a nivell de l'estat, en el grup de les 7 ciutats més grans d'Espanya (Madrid, València, Sevilla, Màlaga, Saragossa i Bilbao), a nivell regional però transfronterer, amb la creació



de la xarxa C-6 (amb València, Saragossa, Palma de Mallorca, Montpeller i Toulouse), una àrea de 16 milions d'habitants, "l'àmbit natural i lògic per al mercat local, per a l'intercanvi comercial i la cooperació institucional universitària i empresarial" (ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000, 1994 14)

A nivell europeu amb la xarxa d'Eurociutats, esmentada anteriorment, en el desenvolupament de la qual Barcelona ha tingut un paper destacat. El reforçament del paper de les ciutats és presentat amb estreta associació amb el devenir del projecte europeu:

La política de construcción de Europa debe reconocer hoy el papel fundamental de las ciudades, las grandes ciudades: es la razón de ser del movimiento de Eurociudades. Las Eurociudades aspiran a que las instituciones de la Comunidad Europea, así como los gobiernos nacionales, presten a las grandes ciudades la atención que se merecen, no sólo por la importancia de sus problemas, que son los de la mayoría de la población, sino porque un buen funcionamiento de las ciudades así como la intensificación de la relación entre ellas es una condición indispensable para el progreso de la Europa unida (BORJA, J. i FORN, M. 1992:44)

En aquest sentit, es poden destacar també organismes europeus com el Consell de Municipis i Regions d'Europa, fundada el 1951 i el Comitè de la Regions, creat pel tracta de Maastricht com a òrgan consultiu de les institucions europees.

També participa en programes de cooperació de ciutats europees amb ciutats no europees de la Mediterrània (la seva institucionalització, la Conferència Ciutats de la Mediterrània, fou creada el 1995) i fomenta les relacions amb ciutats llatinoamericanes, mitjançant projectes de cooperació tècnica.

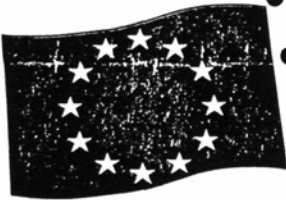
Finalment, a nivell mundial, Barcelona té presència en organismes com la IULA, creada el 1913 per agrupar les associacions de municipis d'arreu del món, la federació Mundial de Ciutats Unides creada el 1957 o Metròpolis, organització de les grans metròpolis del món creada el 1985:

El conjunt nombrós d'organitzacions i xarxes mundials de ciutats eren presentats en la revista municipal de difusió gratuïta (*Barcelona Informació*, núm. 10, gener-febrer 1996) com a una contribució a la divulgació del protagonisme internacional de la ciutat, presentant l'estratègia com a resultat (per exemple, remarcant el nomenament de l'alcalde de Barcelona com a president del Comitè de les Regions de la Unió Europea).



## COMITÈ DE LES REGIONS

- Òrgan consultiu de la Unió Europea creat arran del Tractat de Maastricht
- Pasqual Maragall és l'actual vicepresident primer, i serà elegit president aquest mes de març
- Estudia informes i exposa els punts de vista de les col·lectivitats locals i regionals en el procés de construcció europea



## CONSELL DE MUNICIPIS I REGIONS D'EUROPA

- Aplega 100.000 autoritats locals de 25 països europeus. Es la secció europea de la Unió Internacional d'Autoritats Locals (IULA)
- L'alcalde de Barcelona va ser reelegit president el passat mes de desembre.
- Promou la defensa de l'autonomia local i la representació de les col·lectivitats locals en els organismes europeus internacionals, i gestiona programes de la Unió Europea.

## ÀMBIT INTERNACIONAL

- **Unió Internacional d'Autoritats Locals (IULA)**  
Promou i reforça el paper de l'autonomia local
- **Federació Mundial de Ciutats Unides (FMCU)**  
Fomenta l'agermanament entre ciutats
- **Ciutats Unides Desenvolupament (CUD)**  
Realitza accions de cooperació Nord-Sud
- **Metròpolis**  
Busca millorar la qualitat de vida dels habitants de les grans ciutats
- **Consell de la Confederació Mundial de Ciutats Històriques**  
Promou la cooperació entre ciutats històriques
- **Ciutats Saludables**  
Desenvolupa accions de promoció de la salut
- **Associació Internacional de Ciutats Educadores**  
Eina de diàleg i assessoria en qüestions d'educació

## ÀMBIT EUROPEU

- **Fòrum Europeu per a la Seguretat Urbana.** Reuneix col·lectivitats territorials que apliquen programes de prevenció de la inseguretat ciutadana
- **Congrés de Poders Locals i Regionals d'Europa.** Fòrum d'intercanvi d'experiències de col·lectivitats locals i regionals
- **Eurociutats.** Vol incrementar el paper de les grans ciutats a la Unió Europea
- **Xarxa C-6 (Barcelona, Montpeller, València, Palma de Mallorca, Tolosa i Saragossa)**  
Impulsa estratègies comunes en diverses qüestions: turisme, transport, universitats.
- **Barris en crisi.** Estudia els problemes dels barris com un factor de cohesió social a la UE
- **Xarxa Elaine.** Intercanvia informació sobre polítiques de minories ètniques
- **Xarxa POLIS.** Estimula polítiques de mobilitat i medi ambient i la millora de la qualitat de vida a les àrees metropolitanes

## ÀMBIT MEDITERRANI

- **Conferència Ciutats del Mediterrani.** Promou projectes de cooperació concrets entre ciutats de la regió
- **Medcités.** Agrupa 24 ciutats mediterrànies per tractar problemes mediambientals
- **Secucités.** Estudia i promou temes relacionats amb la seguretat ciutadana
- **Iniciatives Med-Urbs.** Petites xarxes de ciutats dins la Unió Europea per cooperar en projectes concrets

## ÀMBIT LLATINOAMERICÀ

- **Unió de Ciutats Capitals Iberoamericanes (UCCI).** Afavoreix l'intercanvi d'experiències per a la resolució de problemes municipals
- **CIDEU (Centre Iberoamericà de Desenvolupament Estratègic Urbà).** Impulsa la realització i implementació de plans estratègics
- **OICI (Organització Iberoamericana de Cooperació Intermunicipal).** Centre de difusió i intercanvi d'estudis i assistència sobre l'administració municipal



(Font: Barcelona Informació, núm. 10, gener-febrer 1996)

### L'autoafirmació com a estratègia

Una part de l'estratègia, la presentada fins aquí, consisteix en buscar fórmules rendibles de cooperació que facilitin l'obtenció de la massa crítica suficient. Tanmateix, però, és fàcilment detectable, com a complement de la primera, una voluntat de constant autoafirmació, de remarcar que la ciutat té, efectivament, un

paper en el context internacional i de què les estratègies empreses donen resultats. Aquest aspecte es pot comprovar en les publicacions que recullen les posicions municipals (*Barcelona 10*, els llibres que Pasqual Maragall ha anat publicant al llarg del seu mandat...) a través de tres línies argumentals que semblen tenir una lògica temporal: el *paper* que Barcelona juga/ha de jugar a Europa; el *prestigi* que té/ha de tenir la ciutat a Europa i al món; la *capitalitat* que la ciutat exerceix/ha d'exercir sobre la "seva regió", una àrea geogràfica no massa delimitada.

L'alcalde Maragall ha estat molt insistent a l'hora de remarcar el paper de Barcelona a Europa. El 1986, en el primer dels llibres que ha publicat, es remarcava, sobretot, la voluntat de convertir Barcelona en una ciutat amb un paper clau en el context europeu, amb un to més utòpic que no d'autocomplaença:

*Barcelona pot convertir-se en una mena de pont entre París i Espanya, amb capacitat d'autonomia de vol. Una gran part del sud d'Europa pot gravitar sobre l'eix de Barcelona, amb tres puntes del triangle territorial a Bordeus, Milà i Màlaga (...). Veig Europa com un sistema de ciutats. Les ciutats constitueixen el seu eix vertebrador i és primordial que Barcelona s'insereixi com frontissa d'un enriquitment europeu recíproc d'una a altra banda dels Pirineus (...)[el Nord del Sud europeu] una àmplia regió de prop de deu milions d'habitants que comprèn el Migdia francès i quasi arriba al Nord d'Itàlia, així com el Mediterrani espanyol. El port i l'aeroport de Barcelona han d'augmentar les seves connexions internacionals, és un dels punts fonamentals. La meua idea del nou "nord del Sud" d'Europa potenciat per l'entrada d'Espanya a la CEE consisteix a potenciar Barcelona com a centre de gravetat d'aquesta àrea territorial internacional, la qual té un pes econòmic i cultural notable, ultra la potencialitat turística (MARAGALL, P. 1986 89-91) [cursives afegides]*

En l'obra que publicà el 1987 -només havia passat un any, però Barcelona ja havia estat designada seu olímpica-, el discurs era substancialment diferent, i la projecció internacional es donava per assolida:

*"Barcelona ciutat ha elevat la seva projecció en els darrers anys. Barcelona, el leadership dels municipis espanyols, les manifestacions artístiques i els contactes internacionals l'han situada en una cota superior, que cal mantenir i reforçar" (MARAGALL, P. 1987:14)*

La consecució dels Jocs Olímpics hi havia ajudat molt, però, a més, permetia trobar una línia de continuïtat històrica que només un any abans semblava inexistent:

...l'aspiració d'aquesta ciutat i d'aquest país pels jocs no és una cosa que neixi del buit. Els jocs no només són un possible origen de beneficis, són la candidatura, l'aspiració olímpica de Barcelona, és el resultat del desig llargament contingut d'una ciutat de projectar-se internacionalment i nacionalment (MARAGALL, P. 1987:64)

El 1991, els fets es presenten com a irreversibles: Barcelona era ja la capital de l'àrea geogràfica per la que havia apostat:

Barcelona es prepara així [amb la renovació de la ciutat] per ser l'autèntic districte central de la ciutat metropolitana de 3-4 milions d'habitants, i una referència cabdal de la xarxa de les sis ciutats de l'àrea mediterrània nord-occidental, que aplega al voltant de 15 milions d'habitants. Ni un pam del municipi central pot deixar de ser digne d'aquesta funció (MARAGALL, P. 1991a:34)

El "nord del sud" és l'expressió tantes vegades utilitzada per Maragall per referir-se a aquesta macroregió europea de la que Barcelona vol ser-ne la capital, l'àrea de la xarxa C-6, "una de les àrees amb expectatives de desenvolupament més gran de tota la Comunitat". Les condicions semblen que hi són: posició central de la ciutat en l'àrea geogràfica que ha de capitalitzar, cooperació entre les ciutats afectades... Només les comunicacions semblen, encara, una assignatura pendent. Les comunicacions són especialment favorables per autopista però l'actual mala connexió ferroviària -que perjudica sobretot el trànsit al port- haurà de ser compensada amb la futura arribada del TAV i l'ampliació de l'aeroport. D'aquí l'expressió de Maragall de que "Barcelona es prepara per ser el districte central de la regió". Aquesta és l'aposta de Barcelona, recollida en els llibres i discursos de l'alcalde Maragall però també, com s'ha vist, la que figura com a marc territorial de referència en els documents del Pla Estratègic de Barcelona. Tanmateix, un àrea transfronterera sense fronteres, sense límits precisos, gairebé impossible de cartografiar. Però, com tantes vegades succeeix, el mapa (la representació) precedeix la pròpia percepció de la realitat i es fa, per tant, imprescindible per tal que aquesta existeixi. Sembla tanmateix irònic, al menys per als geògrafs, avesats a delimitar àrees d'influència, que els instruments de planificació més nous emprin la cartografia com a mera il·lustració d'una idea.

## La macroregió europea en el Pla Estratègic de Barcelona



(Font: ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000:1994:38)

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

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

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

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

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

### *Les mesures de la internacionalització*

És obvi que no poden existir mesures objectives d'internacionalització, ja que dependrien, en primer lloc, de la definició adoptada de la "internacionalitat". De l'anàlisi de jerarquies urbanes a la lluita per un millor lloc en el rànking només hi ha, però, un pas. De les jerarquies urbanes als *hit-parades*. Potser aquest sigui un exemple privilegiat de les dificultats per a separar l'anàlisi de la ideologia, la ciència de la política. Alguns estudis realitzats des d'àmbits científics han estat així molt difosos, sobretot per la seva utilització política (el cas més clar seria potser l'estudi del grup Reclús que es tracta més endavant). Successivament es tractaran aquí, seguint la distinció de Bouinot i Bermils, el punt de vista “acadèmic” i “l'empresarial”, atenent a la procedència dels autors més que no a l'existència de veritables diferències entre ells.

*El punt de vista "acadèmic"*

El punt de vista acadèmic tendeix a centrar-se en els conceptes, clàssics en geografia, de jerarquia urbana i d'articulació espacial. Els estudis s'han realitzat en molta diversitat d'escales: el món, Nordamèrica, Europa... A continuació es presenten diversos exemples, centrant però l'atenció, sobretot, en les ciutats europees.

L'extensa literatura sobre la jerarquia de ciutats mundials, amb els treballs clàssics de J. Friedmann o S. Sassen, es fa, però, més confusa quan tracta el cas de les ciutats europees; com assenyala el mateix Friedmann, la dimensió i la diversitat de funcions de les ciutats europees, i la mateixa fragmentació política del territori compliquen molt les coses respecte del model nord-americà:

European world cities are difficult to categorize because of their relatively small size and often specialized functions (Hall and Hay 1980). London and Paris are world cities of the first rank, but beyond that classification gets more difficult (FRIEDMANN, J. 1986:319)

En el quadre que ha elaborat aquest autor on jerarquitzava les 30 primeres ciutats mundials segons la seva articulació espacial (global, multinacional, nacional, regional), apareixen 10 regions urbanes europees dins el context mundial (FRIEDMANN, J. 1995:24).