

-TESI DOCTORAL-

**L'AGENDA CULTURAL OCULTA.
UNA DECONSTRUCCIÓ DE L'OCI
NOCTURN DE BARCELONA I ELS SEUS
SUBURBIS.**

Autor: Jordi Nofre i Mateo

**Departament de Geografia Humana
Universitat de Barcelona
Programa de Doctorat 2004/06 - 2006/08**

Tesi per a optar al títol oficial de Doctor de la Universitat de Barcelona

Amb el vist-i plau del Director, Dr. Carles Carreras i Verdaguer.

Barcelona, 3 de novembre de 2008

CAPÍTOL 3

L'OCI NOCTURN A BARCELONA: PROCESSOS, TENDÈNCIES I CARTOGRAFIES OCULTES.

“People goes to dance to meet people
and to get any sex”.
Geoff Mungham (1976).
Working Class Youth Culture.

Durant els últims trenta anys, l'oci nocturn ha estat utilitzat per les Administracions Públiques de les ciutats del primer món i les seves classes dirigents com a estratègia de renovació urbana no només dels centres històrics sinó també, tot i que molt més recentment, dels suburbis de la ciutat central. Tot i significar l'oci nocturn una font significativa tant d'ingressos com d'ocupació, “la nit” ha esdevingut progressivament un ítem característic i diferenciador de les ciutats del primer món, especialment a l'Europa occidental però també, ja des dels últims anys, a les ciutats de l'Europa oriental. Aquest capítol parteix d'una aproximació de com el procés d'internacionalització de les ciutats mitjançant la creació d'un oci nocturn caracteritzat pel branding i el theming té repercussions sobre l'espai urbà directes. Així, la gentrificació d'àrees urbanes apareix com un dels primers i més importants efectes, tot plegat reforçat per normatives remoralitzadores aplicades als joves de classe treballadora endegades per les classes dirigents de la ciutat central amb el recolzament dels nous intermediaris culturals. En aquest sentit, a partir d'una menció sumària per al cas de la gentrificació al centre de Barcelona, es realitzen diferents cartografies diferents de l'oci nocturn de la capital catalana segons diverses fonts d'informació. A la segona part del capítol, la base de dades de l'Institut Municipal d'Informàtica de l'Ajuntament de Barcelona permet cartografiar l'oci nocturn de Barcelona, mentre que la *Guia del Ocio* permet realitzar una cartografia on s'entreveuen tendències en l'oci nocturn durant l'hivern 2006-2007 a Barcelona. Posteriorment, la cartografia derivada de la publicació de David Escamilla i Òscar Broc titulada *Barcelona Nights* és utilitzada per entreveure desitjos ocults d'homogeneització de l'oci nocturn i la construcció d'una “nit” selecta i distingida a la capital catalana per part de dos representants dels nous intermediaris culturals emmarcats en la nova classe bohèmia de Barcelona.

Una aproximació a l'economia de la nit en els processos de renovació urbana.

Si en cap moment tinguéssim la temptació de fer un joc lingüístic entre el lema “BonaNit” i la dita popular “Barcelona és bona si la bossa sona” potser podríem entreveure alguna connexió entre l'adjectiu utilitzat al lema i l'utilitzat a la dita popular. L'economia de l'oci nocturn és avui dia, a moltes ciutats del primer món, acceptada com a part de les estratègies de renovació urbana. La reestructuració urbana dels últims trenta anys no només a les grans metròpolis sinó també a les ciutats mitjanes dels països del primer món –fonamentalment de l'Europa Occidental-, ha comportat un desenvolupament d'una nova “marca” urbana que ha redimensionat moltes parts del paisatge urbà d'aquestes ciutats en base a l'entreteniment corporatiu i la construcció de *hubs* d'oci i lleure (Hannigan, 1998; Gottdiener, 2001; Chatterton et Hollands, 2003).

Alhora, l'oci nocturn i les activitats que en formen part són vistos com una font significativa d'ingressos, d'ocupació i un mecanisme eficaç de creació i reproducció d'una determinada "imatge cívica" (Chatterton et Hollands, 2001; 2002; 2003). De fet, Chatterton i Hollands (2002) afirmen que el lleure i l'oci nocturn són elements fonamentals en la reestructuració i renovació urbana de les grans ciutats europees contemporànies.

L'oci nocturn urbà europeu es troba caracteritzat cada vegada més per una fase de producció mitjançant la corporativització de les propietats via *branding* i *theming*¹ (Klein, 2000; Gottdiener, 2001; Chatterton et Hollands, 2003), tendència especialment significativa en països anglosaxons i no pas tant en països mediterranis europeus, a causa d'una major presència d'estructures empresarials petites i fins i tot familiars. També l'oci nocturn està caracteritzat cada vegada més per una fase de regulació a través de pràctiques que ajuden a l'acumulació de capital i la construcció d'una determinada imatge de ciutat;² i també per una fase de consum fonamentada en l'aparició de noves formes de segmentació i segregació de l'oci nocturn a causa de processos de gentrificació i dels mecanismes de distinció incorporats implícitament en els estils de vida associats a la nova classe mitjana (Savage et Butler, 1995; Butler, 1997a, 1997b; Wynne et O'Connor, 1998; Chatterton et Hollands, 2003).

Les característiques específiques d'aquesta gentrificació, d'aquest "retorn al centre" -que en el cas de Barcelona es troba extraordinàriament explicat a la tesi doctoral de Sergi Martínez Rigol (2001)-, constitueixen un renovat èmfasi en la construcció de l'anomenada *Barcelona del Coneixement*,³ en la que es planifiquen, dissenyen i desenvolupen àrees de nova centralitat, no només de caire monofuncional basades en activitats productives, sinó que es presenten també com a nous espais per a viure-hi.⁴ Barcelona, anàlogament a la majoria de les grans metròpolis del món,⁵ com per exemple Londres o Nova York, presenta avui dia un centre 24 hores actiu, gràcies a la sinèrgia produïda entre una activitat comercial organitzada corporativament i estructurada espacialment de manera concentrada i ben delimitada (Carreras, 2003) i l'oferta ben

¹ El *branding* aplicat a l'oci nocturn és la creació d'una "marca" associada a un local i/o a un grup empresarial que ofereix diversos locals, els quals presenten unes característiques similars entre ells – quant a ambientació, tipus de clientela, tipus de música, tipus de beguda que s'ofereix, tipus de relació client-staff i client-propietari- i que busquen diferenciar-se dels altres locals i altres grups empresarials de l'oci nocturn. És una estratègia impulsada i gestionada des de la nova "classe creativa" (Florida, 2000) i que busca com a finalitat immediata professionalitzar l'economia de l'oci nocturn.

D'altra banda el *theming* fa referència a l'establiment de nous locals d'oci nocturn, normalment en règim de franquícia, i que ofereixen una temàtica musical i ambiental determinades, inflexible (bars country, bars brasilers, bars rockers, pubs anglesos, pubs irlandesos, etc.).

² Tal i com es podrà veure en l'últim capítol d'aquest treball.

³ Aquesta denominació de Barcelona apareix per primer cop al I Pla Estratègic Metropolità de Barcelona.

⁴ Consideri's com a exemple el cas dels nous barris de La Marina (situat on avui hi ha el barri de les Cases Barates i les del grup d'habitatges d'Eudald Aunós) o del nou barri de La Sagrera, ja executat en el sector definit pels carrers Garcilaso, Berenguer, de Pacífic i Avinguda Meridiana, en relació a la construcció de l'estació de l'AVE a la Sagrera.

⁵ A l'últim capítol se suggerirà que Barcelona no pertany al conjunt de ciutats semiperifèriques globals, tal i com apunta Peter J. Taylor, codirector del grup de recerca Globalization and World Cities de la Loughborough University del Regne Unit. Veure Taylor (1997, 2000, 2001, 2003, 2004).

consolidada d'oci nocturn al districte de Ciutat Vella. Aquest centre “viu” 24 hores⁶ és resultat del procés que les classes dirigents de la capital catalana, desde la recuperació de la democràcia, han vingut duent a terme per orientar l'estructura socioeconòmica de la ciutat de Barcelona i l'Àrea Central de la seva àrea metropolitana cap a les activitats de consum cultural i no tant cap a aquelles activitats productives tradicionals que han caracteritzat el desenvolupament econòmic dels respectius municipis des de finals ja del segle XVIII i al llarg de tot el procés d'industrialització.⁷

Moltes de les grans ciutats del primer món, a ran de la crisi urbana dels 70s, han estat (re)construïdes com a llocs de consum de “diversitat orientada” i d'emocions “controlades”. Els paisatges urbans postmoderns avui dia són radicalment diferents als d'abans dels anys 80s. Només en l'àmbit del turisme i referint-se a la ciutat de Barcelona, s'han dissenyat i executat enclavaments turístics a escala metropolitana i inframunicipal – com Ciutat Vella, Barceloneta, Port Olímpic o Fòrum, en el cas específic de Barcelona- que faciliten el control autoritari de l'espai urbà, modificant les pautes de consum habitual i no habitual i reemplaçant i suprimint –en molts cops- elements pertanyents a la cultura local amb ambients “Disney” –prenent com a referència la terminologia de Judd (2003). Segons l'autora, els enclavaments turístics enbolcallen els visitants en un ambient que inunda els sentits del turista amb els signes i símbols del consum i el lloc, on a l'interior d'aquestes illes urbanes eclosiona una atmosfera similar a un carnestoltes per tal de satisfer la necessitat d'emoció.⁸

L'oci nocturn, entre el *branding* i la gentrificació. El centre de la ciutat com a producte diferenciat.

Les elits econòmiques de les ciutats del primer món *lluiten* per aconseguir un major rendiment dels respectius processos d'internacionalització. Reconceptualitzen les ciutats com a cos social físic i únic, orgànic, viu, apostant per l'atracció -a aquestes ciutats des d'on actuen- d'inversions pertanyents al camp de l'economia “simbòlica” (empreses de telecomunicacions, noves tecnologies de la informació i de gestió i producció cultural) i de les marques que abanderen estils de vida identificats amb les noves classes mitjanes. Per afavorir la creació d'un centre “viu” 24 hores, les administracions públiques ofereixen una àmplia gamma de subsidis i ajuts per a la realització de grans events públics, fins i tot més enllà dels límits administratius i simbòlics del “centre”. En el cas de Barcelona, apareixen noves centralitats urbanes de desenvolupament socioeconòmic esdevenint mers escenaris on es visibilitzen les noves estratègies de desenvolupament urbà contemporani mitjançant cooperacions públic-privades per a la realització d'aquests actes multitudinaris.⁹

⁶ L'expressió organicista “viu” és utilitzada de manera expressa per realçar en el desenvolupament d'aquest treball el tracte que les classes dirigents dispensen a la ciutat de Barcelona, al considerar-la una, compacta, única, en els seus discursos i declaracions realitzades als mitjans públics de comunicació i en la redacció de documents oficials normatius i estratègics.

⁷ En referència al context urbà global, pot consultar-se Zukin, S. (1995) i Hall, P. (1999).

⁸ Sobre aquesta idea de control sobre el turisme ja en van parlar anteriorment Lefebvre, H. (1968), Hannigan, J. (1998) i Edensor, T. (1998).

⁹ El festival de música *PrimaveraSound* que es celebra al Fòrum n'és un exemple, o l'Espai Permanent Movistar, ubicat anteriorment al mateix Fòrum i actualment situat al ben mig del Campus Sud de la

Figura 3.1. Reordenació del Pla Central del PERI del Raval. Proposta de Modificació del Pla General Metropolità per a la construcció de la Rambla del Raval.



Font: Ajuntament de Barcelona (2006).

Alhora, alguns canvis legislatius i certes pràctiques urbanístiques de l'Ajuntament de Barcelona afavoreixen l'anomenat procés de *branding* de la ciutat,¹⁰ fonamental en el seu procés d'internacionalització que està duent a terme des de finals dels 70s.¹¹ Però, tot i que crear-se el marc espacial de (re)producció d'imatge de la ciutat, ben bé no s'aconsegueix establir un marc social homogeni, tal i com es veurà al llarg del desenvolupament d'aquest treball. De fet, i tal com assenyalen Chatterton i Hollands (2003:9) “(...) *the contemporary urban entertainment economy is marked by social and spatial inequality and segmentation of consumer markets.*”¹² Aquestes estratègies de gentrificació de l'oci nocturn derivades del continu procés de *branding* de la ciutat

Universitat de Barcelona. Des dels seus inicis, ofereix un espai de simbiosi entre art, tecnologia, música, i cinema.

D'altra banda, les noves centralitats de Barcelona estan recollides al llibre que porta com a títol *Les Àrees de Nova Centralitat*, editat i publicat l'any 1987 per l'Ajuntament de Barcelona.

¹⁰ El despreci més absolut a la Catalogació del Patrimoni Històric-Arquitectònic es tradueix en producció d'espai urbà fins i tot al mateix centre, per tal de dotar de major fortalesa visual el teixit urbà de la ciutat i així contribuir a crear una determinada imatge internacional de Barcelona. El nou barri de Santa Caterina, amb el mercat municipal com a gran estàndard, n'és un bon exemple.

¹¹ L'idea de portar els JJOO a Barcelona ja fou contemplada a finals dels 70s, per aconseguir fons públics i privats per a la renovació urbana de Barcelona (UTE, 2004) Sobre la producció d'imatge de Barcelona des de finals dels 80s fins mitjans dels 90s, veure Benach, N. (1997).

¹² A banda de Chatterton et Hollands (2003), sobre la segmentació social i espacial que existeix en tàndem amb la emergència de *branded products* globals i estandaritzats en parla també Kumar (1995).

conduïx a una segregació social altament efectiva i que visibilitza de manera cada vegada més clara i evident l'ús polaritzat de l'espai d'ús públic, a voltes conflictiu.¹³ Apareixen, doncs, resistències al procés de *branding* de la ciutat expressades, fonamentalment, des de sectors joves de les classes populars dels suburbis, tal i com es tractarà als capítols cinquè i sisè d'aquest treball.

L'oci nocturn, en el tema de la gentrificació, té una importància cabdal. La gentrificació comença a tenir a veure cada vegada més amb la producció i el consum de la diferenciació social i espacial urbana (Smith, 1996) i que alhora lliga amb la distinció social i l'acumulació de capital cultural que Bourdieu (1979) atribuïa com a pròpies de la nova classe mitjana urbana de les ciutats capitalistes occidentals de finals del segle XX. L'oci nocturn, alhora, permet crear la infraestructura “estètica” necessària per tal de donar suport els diferents estils de vida i les noves identitats –normalment de la nova classe mitjana- sorgides en la nova economia urbana i que caracteritzen les àrees gentrificades.¹⁴ A més, cal tenir en compte que avui dia, i en referència als diversos grups socials de joves i joves-adults, el consum i el lleure han esdevingut elements centrals en la construcció d'identitats individuals i col·lectives (Willis, 1990; Hollands, 1995; White, 1999; Chatterton et Hollands, 2003).

Tot plegat, tant l'extrema mercantilització de la nit com dels propis espais urbans d'oci nocturn, així com la gentrificació –no només aquella del centre de la ciutat sinó de l'aparició, almenys, d'elements gentrificadors a certes àrees dels suburbis de Barcelona-, el *branding* i la imposició d'un cert estil de vida dominant, provoquen “desplaçaments espacials” de les activitats de la classe subalternes de la ciutat:¹⁵ “*This dominant mode of production is displacing older, historic modes of nightlife based around the community bar and pub connected largely to Fordist forms of collective consumption in the working-class industrial city, and marginalising more independent modes of nightlife associated with various alternative youth and subcultures*”(Chatterton et Hollands, 2003:20, citant a McKay, 1998). Més endavant, els mateixos autors afegixen: “*(...) that older/historic and independent/alternative modes of nightlife are being quickly displaced by a post-industrial mode of corporately driven nightlife production in the consumption-led city*”(Chatterton et Hollands, 2003:43).

¹³ Durant els caps de setmana del període comprès entre desembre 2005 i juny del 2006, les pallisses propiciades per joves adolescents de classe treballadora que viuen als suburbis a joves adolescents residents als barris de Pedralbes, Les Corts, Sarrià i Sant Gervasi van ser més o més freqüents al carrer Numància a la seva part més alta, per sobre de l'Avinguda Diagonal, al voltant de les discoteques Up&Down i el bar Green's, la discoteca i el bar emblemàtics dels joves adolescents *pijos* (informació extreta de treball de camp observacional).. Els primers, en diversos fòrums virtuals, com el del portal www.barceloca.com, s'autodefineixen com “cholos”, “flamenkitohs” o, fins i tot, “gitanikos”. D'aquestes friccions subculturals se'n parlarà més endavant, així com de la definició dels diversos grups que protagonitzen l'oci de tarda i de nit a la ciutat de Barcelona.

¹⁴ Idea extreta de Chatterton et Hollands (2003) i de Smith (1996).

¹⁵ Els bars tradicionals i els espais d'oci nocturn tradicionals “de tota la vida” tendeixen a desaparèixer o a perdre importància a causa de l'adveniment de canvis en les prioritats dels operadors de l'oci nocturn i els gustos del consumidor, fenomen que esdevé més o menys general a tota Europa (Chatterton et Hollands, 2003:5).

L'oci nocturn com a “desordre moral”: la resposta de l'Administració Pública.

De fet, sembla com si l'oci nocturn a Barcelona presentés una paradoxa. D'una banda, perquè mentre tot indica que es (re)produeixen de manera quotidiana certs processos d'assimilació de públics marginats en un únic espai homogeni i central, únic, a la vegada apareixen –més o menys visibles a ull de l'observador- un seguit d'estratègies i mecanismes de control social per part de l'Administració Pública, com és la mateixa legislació en matèria d'usos del sòl, o les polítiques de joventut en referència a l'oci nocturn. Ara bé, si a Anglaterra, durant els últims anys, hi ha hagut una erosió de la capacitat de les administracions públiques per controlar i regular els interessos del capital privat en l'àmbit de l'economia de l'oci nocturn (Chatterton et Hollands, 2003), una anàlisi qualitativa de l'oci nocturn de Barcelona deixa entreveure que aquest procés no s'ha produït a la capital catalana. En el capítol següent es demostra com aquest control i aquesta regulació avui dia han esdevingut progressivament més forts en els darrers deu anys, aspecte que es desprèn a partir d'una deconstrucció dels documents base de la planificació estratègica en matèria cultural i d'oci nocturn.

Més concretament, els principals mecanismes i estratègies de regulació de l'oci nocturn a Barcelona orbiten sobre tres pilars fonamentals: la pròpia legislació, en forma de lleis i ordenances municipals i que depèn de l'administració pública; els codis d'acceptació implícits -com l'estil de roba- i la derivada aparença *d'status quo* del client; i l'elecció de la llengua (català o castellà) per superar l'accés al local, aquests dos últims pertanyents a la categoria “mecanismes de distinció social” que seran definits al capítol següent.¹⁶ Però, més enllà de l'anàlisi espacial de l'oci nocturn a la capital catalana, cal considerar també la possible existència d'un cert tipus de regulació moral en matèria d'oci nocturn. En aquest sentit, Cunningham (1980) afirma que l'entreniment de la classe treballadora des de la Revolució Industrial ha estat vist per les classes dirigents com a principal font de vici social i declivi moral. En aquest sentit, i en un context temporal més proper, Chatterton i Hollands (2003:48) afirmen que actualment “(...) *the night continues to be heavily influenced by Fordist concerns for tighter regulation, social control and zoning, due to lingering moral panics about lawlessness and disorder*”.¹⁷

Fora bo comprovar si realment existeix un cert lèxic i una determinada semàntica que poden estar relacionats amb una regulació moral oculta per part de l'Ajuntament de Barcelona. D'una banda, sembla evident que, davant la intensificació de l'oci nocturn

¹⁶ Cal dir que els preus no formen part d'aquest conjunt d'estratègies i mecanismes, tot i que a priori ho pugi semblar. Aquesta hipòtesi serà tractada en l'apartat dedicat als mecanismes de distinció i exclusió social.

¹⁷ Sobre les causes de la violència associada a l'oci nocturn, cal destacar els estudis realitzats al Regne Unit per Hobbs et al. (2000). Lister et al. (2000) estudien les grans borratxeres violentes de joves-adults nordamericans i els seus actes derivats. Giroux (1996) estudia l'aparició d'una nova generació de gangsters associats al moviment hip-hop nordamericà i a Austràlia, Homel i Clark (1994) estudien també l'excés de consum d'alcohol en els joves, els turistes i els surfers.

D'altra banda, i situant-se en un àmbit geogràfic molt més proper, el fet que encara avui dia encara s'aposti des de l'Ajuntament de Barcelona per la política d'horaris de tancament de pubs i discoteques tan restrictiva podria ser considerat com una mostra –tot i que puntual- que l'anomenat model post-fordista no està encara ni molt menys implantat, en referència al control dels horaris de l'oci nocturn de la classe treballadora dut a terme per les classes dirigents i que s'ha comentat al capítol anterior de manera sumària.

especialment en àrees urbanes, suburbanes i periurbanes molt concentrades –algunes de les quals són catalogades en aquest treball com a *clústers* d'oci nocturn¹⁸ - sorgeixen una sèrie de friccions habituals entre els diversos actors implicats en la (re)producció del sistema d'oci nocturn: clients d'un cert grup social amb altres clients pertanyents a un altre grup social –sovint, com veurem més endavant, de classe social diferent-; clients amb el personal de seguretat (els quals executen l'exclusió mitjançant el poder dels mecanismes de distinció/exclusió social, o com es proposa al capítol següent, mecanismes de puresa/seguretat,); conflictes entre clients i l'Administració Pública, la qual fomenta amb la legalització dels mecanismes de distinció/exclusió una forta segregació social i espacial nocturna que poc a poc impregna el *paisatge urbà diürn*-; i, per últim, conflictes entre els propis empresaris de locals d'oci nocturn (amb interessos enfocats cap a la acumulació de capital tant econòmic com social) i l'Administració Pública (amb interessos enfocats cap a la producció d'imatge de ciutat en relació amb el seu procés d'internacionalització).

Davant aquesta conjuntura, l'Administració Pública idea una sèrie de respostes en el marc de la planificació estratègica, almenys d'una manera “estètica”. En aquest sentit, l'Ajuntament de Barcelona va crear el 1998 el programa *Barcelona Bonanit*. Tot i afirmar-se en aquest document que la nit és un dels “espais de llibertat que guarden i preserven els joves”, s'admet que el dia és insuficient per a la plena realització personal i la conseqüent socialització dels joves. En aquest context, l'Ajuntament estableix uns sistemes de control (sic), com són la readaptació dels serveis i programes a una nova realitat [complexa i extremadament fragmentada], el propi programa *Barcelona Bonanit*, creat el 1998, de promoció d'activitats nocturnes alternatives [al “desordre”]¹⁹, l'impuls i adaptació dels diferents programes i serveis [a aquesta demanda d'oci tan complexa i fragmentada], la recopilació i difusió de l'oferta socio-cultural de la ciutat [la que no provoqui “desordres”], l'organització de jornades i estudis sobre l'oci nocturn a la ciutat de Barcelona [per renovar contínuament els mecanismes de control social sobre els “desordres”] i la col·laboració econòmica amb els districtes [o com millorar l'eficiència del sistema de finançament d'aquests sistemes de control].²⁰

En aquest cas, l'Ajuntament de Barcelona juga a doble banda, perquè per un costat aposta per (re)produir un nou espai de socialització únic, homogeni, que assimili tots els joves, regulant el sistema d'oci nocturn dominant –basat en el pub i la discoteca. Però, alhora, aquesta (re)construcció d'un espai únic i homogeni d'oci nocturn, pertanyent a l'àmbit encara dels desitjos, margina a possibles elements de “desordre”, especialment per motius d'aparença de persona no *cool* o de classe social baixa. Aquest mecanisme de distinció/exclusió sol ser executat per un agent de seguretat privada –o per qualsevol

¹⁸ Més endavant, en aquest mateix capítol, es detallaran amb exactitud el seu nombre i les seves pròpies característiques.

¹⁹ Aquestes activitats es duen a terme en Casals, Centres Cívics o Biblioteques, elements bàsics de l'intent, a mitjans de la dècada de 1980, de dinamització cultural de les àrees urbanes de nova creació, o com s'ha proposat al primer capítol, d'un primer intent de “consum cultural orientat” a les perifèries urbanes de Barcelona mitjançant una “col·lonització cultural”.

²⁰ Afirmacions també contingudes al projecte *Joves i Nit*, realitzat per la Fundació Jaume Bofill, el Consell de la Joventut de Barcelona, la Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona i la Regidoria de Joventut de l'Ajuntament de Barcelona.

ciutadà que ho aparenti ser-, bo i ser ideat i regulat des de l'Administració Pública segons el Decret 200/1999, de 27 de juliol, pel qual es regula el dret d'admissió als establiments públics on es realitzen espectacles i activitats recreatives. (DOGC núm. 2942 - 30/07/1999).²¹

Ara bé, caldria reflexionar sobre el per què el dia no permet la plena realització de la persona i, més específicament, per què els joves no socialitzen del tot durant el dia. Alguns autors indiquen que avui dia fins i tot la creativitat en la cultura queda lluny de l'abast dels treballadors pel rígid control social en el treball que impedeix la creativitat i el desenvolupament d'aptituds favorables (Sennett, 1970). En els sistemes de factories preindustrials existia la llibertat de l'artesà per aprofitar els materials i les formes durant la producció. En la situació actual, el producte-servei a elaborar és concebut a priori de forma que la realització d'aquest per part de membres de la classe treballadora o de la classe mitjana assalariada esdevé una rutina passiva, “no una experiència o exploració activa” (Sennett, 1970), que és la que permetria desenvolupar la creativitat al treballador²². Però des de l'Ajuntament de Barcelona, en comptes de fomentar la creativitat en l'oci nocturn, s'aposta per donar “normalitat” a la nit jove. En termes més específics...

“Estudiar, fer esport, visitar museus i exposicions, realitzar activitats socioculturals, passejar-se amb bicicleta, participar en un grup d'intercanvi d'idiomes... Són un dels exemples d'activitats que amplien l'oferta cultural. En definitiva, volem donar normalitat a la nit jove”(Barcelona Bonanit, 1998:1).

El contingut d'aquesta afirmació conté un desig de “normalitat” o d’“homogeneïtat”? I, en tot cas, què significa “normalitat”? Obrir sales d'estudi o re-impulsar espais per a oferir teatre de petit format, etc. són activitats proposades des de l'Ajuntament de Barcelona i els seus òrgans gestors i consultius –com el Consell de Joventut de Barcelona- per “normalitzar” la nit [és anormal anar a bars i pubs?]. Es tracta d'activitats que –segons l'Enquesta de Joventut de Barcelona de l'any 2002- més es corresponen amb aquelles activitats de lleure que realitzen els joves de 15 a 29 anys tant pertanyents a la nova classe mitjana com a la nova classe bohèmia.²³ Sembla, doncs, com si volgués etiquetar-se com “anormal” aquella opció d'oci nocturn dominant a ulls de l'observador, que consisteix en anar de copes i a ballar, i que practiquen amb més freqüència els joves de classe treballadora dels suburbis de Barcelona segons la mateixa *Enquesta de Joventut de Barcelona (2003)*. A més a més, el primer dels sis eixos que consta el *Pla Nacional de Joventut 2010* de la Secretaria General de Joventut de la Generalitat de Catalunya consisteix en l'adopció de polítiques educatives i culturals i fa referència a la “*formació integral de la persona*”, mitjançant especialment el foment [forçós?] de la “*identitat nacional i la llengua*” (PNJ, 2006:23).²⁴ Aquest marc “moral” per als joves és compartit i

²¹ Sobre l'accés als diferents locals d'oci nocturn es parlarà en aquest mateix capítol però més endavant.

²² Veure també Marcuse (1970:65-7, original de 1963) i Adorno, T. W. et Horkheimer, M. (2004:181-2,189; original de 1947).

²³ Conceptes discutits en el marc conceptual d'aquest treball.

²⁴ Si bé la II Carta de la Joventut Catalana (1988) ja va plantejar la redacció d'un Pla Nacional de Joventut, els anys 1998 i 1999 representen el veritable punt d'inflexió. La Secretaria General de Joventut organitza el Fòrum Joves del Segle XXI; la Federació Espanyola de Municipis i Províncies i l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona coorganitzen el Congrés que portà com a nom “*La nova condició juvenil i les*

executat des de l'Ajuntament de Barcelona. En aquest sentit, el programa estratègic *Joves i Nit* situa com a un dels seus objectius principals “sensibilitzar i responsabilitzar el col·lectiu jove respecte l'ús cívic de la nit” (Lop, I. et Valls, C., 2006). D'altra banda, la diagnosi presentada al programa *Barcelona Bonanit* ja requeria “*articular la convivència a la nit*”.²⁵ Una primera deconstrucció del lèxic i la semàntica utilitzats en aquestes dues frases pot deixar-nos entreveure l'inici d'homogeneització de les pràctiques socials relacionades amb l'oci nocturn; un procés que s'ideja des de les classes dirigents de la ciutat central i que s'exporta als suburbis, com ja s'ha pogut veure al capítol primer.

La “nit” a la ciutat de Barcelona. Una primera cartografia de la desmoralitat.

Les dades estadístiques més recents pel que fa als hàbits en l'oci nocturn dels joves de 15 a 29 anys de la ciutat de Barcelona pertanyen a l'*Enquesta de Joventut de Barcelona*, realitzada entre desembre de 2002 i gener de 2003. Segons l'*Enquesta*, l'activitat que els joves de Barcelona fan més durant els dies feiners és mirar la televisió (41,5%), escoltar música (31,5%), trobar-se amb amics (24,0%) i llegir llibres (12,8%). Només el 0,8% dels joves participants a l'*Enquesta de Joventut* van respondre que dedicaven més temps a anar a museus, exposicions i conferències. Pel que fa als caps de setmana, el 46,0% dels joves enquestats li dediquen més temps a trobar-se amb amics o familiars, el 36,0% a anar a bars, restaurants o discoteques i el 19,0%, a anar al cinema. Només l'1,5% el dediquen a anar a museus, exposicions i conferències. Ara bé, per estrats socials, aquest consum cultural es troba força segmentat. Mentre que els joves dels barris benestants de Sarrià i Sant Gervasi i els de Gràcia i Ciutat Vella tendeixen a consumir una cultura més tangible i a realitzar activitats que els permeti continuar acumulant més capital cultural utilitzat com a eina de distinció social, els joves dels suburbis de Barcelona tendeixen a dedicar-li més temps a socialitzar amb els membres de la seva família extensa, utilitzant amb més intensitat els espais de concurrència pública, com restaurants, bars, pubs, discoteques i, en menor mesura –tot i que potser més visibles– els parcs públics.

Una primera lectura geoestadística més acurada permet entreveure un fenomen consolidat: els joves, quan surten de nit, tendeixen a no allunyar-se gaire del seu àmbit de residència. Efectivament, els qui resideixen a Ciutat Vella, el 64,4% acostumen a sortir habitualment pel mateix districte; pel que fa als joves de Les Corts, el 59,4% ho fa també pel mateix districte, mentre que ho fa el 68,4 % dels joves de Gràcia o els de Nou Barris (40,7%). Els de Sant Martí acostumen a sortir de nit habitualment per Ciutat Vella (34,2%) i per l'àrea popularment coneguda com a Poblenou-Marina (28,9%). Aquesta doble preferència ben marcada també es dona amb els joves de Sarrià-Sant Gervasi, els quals tenen com a primera opció sortir pel propi districte (39,1%) i per Gràcia (37,0%). Només els joves de Sants-Montjuïc i els de Sant Andreu semblen tenir un comportament diferenciat: pel que fa als primers, el 45,9% surt normalment per Ciutat Vella, i només el 16,7% acostuma a sortir habitualment pel mateix districte de Sants-Montjuïc. D'altra banda, els joves de Sant Andreu expressen que acostumen a sortir per Ciutat Vella (31,4%), mentre que només el 17,6% expressa que també ho fa pel seu propi districte. En

polítiques de joventut”, i el Consell Nacional de la Joventut de Catalunya presenta el seu document “*Linies de política juvenil*”. Veure *Pla Nacional de Joventut. Joves 2010*. Generalitat de Catalunya, p.18.

²⁵ Ib.

els diferents mapes de l'oci nocturn de Barcelona que es presentaran en aquest capítol es deduirà que aquest fenomen es deu fonamentalment a una molt feble presència d'espais d'oci nocturn, precisament, als districtes de Sant Andreu i Sants-Montjuïc.

Aquest fenomen tot just apuntat es veu refermat si es consulta la composició social per origen geogràfic -per districtes, més concretament- de cada gran àrea d'oci nocturn de la ciutat de Barcelona. El 22,6% dels joves que acostumen a sortir per Gràcia són del propi districte; el 30,1% dels que surten per Poblenou-Marina resideix de Sant Martí; el 33,3% dels que surten per l'Eixample esquerre, són del mateix Eixample²⁶; el 47,4% dels joves que surten per Sant Gervasi són del propi districte de Sarrià-Sant Gervasi; dels que surten pel Port Olímpic, un 31,3% resideixen al districte de Sant Martí; el 18,2% dels joves que acostumen a sortir per la nit habitualment per l'àrea de Plaça Espanya, Paral·lel, Poble Sec i Montjuïc resideixen al districte de Sants-Montjuïc; el 30% que surt normalment per Sagrada Família viu al mateix districte de l'Eixample; els que ho fan pel barri de Sants, el 62,5% viu al mateix districte de Sants-Montjuïc; el 82,6% dels joves que surten de nit habitualment per l'àrea de Les Corts, resideix al propi districte; el 57,1% dels que ho fan per Guinardó, viu també al mateix districte d'Horta-Guinardó; d'altra banda, el 50% dels joves que surten per la gran àrea d'Horta-Carmel-Montbau-Vall d'Hebron viu al propi districte, també, d'Horta-Guinardó; el 85,7% dels joves que acostumen a sortir habitualment de nit per l'àrea de Nou Barris resideix al mateix districte; també el 69,0% dels joves que sol sortir per Sant Andreu-Sagrera viu al mateix districte; fins i tot, i de manera molt més concreta, el 35,7% dels joves que freqüenten els locals d'oci nocturn del centre comercial Heron City viuen al mateix districte de Nou Barris.

Una primera hipòtesi podria tenir relació amb l'àmbit psicosocial de l'individu. En aquest cas, es tractaria d'un element important en la (re)producció de la segregació social de l'oci nocturn, no només de la ciutat de Barcelona sinó també de la seva àrea metropolitana. Com es veurà més endavant, el mateix acte de freqüentar certs locals i la tipologia de relacions socials que s'estableixen en el seu interior actuen com a mecanismes de distinció/exclusió social i com a mecanisme d'apropiació simbòlica del territori.²⁷ L'individu assoleix la seva llibertat [orientada, controlada] y la realitza només mitjançant la seva pertinença a un grup (Bettin, 1979; citant a Wirth, 1948). L'individu i el seu grup es redefeixen per a crear una comunitat autònoma i reduïda en el que al coneixement i ús del sistema d'espais d'oci nocturn de la ciutat es refereix, així com a les relacions amb el entorn social en les que hi participa. Cada entorn social relacionat amb un determinat tipus d'oci nocturn promou la seva pròpia classe de racionalitat i ordre –legítimat i regulat per l'Administració Pública mitjançant el conjunt de normes, ordenances i lleis- comportant, alhora, una idea d'estratègia de distinció i exclusió de 'l'altre', decisió que sol ser presa amb clars signes classistes o, en els millors dels casos, visibilitzant una lluita entre estils de vida diferents. Aquesta relació vinculant entre puresa

²⁶ Com es veurà més endavant, només l'Eixample Esquerra té una significativa presència en el sistema d'espais d'oci nocturn, contràriament a l'Eixample Dret.

²⁷ Arribats a aquest punt, cal considerar la radicalització dels discursos simbòlics i les pràctiques socials, especialment en el camp de l'estètica de l'individu i l'estètica discursiva pública (manera d'expressar-se oralment, registres lingüístics utilitzats en públic, gestos, etc.), com a elements fonamentals avui dia en el conjunt de mecanismes d'apropiació simbòlica del territori, juntament amb la música (Nofre, 2008), els graffittis, el comerç (Nofre, 2006a), els espais religiosos i les olors culinàries domèstiques (Íb.).

de la comunitat i seguretat comporta una quasi desaparició de vincles socials entre diferents grups socials.²⁸

Aquest desig de puresa, el qual actua de “dalt cap avall”, contribueix a la (re)producció de la segregació social en l'oci nocturn i els seus determinats espais de consum. Ara bé, certs grups socials contesten a aquesta segregació (re)produint una *ghettització* dels seus espais de consum d'oci nocturn, normalment situats als suburbis de Barcelona. Per exemple, els qui sovintegen La Maquinista per sortir de nit, el 80,0% resideix al propi districte de Nou Barris, i un 20 % al veí districte de Sant Martí. És a dir, la totalitat de la clientela de nit resideixen als dos districtes amb les rendes per càpita més baixes de la ciutat de Barcelona²⁹. D'altra banda, el 50 % que acostumen a sortir de nit habitualment per locals d'oci nocturn situats en centres comercials són del districte de Nou Barris, i l'altra 50% del districte de Sant Martí. També cal dir, i de manera més concreta, que el 37,5% que freqüenta Heron City per anar a fer copes i ballar viuen al mateix districte de Nou Barris. Aquesta *ghettització* de certs espais de consum cultural vinculats a l'oci nocturn té a veure amb una reivindicació d'una alteritat suburbana enfront la identitat col·lectiva (re)produïda des de la ciutat central, tal i com es veurà al capítol cinquè, quan es tracti l'oci nocturn als suburbis de Barcelona.

Cal tenir en compte dues excepcions, per raons diferents. En termes generals, a Ciutat Vella el 21,3% dels joves que hi acostuma a sortir de nit viu a l'Eixample, el 13,5% al districte de Sants-Montjuïc, el 12,6% a Sant Martí i només l'11,6% viu al mateix districte de Ciutat Vella. La raó d'aquesta heterogeneïtat –no necessàriament social, sinó per barri de residència- dels joves consumidors d'oci nocturn de Ciutat Vella respón a la estratègia de convertir el districte en un “centre viu 24 hores”, imatge de l'estratègia expressada per l'Ajuntament d'incorporar Barcelona dins “l'espai d'oci global” els set dies de la setmana durant tot l'any,³⁰ idea que és recollida en el Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona (1999) i que la revisió del mateix –titulada en primer terme *Nous Accents 2006*- la consolida, tal i com s'ha mostrat àmpliament al capítol primer. D'altra banda, els joves que surten per l'àrea de Diagonal-Pedralbes resideix a Sants-Montjuïc (22,2%), a Les Corts (16,7%), a Horta-Guinardó (16,7%) i a Sarrià-Sant Gervasi (16,7%). Aquesta última àrea és on més visibles esdevenen els conflictes entre els grups anomenats *pijos* i *cholos*, molt especialment al voltant de la discoteca *Up&Down* i el bar *Green's* durant la tarda dels divendres, dissabtes i diumenges.³¹ Alhora, la composició social de la nit canvia molt radicalment, esdevenint aquesta mateixa àrea vertebrada pel tram alt del carrer de Numància un dels referents de l'oci-nocturn per als joves i adults-joves de classe mitja alta exclusivament. Vist tot plegat, es podria afirmar en un primer moment que regulació “moral”, control social i zonificació actuen en la configuració del mapa del paisatge d'oci nocturn de la ciutat de Barcelona.

²⁸ La vinculació entre seguretat y puresa la suggereix Baumann, Z. (2001) recuperant a Sennett, R. (1970). Una explicació més detallada pel que fa a l'oci nocturn de Barcelona i els seus suburbis serà oferida als capítols quart i cinquè d'aquest treball.

²⁹ Informació facilitada pel Servei d'Estudis i Avaluació de l'Ajuntament de Barcelona (2006).

³⁰ “Los restauraclubes: cocina y música electrónica en la noche de Barcelona”, a *Barcelona Metrópolis Mediterránea*, núm. 62 (2003). Consultar: www.publicacions.bcn.es/b_mm/ebmm62/bmm62_rb82.htm#1

³¹ Veure capítol sisè d'aquest treball.

El mapa de l'oci nocturn de Barcelona

Establir de manera objectiva la distribució espacial de l'oci nocturn a la capital catalana és impossible. Per tal de poder oferir una panoràmica més o menys aproximada de la realitat de l'oci nocturn a la ciutat de Barcelona es parteix de dues fonts d'informació ben diferenciades: la base de dades on-line de bars musicals, de copes i discoteques de l'Ajuntament de Barcelona, actualitzada a desembre de 2006; i la llista oferida per la *Guía del Ocio de Barcelona*, actualitzada a 28 de desembre de 2006. El cartografiat de les altes de locals d'oci nocturn³² registrats a la base de dades de l'Ajuntament de Barcelona mostra, en termes generals, una oferta d'oci nocturn concentrada en unes determinades àrees urbanes, conformant tot plegat una ciutat que no és, ni molt menys, una ciutat d'oci si es pren com a referència l'extensió que abarquen les diferents àrees d'oci, tot i que aquestes presenten una notable intensitat pel que fa a l'ús de l'espai públic.

Segons la cartografia elaborada a partir del llistat ofert per l'Ajuntament, es poden distingir sis àrees d'oci nocturn a Barcelona, algunes de les quals poden ser equiparades a clústers d'oci nocturn. Per ordre absolutament aleatori i que no respón a cap classificació en base a cap criteri quantitatiu ni qualitatiu, la primera d'elles és la coneguda com a Front Marítim de Barcelona, que constitueix la imatge més coneguda del seu procés d'internacionalització en l'àmbit turístic. El Port Olímpic, el Passeig Marítim de la Barceloneta i el propi Maremàgnum defineixen una àrea d'oci nocturn amb un elevat nombre de locals d'oci nocturn tot i que no distribuïts homogèniament a l'espai. Alhora, l'afluència de públic a aquests locals d'oci nocturn respón a una dinàmica estacional, car estar ubicats a peu de platja. De fet, la concentració màxima de locals es troba al voltants de "símbols urbans" que formen part de la imatge internacional de la ciutat. Així, als peus de l'Hotel Arts hi trobem la discoteca Catwalk, el Restaurant Lounge Club Shôko, el Bestial i el Carpe Diem Lounge Club,³³ locals de referència per a la nova classe mitjana europea i d'arreu del món de pas per la ciutat o que hi resideix temporalment. Són locals que sovint ofereixen *flyers* a agències de models i que dificulten més l'accés al sector masculí que no pas al femení.³⁴ D'altra banda, problemes derivats amb nombroses agressions verbals i físiques de porters de discoteca a ciutadans extracomunitaris han fet perdre a Maremàgnum aquest rol des de l'any 2004.³⁵ Cal dir també que just a l'edifici

³² Cal dir que els propietaris no estan obligats a donar-se de baixa en el registre. Així, i a tall d'exemples, apareixen locals ja desapareguts com "Cruce de Caminos", bar musical del barri de Poble Nou que era el punt de reunió a Barcelona dels *Hell Angels*.

³³ Aquest últim, tancat provisionalment per falta de llicència d'activitat, tal i com indicava un rètol penjat a la porta d'accés el 4 de març de 2007.

³⁴ Informació oferida per Mireia, 27 anys, resident al barri del Guinardó, Barcelona. Clienta habitual de la discoteca Catwalk, situada a l'Hotel Arts de la Vila Olímpica de Barcelona.

³⁵ Especialment a partir de l'equatorià Wilson Pacheco el gener del 2002 per agressions realitzades per porters de discoteca de Maremàgnum. De fet, segons notícia del diari *La Vanguardia* a 28 de juliol de 2004, estava previst anar tancant progressivament gran part dels locals d'oci nocturn del complex de d'oci i lleure abans del març del 2005. Finalment, es va realitzar aquest tancament massiu, que no va deixar de ser una remodelació i una adaptació a les directrius del *clubbing*. En aquest sentit, actualment una sèrie de locals, com The Green Room o Sunset Dance Club ofereixen un oci nocturn totalment diferent al que hi havia. Pel que fa a Sunset Dance Club, la seva pàgina web del Centre Comercial i d'Oci Maremàgnum escriu: "En este bar se entremezclan los ambientes más selectos, con nuestra zona VIP, siempre al compás de la música

World Trade Center, un dels símbols de la imatge internacional de Barcelona ja que presideix un dels molls del Port Vell de Barcelona, hi trobem un dels clubs més selectes de la ciutat, el *Restaurant Sugar Club World Trade Center - Sweet Privé*.

Una altra àrea amb una elevada oferta d'oci nocturn és la part baixa del districte de Ciutat Vella. L'afluència de públic ha deixat de tenir un comportament estacional. El gran impacte del turisme al centre de la ciutat al llarg de tot l'any permet una contínua afluència de públic als locals d'oci nocturn del districte de manera més o menys constant, tot i que les tendències en la nit i els gustos dels consumidors varien constantment.

“L'oci nocturn ven imatge, transmet valors i, fins i tot, marca les modes i les tendències, és per això que saber comunicar al públic la imatge del local i fer veure a l'usuari que el teu local s'adequa a les seves necessitats com a individu farà que el client sigui consumidor del teu local” (Revista FECALON, 2006:5).

Els principals eixos vertebradors de l'oci nocturn en aquesta àrea són els carrers Nou de la Rambla –en el seu tram dins el barri del Raval–, Arc del Teatre, Santa Mònica, el tram de la Rambla Santa Mònica entre Arc del Teatre i el propi carrer Santa Mònica, el carrer Escudellers i la plaça Reial. És una àrea d'oci nocturn on es pot visibilitzar la *McDonaldització* de l'oferta d'oci nocturn:³⁶ s'inunden els sentits dels visitants de signes i símbols derivats del consum de llocs, begudes alcohòliques i drogues com a eina de distinció social enfront la seva família extensa i els altres consumidors, en un entorn on eclosiona una atmosfera com de celebració desenfrenada contínua per satisfer la necessitat de l'emoció derivada de pertànyer a la comunitat *cool* de la ciutat d'acollida i, sobretot, de la d'origen, almenys per unes hores. Ciutat Vella presenta al consumidor d'oci nocturn l'oportunitat de trobar-se amb la història de Barcelona, consumir “el seu espai” i transgredir el significat històric de cada lloc.

A tall d'exemple, l'antic *café cantante* i posteriorment teatre Villa Rosa avui dia és un local de música techno que porta com a nom Moog – propietat del grup Mas i Mas, S.L. El local ofereix una petita sala a la seva planta superior, de reduïdes dimensions, on es desenvolupen sessions de música pop dels 80s, orientada al col·lectiu homosexual. Aquesta sala porta el nom, precisament, de Sala Villa Rosa.³⁷ D'altra banda, cal dir que el Passeig del Born constitueix un altre eix d'oci nocturn, on unes determinades polítiques públiques de renovació urbana del barri del Born i la Ribera durant els últims anys han

seleccionada por los mejores Dj's nacionales e internacionales.” Veure:

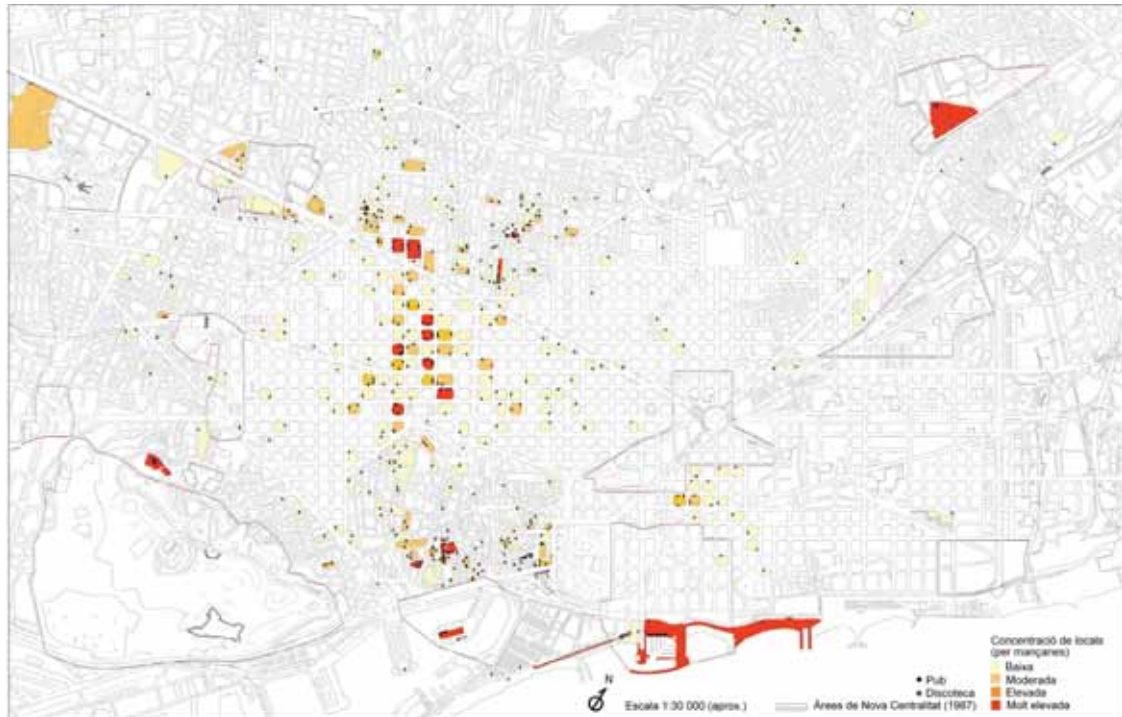
http://www.maremagnum.es/index.php?op=tiendas_detalle&op1=64

³⁶ Neologisme que fa referència, en un primer moment, a la creixent banalització de l'oferta cultural de les grans ciutats occidentals i que avui dia fins i tot l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB) l'utilitza per a distanciar-se de l'extrema mercantilització i homogeneïtzació dels productes culturals globals.

³⁷ Altres *cafés cantantes* símbols de la Barcelona Flamenca de finals del XIX i principis del XX que avui dia són símbols de la nit *gay* de la capital catalana són La Concha i El Cangrejo, situats en el carrer de La Guàrdia, entre Nou de la Rambla i Arc del Teatre. També la sala Tarantos, antiga sala d'espectacles de flamenc de la Barcelona Noucentista, constitueix avui dia una referència en la nit de Barcelona, ja que, a banda de seguir oferint una programació anual continuada de flamenc, a partir de les 24h es converteix en un club musical més del centre de la ciutat, sempre a duet amb la sala Jamboree, situada en la planta inferior del mateix edifici. Ambdós locals pertanyen, com la sala Moog, al grup empresarial Mas i Mas, S.L., sent la responsable Anna Mas. Aquesta transgressió de la simbologia històrica del lloc és constant a la nit de la plaça Reial i els seus voltants. Llegendàries discoteques dels anys 80s, com la pròpia New York o Panams, ofereixen un ambient *kitsch* inundat de música *pop-dance* actual.

facilitat la idealització per part de la nova classe bohèmia barcelonina –resident o no resident- com a espai de consum d'oci nocturn.

Figura 3.2. Localització de pubs i discoteques a Barcelona segons l'Ajuntament (Gener 2007).



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de Dades de l'Institut Municipal d'Informàtica (2007). Base cartogràfica corresponent a l'any 1998. Cortesia del Laboratori de Cartografia i Geografia. Departament de Geografia Humana, Universitat de Barcelona (2007).

Una altra àrea d'oci nocturn de Barcelona és la part central de l'Eixample, aquella que és definida pels carrers Muntaner i Passeig de Gràcia per una banda i Gran Via de les Corts Catalanes i Avinguda Diagonal per una altra. Segons la cartografia derivada de la base de dades de l'Ajuntament de Barcelona, es tracta d'una àrea d'intensa activitat pel que fa a l'oci nocturn, on pràcticament una quarta part de les mançanes que conformen aquesta part central de l'Eixample (nou d'un total de trenta-nou) alberguen tres o més locals d'oci nocturn. Més concretament, són tres els *punts calents* de l'oci nocturn a la part central de l'Eixample de Barcelona durant els divendres, dissabtes i vigílies de festiu. El primer d'aquests és la cruïlla dels carrers Provença i Consell de Cent amb Balmes, així com cruïlla del carrer Aribau amb València. Només la part baixa d'aquesta àrea urbana concentra les discoteques amb més afluència de públic, com són Trauma –freqüentada per gent de més de 35 anys- i Santa Locura –freqüentat per joves de 18 a 25 anys de classe mitjana assalariada i de classe treballadora dels suburbis de Barcelona. Ambdues discoteques estan ubicades al carrer Consell de Cent entre Balmes i Rambla Catalunya. També s'hi localitzen en aquesta mateixa àrea *calenta* School Balmes (antigament Tunnel Balmes), situada entre el carrer Consell de Cent i el carrer Aragó, i, d'altra banda, la discoteca Arena Clàssic, el vaixell insígnia del col·lectiu GLBT en la nit de Barcelona,

just a la cantonada del carrer Diputació amb Balmes. La resta d'aquesta àrea està conformada per locals de petit format, bars musicals i de copes, amb una estructura empresarial familiar o petita, amb menys de 10 treballadors en la majoria dels casos. En aquest sentit, cal destacar algunes excepcions d'antigues discoteques, algunes reorientades cap el *clubbing* –com Nick Havanna o Mojito, ambdues al carrer Rosselló-, o ja mítiques discoteques de la nit de Barcelona com Velvet –al carrer Balmes- o La Fira, aquesta última al carrer Provença..

La reorientació vers el *clubbing* no és exclusiva ni dels locals d'oci nocturn de la Barcelona “turística” –Ciutat Vella i el Front Marítim- ni tampoc dels locals freqüentats per la nova classe mitjana de la ciutat. Efectivament, el Grupo Tunnel S.L. va decidir el 2005 canviar el nom d'una de les seves discoteques emblemàtiques: Tunnel Balmes passava a anomenar-se School Balmes, en clara referència a la franja d'edat “real” majoritària de la seva clientela (entre 16 i 23 anys);³⁸ vist l'èxit rotund d'*School Balmes*, el mateix Grupo Tunnel va decidir reconvertir Tunnel Casanova –ubicat al carrer homònim- en Feeling Casanova, una mescla de *lounge club* i discoteca.³⁹ Tot i així, la desaparició del mot “Tunnel” al nou nom del local va comportar una pèrdua de fidelització entre els consumidors d'oci nocturn. Ja al març del 2007 va recuperar el seu antic nom, Tunnel Casanova. La clau de tot plegat sembla radicar en la fidelització de la clientela a través d'una oferta pròpia, diferenciada, creant un sentiment de pertinença a una comunitat que només existeix unes hores a la nit i que és diferent a les altres comunitats “artificials” i “temporals” que coexisteixen a la nit i que es diferencien entre elles sobretot per l'estètica dels individus i el consum de productes culturals – especialment música- dels seus membres.⁴⁰ Això és del que tracta el *clubbing*: (re)produir un cert tipus de capital subcultural en virtut de l'exclusivitat del local i, per tant, de la clientela (Thornton, 1995; 1996).

Aquesta no és l'estratègia que segueixen els locals d'oci nocturn de l'antiga vila de Gràcia. La clientela no és la mateixa. Com s'ha citat unes pàgines abans, i segons l'*Enquesta de Joventut de Barcelona (2002)*, el 22,6% de joves que surten habitualment de nit per Gràcia viuen al mateix districte, mentre que el 17,4% viuen al districte de l'Eixample i el 14,8% ho fa a Sarrià-Sant Gervasi. En canvi, els joves de 15-29 anys que habitualment surten de nit per l'Eixample Esquerre, el 33,3% resideixen al mateix districte de l'Eixample i el 12,6% viuen al districte de Sant Martí. D'altra banda, el parcel·lari urbà no permet la instal·lació de grans superfícies destinades a activitats relacionades amb l'oci nocturn, com si passa a l'Eixample i altres districtes de la ciutat. I

³⁸ Segons la normativa vigent, els nois i noies menors de 18 anys no poden accedir als locals d'oci nocturn. Tot i així, les noies de 16 i 17 anys, gràcies a una estètica provocativa i al seu desenvolupament corporal més avançat que els homes, fàcilment poden entrar en aquelles discoteques on la imatge de la “lolita” provocativa s'usa per atraure a la majoria de la clientela masculina. El Grupo Tunnel, S.L. utilitza aquesta estratègia. Informació facilitada per Kike, 25 anys, resident a Les Corts, Barcelona, cambrer durant el període 2000-2005 de les discoteques Nick Havanna, Costa Breve i Tunnel Balmes. Com a visibilització d'aquesta estratègia, només cal veure el rètol que dona entrada a School Balmes: la silueta d'una col·legiala amb postura absolutament eròtica.

³⁹ Més endavant, en el primer estudi de cas detallat de l'àrea d'oci nocturn de Marià Cubí veurem que no és una estratègia única.

⁴⁰ Un exemple serà tractat més endavant quan expliquem el cas dels “cholos”.

d'altra banda, la legislació local és molt més restrictiva pel que fa a la instal·lació de locals d'oci nocturn a Gràcia que no pas a l'Eixample.⁴¹ Tot i així, el mapa derivat de la cartografia de les dades oferides per l'Ajuntament permet entreveure dos *punts calents* de l'oci nocturn al barri de Gràcia: la plaça del Sol i el carrer de Francisco Giner, a la part baixa del barri, prop de la Plaça de Rius i Tauler. Tot i així, cal tenir en compte que el patró de l'ús de l'espai d'ús públic és radicalment diferent que a la resta de la ciutat. Això es deu a la reivindicació per part de determinats col·lectius, com els *okupes* i simpatitzants que comparteixen almenys la seva estètica, d'una certa socialització de l'espai públic i de la propietat privada. En l'àmbit de l'oci nocturn, visibilitzen les seves reivindicacions a través de l'organització de petits grups ajeguts al terra compartint alcohol (habitualment cervesa i kalimotxo, símbols de l'embriaguesa dels *pobres*) i compartint haitxís i marihuana. Malgrat tot, tendeixen a (re)produir els mateixos mecanismes de distinció social, tan físics, com estètics, que els locals convencionals d'oci nocturn: s'ha de pagar per accedir a les festes que organitzen a les cases *okupades* i en alguns casos hi ha persones situades a les portes d'accés que fan la funció de selecció/exclusió de persones, basant-se en motius purament estètics.

Una altra àrea amb una intensa activitat d'oci nocturn segons la base de dades de l'Ajuntament és la part baixa del barri de Galvany, al districte de Sarrià-Sant Gervasi. Els eixos vertebradors de l'oci nocturn en aquesta àrea són els carrers Amigó, Santaló i molt especialment el tram final del carrer Marià Cubí. Es tracta d'una àrea d'oci nocturn que es va crear a partir de mitjans dels anys 80s, a partir sobretot de la inauguració del bar musical Mas i Mas, el primer local del grup Mas i Mas S.L., idea de la qual fou proposada per Anna Mas, actual responsable dels locals d'oci nocturn del grup empresarial.⁴² Fou un bar sovint freqüentat per personatges il·lustres com Quim Monzó i els seus amics recentment desapareguts Ramon Barnils i Jordi Vendrell⁴³, i des de 2005 va esdevenir un punt de trobada de joves estrangers de classe mitja-alta, tot i que els d'origen nord-americà actualment solen anar al Blue Lounge, al carrer Sagués, a escassos 15 metres del Mas i Mas. A partir del moment en què obrí les portes Mas i Mas, just a la cantonada de Marià Cubí amb el carrer Sagués, s'instal·là tot just enfront el bar musical Universal, on abans, a la planta baixa, hi havia una botiga de queviures, mentre que els dos pisos superiors eren destinats a ús residencial. La propietària i veïna del bloc,⁴⁴ pocs anys més tard i "farta de sorolls" (sic), va vendre la propietat immobiliària a Grupo Costa Este, S.L., propietària d'Universal.

⁴¹ Informació facilitada per fonts oficials de la Guàrdia Urbana de Barcelona.

⁴² El titular del bar Mas i Mas era en Joan Mas i Soler. Aquest bar va tancar les portes el desembre de 2006 per pressions de l'Ajuntament de Barcelona. Informació facilitada per Sergio, 27 anys, porter del bar musical Minimal; i per Juan, 33 anys, porter del bar musical Bocayma.

⁴³ L'autor cita el programa de ràdio Postres de Música, l'últim en què va col·laborar Ramon Barnils abans de la seva mort a causa d'un càncer. En algun moment, el periodista va comentar les nits amb en Jordi Vendrell i l'escriptor Quim Monzó al bar Mas i Mas.

⁴⁴ R. T., la propietària aleshores dels dos pisos superiors de l'edifici, avui dia exerceix de professora a la Universitat de Barcelona. Tota la informació ha estat facilitada per ella mateixa, i precisament confirma que abans de l'eclosió del barri com una àrea d'oci nocturn "pijo", al barri hi vivia gent "normal, de classe mitja, menestrals, petits botiguers, treballadors, ...". Informació facilitada a partir d'una conversa informal el desembre de 2004 al Departament de Geografia Humana de la Universitat de Barcelona.

A mitjans dels 90, on abans hi havia una vaqueria que venia llet produïda a una granja del del Delta del Llobregat, tot just enfront d'Universal però a la cantonada sudoest de la cruïlla entre els carrers Sagués i Marià Cubí, s'instal·là el bar musical O Sea, actualment Pepsi Club, el qual ha seguit l'orientació del primer, orientant la seva activitat a joves de classe mitja-alta entre 15 i 20 anys.⁴⁵ D'altra banda, cal dir que, avui dia, i segons les dades oferides per l'Ajuntament de Barcelona, aquesta àrea conté tres subsectors d'oci nocturn: l'esmentada àrea de Marià Cubí, el carrer Tuset, i els trams dels carrers Aribau i Muntaner entre l'Avinguda Diagonal i la Travessera de Gràcia. Precisament, aquests dos trams de carrers presenten una elevada densitat d'oci nocturn i constitueixen una de les àrees que actualment està més de moda a la nit de Barcelona pels joves de 25-35 anys.

L'àrea d'oci nocturn de Barcelona de creació més recent a Barcelona registrada a la base de dades de l'Ajuntament és el centre comercial Heron City, al districte de Nou Barris. És propietat d'una multinacional nord-americana dedicada a activitats de lleure i oci, Heron Company, i s'ubica més concretament als terrenys que la companyia estatal Renfe tenia a tot just a tocar de l'avinguda Meridiana i que formen part del conjunt d'Àrees de Nova Centralitat definides per l'Ajuntament de Barcelona el 1987. Aquesta tendència urbana de concentrar l'oci nocturn en Àrees de Nova Centralitat és molt recent i actualment es troba en procés de consolidació.

A tall d'exemple, i tot i que no hi consti al registre del propi Ajuntament, el centre comercial La Maquinista alberga una sèrie de locals d'oci nocturn majoritàriament freqüentats per persones d'origen sudamericà residents a Sant Andreu, Sant Martí, Nou Barris i, en menor nombre, residents a Santa Coloma de Gramenet.⁴⁶ Precisament, el centre comercial es troba ubicat a l'Àrea de Nova Centralitat de La Sagrera. En aquest mateix sentit, el desembre del 2006 es va inaugurar al Fòrum una carpa permanent patrocinada per Movistar (anomenat *Espacio Movistar*) on es combinava art, tecnologia, música i oci, i que durant les nits dels divendres, dissabtes i vigílies de festiu es convertia en discoteca. Era ubicada a l'interior d'una altra Àrea de Nova Centralitat, la de Diagonal Mar, tot i que actualment es troba situat al Campus Sud de la Universitat de Barcelona. Precisament, ben a prop de la nova ubicació de l'*Espai Movistar*, el 2006 va obrir Ribellino's, el qual es troba dins els límits establerts per a l'Àrea de Nova Centralitat de Zona Universitària. Tot plegat consolida aquells primers intents de les carpes de Torre Melina o Líquid-La Sal, situades al complex esportiu de L'Hospitalet Nord, per orientar aquesta àrea de nova centralitat cap al sector de l'oci i el lleure "selectes", "distingits": de fet, l'obertura de fa dos anys de la franquícia de gimnasos de luxe David Lloyds o de la mateixa presència del Reial Club de Polo de Barcelona sembla certificar aquesta hipòtesi.

L'oci nocturn no només s'utilitza com a estratègia per a la renovació de l'espai urbà de manera directa –com en el cas del Raval o la mateixa àrea de Marià Cubí–, sinó també com a *estratègia indirecte* de producció d'espai urbà. En aquest sentit, el cas del Poblenou és paradigmàtic. L'oci nocturn al barri del Poblenou arrenca des de finals dels 80s, just en el moment en què es defineixen les Àrees de Nova Centralitat de Barcelona,

⁴⁵ Íb.

⁴⁶ Marcelo, 38 anys, d'origen xilè i resident a Santa Perpètua de Mogoda, porter de discoteca. Entrevista realitzada al novembre de 2006 a peu de carrer.

entre elles la de la Plaça de les Glòries i la de la Vila Olímpica. Entre ambdues, restava un espai urbà de caire majoritàriament industrial en estat decrepit. A causa del procés de terciarització un cop iniciat el procés de desindustrialització de la ciutat a ran de la crisi de 1973 i 1979, la producció d'espai urbà en aquesta àrea es va veure posteriorment beneficiada d'un clar impuls de renovació per part de l'Administració Pública, no només local, sino també catalana i espanyola, mitjançant la celebració de grans aconteixements –Jocs Olímpics de 1992- i de grans estratègies urbanes –l'impuls de la Barcelona del Coneixement, recollit dins el *I Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (1999-2005)*, així com també la consideració de la cultura com a motor de les grans transformacions urbanes per part del *Comité Eurocities*⁴⁷. Ara bé, molts dels locals d'oci nocturn d'ençà romanen encara i comencen a participar de la nova caracterització social del barri. La sala Zeleste, llegendària sala de concerts de rock'n'roll de la ciutat de Barcelona, va tancar el 7 d'octubre del 2000, deixant pas a Razzmatazz, discoteca multifuncional i amb cinc sales amb música i ambientació diferent, gestionada per l'empresa Tiger Bay, S.L. Amb aquesta “remodelació”, va desaparèixer també el *Zeferino's* entesa com una petita sala de *rockabilly*. Avui dia, Razzmatazz és una discoteca polivalent, de música *pop* alternatiu i electrònica, discoteca constituïda per varis *lofts* els quals recreen ambients a semblança de la promoció d'habitatges d'aquest tipus els quals caracteritzen les àrees industrials renovades de les grans ciutats occidentals, com els Docklands de l'East London o els mateixos Docklands de Brooklyn.

El paper de l'oci i el lleure en la transformació de la Barcelona actual s'emmarca, com s'ha dit al capítol anterior, en la consideració de la cultura –i el seu consum- com el motor principal de les transformacions urbanes de la ciutat, dinàmica que no només és local sinó europea. De fet, l'oci nocturn crea símbols en el nou espai urbà de la ciutat que permet al consumidor de llocs identificar-se i apropiar-se d'aquell lloc que a priori li era estrany com un element més de la seva identitat, fins i tot, com un element fonamental del sentiment de pertineça a un determinat grup social. La qüestió fonamental, un cop arribats a aquest punt, és saber si realment l'oci nocturn i els espais i elements que el conformen es diferencien entre ells o tot plegat presenta una certa homogeneització fruit de la penetració del *branding* i el *theming* a la nit de Barcelona i a la dels seus suburbis de la mà de multinacionals de l'oci i el lleure, o si bé aquesta homogeneització es fruit de la creació d'un determinant *theming* i *branding* creat pels propis grups empresarials locals, en plena sintonia amb la imatge de ciutat “única i una” que l'Administració Pública promou al mercat turístic estranger⁴⁸. Malgrat tot, sembla que existeix una certa homogeneització. Aquesta hipòtesi de treball és el fil conductor de la resta del capítol. S'intentarà demostrar, doncs, si existeix aquesta homogeneització i, en cas afirmatiu, en quin grau es presenta en l'actualitat, deixant per als capítols següents la finalitat per part de l'Administració Pública Local d'aquesta homogeneització en l'oci nocturn.

⁴⁷ Per a més informació veure el capítol primer.

⁴⁸ Per a un estudi detallat d'aquesta imatge de ciutat i de país, veure el darrer capítol d'aquest treball.

Cartografiant les tendències de l'oci nocturn de Barcelona.⁴⁹

Si la cartografia dels locals d'oci nocturn registrats a la base de dades de l'Ajuntament de Barcelona mostrava sis àrees on es concentren aquests tipus de locals, una posterior cartografia segons la informació extreta de La *Guia del Ocio de Barcelona* permet espacialitzar les tendències en l'oci nocturn de la capital catalana. De fet, la popularitat d'aquesta publicació permet considerar-la, tot i que de manera apriorística, com a un mecanisme eficaç de (re)producció de tendències en l'oci nocturn. Així doncs, aquesta publicació setmanal pot ser considerada una font fiable de la tendències de l'oci nocturn de Barcelona.

Els locals d'oci nocturn apareguts al llistat del número de la *Guia del Ocio de Barcelona* corresponent a la setmana del 28 de desembre de 2006 pertanyen a quatre àrees molt concretes de la capital catalana: el The Village de Maremàgnum⁵⁰, els voltants de la Plaça Reial, el Poble Espanyol, i l'àrea urbana estructurada al voltant dels carrers de Marià Cubí, Aribau i Tuset. En un primer cop d'ull, es pot deduir una certa concentració espacial a partir d'una cartografia exhaustiva dels locals promocionats en aquesta revista. De fet, i de manera apriorística, les àrees urbanes on es localitzen poden ser etiquetades com a àrees d'oci nocturn que estan “de moda”.⁵¹ Ara bé, les tendències –o preferències– dels consumidors d'oci nocturn a la nit de Barcelona tenen una component estacional marcada, i fins i tot també diària, tal i com es veurà més endavant amb el cas de la Sala Bikini. A tall d'exemple, durant l'estiu, les tendències en sortir de nit a Barcelona certifiquen dos fenòmens espacials.

D'una banda, es consolida la Plaça Reial i els seus voltants com a visibilització del “centre viu 24h” promocionat des de l'Ajuntament a través de les publicacions destinades al mercat turístic estranger. D'altra banda, i també durant l'estiu, l'oci nocturn més “de moda” es trasllada al front marítim, on el protagonisme de la nit barcelonina el prenen les terrasses de les platges de la Barceloneta, Sant Sebastià, la Vila Olímpica i el Bogatell. Precisament, tot aquest front marítim de la ciutat concentra dos clústers d'oci nocturn: un primer amb una estructura bipolar, format pel Port Olímpic i l'àrea compresa pel tram final del Passeig Marítim de la Barceloneta amb el tram inicial del carrer de Ramon Trias Fargas, i el tram inicial del mateix Passeig Marítim de la Barceloneta.

Els altres clústers d'oci nocturn de la ciutat presenten una triple tipologia: aquells clústers amb una estructura interna basada en l'aglomeració de locals d'oci nocturns en poques illes de cases adjacents entre elles –clúster “Cubí-Aribau-Tuset”, clúster “Passeig del Born”, clúster “Plaça Reial i voltants”–; aquells clústers associats a grans equipaments de la ciutat, com The Village a Maremàgnum o el mateix Poble Espanyol, i aquells que estan en procés de consolidació (Heron City) i que no consten ni a la base de dades de l'Ajuntament de Barcelona ni a la mateixa *Guia del Ocio* (com, per exemple, La

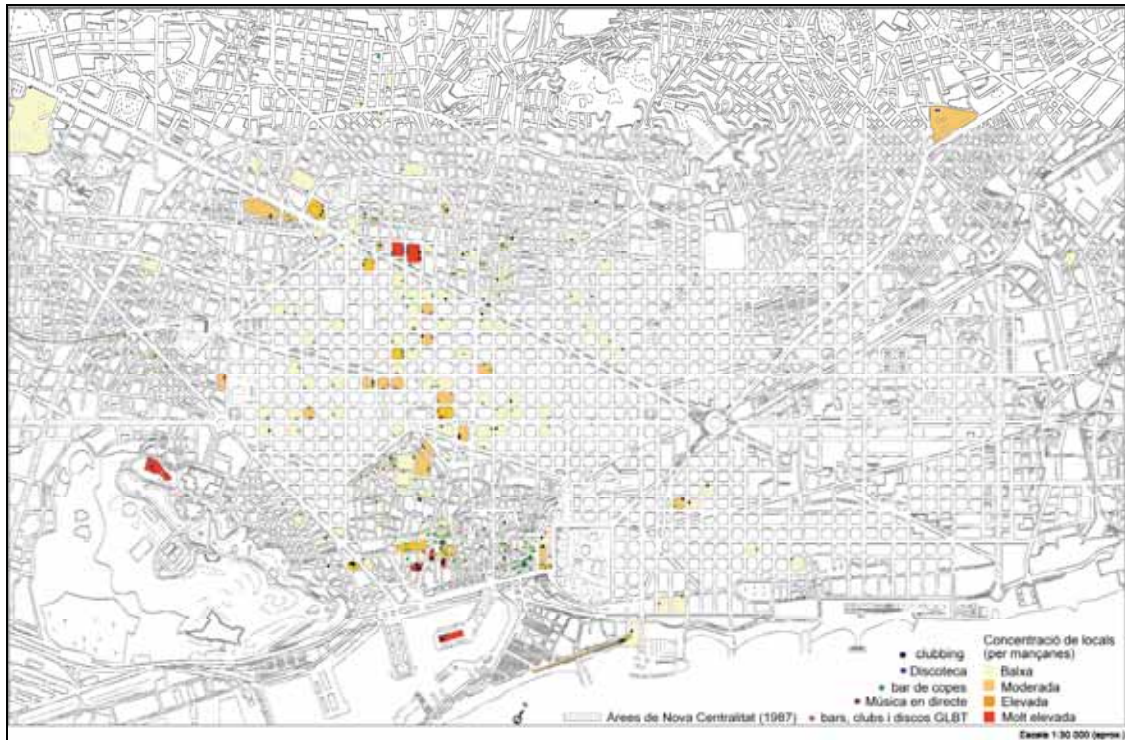
⁴⁹ Les tendències mostrades en aquest subapartat fan referència al període comprès entre desembre del 2006 i març del 2007.

⁵⁰ The Village és el nom amb que es coneix el consorci de discoteques que hi ha a l'àrea d'oci de Maremàgnum i que fou creat des de Odisea 2000 Maremàgnum, empresa explotadora de Maremàgnum.

⁵¹ A finals de 2006.

Maquinista). Aquesta tendència d'organitzar espacialment l'oci nocturn en clústers s'ha consolidat de manera molt més significativa en l'àmbit periurbà, especialment en polígons industrials, que no pas al mateix espai intern urbà.

Figura 3.3. Localització de pubs i discoteques a Barcelona segons la Guia del Ocio (desembre 2006).



Font: elaboració pròpia a partir de la Guia del Ocio, setmana del 18 al 24 de desembre de 2006. Base cartogràfica corresponent a l'any 1998. Cortesia del Laboratori de Cartografia i Geografia. Departament de Geografia Humana, Universitat de Barcelona (2007).

De fet, una conseqüència de la progressiva organització i promoció de l'oci nocturn de Barcelona en clústers és que l'espai intern urbà de Barcelona es comprimeix, i esdevé, alhora, discret. La ciutat, de nit i des d'un punt clarament subjectiu, esdevé "més petita" que de dia: allà on no hi ha oci nocturn, allò que no participa de la idea de "centre viu 24h", fins i tot allò que no participa del desig de "ciutat viva 24h" deixa de ser ciutat durant les hores nocturnes.

S'ha mostrat com la cartografia derivada de les dades ofertes per l'Ajuntament desmenteix un dels mites sobre la capital catalana: Barcelona no és una ciutat d'oci nocturn –no hi ha, ni molt menys, una distribució homogènia a l'espai urbà dels locals d'oci nocturn. Ara bé, la cartografia derivada del llistat de la *Guia del Ocio* desmenteix un altre mite: almenys en l'àmbit de l'oci nocturn, no existeix una Barcelona Gay. Efectivament, d'un total de 228 clubs, discoteques i locals de copes i música en viu, només hi surten promocionats 19 bars, clubs i discoteques orientats al col·lectiu GLBT, i una bona part d'ells, 7, concentrats al carrer Consell de Cent o els seus voltants immediats al tram comprès entre els carrers Casanova i Balmes. Però, ¿qui promociiona

aquests clústers?, ¿només el propi Ajuntament mitjançant els mecanismes de la planificació estratègica i legislació urbanística? ¿O bé també hi participen els mateixos consumidors, consolidant i potenciant –posant de moda, en determinats moments- certs espais urbans amb una proliferació i renovació de locals d'oci nocturn d'una determinada àrea i, consegüentment, un major ús de l'espai d'ús públic urbà en la franja horària nocturna? ¿Se'n beneficia l'Ajuntament de l'acceptació i consolidació de certs clústers d'oci nocturn per part dels consumidors i empresaris del sector? No ha de sorprendre que un d'aquests clústers sigui el del sector definit per carrers com Marià Cubí, Aribau i Tuset. En un dels episodis ocorreguts durant els últims mesos de 2006, els mitjans de comunicació es van fer ressó dels problemes de la contaminació acústica en relació amb l'oci nocturn. La col·laboració entre l'Associació contra la Contaminació Acústica i l'Administració Pública Local per tal de reduir el soroll derivat de les activitats dels bars musicals, discoteques i locals de música en viu es va veure reflexada a la portada d'*El Periódico de Catalunya* de 9 de gener del 2007-a la seva part inferior esquerra-, on es podia llegir: “Barcelona ha dictat en 9 mesos que es tanqui immediatament 166 locals d'oci”. En aquesta notícia, escrita per Albert Ollés i Jordi Subirana, es podia llegir que “(...) més de la meitat dels tancaments es van concentrar a Ciutat Vella i l'Eixample”⁵².

Ara bé, a partir de la comparació d'ambdues cartografies obtingudes per una banda de la base de dades de l'Ajuntament i per altra de la Guia del Ocio de finals de desembre de 2006, poden senyalar-se tres tendències actuals en l'oci nocturn de Barcelona. La primera, és la promoció de Ciutat Vella com a “centre viu 24h”, tot i que les diferències obtingudes entre el primer mapa realitzat amb les dades de l'Ajuntament i el segon, realitzat amb les de la *Guia del Ocio*, deixa entreveure la promoció d'un oci nocturn “connectat” amb l'oferta cultural del Raval Nord, aquella majoritàriament destinada a la nova classe bohèmia de les grans ciutats occidentals que definia Lloyd (2000). Així, el clúster cultural de la Plaça dels Àngels sembla esdevenir, poc a poc, també en un clúster d'oci nocturn basat o bé en bars de copes de petit format on hi predominen les llums blanques hal·lògenes i les parets blanques, amb mobiliari vermell i terra fosc, o bé en bars de copes que ofereixen un ambient que recorda els bars del Xino de primer terç del segle XX.⁵³ La segona tendència que una comparativa entre els dos mapes permet entreveure és la progressiva tendència a implementar clústers d'oci nocturn en centres comercials ubicats en Àrees de Nova Centralitat (Heron City⁵⁴) o bé en antigues àrees industrials dels suburbis de Barcelona (Poblenou, Polígon Sud-oest del Besós), on l'oferta musical –i l'estètica de la clientela majoritària- gira entorn la música pop-rock alternativa i els seus símbols. I la tercera tendència és la consolidació de àrees d'oci nocturn “tradicionals” més enllà del districte de Ciutat Vella: una d'aquestes àrees és el clúster Marià Cubí-Aribau-Tuset, la qual serà tractada en detall al següent capítol.

Una altra manera d'estudiar les tendències presents a l'oci nocturn de Barcelona és atendre les publicacions més recents en aquesta matèria. En aquest sentit, el llibre *Barcelona Nights*, de David Escamilla i Òscar Broc i editat el 2006 per Viena Edicions,

⁵² Ollés, A. i Subirana, J. “Barcelona tanca en nou mesos 166 locals, però pocs per soroll”, a *El Periódico de Catalunya*, 9 de gener de 2007, p. 30.

⁵³ Bons exemples serien el bar Elisabets o Ca l'Estevet.

⁵⁴ Tot i que no surtin a la Guia del Ocio, també formen part d'aquesta tendència Diagonal Mar i La Maquinista.

esdevé una òptima font d'informació. La cartografia derivada de la informació sobre l'oci nocturn més *cool* a la capital catalana permet entreveure sis grans àrees d'oci nocturn a la ciutat, tres d'elles concentrades al districte de Ciutat Vella. Efectivament, del centenar de locals que proposen, el 52% es localitzen al centre històric de la ciutat. Més acuradament, hi tenen una presència notable els locals que responen a la fórmula Restaurant & Lounge Club, els mateixos locals *cool*, els locals per a “canalles de la nit”, i els locals per a bohemis,⁵⁵ tots ells sumant el 70% respecte el conjunt de locals proposats pels autors. En canvi, només se cita un local per a gays i altres dos per a consumidors d'oci nocturn que superin amb escreix la trentena d'anys en tota Ciutat Vella. A nivell d'anàlisi espacial, els tres subsectors urbans localitzats a Ciutat Vella presenten uns patrons clars de distribució dels locals d'oci nocturn. A la primera àrea d'elles⁵⁶, la del Raval Nord, la distribució de la majoria dels locals queda vertebrada pels carrers Joaquim Costa, Carne i Tallers, tres eixos tradicionals d'oci nocturn a l'antic Barri Xino. Precisament al tram central del carrer Carne, a l'alçada de la Plaça del Doctor Fleming, s'hi troben dos Restaurant & Lounge Club, el Dostrece i el Lupino. Pel que fa al primer, David Escamilla i Òscar Broc destaquen els “aires internacionals i multiètnics” del local (Broc i Escamilla, 2006:19). Però el que realment destaca és la semàntica que utilitzen per descriure el segon, el Lupino Restaurant & Lounge Club i la resta de locals que citen i els quals pertanyen a Ciutat Vella: “*Lupino ofrece cocina de autor, copas de calidad y un diseño de interiores exquisito en pleno barrio del Raval*”, i afegeixen: “*Un rincón en pleno Raval de impecable estética para estéticos pecadores*” (Íbidem: 23). A quina estètica de clientela es refereixen? A quina estètica dels locals?

En tota la publicació no hi ha cap referència a locals que ofereixin sessions de flamenc, malgrat la important proliferació de cafés-cantants des de finals del segle XIX i especialment durant el primer terç del segle XX al popular districte cinquè⁵⁷, i malgrat les sessions de flamenc al Taller de Músics, a la sala Tarantos o a l'espai flamenc Barcelona Flamenca. Només fan referència a les escasses sessions de flamenc que se celebren al local Robadors 23, situat a l'homònima direcció, antigament un burdell. La relació entre flamenquisme, una determinada “Barcelona històrica”, el canallisme i la magarrufa, esdevé intencionadament evident a la publicació *Barcelona Nights*. A tall d'exemple, s'associa els espectacles de *drag queens* i el transformisme amb lo kitsch, lo canalla, la decadència i el col·lectiu gay de rendes baixes (Broc i Escamilla, 2006: 102-3, 105-6, 108). Són locals que anteriorment eren cafés-cantants, com El Cangrejo o La Concha, antics burdells, com el ja citat Robadors 23, antics bars “portuaris” o el propi bar Benidorm, situat al carrer Joaquim Costa. Són locals, però, que avui dia participen del que es coneix com a Ravalejar. En aquest sentit, i en referència al bar B74, els autors afirmen que es tracta de “*Un local ‘ravalesco’ que bordea los terrenos del kitsch y ofrece shows de drag queens cada fin de semana*” (Broc i Escamilla, 2006:103).

⁵⁵ La classificació de locals és la mateixa que la proposada per Escamilla, D. i Broc, Ò. (2006).

⁵⁶ L'ordre de presentació de les àrees és absolutament aleatori i no correspon a cap classificació realitzada amb criteris quantitativs ni qualitativs.

⁵⁷ Per a més informació, consultar el capítol anterior.

Precisament *Ravaleja!* és el lema amb què la Fundació Tot Raval i l'Ajuntament de Barcelona pretenen dinamitzar econòmicament, socialment i culturalment el barri del Raval. Sergi Martínez Rigol (2008) realitza una deconstrucció acurada de la semàntica i el lèxic utilitzats en els diferents documents pertanyents al programa *Ravaleja!* i conclou que anar avui dia al Raval és sinònim d'anar de compres, anar de copes a clubs amb estètica postmoderna, convertir-se en un consumidor, en un ciutadà, *cool*. L'anar al Raval és avui dia sinònim també de submergir-se en la multiculturalitat d'un barri (i una ciutat) cosmopolita. Alhora, *Ravaleja!* és plantejat per Martínez Rigol com l'eclosió -des dels diferents processos de reconversió urbana endegats des de finals dels 90s- d'un nou escenari per a un determinat consum cultural lligat a una nova estètica, postmoderna, tot plegat en relació a la gentrificació del centre històric de Barcelona.⁵⁸ En aquest sentit, quan David Escamilla i Òscar Broc afirmen sobre el local Zentraus, situat a la Rambla del Raval, que es tracta d'“ (...) un club muy recomendable que le ha dado un aire vanguardista a un Raval, a veces, demasiado conservador”, ja que “el raval sigue apegado a los ritmos con piojos”(Broc i Escamilla, 2006: 97). A què es refereixen exactament? La Rumba que toquen els gitanos del Raval és un ritme “amb pols”? Ho és el flamenc evocador dels cafés-cantantes? ¿Són músiques que comporten una estètica de l'individu i del paisatge urbà no desitjada per certs sectors socials

Sembla com si l'estètica dels nous locals d'oci nocturn al Raval haguessin de liderar el procés d'assimilació d'una nova estètica per al barri, anàlogament a un procés catalític. La nova estètica urbana no només del propi Raval sino de tota Ciutat Vella, doncs, vindria donada pels dissenys d'espais interiors de locals de *chill-out*, com l'It Café, destinat a “clientela cosmopolita”(Broc i Escamilla, 2006: 49), o locals cools, com el Café Royale, a tocar de la Plaça Reial, el qual destaca per la “*cálida decoración, de exquisito diseno con aires retro-futuristas y líneas cosmopolitas*” (Íb.:74). Fins i tot, la netedat és bàsica en la nova estètica, característica fonamental del local *cool* Fantástico, situat al passatge d'Escudellers (Íb.: 79). Una revisió acurada de la publicació *Barcelona Nights* permet entreveure una identificació implícita que realitzen els autors entre el concepte “espai net” i el color blanc o tons càlids. De fet, el blanc és present en quasi tots els locals, podent-se trobar o bé en parets, o bé en cortines, làmpades, mobiliari,... i acompanyat de tons rogencs, del color negre i de motius a voltes daurats, a voltes platejats. Alhora, el disseny dels espais interiors dels locals permet la multifuncionalitat dels propis locals. Les funcions de restaurant i bar de copes relaxat (Restaurant & Lounge Club) n'és un exemple. Però també s'hi poden trobar exposicions de fotografies, pintures o videodocumentals. El bar Lletraferit, al tram mitjà del carrer Joaquim Costa, és un bon exemple d'aquest segon cas, el qual és catalogat pels autors de *Barcelona Nights* com a “*un moderno local para los nuevos bohemios que combina las funciones de bar, librería y galería de arte*” (Íb.:136). De fet, aquests nous bohemis podrien ser identificats amb la nova classe bohèmia proposada per Lloyd (2000), protagonista, en part, dels processos de gentrificació contemporanis als centres històrics de les ciutats occidentals capitalistes, tal i com ha succeït i succeïx amb Barcelona (Martínez, S., 2001).

⁵⁸ Hipòtesis apuntada per Sergi Martínez Rigol al III Seminari Internacional del GIGU “La qüestió del centre, el centre en qüestió” celebrat els dies 6, 7 i 8 de març de 2008 a la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona.

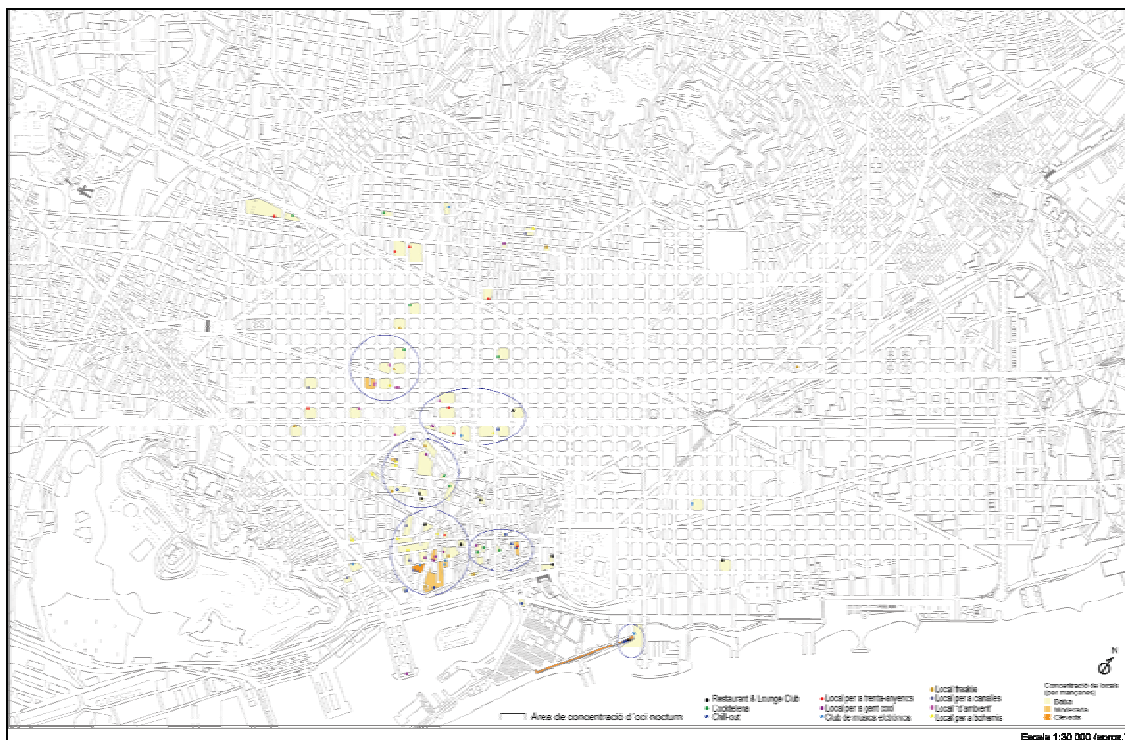
La segona àrea d'oci nocturn de les sis que deriven de la informació segons David Escamilla i Òscar Broc és la que engloba el tram de la Rambla Santa Mònica i voltants. D'un total de vint locals proposats en aquesta àrea, quatre corresponen a locals per a gent "canalla" (sic), quatre més per a gent *cool*, tres són locals de música electrònica, tres són locals destinats a una clientela bohèmia, dos corresponen a Restaurants & Lounge Clubs, dos més són catalogats com locals per a freakies, i només hi ha un local de música chill-out i un altre per a gent més gran de trenta anys. D'altra banda, la distribució dels locals que s'entreu a partir de la cartografia derivada permet determinar que els carrers vertebradors d'aquesta distribució espacial són el passatge Escudellers, la mateixa Rambla de Santa Mònica, el carrer homònim i el carrer Nou de la Rambla. Aquesta àrea pertanyent al Raval Sud i que inclou els carrers Santa Mònica, Nou de la Rambla, de la Guàrdia, Montserrat i Arc del Teatre, conté uns locals amb una estètica –i una clientela– diferents a certs locals dels voltants de la Plaça Reial. A tall d'exemple, al carrer de la Guàrdia i al carrer Montserrat –aquest segon, continuació del primer– s'hi poden trobar dos dels locals més emblemàtics per als clients més "canalles", com el Cangrejo i La Concha, respectivament.

A l'altra banda de la Rambla, hi sovintegen locals *cools* i locals de música electrònica, com el Cafè de l'Òpera, el club de música electrònica Fonfone, un bar amb un codi de vestimenta i comportament diferent al que sol veure's pel passatge d'Escudellers (Broc i Escamilla, 2006: 89), o el mateix Cafè Royale, en el que els autors destaquen com algun personatge famós ha celebrat les seves festes privades (Íb.: 74). Són locals que esdevenen escenaris i (re)productors alhora de l'acumulació de capital cultural dels clients i també dels propietaris i gestors dels mateixos locals. En aquest sentit, cal destacar el paper que cockteleries com L'Ascensor, situat al carrer Bellafila just al darrera de l'Ajuntament i amb una decoració "*señorial y elegante*" (Broc i Escamilla, 2006), i el Blue Moon, situat a la Rambla i que correspon a la cockteleria de l'Hotel Rívoli, han jugat en la configuració d'una oferta d'oci nocturn selecta, destinada fonamentalment a les noves classes mitjanes tant de Barcelona com de fora del país.

La tercera àrea podria considerar-se aquella que engloba els voltants immediats de l'Ajuntament de Barcelona i el Born, amb una oferta força similar i un carrer que vertebrava el flux de consumidors d'oci nocturn d'una banda a l'altra, normalment en direcció Born a primeres hores de la nit: el carrer Jaume I i la seva continuació, el carrer Princesa. Precisament, els voltants de l'Ajuntament de Barcelona ha esdevingut durant els darrers anys en un espai on s'hi poden trobar alguns dels locals d'oci nocturn més selectes del centre de la ciutat, tal i com ho demostren les explicacions que els autors de *Barcelona Nights* ofereixen sobre alguns d'aquests locals. Un d'ells és el local de *chill-out* Muebles La Ciudad, situat al carrer Ciutat, el qual és recomanat per a aquells que hi vulguin buscar una "*distinción fashion*" (Íb.: 81), o el propi Freud B'Art, situat a la Baixada de Sant Miquel, on els autors destaquen el seu aspecte de loft novayorquès, les parets de totxanes blanques i "*su limpieza en las formas*" (Íb.: 21).

Tot i que la cartografia derivada del Registre de l'Ajuntament de Barcelona i la derivada de la *Guia del Ocio* mostren el Passeig del Born com a eix vertebrador de la oferta d'oci nocturn en aquesta àrea de la ciutat, *Barcelona Nights* situa els carrers dels Banys Vells, Montcada i el Passeig de Picasso com a eixos vertebradors de l'oci nocturn més selecte del Born. De fet, dels set locals proposats per *Barcelona Nights* que pertanyen al Born, tres pertanyen a locals de chill-out i dos a Restaurant & Lounge Club. Això podria indicar una certa concepció del barri del Born dins el sistema d'oci nocturn de la ciutat de Barcelona per part dels autors. Així, i referint-se al Suborn, un dels Restaurant & Lounge Club i que es troba a la cantonada del carrer de la Ribera amb el Passeig de Picasso, els autors afirmen que “(...) *el Born se ha convertido en el punto de peregrinación de aquellos que buscan un ocio distinto, más internacional y emparejado con las últimas tendencias*” (Broc i Escamilla, 2006: 26).

Figura 3.4. Localització de pubs i discoteques a Barcelona segons Broc i Escamilla (2006).



Font: elaboració pròpia a partir d' Escamilla, D. et Broc, Ò. (2006). Base cartogràfica corresponent a l'any 1998. Cortesia del Laboratori de Cartografia i Geografia. Departament de Geografia Humana, Universitat de Barcelona (2007).

A més, un dels dos chill-outs situats al carrer dels Banys Vells, La Fianna, és definit com “*Fiel al espíritu integrador, multicultural, moderno y cosmopolita del Born*” (Íb: 50), mentre que l'altre, anomenat Rubí i que deu el nom als tons vermellors del seu interior combinats amb la pedra nua de les parets interiors, és elevat al nivell d'imatge del barri: “*Rubí tiene el Born en las venas y parece construido para complacer las exigencias de los habitantes del barrio*” (Íb.: 53). ¿De quins habitants parlen els autors, de la tradicional classe treballadora desplaçada del barri a causa de processos de gentrificació (Martínez

Rigol, 2001) o bé dels nouvinguts, els quals pertanyen a les noves classes mitjanes i a la nova classe bohèmia global? O bé parlen dels habitants de nit, deixant de banda dels habitants també diurns?

Barcelona Nights és una publicació que segueix les estratègies de reorientació de l'oci nocturn que promociona l'Ajuntament de Barcelona des del document estratègic *Barcelona Bona Nit* i el *Projecte Joves i Nit*. El lèxic utilitzat en la publicació de David Escamilla i Òscar Broc pot ser resumit en mots freqüentment utilitzats per ells, com elegància, classe, cosmopolitisme i sobretot tranquil·litat. De fet, el chill-out apareix com a moralitzador dels consumidors d'oci nocturn:

“¿Quién se inventó el tópico de que para salir hay que desmadrar? ¿Realmente es necesario acabar abrazado a una jarra de sangría caliente y enseñar el trasero a los transeúntes a las cinco de la madrugada para dar la noche por buena? Ya va siendo hora de arremeter contra estos lugares comunes y darle la estocada a la imagen marrullera y desmadrada que hasta ahora nos habían vendido del fiestero. Porque para pasarlo bien de noche no es necesario pisar el acelerador a fondo y llegar a casa sin voz o con un tatuaje de procedencia desconocida. Hay mucha gente joven –no hablamos de carroàrees a los que se les ha pasado el arroz- que entiende la diversión de una forma completamente opuesta y que, lejos de crecerse ante el martilleo de los altavoces y las duchas de garrafón, prefiere sentarse, entregarse a ritmos más elajantes y dedicarse a la charla con sus amigos, al calor de unos buenos almohadones o un mullido sillón. Se lo puede pasar uno bien en reposo? El *chill-out* es la respuesta que las tropas del relax estaban buscando” (Broc i Escamilla, 2006: 44-5).

Quan els autors afirmen “*ya va siendo hora de arremeter contra esos lugares comunes*”, cal preguntar-se si aposten per acabar amb l'oci nocturn de masses, si desitgen una certa segregació social de l'oci nocturn a partir de pràctiques de distinció i exclusió social en l'oci nocturn. Cal preguntar-se alhora sobre quins són els barems ètics i estètics que utilitzen els autors per catalogar com a “marruller” i “desmadrat” un cert tipus de consumidor d'oci nocturn que freqüenta locals massificats, no tan selectes, allunyats de l'estilització dels espais interiors i el mobiliari, allunyats de l'estètica postmoderna dels Restaurants & Lounge Clubs i dels *Chill-Outs*. Tot plegat sembla indicar que aquest acte de remoralització social aposta per construir un oci nocturn més minoritari, més selecte. ¿Desitgen els autors un oci nocturn com a valor afegit per a l'acumulació de distinció social, doncs? ¿Aposten els autors de *Barcelona Nights* pels mateixos codis de comportament i valors proposats des de l'Ajuntament de Barcelona, aquells que tindrien com a objectiu “*sensibilitzar i responsabilitzar el col·lectiu jove respecte l'ús cívic de la nit*” i “*articular la convivència a la nit*”?⁵⁹ Una lectura en aquest sentit del llibre de David Escamilla i Òscar Broc podria deixar entreveure una complaença i acceptació d'un cert procés d'homogeneització de l'oferta d'oci nocturn dut a terme per l'Ajuntament de Barcelona durant els últims nou anys, justament a partir de l'aplicació del *I Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona (1999-2005)*.

Les altres tres àrees restants que apareixen a la cartografia derivada de la informació facilitada per la publicació *Barcelona Nights* tenen certa relació amb el centre històric de la ciutat, ja que es tracta d'àrees d'oci nocturn que graviten al voltant del districte de Ciutat Vella. De fet, aquestes àrees urbanes no es troben isolades, i els límits que han

⁵⁹ Idees contingudes als diferents programes sobre oci nocturn i joventut promoguts des de l'Ajuntament de Barcelona, tal i com s'ha mostrat a la primera meitat d'aquest capítol.

estat proposats en aquest treball no tenen cap atribut georeferenciat de manera exacta. Així, entre el Raval Nord i la part més propera a Gran Via de l'eixample central s'observa cert intercanvi de consumidors, especialment en sentit ascendent, sent els carrers vectors d'aquests fluxos Rambla de Catalunya, Balmes i Aribau (aquest últim especialment per a consumidors que utilitzen el transport privat en el seu canvi d'àrea). Precisament, els trams inicials de Rambla de Catalunya i del carrer de Pau Claris hi concentren una certa activitat d'oci nocturn, especialment destinada a classes mitjanes i mitjanes-altes de més de trenta anys no només de Barcelona sinó també d'arreu del món.

La contínua relació entre “elegància”, “glamour”, “cosmopolitisme”, “distinció”, etc. –en definitiva, la contínua relació ètica i estètica entre una concepció determinada de l'oci nocturn i les noves classes mitjanes- es trasllada a la (re)producció d'una falsa imatge d'un cert sector de l'Eixample central per tal de construir, de manera absolutament artificial, un Gay Village, com el tenen New York o San Francisco, per exemple. “*Barcelona puede presumir de ser una de las capitales gays de Europa.*” (Broc i Escamilla, 2006: 115) és una afirmació absolutament i rotundament falsa, a mercè del contrast amb la cartografia derivada de la informació del registre de l'Ajuntament de Barcelona i de la informació facilitada per la *Guía del Ocio*. D'altra banda, (re)produeixen amb fidelitat una certa estereotipzació de l'home homosexual com a individu de classe mitjana-alta i amb un elevat capital cultural que el permet distingir-se socialment a partir de la vestimenta habitual i no habitual, les pautes de consum de lleure i oci nocturn, etc. Com a exemple, valguin les descripcions sobre alguns dels locals on hi sovintejen –de manera estètica evident- homosexuals. Referint-se al DBLANCO, ubicat al carrer Villarroel, els autors indiquen com “*El blanco inunda todos los rincones de un local donde abunda una clientela gay tranquila y selecta.*” (Íb.: 118). Però que vol dir selecta, exactament? L'explicació que fan sobre el Dietrich Café, ubicat al carrer Consell de Cent, respon a aquesta pregunta: “*Uno de los locales más elegantes y fashion de la ruta gay de Barcelona: ideal para noches con estilo y glamour.*” (Íb.: 119).

Precisament aquest “estil” i “glamour” són els adjectius bàsics que utilitzen per definir els locals situats a peu de platja, just al tram final del Passeig Marítim de la Barceloneta. D'extensió molt més petita, aquesta última àrea d'oci nocturn més *cool* proposada pels autors de *Barcelona Nights* és actualment un dels referents en l'economia de la nit de la capital catalana, i és protagonitzada per les noves classes mitjanes no només de Barcelona, sino molt especialment per joves-adults estrangers pertanyents a les noves classes mitjanes globals. Bestial és un Restaurant & Lounge Club situat als peus de l'Hotel Arts, elements arquitectònic fonamental en la construcció d'una imatge contemporània de Barcelona i el seu procés d'internacionalització: “*Detrás de este emblema de la Barcelona costera más cool [el Bestial] está el grupo Tragluz, una promotora que ha enriquecido el tablero del ocio barcelonés con locales galmourosos de exquisito diseño y alta calidad.*” (Íb.:18), i assenyalen els “aires cosmopolites” atorgats per una clientela homònima. De fet, quan els autors es refereixen a Carpe Diem Lounge Club – un local *chill-out* situat al tram final del Passeig Marítim de la Barceloneta- el glamour queda definit de manera precisa: “*Al CDLC uno va a pasar una noche tranquila rodeado de glamour y gente guapa.*” (Íb.: 47). Gent guapa i un disseny de l'espai interior del local basat en elements relacionats amb les cultures orientals, un exotisme que s'ha

posat tan de moda als locals més *cool* de Barcelona, segons assenyalen els autors, i que també es present en el local adjacent, el Shôko, el qual l'espai interior s'estructura segons la concepció espacial del feng-shui (Íb.: 48).

* * *

En aquest capítol s'ha vist com l'oci nocturn, durant els últims anys, ha reestructurat el paisatge urbà de les ciutats del primer món en base a l'entreteniment corporatiu i a la construcció de *hubs* d'oci i lleure. S'ha mostrat com, alhora, l'oci nocturn és utilitzat com a estratègia de segregació social i espacial del consum cultural dels joves residents a la ciutat de Barcelona. En el proper capítol s'analitzarà l'oci nocturn del clúster d'oci nocturn "Marià Cubí-Muntaner-Aribau-Tuset", cartografiant els locals i les rutes nocturnes preferides pels consumidors. Alhora, es prestarà una especial atenció a la manera com l'oci nocturn ha esdevingut un efectiu mecanisme de segregació social, sorgint resistències a aquesta segregació i, més concretament, al *mainstream* d'oci nocturn que sembla imposar-se en aquesta àrea urbana de Barcelona. En el capítol posterior, sisè, s'analitzarà un cas concret d'articulació d'un oci nocturn diferenciat al que caracteritza la ciutat central. Es considerarà el cas de de L'Hospitalet de Llobregat i especialment es considerarà un dels grups socials protagonistes d'aquest tipus diferenciat d'oci nocturn, els *cholos* i les *choles* grups socials, els quals reivindiquen, com veurem amb més deteniment que el fet fins ara, una alteritat suburbana.