

Debate interdisciplinar. Tematización y ciudad marca. Conceptos, efectos y estrategias de acción

Participantes: Grupo de trabajo Recuperem la ciutat

Coordinadores: Isabel Pellicer y Manuel Saga
Contacto: profesionalurbs@gmail.com



[Recuperem la ciutat](#) no es un grupo constituido formalmente, sino una red abierta de personas y colectivos diversos vinculadas a través de la participación en las actividades que aquí describiremos. En la reunión de Valencia estuvieron presentes Gema Jover y Jordi Quiñonero (monoDestudio), José Antonio Gras (More Than Green), Lluís Benlloch y Mireia López Nicolás (La Dula), Baltasar Fernández (URBS), Carlos Cámara, Letra Salvaje, Eva Puche (Trazeo), Salva Serrano, Aida Mas Candela y Mijo Miquel, aunque también participaron en diversos momentos del proceso Jennifer de Jesús y Manuel Saga (URBS) y Jelena Prokopljevic. Arquitectos, sociólogas, antropólogas, artistas y psicólogos sociales, profesionales, académicos y activistas, la mezcla es heterogénea, como los temas y las ciudades de las que hablamos.

Resumen. El grupo de trabajo Recuperem la ciutat nace como un esfuerzo aunado de voluntades de reflexión y movilización a partir de la coincidencia de intereses y preocupaciones de un grupo de profesionales y académicos de orígenes y prácticas disciplinares diferentes, que se vinculan a raíz de un debate en twitter promovido por URBSenacción, sección de la revista URBS dedicada a promover actividades de reflexión a través de las redes sociales. Como resultado del debate, se decidió organizar una reunión presencial en la ciudad de Valencia, como una oportunidad para continuar de manera intensiva la reflexión compartida. Antes y después de la reunión, se realizaron sendos intercambios de propuestas individuales, a través de una lista de correo electrónico, con objeto de plantear un primer marco teórico común y de esbozar algunas estrategias de intervención que cerraran el ciclo de reflexión abierto con el debate original. En este documento exponemos las principales reflexiones y conclusiones desarrolladas en cada una de estas actividades, así como la voluntad de continuar con el trabajo en ocasiones próximas.

DEBATE. TEMATIZACIÓN Y CIUDAD MARCA

Presentación del grupo de trabajo

El debate se realizó el 15 de octubre de 2014 y se prolongó desde las ocho de la mañana hasta las seis de la tarde (hora española). URBSenacción, que actuó como dinamizadores, tenían preparadas una lista inicial de preguntas para abrir temas durante la conversación, aunque, más bien, los temas fueron apareciendo y desarrollándose en función de las aportaciones de los participantes. Un breve comentario y el resumen del storify se publicó en blogURBS el 21 de octubre¹.

Hay dos temas principales que estructuran la conversación: el turismo y la gentrificación agresiva. Sobre el turismo, los argumentos en juego revelan cierta ambigüedad. Somos conscientes de que el turismo tiene aspectos positivos en la revitalización económica y urbanística de la ciudad, pero también que se crea “un parque temático en el que sus habitantes somos attrezzo”, figurantes sin responsabilidad y sin voz ignorados por los poderes públicos. El turismo masivo (la figura del territoriante) no busca convertirse en representante colectivo, pero tampoco parece necesitarlo. Su presencia masiva se convierte en un argumento para legitimar la intervención política y técnica: una gran mayoría de personas parece resultar beneficiada, pero sin que su presencia articule una voz pública que pueda ejercer la crítica o asumir ninguna responsabilidad en el modo en que las ciudades son modificadas por orden de los que tienen capacidad de decisión directa. Por otra parte, “el turismo masivo no vota y no protesta, no pide equipamientos, accesibilidad, vivienda”, no se preocupa por la conservación del patrimonio cultural, sus posibles exigencias se reducen a la comodidad de disfrutar de una experiencia histórica simulada (basta con que parezca que se introduce o toma contacto con elementos históricos, sin que importe la veracidad de estos, ni el sacrificio que la tematización requiere al modificar irreversiblemente el patrimonio y los modos de vida del lugar). Por otra parte, el argumento del beneficio económico es dudoso: las ciudades se endeudan para afrontar la remodelación, no hay una repercusión económica directa en los residentes y la terciarización de la actividad económica sólo “genera empleo precario y poco cualificado, explota recursos y ahonda en la segregación”.

¹ <http://www2.ual.es/RedURBS/BlogURBS/ciudades-tematicas-simulacros-y-turismo-de-marca/>

Se produce una dinámica interesante en el difícil equilibrio entre identidad urbana y marca ciudad: “la calidad del modelo depende del equilibrio entre la identidad y la marca de la ciudad”, afirma una de las participantes. Las ciudades que se tematizan toman como punto de partida el patrimonio arquitectónico y cultural ya existente, el cual, supuestamente, podría constituir un atractor para el turismo de masas, y, de hecho, ya resulta atractivo para cierto turismo cultural minoritario (“la ciudad debería interesar a los turistas como consecuencia de lo atractiva que resulte a los ciudadanos que la habitan”). En este punto de partida, el concepto turístico no es agresivo para la conservación de la identidad de la ciudad. Sin embargo, la apuesta tematizadora supone emprender un macroproceso de revisión urbanística y arquitectónica que generará simulacros, es decir, que reemplazará, con la excusa de su actualización, ciertas piezas del patrimonio urbano por nuevas fachadas y estructuras que remedan el pasado cultural a costa de ocultarlo o reemplazarlo de manera irrecuperable. En este punto, el patrimonio se resiente, y con él la identidad urbana, pues los habitantes del lugar ya no pueden reconocerse en una ciudad que ha reescrito su pasado visual destruyendo el pasado que formaba el imaginario identitario colectivo. ¿Cuáles son los criterios para la simulación, qué puede y qué no puede ser sacrificado, hasta dónde puede llegarse en la revisión no crítica del pasado? (“reducir a postal una ciudad es simplificarla y negar su historia, ¿quién decide qué postal de la ciudad es la buena?”). Junto a este serio problema de falseamiento histórico, la ausencia de los residentes, el atrezzo al que hurta la voz y el voto, aumenta la sensación de que todo no son sino excusas para emprender megaproyectos cuya clave es la especulación urbanística y el negocio fácil para unos pocos agentes económicos ajenos a la realidad local de las ciudades; así crece la sospecha razonada de que la “ciudad = marca es imponer una macrointervención en la identidad colectiva”.

Nadie niega que la terciarización turística ha generado importantes beneficios económicos y sociales en diferentes casos concretos, por ejemplo, en los países del Este. Como sostiene otra participante, “las ciudades deben transformarse para sobrevivir. El turismo mata pero también da vida”. Es innegable que el modelo de marca ciudad se ha extendido por todo el planeta, creando una nueva realidad urbana sobre la que es difícil establecer un proceso de vuelta atrás. Esta nueva situación mundial plantea una difícil cuestión: “¿y si hay que aceptar que no perdemos identidad sino que la ciudad tematizada es la nueva identidad inevitable?”. Sin embargo, frente a este tipo de consideraciones, la argumentación turística es cuestionada radicalmente, y el lema “cuestionemos el turismo” recibe un importante eco durante el debate: “de verdad las ciudades deben depender de que ofrezcamos «algo» al turista? Cuestionemos el turismo”.

La alternativa no es sencilla. Es difícil luchar contra tendencias históricas que se han asentado con tanta firmeza, y su abandono corre el riesgo de promover un fácil romanticismo extemporáneo, una vuelta a la lógica de la aldea y la pequeña ciudad premoderna. Por mucho que podamos cuestionar los cambios radicales del urbanismo modernista, la explosión urbana producto de la revolución industrial, ya somos muchas las generaciones que hemos crecido en este nuevo macrohábitat urbano y que nos resistimos a considerar que la vuelta al pasado no es sino un idílico canto al sol en pos de un modelo históricamente sobrepasado en la civilización occidental. Sea como fuere, nos enfrentamos

a un futuro dudoso, a una revisión radical del aspecto de nuestras ciudades, al abandono de una realidad histórica en favor de una ilusión económica y cultural que promete mucho más de lo que ofrece, pero que no parece que pueda ser detenida fácilmente: “¿En ese caso es más legítimo el sueño que la realidad? Dura pregunta para la vieja Europa”. Sometidos a una lógica económica que preside el cambio social, echamos de menos la capacidad crítica, la participación, la definición de lo público como un espacio para la decisión compartida, pero posicionados como minorías con una capacidad reducida para la contestación. En palabras de la última de las participantes en el debate, “la independencia económica (política, al final) permite independencia crítica. Ésa es la clave”.

EL MARCO TEÓRICO DE PARTIDA

Antes de la reunión de Valencia, el grupo decidió continuar la conversación de twitter, esta vez a través de un intercambio de mensajes mediante una lista de correo electrónico, con el objetivo de plantear los principios conceptuales básicos de la tematización, creando así un marco común para la reflexión posterior. En lugar de sintetizar las distintas aportaciones, incluimos a continuación íntegramente los mensajes en los que se hacía una aportación sustanciosa para el objetivo fijado. Los mensajes se reproducen íntegramente, con las correcciones mínimas para cuidar la redacción final, incluyendo las referencias bibliográficas a los autores o libros que se citan en cada caso.

Baltasar Fernández. Como base para el debate, se podrían señalar algunos temas clave. La lista no es exhaustiva, sólo un apunte a vuelapluma: la literatura y experiencias sobre políticas de marca-ciudad, incluyendo las lecturas críticas (Horacio Capel, 2005, por ejemplo), pero también los argumentos que sirven para fundamentarlas (Pierre Veltz, 2004); la evolución del concepto de arquitectura de autor; la política urbanística de la renovación de centros urbanos y cascos históricos orientada hacia la espectacularización con intenciones turísticas; la teorización sobre el concepto de simulacro (desde Guy Debord, 2005, hasta Robert Venturi, 1998, y Jean Baudrillard, 1981), no tanto como mentira histórica, sino como reconstrucción de la historia servida para el consumo futuro; la tematización, propiamente dicha, comenzando por Celebration, el idílico pueblecito de Disney fundado en 1996, las edge cities de Joel Garreau (1991) y las simcities de Edward Soja (2001); la gentrificación, finalmente, que también cuenta con defensores y detractores. Además, como material teórico de fondo, considero imprescindibles algunos textos de la escuela de urbanismo de Los Ángeles, tales como el postmetropolis de Edward Soja, ya citado, y la condición urbana postmoderna, de Michael Dear (2001).

Carlos Cámara. Entiendo que el concepto de tematización es casi sinónimo de disneyficación, un término que leí por primera vez de la mano de Neal Stephenson en *En el principio... fue la línea de comandos* (2003, pp. 66-67) –aunque él lo aplica al mundo del software y las interfaces gráficas de usuario (GUI), mediante una analogía con las ilusiones de Disney para crear un mundo mejor de lo que es en realidad–, y que he leído alguna vez a críticos de arquitectura como Fredy Massad (2015). Sin ir más lejos, incluso wikipedia tiene una acepción sobre el concepto². De forma general, entiendo el concepto en relación con el

² <http://es.wikipedia.org/wiki/Disneyficaci%C3%B3n>

consumo y la homogeneización de este, con referencias como la ya mencionada a Baudrillard. Leyendo la definición, parece que disneyficación sería un hiperónimo de tematización; o dicho de otro modo, la tematización es una más de las características de la disneyficación.

Baltasar Fernández. El origen tiene que ver con el entonces nuevo urbanismo de frontera de las edge cities (Joel Garreau, 1991), a partir del cual se introduce un nuevo concepto global para el (re)diseño de espacios urbanos buscando un cierto aire (neo)tradicional con vistas a atraer inversores o compradores (Celebration de Disney, pero también mucho urbanismo del cinturón del sol –Carlos García Vázquez, 2011–). Es un concepto del urbanismo sociológico pronto convertido en turístico dentro de la lógica comercial que enseguida llevará a la idea de marca-ciudad, ya empaquetada con la cuestión de acercar nuestras ciudades a la elite de las ciudades globales que entonces describió Saskia Sassen (2001): nuevas tecnologías, centros de ocio e inversión, infraestructuras de comunicación, eventos de ocio-deportivos internacionales y, como colofón, el énfasis en una supuesta identidad histórica recuperada por vía de la intervención urbanística y arquitectónica. Aquí es precisamente donde entra el concepto de simulacro (Jean Baudrillard, 1981), pues la supuesta recuperación histórica no es más que un falso lavado de cara, recuperación de fachadas, mucho cartón-piedra, etc. Se trata, no tanto de conservar, sino de convertir la visita a los centros urbanos en una experiencia turística homogénea, bien planificada y completa, es decir, un parque de atracciones, un parque temático, un port aventura en cada centro urbano y en todos los folletos y campañas de las agencias de viajes. Consecuencias: quizá suba la inversión global en la ciudad (aunque estimar el éxito económico de la política de marca-ciudad no es sencillo, pues el capital no está localizado), arreglos urbanísticos que han destrozado el pasado para reconstruirlo como remedo de sí mismo (simulacro³), y procesos de desplazamiento de las capas poblacionales anteriores (gentrificación), que no lucen bien como tipismo para adornar el parque y tampoco tienen capacidad para acompañar el incremento de los precios en la zona remodelada. Sobre este marco de análisis, la discusión debería profundizar sobre las experiencias y los dilemas de la tematización: tradicionalismo o progreso, proteccionismo económico del nuevo o del antiguo inversor o propietario, territoriantes o residentes (Francesc Muñoz, 2008), etc.

Jordi Quiñero y Gema Jover. La tematización no sólo ocurre en espacios dedicados al turismo; podemos decir que se trata de una estrategia urbana global que comprende también espacios económicos ligados a la innovación y el emprendimiento. Pero esto no es nuevo en absoluto. A principios de los noventa, con las ciudades red y del conocimiento, aupadas por teóricos como Manuel Castells (2005), ya se inició un proceso de tematización vinculado al sector económico urbano: polos tecnológicos, zonas logísticas, parques empresariales, etc., ligados a veces a mega-eventos urbanos. El caso de la Expo de Sevilla es paradigmático, y todo el tema de la Cartuja que fue un completo desastre. Lo mismo ocurrió con Barcelona '92, más ligado a la renovación gentrificadora y de turista; después, con el Fórum de las culturas (germen del 22@), y otras ciudades han intentado seguir esa

³ Véase el documental de César Pérez Herranz, *The only flower*, producido por Truth behind 404, en <http://www2.ual.es/RedURBS/BlogURBS/flores-unicas-y-simulacros-urbanos/>

estela, con peor suerte, como Zaragoza y Valencia. Así que, si bien existe disneyficación en cierto nivel de diseño, a esta se suma la 'macdonalización' de las relaciones sociales (aislamiento, individualismo, pérdida de derechos sociales...) y la globalización de la NADA como forma social preponderante, con decisiones centralizadas, ausencia de contenido sustancial y diferenciador (Georges Ritzer, 1993). Algo como lo no-lugares de Marc Augé (1993) y sus vinculaciones socio-espaciales o, entre nosotros, las ideas de Manuel Delgado (2007) sobre ciudades sin ciudad.

El papel de la gentrificación (procesos de invasión/sustitución) es evidente, y es también una clara estrategia económica de competencia urbana (en términos de Saskia Sassen) basada en las derivas propias del capital y sus poseedores dentro de un circuito territorial, esto ampliamente estudiado por la Escuela de Chicago como proceso 'natural', y ampliamente criticado a su vez por Lefebvre en su *Derecho a la ciudad* (1969). Ligado con esto, podemos empezar a definir ya que la tematización tiene un componente de venganza o discriminación, de 'revanchismo' de la ciudad neoliberal sobre ciertos tipos de habitantes obligados a vagar por el desierto urbano de las zonas en 'desinversión' (Juliete Carpenter y Loretta Lees, 1995; Neil Smith, 1996).

Con estas reflexiones elevamos la mirada y comprendemos que todo esto es parte de una estrategia, en absoluto aislada, del repunte neoliberal, y que parte de unas agendas urbanas claramente definidas para promover políticas públicas que permitan el asentamiento del capital en cualquier zona que le interese y por encima de cualquier otro interés, tal y como se apunta en diferentes textos de Fernando Díaz Orueta (2010; Díaz Orueta y M^a Luisa Lourés, 2012). Creemos que es esa perspectiva de las agendas urbanas de donde podemos analizar mejor todo lo relacionado con la tematización. Parafraseando a Debord, si en la sociedad del consumo dirigido, lo verdadero es solo un momento de lo falso, la tematización es solo un momento de la estrategia urbana neoliberal.

Por resumir, y en relación con las aportaciones anteriores, la tematización es un proceso que reduce la complejidad, heterogeneidad y diversidad urbana encaminándola hacia la homogeneización, hacia una 'percepción compartible' (Manuel Delgado retoma este concepto de Niklas Luhmann, 1998). Este proceso toma la ciudad exclusivamente como escenario sobre el que representar esa imagen compartible, sustituyendo la vida urbana por proyectos o ideas representables, desligadas de la realidad y las necesidades, y muy unidas a los procesos de atracción de capital, ampliamente protegidos por estrategias de control social.

Jelena Prokopljevic. La tematización, o el branding de casi todo lo que nos envuelve, no parece ser un fenómeno eludible ya, sino una manera de funcionar de la sociedad, explicada hace tiempo por Frederic Jameson en *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* (1991), y actualizada recientemente por Slavoj Žižek en *Multiculturalismo o la lógica cultural del capitalismo multinacional*. Además, señalaría algunos apuntes concretos que me parecen interesantes para la cuestión:

- La actual sociedad de imagen se caracteriza también por una importante expansión de la cultura. Cualquier cosa tiene una acepción de cultura, desde la vida privada, social, hasta

los valores mercantiles y el poder estatal. Todo está siendo culturizado, parte de una cultura de imagen o de simulacro basada en los pseudoacontecimientos.

- El capitalismo multinacional diluye las fronteras del Estado Nación, reduciendo su papel al mero marco burocrático; las empresas actúan como fuerzas colonizadoras de los territorios.
- El multiculturalismo es la consecuencia lógica de la economía multinacional; sin embargo, es un multiculturalismo de imágenes prefijadas y diluidas dentro de un marco aceptable para todos. Un marco, preferiblemente eurocentrista, condescendiente o respetuoso con las culturas locales, sin echar raíces en ninguna cultura en particular.
- En este escenario, la ciudad cobra importancia como marca-empresa-destinación por encima del Estado, e intenta comprimir y simplificar varias identidades e imágenes en un proceso limitado en el tiempo y en el espacio.
- Teniendo en cuenta que este es un proceso global, y que sus efectos se han visto en muchos sitios, me interesan estrategias o acciones que parten del mismo sistema, pero con unos resultados positivos para la ciudad existente, o respetuosos con ella.

Jordi Quiñonero y Gema Jover. En un intento por compilar lo que se ha dicho, creemos que se abren caminos de reflexión relacionados con las causas, el proceso y los efectos de la tematización. Ahí podremos observar efectos particulares o locales en un intento de comprender la forma en que actúa la tematización. En este análisis podemos definir diferentes ámbitos o constantes del proceso; la cultura entendida en un contexto amplio, desarrollos inmobiliarios, flujos turísticos..., pero creo que sería un error definir estos procesos como originarios o autónomos del proceso de auge de las políticas públicas de corte neoliberal.

Mucho se ha estudiado e investigado sobre esto, más allá de que en este momento político sea un concepto de moda, como antes lo fuera la globalización (que no era nada más que la explosión del neoliberalismo global). Creemos que la agenda neoliberal es claramente observable en estos procesos. Más que una teoría económica, el neoliberalismo es una ideología que defiende un tipo de intervención socio-económica que fuerza el desarrollo de unas políticas públicas que tienden a la consecución del tipo de sociedad que esa ideología presupone como positivo para los intereses que defiende.

Damos importancia a esta distinción teoría-ideología, pues parece que "teoría" da cierto tipo de validez científica a lo que no es más que conflicto de intereses. Las teorías elaboradas por la economía formal han sido ampliamente estudiadas, elaboradas por ingenieros y matemáticos y con no más utilidad social que cualquier teorización matemática de laboratorio. Este proceso y desarrollo de este tipo de teorías ha sido sustentado con fuerza por el mismo neoliberalismo y ha facilitado el imperio de la economía financiera. Las teorías que analizan estos efectos y procesos no suelen ser económicas, sino sociales (aunque se desarrollen por economistas), y ven los efectos de estos diseños numéricos en las sociedades. No hay que olvidar que la economía es una ciencia social, muy diferente a la ingeniería financiera.

Nosotros partimos de la base de que es la agenda neoliberal la que desencadena los modelos culturales, sociales, económicos, urbanos, que han proliferado hasta la crisis, y todos basados en el transvase de lo público, lo colectivo, lo comunitario, hacia lo privado.

Lejos de estos análisis se encuentra el mito de la idílica comunidad local; las comunidades (que podríamos discutir si es algo que hoy exista) nunca han sido idílicas, la sociedad nunca lo ha sido; lo que han tenido los periodos menos globales como característico han sido posibilidades muy diferentes de intervención social, modelos económicos de escala, diferentes capacidades de organización, ni mejores ni peores, enmarcadas en un contexto que siempre se ha diferenciado por el conflicto. No creemos que se pueda ni se deba hacer una aceptación acrítica del pasado remoto, la idea es conocer las circunstancias del presente y ver qué se puede hacer, lo que sería un modelo de investigación-acción, una teorización seguida de una praxis social en la que cada disciplina tiene mucho que decir.

LAS JORNADAS DE TRABAJO EN RUSSAFA, VALENCIA

Durante los días 14 y 15 de febrero un grupo de profesionales provenientes de diferentes ámbitos de especialidad, entre ellos la arquitectura, la filosofía, la sociología, el desarrollo local y comunitario, la planificación participativa y la psicología social, nos reunimos en Valencia para tratar de vislumbrar cuál había sido el comportamiento de las ciudades en la época de bonanza y de la burbuja inmobiliaria, y cómo esto había desembocado en las ciudades marca y la tematización urbana. Este interés se hizo manifiesto en uno de los debates que blogURBS propone en twitter y que en ese caso trató la tematización. En él se volcaron muchos puntos de vista que nos dieron a entender que sería positivo un encuentro que pusiese sobre la mesa un debate abierto sobre la tematización y sus efectos en la ciudad y así se hizo bajo la coordinación de URBS, La Dula y monoDestudio⁴. La jornada contaría con la intervención de algún ponente especializado en el tema que ampliase el contexto teórico, la visión de la red social de asociaciones y colectivos que nos diese un marco de práctica social, y un taller en el que intentar establecer una definición consensuada de tematización y unas estrategias prácticas para revertir las situaciones que esta creaba en la ciudad de Valencia. Finalmente, este último aspecto no pudo ser tratado durante la reunión y quedó pendiente para un debate posterior online.

Las jornadas se iniciaron con un recorrido por el barrio de Russafa, en el que observamos tanto las necesidades del barrio (mejora de espacios públicos, servicios y equipamientos públicos, comercio de proximidad...) como sus potencialidades (vida en la calle, tejido de barrio, escala humana...) y las brechas de la gentrificación (espacio público privatizado, especialización en ocio, alquileres elevados...).

Ya dentro del encuentro, la primera intervención correspondió a Beatriz Santamarina, antropóloga de la Universidad de Valencia conocida por sus textos relativos a los efectos de las políticas de marca urbana en la ciudad de Valencia (Santamarina, 2013; Santamarina y Moncusí, 2013; ver también, Josepa Cucó, 2013a y b). En su intervención, dejó patente que la búsqueda de la marca ciudad en Valencia había sido algo muy anterior a la Ciudad de las Artes y las Ciencias (CAC) y que podría remontarse a principios del siglo XX con 'Valencia,

⁴ Quisiéramos agradecer el apoyo de Mariví Martín Espinós y de la Plataforma de Russafa por cedernos su local para la reunión, acompañarnos en todo momento y hacer más grata nuestra estancia en la ciudad.

ciudad de las flores', pero destacaba como innegable el duro proceso que había sufrido en los últimos veinte años al implementar un gran número de políticas de corte neoliberal tendentes a convertirla en una mezcla de arquitectura de estrellas, eventos elitistas y enormes dosis de promoción y comunicación, totalmente desvinculada del tejido local y sus necesidades. Esto ha producido diversas fracturas socio-económicas, la ciudad se ha convertido en un espacio segregado, precario y plagado de desigualdades, hechos que pasan a un segundo plano ante la importancia que, en la política pública urbana, toman la creación de la marca y la concentración de beneficios. Utilizando términos que ella misma introdujo en su exposición, Valencia se convierte en ciudad de la hipermodernidad, dejando de lado toda reflexión general sobre la ciudad y los vecinos, centrada sólo en atraer visitantes que nutran un sector turístico muy enfocado a una elite concreta (máster de tenis, Copa América, Formula 1...) mediante la dilapidación de recursos públicos que dejan de invertirse en otras actuaciones o servicios que podrían ser más rentables para la ciudad y sus vecinos. Como ella indicó, se ha establecido una especie de esquizofrenia urbana que, por un lado, define una ciudad que intenta competir en el mercado posicionando una marca basada en una política de contenedores vacíos y homogenización de los valores y espacios urbanos, sumada a una pseudo-diferenciación centrada en el pintoresquismo, y, por otro, dibuja una ciudad dual, desigual, jerarquizada, sin identidad, en la que viven los vecinos, pero que es invisibilizada para el visitante y ciertas elites urbanas.

La siguiente intervención dio voz a los habitantes de la ciudad. Vecinos del Carme, Nazaret y Russafa expusieron su visión sobre los efectos de la tematización en sus barrios y sus capacidades de actuar en la ciudad. A esta visión se sumó la del Institut d'Estudis Fallers, que expuso con claridad cómo una fiesta representativa de la identidad popular se desvirtúa en espectáculo de masas en el que desaparece casi todo atisbo de lo popular. Las intervenciones de estos colectivos vecinales coinciden en exponer cómo la política urbana ha supuesto una amenaza para sus barrios y ha creado una ciudad segregada en la que son tratados como obstáculos para el desarrollo de la ciudad planificada por la administración. En este sentido, el caso del Barrio de Nazaret es paradigmático; aislado entre varios de los grandes proyectos, afectado por el desarrollo del puerto, la CAC, Copa América..., llegó a tener sobre su cabeza la amenaza del desahucio completo del barrio, detenido por la contestación popular, la cual no pudo sin embargo evitar que esto ocurriera en el barrio vecino de La Punta.

La especialización de usos fue otra amenaza tratada por los colectivos asistentes. El hecho de que barrios como el Carme o Russafa centren su desarrollo en acoger locales de ocio nocturno y bares afecta de forma muy evidente a la calidad y posibilidades de uso del espacio público y genera un discurso restrictivo sobre el mismo en el que, ante la dificultad que se crea para los vecinos, se acaban pidiendo medidas punitivas y de control social. Más allá de esto, la política de contenedores culturales sin uso social hace mella en estos barrios en los que encontramos gran cantidad de museos y de planes de ampliación de los mismos, detenidos ahora por la incapacidad de financiarlos, que han dejado solares y edificios que consumen gran cantidad de espacio y que se encuentran totalmente fuera de la escala del barrio. Al mismo tiempo, las dificultades de accesibilidad, aparcamiento, vida social... hacen

que se pierdan muchos habitantes del barrio y dificultan el reemplazo, a lo que afecta también la ausencia de comercios y el incremento de precios dentro del conocido proceso de gentrificación.

Todo este antagonismo entre políticas urbanas y vecinos desgasta en mucho el tejido asociativo y su composición, pero al mismo tiempo deja un poso de acciones y redes entre los barrios que acaban por definir una agenda social en la ciudad y una reacción que posibilita un discurso crítico y da inicio a capacidades de cambio organizadas desde estos colectivos para recuperar el espacio público (acciones de vecinos del Carme, por ejemplo), establecer servicios públicos en los barrios (el caso de les naus de vies, en Russafa) y recuperar la identidad popular.

El último momento de las jornadas de trabajo consistió en un taller de reflexión colectiva con el que definir las componentes de la tematización. En el taller, los profesionales, divididos en dos grupos, fuimos extrayendo las características que creímos relevantes a la hora de analizarla. Se establecieron diferentes recorridos del concepto, que lo unían por un lado a aspectos económicos relativos a la mercantilización, a poner a la ciudad a producir, como característica de la ciudad post-industrial basada en la terciarización, y dar facilidades a la introducción de capital privado en la gestión urbana basada en la marca y el beneficio, lo cual produce un tipo de oferta urbana muy concreta y de acceso desigual.

Otro recorrido planteaba los aspectos sociales que hacen que la tematización diseñe una ciudad sin contenido social, con espacios totalmente homogeneizados en los que se pierde la diversidad y la vida urbana vecinal en favor del simulacro orientado al visitante, lo que provoca una fractura social evidente centrada en la segregación socio-espacial, al tiempo que la ciudad marca vende la ausencia del conflicto urbano que provoca, haciéndolo invisible para los visitantes y obviándolo para los planificadores e inversores.

Todo esto se gestiona desde la administración con una agenda política concreta en la que los agentes económicos cada vez toman mayor influencia. Esto es así por el hecho de que la ciudad deja de ser un proyecto colectivo, la ciudad se objetiza y enajena y, como objeto, se entrega para ser controlado por unas elites concretas en un contexto de burbuja inmobiliaria. Esto provoca que la administración de la ciudad deje de lado las necesidades de los habitantes y entre en juego la estrategia de posicionamiento global de marca, algo totalmente ajeno a la red social urbana y a los vecinos, siendo así como se definen políticas públicas urbanas claramente discriminatorias con determinados sectores sociales, barrios...

El último recorrido que genera la tematización tiene que ver con sus implicaciones en cuanto a la cultura; esta se toma como el instrumento con el que hacer penetrar gran parte de las políticas urbanas definidas más arriba. La excusa de la actualización, de llevar la ciudad al siglo XXI y generar una percepción que pueda ser vendida en los mercados de turoperadores provoca una fractura identitaria, diversos aspectos de la cultura popular son borrados del imaginario compartido, incluso del propio plano de la ciudad, y los afectos se manipulan para generar un consenso sobre una imagen falsa de la ciudad que olvida sus orígenes sumiéndose en la superficialidad propia de quien genera una marca a costa de perder la identidad.

Tomando estos aspectos centrales de la tematización, se plantean unas preguntas muy concretas; teniendo en cuenta que todos estos planteamientos se frenan a consecuencia de la crisis, ¿cuál es el dibujo de la tematización hoy?, ¿qué han heredado las ciudades?, ¿qué estrategias pueden revertir la situación? El análisis de estas preguntas plantea los nuevos pasos a dar para entender el futuro de la ciudad en el contexto actual.

ESTRATEGIAS DE ACCIÓN

La última fase de trabajo del grupo procedió mediante un intercambio de correos electrónicos. Dando por supuesto que habíamos alcanzado satisfactoriamente un marco teórico y un análisis suficiente de las consecuencias de la tematización urbanística, y asumiendo que sus resultados son contradictorios, cuando no abiertamente negativos para la población residente, era el momento de cerrar el debate reflexionando sobre las estrategias de acción disponibles para afrontar los problemas en un futuro inmediato. Adjuntamos aquí las intervenciones que se produjeron al respecto.

Jordi Quiñonero y Gema Jover. Creemos que todos habéis sentido en algún momento de vuestra práctica profesional que la ciudad es un conjunto de tensiones. Los PGOU, Master Plan, PEPRI, y demás herramientas administrativas van por un lado, y las prácticas sociales, necesidades, colectivos, van por otro. Constatado este hecho, nosotros nos encontramos ahora en algunos diálogos con colectivos locales en los que se está definiendo una crítica profunda a la forma en que se plantea la planificación de la ciudad, centrada exclusivamente en su aspecto urbano. Esto hace que los documentos sean muy rígidos, apenas compartidos y muy útiles para otorgar o denegar licencias, pero poco para resolver conflictos urbanos (más sociales que urbanísticos). Caso aparte son los Master Plan, que, directamente, imponen una visión individual de la ciudad o de una parte de la misma, con mejor o peor fortuna dependiendo del caso y la habilidad del redactor. Si unimos a esto el tema creciente de la transparencia y el gobierno abierto (que hay que ver cómo evoluciona) para nosotros la idea es clara, hay que elaborar metodologías de planificación mucho más abiertas, flexibles, adaptables a criterios sociales y basadas en diagnósticos e ideas compartidas. Más allá de esto, las formas de gestión de la ciudad deberían ser menos centralizadas, los habitantes deberían estar implicados en la gestión, y pedir y dar cuenta de los procesos en que participan, haciendo visible la forma en que se 'hace' la ciudad, proceso que anteriormente era totalmente invisible.

La metodología participativa más clásica, la IAP, ya contempla el proceso gradual de pasar de proyectos concretos a organizaciones estables en los procesos de planificación y gestión. Ni que decir tiene que la aplicación de estas políticas necesita de muchos cambios a nivel político y de la administración pública, pero no hay que dejar de lado el tema de que las prácticas sociales y profesionales pueden impulsar e incluso forzar esos cambios.

Jelena Prokopljjevic. Apunto tres ideas para la cuestión de las estrategias. En general, siguen la línea de las ideas que han formulado Jordi y Gema.

1. La planificación de futuros contenidos y formas se tendría que basar en un estudio exhaustivo del medio ambiente construido y social existente, es decir, el proceso de

configuración de los nuevos proyectos tendría que partir de la re-figuración, es decir, de los usos, y no de la prefiguración o del proyecto de un estado futuro.

2. Se tendría que implicar a la comunidad local en una primera fase (como en todas las demás) para documentar a su entorno, a todo aquello que interesa conservar y lo que hay que mejorar o cambiar. En eso, un sistema de mapeado detallado sería importante: mapas de formas, mapas de detalles, de los usos de espacios por edades o grupos sociales. Actualmente disponemos de mapas de patrimonio arquitectónico, mapas de ruidos y de bomberos, no sé si de algo más. Yo me refiero aquí a un mapeado sensible de los barrios como base de todo futuro proyecto.

3. Insistir –y esto ya es un tema político– en la máxima transparencia en los debates y aprobación de los planes parciales o de mejoras urbanas puntuales, que, desde mi experiencia, son los instrumentos más directos del urbanismo de promotor.

Baltasar Fernández. Desde mi punto de vista, la polémica está ideologizada, en el mal sentido de la palabra. Las propuestas ideológicas tradicionales no deberían constituirse en nuestro marco obligado de análisis, sino que nuestras propuestas para el cambio urbano deberían contemplar también el modo de afrontar la ideologización presente en las dinámicas y conflictos desarrollados en las relaciones entre los distintos grupos urbanos implicados. No es que estemos fuera de ellas –que no lo estamos–, sino que deberíamos evitar que engulleran nuestras reflexiones y deberíamos ser capaces de mirarlas también con ojo crítico.

Por supuesto que es deseable que los ciudadanos de base accedan con sus intereses particulares a los foros de decisión, para “hacer visible la forma en que se hace ciudad”, como afirman Jorge y Gema. Sin embargo, no estoy convencido de que hacerse presentes en estos foros no sirva sino para enredar a la base ciudadana en los legalismos procedimentales y técnicos de los procesos de planificación, en los cuales, la ciudadanía no es ducha, y además, tendría que dejar las iniciativas que ya realiza, para adaptarse a las dinámicas de la planificación. En pocas palabras, nos convertiríamos en ellos. Buscar el acceso a los foros políticos no es mi apuesta.

Mi apuesta no es enfrentarse al sistema para revocarlo y plantear una norma diferente, sino trabajar en los márgenes no normativos y sin pretensiones de generalización. Yo creo en los intersticios como espacio de la socialidad. “Lo que no está visible” es la práctica diaria del hacer ciudad, las miríadas de dinámicas que suceden en cada momento para sostener el enorme esfuerzo urbano. Frente a la normativización de la opción política y administrativa de la planificación formal (participativa), estas prácticas sostienen la ciudad al margen de las grandes cifras, de las visiones de conjunto, de las sutilezas legales, de las discusiones técnicas, al margen de la política y del urbanismo. Es en estas prácticas discretas donde sucede el movimiento vecinal, la red comunitaria, el pequeño comercio, el juego de los niños o el arte urbano del grafiti. Sacar estas prácticas de ciudad viva de su contexto para llevarlas a la discusión de los planificadores es condenarse a tener que reinterpretarlas en su traducción leguleya, normativizarlas, legislarlas, delimitarlas, cerrarlas y, al fin, hacerlas desaparecer. Mientras sean Invisibles, aún serán una posibilidad de actuación cercana y diaria; visibilizarlas en lo político es destruirlas. La clase política y administrativa, cuanto

más lejos, mejor. Yo preferiría seguir trabajando en los pequeños intersticios no normativos para crear ciudad desde la base. Digamos que es una opción alternativa, seguir trabajando en pequeños grupos para construir ciudad al margen de los grandes movimientos urbanísticos, de los planificadores y los lobbies que mueven los hilos. Lo cual no es poco, dado que la ciudad está viva en esta miríada de pequeños grupos, y no en la letra muerta del proyecto y el diseño.

No obstante, esta discusión está centrada en el modelo de planificación, pero nada dice de la tematización urbana. ¿Es que no hay nada de la tematización que merezca una reflexión?, ¿no hay ningún modo en que las personas puedan convivir con la mentira temática y grandiosa de una manera que podamos/puedan considerar satisfactoria? (Por ejemplo, tunear el monumento, abrir sus espacios para que los residentes creen ciudad en su interior). El discurso economicista del urbanismo actual es potente, nos guste o no, y tiene cierta sensatez (situar a la ciudad en una posición favorable en los grandes flujos económicos y políticos internacionales, acceder a la red de megápolis, etc.). Criticable, pero no estúpido. Hace falta que los discursos alternativos (el del urbanismo participativo, por ejemplo), además de su atractivo utopista, puedan competir con el atractivo funcional del discurso oficial.

Bibliografía

- Augè, Marc (1993). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Baudrillard, Jean (1981). *Simulacres et simulación*. París: Galilée.
- Capel, Horacio (2005). *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona: El Serbal.
- Carpenter, Juliete, y Lees, Loretta (1995). Gentrification in New York, London and Paris: an international comparison. *International Journal of Urban & Regional Research*, 19(2), 286-303.
- Castells, Manuel (2005). *La era de la información, Volumen 1: economía, sociedad y cultura*. La sociedad red. Madrid: Alianza.
- Cucó Giner, Josepa, ed.^a (2013a). *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria.
- Cucó Giner, Josepa, dir.^a (2013b). *La ciudad pervertida. Una mirada sobre la Valencia global*. Barcelona: Anthropos.
- Dear, Michael J. (2001). *The postmodern urban condition*. Oxford: Blackwell.
- Debord, Guy (2005). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos. (Orig., 1967).
- Delgado, Manuel (2007). Ciudades sin ciudad. La tematización "cultural" de los centros urbanos. En David L. Lagunas (coord.), *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinarias* (pp. 91-108). México D.F.: UAEH/Plaza y Valdés.
- Díaz Orueta, Fernando (2010). Regímenes urbanos y movimiento ciudadano en Valencia. *Cuaderno Urbano: Espacio, Cultura y Sociedad*, 9, 275-294.
- Díaz Orueta, Fernando, y Lourés, María Luisa (2012). Suburbanización y cambio social en la metrópoli madrileña. *Revista de Ciencias Sociales*, 138, 111-124

- García Vázquez, Carlos (2011). *Antípolis. El desvanecimiento de lo urbano en el Cinturón del Sol*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Garreau, Joel (1991). *Edge cities: life in the new frontier*. Nueva York: Anchor Books.
- Jameson, Fredric (1991). *La postmodernidad o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós. (Orig., 1984).
- Lefebvre, Henri (1969). *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península. (Orig., 1968).
- Luhmann, Niklas (1998). *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos. (Orig., 1984).
- Massad, Fredy (2015). *La viga en el ojo. Escritos a tiempo*. Madrid: Ediciones Asimétricas.
- Muñoz, Francesc (2008). *Urbalización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ritzer, Georges (1993). *The McDonaldization of society*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge.
- Santamarina, Beatriz (2013). De huertas y barracas a galaxias faraónicas. Percepciones sociales sobre la mutación de la ciudad de Valencia. *Papers. Revista de Sociología*, 98(2), 365-391.
- Santamarina, Beatriz, y Moncusí, Albert (2013). Manifiestos y latencias en la Valencia global. En Josepa Cucó Giner (ed.^a), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global* (pp. 259-286). Barcelona: Icaria.
- Sassen, Saskia (2001). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Smith, Neil (1996). *The new urban frontier: gentrification and the revanchist city*. Nueva York: Routledge.
- Soja, Edward W. (2001). *Postmetropolis. Critical studies of cities and regions*. Oxford: Blackwell.
- Stephenson, Neal (2003). *En el principio... fue la línea de comandos*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Veltz, Pierre (2004). The rationale for a resurgence in the major cities of advanced economies. Presentado en el *Leverhulme International Symposium 2004: The resurgent city*. Londres: London School of Economics, 19-21 de Abril. http://www.veltz.fr/pierre_veltz/articles/pierre_veltz_article_resurgent_city_london_school_of_economics.html
- Venturi, Robert; Izaenour, Steven; y Scott Brown, Denise (1998). *Aprendiendo de Las Vegas: el simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili. (Orig., 1972).
- Žižek, Slavoj (1998). Multiculturalismo, o la lógica cultural del capitalismo multinacional. En Fredric Jameson y Slavoj Žižek, *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo* (pp. 137-188). Buenos Aires: Paidós.

Formato de citación

Grupo de trabajo Recuperem la ciutat (2015). Tematización y ciudad marca. Hacia una definición de conceptos, efectos y estrategias de acción. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 5(2), 225-239. http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/recuperem_la_ciutat



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](#). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros hacer cualquier uso permitido por la licencia.

