

Narrativas visuales en la configuración de identidades urbanas. Barcelona, entre la ciudad capital y la expresión de conflictos urbanos.

Teresa Navas-Ferrer

¿Se puede aproximar el grado de capitalidad de una ciudad a partir de su cartografía? Y si ampliamos la visión e incluimos otros materiales gráficos de representación urbana, ¿se podría interpretar a través de su análisis cuál es la percepción de un territorio urbano por parte de sus ciudadanos y también de sus visitantes? Más que averiguar el conjunto de factores que convierten a una ciudad en capital, mejor hablar de los deseos de llegar a serlo y que se expresan en imágenes de difusión de la ciudad cuya producción y capacidad de persuasión se intensifica a causa de eventos singulares o por ser reclamos turísticos. Porqué, en realidad, cuando se miran detenidamente los documentos pensados para transmitir un relato iconográfico urbano es fácil darse cuenta de que suelen estar al servicio de la construcción de una narrativa la cual, se compone de tres aspectos invariantes: tratan de manera diferencial el crecimiento físico y, por tanto, el desarrollo de la economía urbana, mantienen una relación creativa con la planificación urbanística y, finalmente, son la concreción visual de las estrategias de poder político, social y cultural sobre la ciudad.

En cualquier caso, los documentos gráficos, desde la cartografía a las imágenes de marca más actuales como los *skylines* son los vehículos utilizados para formalizar una construcción simbólica de las ciudades que tienen una fuerte persistencia en el imaginario cultural. Tienen la habilidad de crear iconos de referencia ante la inmensidad del fenómeno urbano, a la vez que proyectan paisajes ideales con vocación de llegar a ser alternativos a los que los ciudadanos habitan en su vida diaria. Pero el carácter de relato oficial e inamovible que configuran puede llegar a ser cuestionado por grupos sociales que rechazan o se sirven de estas producciones visuales para hacer emerger otras derivadas de los conflictos urbanos. En resumen, creaciones gráficas que apelan a otras percepciones del cuerpo urbano y que son expresión de los combates por la ciudad por parte de comunidades diversas.

Las ciudades europeas tienen una larga tradición en la construcción de un relato visual propio. El caso de Barcelona es un ejemplo remarcable que permite trazar un recorrido fructífero desde las primeras iconografías de la ciudad moderna a la amalgama de imágenes críticas que caracterizan la narrativa visual urbana de las últimas décadas.

Cartografiar la ciudad moderna

Las ciudades en expansión del siglo XIX requirieron de una cartografía técnica para llevar a cabo las transformaciones derivadas de la planificación urbanística y la implementación de las infraestructuras técnicas. Documentos que eran imprescindibles a unas metrópolis industriales para ordenar el crecimiento acelerado del territorio urbano y favorecer el rendimiento económico ligado a la actividad productiva y al propio sector inmobiliario. En paralelo, la precisión de los planos geométricos elaborados por profesionales tuvo un papel remarcable en el surgimiento de las guías urbanas modernas, así como de otros productos de difusión ciudadana. Las guías como producto no solo iban asociadas a la incipiente industria turística, sino que formaban parte del fenómeno de la visualización del espacio urbano, de la formación de una cultura visual moderna que se fue construyendo sobre la base de una imaginación compartida, del mismo modo que se construyó la idea de nación moderna.¹ Como afirma Picon, la ciudad se convierte progresivamente en paisaje, desvinculándose de la noción anterior de paisaje en el cual estaba inmersa, una ciudad con sus límites cada vez más difusos que se confunde con el territorio.²

Gracias a la técnica de la litografía, los mapas de ciudades incluidos en las guías popularizaron una imagen de síntesis del tejido urbano que había alcanzado un tamaño sin precedentes y, por tanto, requería nuevas formas de representación cartográfica. A partir de la base geométrica se añadieron otras capas de información que destacaban el emplazamiento de los edificios notables, de los monumentos, pero también de las redes de transporte y otros elementos de utilidad. Es decir, una documentación gráfica epítome de la experiencia ciudadana cotidiana de la ciudad moderna, la de la inmensidad urbana.³

En Barcelona, el salto hacia una cartografía que supera la representación de la ciudad amurallada y su puerto para englobar el territorio del *Pla* y sus municipios se lleva a cabo a partir de la década de 1870. Pero lo que es realmente singular en el caso de Barcelona es la presencia invariable en los nuevos planos de la ciudad del proyecto de reforma y ensanche de Ildefonso Cerdà que se había aprobado en 1859. El Plan Cerdà se convirtió en una parte integrante del plano urbano, tan verosímil como cualquiera de las otras informaciones gráficas. De esta forma, pasó a formar parte de la construcción simbólica de la primera metrópolis de Barcelona, una convención gráfica muy potente que proporcionaba su *forma urbis* indiscutible, extendida de manera homogénea por todo el llano geográfico de la ciudad. Así, pues, era la expresión formal del ensanche

¹ Visualidad e identidad colectiva son analizados en el artículo de Lucila Mallart, “Illustrated Media, The Built Environment and Identity Politics in Fin-de-siècle Catalonia: Printing Images, Making the Nation”, *Cultural History* 4.2 (2015): 114.

² Antoine Picon, “De la ruine à la rouille. Les paysages de l’angoisse”, *Marnes, documents d’architecture*, 1 (2010): 344.

³ Paul Dobraszcyk, “City Reading: The Design and Use of Nineteenth-Century London Guidebooks”, *Journal of Design History*, 25 (2) (2012): 124-125.

ilimitado, la versión local de la anhelada inmensidad urbana que ya era una realidad absoluta en las grandes capitales europeas como Londres y París.

Cabe destacar que la composición de este nuevo plano de la ciudad, producto de la mezcla entre el planeamiento urbanístico, como imagen de futuro, y las condiciones del crecimiento real, tuvo una larga vigencia y se mantuvo hasta prácticamente la década de 1940. Fue, sin duda, una de las manifestaciones más genuinas de la denominada “iconografía optimista”⁴, en sintonía con el primer ciclo metropolitano definido por los límites impuestos por el Plan Cerdà y sancionado por la agregación de municipios de 1897.⁵ En definitiva, un instrumento al servicio de la constitución de una narrativa urbana con el propósito de proporcionar un conocimiento de la ciudad rico y diverso, pero, a la vez, controlado y pensado

Ciudad ideal, ordenada y monumental

A finales del siglo XIX Barcelona aspiraba a ser el París del mediodía, tal como rezaban los eslóganes del momento. Con la llegada del siglo XX, la irrupción de unos nuevos partidos políticos en la política municipal supuso la búsqueda de una imagen oficial renovada de la ciudad capital. Se quería romper con el legado urbanístico heredado y se tendió a perfilar una lectura idealizada de la ciudad. No se trataba de un hecho aislado del contexto barcelonés, sino que participaba de la ambición de las ciudades industriales de convertirse en destinos con atractivo turístico a la vez que modelar una conciencia cívica colectiva o, en otras palabras, un orgullo ciudadano que estimulara el sentimiento de pertenencia al lugar. Construir esta imagen fue decisivo para la proliferación de productos de visibilidad urbana, y, específicamente, en el caso de Barcelona, para la introducción del denominado plano monumental moderno.

Las ciudades europeas con proyección internacional habían desarrollado antes de llegar a la mitad de siglo XIX un nuevo género de plano de divulgación popular que utilizaba el levantamiento geométrico para superponer los monumentos principales de la ciudad dibujados en perspectiva. La tradición francesa marcó la manera de resolver gráficamente los planos monumentales diseñados a raíz de las exposiciones universales tomando como punto de partida las vistas ópticas de monumentos y lugares de París. La composición pictórica que se obtenía era un retrato de carácter monumental, una trama ordenada de avenidas, edificios y parques, de límites geográficos precisos, símbolo indiscutible de su modernidad y cosmopolitismo.⁶ En la década de los sesenta, París editó el plano *Nouveau Paris Monumental* que, con pocas variaciones, se mantuvo mucho tiempo como uno de los elementos más significativos de su promoción turística.

⁴ André Corboz, “Petita tipologia de la imatge urbana”, *Retrat de Barcelona*, Vol I (Barcelona: CCCB, Ajuntament de Barcelona, 1995): 34-5.

⁵ Joan Roca i Albert, “Estratègies d’inserció i interconnexió de Barcelona com a metròpoli moderna”. Grau, R. *Presència i lligams territorials de Barcelona. Vint segles de vida urbana*. (Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2012): 278-83.

⁶ Pierre Pinon, Bertrand Le Boudec, *Les Plans de Paris. Histoire d’une capitale* (Paris: Atelier parisienne d’urbanisme, Bibliothèque Nationale de France, Le Passage, 2004): 110.

Fue este nuevo género de plano de gran difusión el que se adoptó en Barcelona para llevar a cabo una alteración radical de la cartografía anterior basada en la presencia invariable del proyecto Cerdà. La consolidación de las nuevas élites en el poder municipal juntamente con la entrada de una nueva cultura urbanística y la promoción turística de la ciudad dieron como resultado el primer plano monumental, promovido por la entidad de difusión turística de la ciudad, la Sociedad de Atracción de Forasteros (SAF). Publicado alrededor de 1914, el plano es una reinterpretación integral de la forma urbana de Barcelona de acuerdo con el estimulante debate que tenía lugar en las primeras décadas del siglo pasado a propósito del funcionamiento y la forma urbana que debían tener las ciudades capitales.

El titulado *Plano Monumental de Barcelona* patrocinado por la SAF combinaba la base topográfica de la ciudad con el dibujo de una selección de edificios en perspectiva. A pesar de que no fue pensado para formar parte de una guía turística de la ciudad, su elaboración gráfica estaba a la altura de la *Select-Guide*, la guía editada por la SAF profusamente ilustrada, que transmitía perfectamente un discurso orientado a un turismo selecto de clases altas y de alcance internacional. Entre otras cosas, renovó el contenido de este tipo de publicaciones al proponer una identificación contrastada de la Barcelona de los monumentos históricos con las calificadas de “Construcciones Modernas”, en una síntesis que incluía edificios civiles y arquitectura residencial bajo los códigos formales del *Modernisme*. Asimismo, se caracterizaba por la presencia de nuevos símbolos metropolitanos, es decir, bares, restaurantes, almacenes de comercio, hoteles, etc. Como en otras publicaciones de la Sociedad, los elogios a la Sagrada Familia son constantes y ya desde los inicios de su construcción no parece que se admita discusión en convertirla en el icono principal de Barcelona. A principios del siglo pasado, la consideración del templo como el mayor representante de la continuidad del esplendor del pasado gótico de la capital se impuso ante las críticas de las que fue objeto la obra de Gaudí. La fuerza simbólica del monumento lo ha erigido en emblema incontestable que todavía identifica a la ciudad en el mundo global actual.

De todos modos, el Plano Monumental conllevaba una carga de mayor profundidad que conectaba con el esfuerzo de crear una identidad cívica determinada. En su composición formal concretó de manera ejemplar la ambición de reforma urbanística y de recalificación monumental de Barcelona, en la dirección que había tomado el planeamiento municipal con la convocatoria del concurso del Plan de Enlaces de 1903. El proyecto ganador del concurso, el del arquitecto francés Léon Jaussely, representaba en sus líneas principales la transformación de Barcelona codiciada por las clases dirigentes. El Plan Jaussely no tuvo un efecto en la acción inmediata, pero supo erigirse como una imagen retórica de referencia, con grados de idealización notables que incluían tanto la dimensión territorial como cívica.⁷ En palabras del semanario catalanista la *Il·lustració Catalana*, “...l’ideal de la futura capital de la civilització

⁷ Manuel Torres i Capell, “L’estructura urbana de Barcelona. De les annexions a la fi de la guerra civil”. *Història de Barcelona. El segle XX* (Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1995): 49.

mediterrània...”⁸, los mismos conceptos que habían esgrimido en artículos laudatorios al nuevo proyecto personajes tan influyentes de la cultura arquitectónica del momento como Josep Puig i Cadafalch, Eugeni d’Ors y Josep Pijoan.

En la línea apuntada, lo más sorprendente de la construcción gráfica del plano es la substitución de la trama homogénea y continua del Plan Cerdà por una selección de ejes que imponían una nueva jerarquía viaria en consonancia con el modelo urbanístico de grandes avenidas y nuevas perspectivas focales trazadas en el Plan Jaussely. La conclusión pues, es que el primer plano monumental de Barcelona excedió su voluntad de promoción turística para llegar a ser un producto de difusión popular de una imagen oficial de la ciudad guiada por la pretensión de reconducir las pautas que iba siguiendo el crecimiento acelerado de la metrópolis en las primeras décadas del siglo XX.

Pero a pesar de esta carga de intenciones, el plano no pasó de ser único en su especie y no actuó de modelo para representaciones gráficas posteriores ni tampoco colaboró en transformar a Barcelona en un destino turístico. No llegó, pues, a substituir la versión más consolidada del plano de Barcelona que siguió siendo la de la retícula del Ensanche, la cual, a su vez, siguió regulando la extensión urbana en la parte central, pero fue cediendo ante los crecimientos diferenciales que se iban implementando en los distintos barrios y, más concretamente, en la conquista de las partes altas a causa de las necesidades de vivienda del período. Una complejidad territorial, pues, compuesta por zonas de centralidades urbanas junto con crecimientos suburbanos al margen del urbanismo reglado y de densificación de antiguas tramas que se fue traduciendo, en términos urbanísticos, en la dificultad de contención de las periferias y, des del punto de vista sociopolítico, en un grado de conflictividad urbana que el retrato oficial no quería reconocer.

Pero es cierto que este retrato oficial tuvo el mérito de constituir un imaginario ciudadano de alto valor simbólico y retórico relativo a un modelo de ciudad capital de fuerte vigencia. Desafortunadamente, ello no fue acompañado de una producción gráfica creativa y acorde con el nivel de los productos de difusión urbana que se hacían en otras ciudades europeas. Con motivo de la Exposición Internacional de 1929 se editaron nuevos planos de la ciudad, pero no se distinguieron por la calidad de su representación gráfica. Hay algunos ejemplos que rompieron esta atonía y, entre ellos cabe citar el plano encargado por la Empresa Uralita para 1929. La consonancia entre un material de construcción moderno como era entonces el fibrocemento y la innovación gráfica es absoluta: el plano introduce la nueva tipología del plano decorativo, de tono humorístico, en la línea del modelo británico que puso de moda un tipo de composición pictórica entre el cartel y el plano. El autor del plano de Uralita fue Frisco, pseudónimo de Francis Millioud que siguió el que McDonald Gill hizo en 1914 por encargo de la Underground Electric Railways Company para expresar el dinamismo de Londres. En Barcelona esta producción fue anecdótica y no se retomó hasta unas cuantas décadas más tarde, tal como se explicará más adelante.

⁸ “La Barcelona d’en Jaussely”, *Il·lustració Catalana*, 395, (enero de 1911), 9.



Fig. 1: . Barcelona en 1929. Exposición Internacional. Ediciones Uralita, S.A.
(Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona)

En paralelo, la técnica del fotomontaje sí que logró expresar el dinamismo de la ciudad de Barcelona a partir de los años treinta, es decir, de la urbe que había llegado al millón de habitantes. Los fotomontajes pueden asimilarse a una construcción cartográfica, comparten con el plano urbano la capacidad de síntesis y de selección de elementos singulares inaugurando así, una manera de retratar la ciudad a partir de la reunión intencionada de fragmentos, aunque el resultado en este caso sea una composición abstracta sin necesidad de recurrir a referentes topográficos.

Los fotógrafos más rupturistas del período se adhirieron a los postulados del movimiento de la Nueva Visión y practicaron el fotomontaje como creación de vanguardia en la prensa y en la publicidad comercial, muchas veces con temáticas urbanas. De los primeros fotomontajes sobre la ciudad destacan los que hizo Gabriel Casas para incidir en el dinamismo de la vida barcelonesa. En el fotomontaje titulado “Visiones de neurastenia” —publicado en *Barcelona Gráfica*, de 1930— la yuxtaposición heterogénea de edificios de la Vía Layetana, automóviles, bocas de metro y los barcos del puerto en segundo plano, expresa la capacidad de renovar el retrato de la ciudad para transmitir la idea de la urbe como metrópolis cosmopolita, uno de los calificativos más usados en la época, que responde a los parámetros de la modernidad del momento: el ritmo precipitado, la densificación, los avances tecnológicos representantes del progreso, pero también el conflicto y los debates sobre la ciudad.

El éxito del fotomontaje y su extensión a lo largo de los años treinta se apoya en su contundencia visual y en su aptitud para comunicar mensajes muy elaborados demostrada en la manipulación e interpretación de imágenes urbanas. En este sentido, sobresale el fotomontaje de Pere Català Pic para un folleto divulgativo de la Barcelona monumental que la Sociedad de Atracción de Forasteros editó en 1935. Sin duda, se trata de la mejor formalización visual del concepto de Barrio Gótico como lugar de concentración de monumentos en el centro de la ciudad, en una operación de recualificación patrimonial que, más tarde, lideró la proyección turística de Barcelona a partir de la década de 1950.

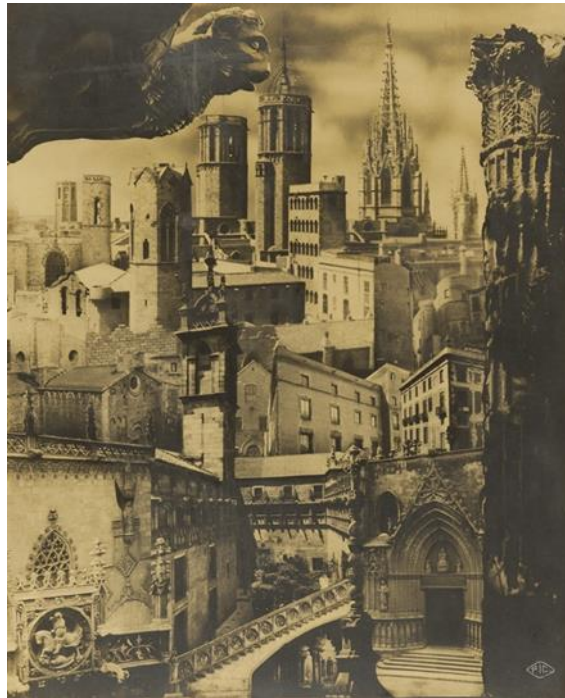


Fig. 2: Fotomontaje de Pere Català Pic para un folleto de difusión de la Barcelona Antigua. 1935 (Archivo Fotográfico de Barcelona)

Como contrapunto al mensaje de ciudad monumental y turística, el grupo de vanguardia arquitectónica del GATCPAC utilizó profusamente la técnica del fotomontaje y del collage desde el primer número de la revista AC. Pero no fue solo para manifestar su adhesión al movimiento moderno en arquitectura y, en consecuencia, el rechazo a los edificios de lenguaje clásico que se construían en Barcelona sino que el fotomontaje como manifestación genuina de las vanguardias artísticas les permitió transmitir otra lectura del casco antiguo en clave de denuncia social gracias al uso de fotografías que documentaban la insalubridad de las condiciones de vida y, en especial, la densificación y la degradación del sector del Distrito V, en el barrio del Raval actual.⁹

⁹ Teresa Navas, “Visions de la ciutat moderna”. *Retrat de Barcelona, vol II* (Barcelona: Centre de Cultura Contemporània, Ajuntament de Barcelona, 1995):48-51.

Crítica ciudadana, entre la denuncia y el humor. Otra imagen urbana es posible

Como se ha explicado, la primera interpretación iconográfica de la ciudad con propósitos cívicos y turísticos quedó hecha antes de la Guerra Civil. A partir de los años 50 se siguió insistiendo en los mismos estereotipos creados y éstos compartieron el espacio de la imagen urbana oficial con los tópicos procedentes del folklore español de más amplia trayectoria. Una imagen oficial basada en “el viejo paradigma de la ciudad monumental”¹⁰, con unas representaciones cartográficas de límites urbanos muy estrictos que discriminaban fuera del plano amplias zonas de la geografía de la ciudad. Este paradigma pronto se vio desbordado por el crecimiento urbano de la etapa del “desarrollismo y, en consecuencia, por todo el abanico de déficits que estaba engendrando, especialmente, en las nuevas periferias, en una situación marcada por un régimen político antidemocrático.

Por esta razón, la creación iconográfica que presenta mayor interés durante el largo período franquista es la que emerge de las luchas de los nuevos movimientos sociales urbanos sin visibilidad en el discurso de la ciudad capital. Esta creación sirvió para componer unas imágenes combativas ligadas a un discurso crítico, de reivindicaciones directas, muchas veces, con una clara aproximación satírica. La expresión gráfica de los conflictos ciudadanos se manifestó a través de una diversidad notable de vehículos expresivos a pesar de sus limitaciones evidentes. Por otra parte, el medio fotográfico llegó a tener un impacto relevante en el imaginario cultural urbano de larga duración. Todos ellos constituyen un legado imprescindible que permite comprender la riqueza del conjunto de imágenes urbanas surgidas a partir de los años ochenta con la recuperación de la democracia.

Antes de que se manifestase en propiedad esta iconografía del conflicto, la denominada fotografía de nueva vanguardia jugó un papel importante en la captación de la ciudad real en plena transformación e ignorada por el discurso hegemónico. Las publicaciones de Francesc Català-Roca y de Xavier Miserachs así como las aportaciones de tantos otros fotógrafos, demuestran la práctica de una fotografía humanista y de carácter neorrealista que enraizó fuertemente en la representación de la ciudad hasta llegar a convertirse en su imagen más popular.¹¹

En la década de los sesenta la revista del Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña y Baleares, *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, se nutre con preferencia de los trabajos de algunos de estos fotógrafos para denunciar un urbanismo en manos de la especulación, procedente tanto del negocio privado como de la oficial, que se cebaba en

¹⁰ Jorge Ribalta, *Paradigmas fotográficos en Barcelona, 1860-2004* (Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona, 2009)

¹¹ Jorge Ribalta, *Paradigmas fotográficos en Barcelona, 1860-2004* (Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona, 2009), 29-35.

las nuevas periferias y que, en palabras de Oriol Bohigas daba lugar al “suburbio caótico”.¹²

Los artículos de la revista eran el resultado de una composición elaborada a partes iguales por imágenes y textos donde los técnicos de la arquitectura y del urbanismo reclamaban un urbanismo sincronizado con la realidad social como respuesta a “...la abstracta visión de una ciudad apta para el turismo, pero incómoda para quienes viven en ella.”¹³

Toda esta literatura en manos de especialistas sobre la ciudad pronto compartió el espacio de visibilidad de la ciudad real con otros medios implicados en la producción de imágenes de denuncia. Por un lado, la prensa local —así como otro tipo de formatos, carteles, pasquines, etc.— impulsada por las asociaciones vecinales que se habían articulado con el propósito de reivindicar servicios públicos básicos y, por otro lado, el trabajo de algunos periodistas y fotoperiodistas vinculados a las luchas vecinales que llevaron a cabo una labor de documentación y divulgación de las condiciones de vida en los barrios de las clases trabajadoras.

Entre estos periodistas, cabe destacar la figura de Josep M. Huertas Claveria y la reivindicación de la Barcelona de los barrios para incorporar una mirada de la ciudad de sabor popular producto de la suma de identidades y legitimada por su trasfondo histórico. En el año 1971 Huertas publicó en el rotativo *El Correo Catalán* el “Mapa del Barraquismo en Barcelona”, un encaje cartográfico que erigía la Plaza de las Glorias en el centro de una geografía urbana en la que los límites de los barrios servían para localizar las concentraciones de barracas, las zonas degradadas y las mal urbanizadas.

Unos años más tarde, la imagen que seguramente mejor supo expresar la potencia de los barrios en el reconocimiento de la identidad plural de la ciudad y la conjugó con el carácter de denuncia urbana es el plano que acompañó el primer volumen de la colección *Tots els Barris de Barcelona*, que Huertas publicó juntamente con Jaume Fabre en 1976. Dibujado por Josep M. Rius i Ortigosa, JOMA, el plano era seguramente la primera vez que a partir de una composición de base cartográfica se llevaba a cabo una interpretación crítica y aguda de los distintos problemas que vivían los barrios de la ciudad a través de la capacidad de síntesis narrativa del lenguaje del cómic. Lo más remarcable del trabajo de JOMA es el esfuerzo de visibilidad global y, por tanto, de captación de la diversidad del paisaje urbano con tono humorístico. Una estrategia de representación gráfica que devino hegemónica, años más tarde, en la Barcelona de la democracia.

No era un recurso nuevo el hecho de recorrer a la ilustración de tono humorístico e inconformista para representar los déficits de la ciudad. De hecho, la prensa satírica del siglo XIX con revistas como *L'Esquella de la Torratxa* había ido publicando historietas

¹² De esta forma Oriol Bohigas calificaba los barrios periféricos en el “Elogio a la barraca” que cierra su libro de 1963 *Barcelona entre el Pla Cerdà i el barraquisme* (Barcelona: Edicions 62), 150.

¹³ Jaime Nualart, “Concepto de Ciudad”. *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, 60. (1965): 14. Fotos de T.A.F.

con un alto contenido crítico en relación a las políticas del gobierno municipal sobre la ciudad. Fue un tipo de prensa que se vio forzada a desaparecer después de la guerra civil, pero que resurgió con fuerza a partir de la década de los setenta con revistas gráficas de referencia como fue *Butifarra!*, desde 1975. Detrás de la revista, un grupo de profesionales del cómic, dibujantes, guionistas y también periodistas querían demostrar las posibilidades del lenguaje de la historieta al servicio de un modelo de ciudad más justa y democrática.¹⁴ En sus ediciones monográficas el llamado Equip Butifarra demostró su comprensión del espacio metropolitano con cartografías que interpretaban el cuerpo urbano que se extendía imparable hasta los nuevos límites marcados por la construcción de la vía de circunvalación rápida para la conurbación, el III Cinturón.



Fig.3: “Escucha Administración: III Cinturón gratuito”.
Revista Butifarra!, n. 3. número Extra, 1977.

En otro orden de cosas, la debilidad que tenían las imágenes oficiales de la Barcelona de la etapa del tardofranquismo contrasta con la contundencia de las manifestaciones de la contracultura desde mediados de los setenta. Esta acertada afirmación de Julià Guillamon en su libro *La ciutat interrompuda* (2019) pone de relieve cómo se fue gestando la transformación de Barcelona en el momento de la Transición política y la vitalidad del rechazo a los discursos culturales dominantes en pro de un estilo de vida alternativo al margen de la ciudad moderna. En términos de iconografía urbana es cierto que no existió un interés en la captación de la ciudad, pero la entrada del cómic *underground* y su influencia sobre una nueva generación de ilustradores y artistas generó una renovación del lenguaje artístico que consiguió revolucionar la imagen de Barcelona a partir de la década de los ochenta.

¹⁴ La revista fue objeto de la jornada *Butifarra! Més que un tebeo dels barris (1975-1987)*, que tuvo lugar en el Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona el 14 de abril de 2015. Sus coordinadores fueron Lluís Recasens, l’Avi y Pepe Gálvez.

Antes de llegar a este momento, Javier Mariscal, creó algunas de las composiciones que prefiguraban claramente cuál debía ser el camino de la regeneración hacia una nueva visualidad. Tal como reconoció Mariscal en su biografía escrita por Llàtzer Moix, fue en la historieta “Crash” publicada en la revista *Star*¹⁵, en 1976, cuando decidió contextualizar por primera vez la acción representada en las calles de Barcelona con un dibujo de expresividad pop.¹⁶ Pocos años más tarde, realizó el cartel del bar nocturno “La Ceca” del barrio de la Ribera, construyendo una vista aérea de detalle topográfico en primer plano y dando un particular relieve a los edificios que componían un cierto *skyline* de la ciudad antigua; el espacio representado era, realmente, su geografía sentimental, el espacio vital del artista circunscrito al casco histórico.



Fig. 4: Javier Mariscal. LA CECA.
Dibujo original de 1980. (Archivo
Histórico de la Ciudad de Barcelona)

En 1979, y a encargo de Fernando Amat para una colección de *souvenirs* modernos, creó el nuevo logotipo de la ciudad, BAR CELONA, a partir de subdivisiones de la palabra; como se ha reconocido, una nueva y potente imagen que sobrevivió más allá de los Juegos Olímpicos.¹⁷

Modelo y Marca

En los años ochenta, la necesidad de elaborar un relato visual genuino de la ciudad democrática eclosionó en una explosión fulgurante de creatividad urbana. Los planos de la ciudad juntamente con vistas dibujadas y *skylines* se encargaron de dar forma a una nueva imagen de Barcelona, contrapuesta a los estereotipos anteriores y con la responsabilidad de hacer emerger una identidad urbana colectiva y bien cohesionada socialmente. La ciudad adquirió valores de mito y la arquitectura y el diseño fueron los instrumentos más efectivos en la caracterización de esta narrativa cultural renovada, fascinada a partir de entonces por la modernidad y con la voluntad de demostrar sus valores crecientes de metrópolis europea.¹⁸ En el tránsito hacia esta nueva percepción urbana, se produce la aceptación social del cómic *underground*¹⁹, aparecen las revistas de diseño y el interiorismo deviene un elemento de fascinación cuando crea los nuevos

¹⁵ *Star* fue una de las revistas pioneras del underground español. Fundada por Juan José Fernández Ribera y Francisco Javier Ballester García “Montesol”, se publicó desde 1974 hasta 1980.

¹⁶ Esta cita de Mariscal fue recogida por Carles Prats en su magnífico artículo “La imatge recuperada. Visions pop de Barcelona entre l’underground i la postmodernitat”, en el catálogo de la exposición *Retrat de Barcelona, vol II* (CCCB, Ajuntament de Barcelona, 1995), 110-111. De hecho, cuando Mariscal publica una de sus tiras de cómic con más trayectoria, Los Garriris –salió por primera vez en *De Quommic*, en 1974-, los personajes transitan por espacios alternativos, clubs noctámbulos, playas y bares de Barcelona sin que haya una identificación evidente de los lugares.

¹⁷ Llàtzer Moix, *Mariscal* (Barcelona: Editorial Anagrama, 1992), 195-197.

¹⁸ Viviana Narotzky, *La Barcelona del disseny* (Barcelona: Edicions de Belloch, S.L., Santa & Cole: Barcelona, 2007), 13-17.

¹⁹ Pablo Dopico, *El cómic underground español, 1970-1980* (Madrid: Cátedra, 2005)

escenarios de restaurantes y bares modernos. Los cambios sociales y culturales tenían su reflejo en los nuevos hábitos de la vida urbana: la ciudad podía ser divertida.²⁰

Uno de los pilares de esta construcción de identidad urbana fue la recalificación física de la ciudad gracias a la puesta en marcha de las políticas urbanísticas del nuevo gobierno municipal surgido tras las primeras elecciones democráticas de 1979. El programa que defendía la regeneración del centro y la monumentalización de la periferia²¹ se puede inserir en un recorrido histórico que empieza con las reivindicaciones vecinales ya citadas en pro de una ciudad socialmente más justa y tiene su momento de mayor eclosión en el denominado Modelo Barcelona de fama internacional. Ahora bien, el surgimiento de este modelo de intervención urbanística no fue un hecho aislado, sino que participaba del fenómeno de redefinición de las ciudades occidentales después de los efectos de la desindustrialización.²² Las dinámicas generadas por un urbanismo cada vez más globalizado se concretaron básicamente en dos corrientes, la reconstrucción de la ciudad europea —con la atención puesta en su patrimonio y en el espacio público—, y el protagonismo adquirido por la promoción y el márketing de las ciudades en un marco de competitividad global.

Estas dos corrientes se han identificado en el caso de Barcelona asociadas a una primera etapa calificada de urbanismo cualitativo y una segunda etapa a partir de la obtención de la candidatura olímpica en 1986, con un urbanismo estratégico de grandes proyectos y la aportación de capitales privados de origen internacional. Habría, incluso, una tercera etapa, que sería la de la ciudad como destino turístico global que compite en la atracción de flujos de capitales y de nuevos habitantes de rentas altas en un mercado global.²³

En este contexto, la aparición del nuevo relato visual coincide claramente con la primera etapa aludida y se perpetúa más allá de los Juegos Olímpicos del 92. Para llevarla a cabo, buena parte de los artistas e ilustradores que procedían de los ambientes del cómic *underground* y de la creación contracultural de los años setenta fueron convocados por el gobierno municipal para formalizar la regeneración del retrato de Barcelona. Los artistas fueron elevados al rango de legítimos descubridores de la fotogenia de la ciudad a sus habitantes como argumento indiscutible de su atractivo. En el prólogo de la carpeta *Barcelona Més que mai. Carrers*, de 1986 se decía que,

“...la mirada de l’artista ens mostra, en definitiva, la bellesa de la ciutat. Una bellesa que els barcelonins ens esperona a fer-la —a procrear-la— més viva, agradable i nostra (...). A enamorar-nos en diària, cívicament”²⁴

La celebración de los nuevos espacios públicos, la apropiación de la calle por parte de los ciudadanos, la importancia otorgada a fiestas populares impulsadas por el propio

²⁰ Julià Guillamon, *La ciutat interrompuda* (Barcelona: Editorial Anagrama, 2019), 154.

²¹ Oriol Bohigas, *Reconstrucció de Barcelona* (Barcelona, Edicions 62, 1985), 25-31.

²² F.J., Monclús, “El Modelo Barcelona, ¿Una fórmula original? De la Reconstrucción a los proyectos urbanos estratégicos”, *Perspectivas Urbanas/Urban Perspectives*, 3 (ETSAV-UPC, 2003): 1-2.

²³ N. Benach, R. Tello, “En los intersticios de la renovación. Estrategias de transformación del espacio y flujos de población en Barcelona”, *Revista de Geografía*, 3 (2004): 94-6.

²⁴ *Barcelona Més que mai. Carrers. Obra gràfica de Pere Joan, Javier de Juan, Mariscal, Max, Fernando Vicente* (Barcelona: Mamagraf i Ajuntament de Barcelona. 1986)

Ayuntamiento fue objeto de un consistente despliegue iconográfico en forma de carteles, programas, folletos, etc., que incidieron positivamente en el compromiso emocional con la ciudad. Fue en los programas de la Mercè de 1984 y de 1986 —la fiesta mayor de Barcelona— que Javier Mariscal crea un *skyline* reconocible de la ciudad recortando la parte superior del desplegable informativo de la fiesta e incluye, también, su Abecedario ilustrado con un diseño explícito y de inmediatez gráfica que pasó a formar parte del diseño Barcelona con reconocimiento internacional.

Mariscal, reconocido como el artista oficial y el más prolífico, juntamente con otros creadores gráficos de aquel momento se erigieron en los proveedores de imágenes de una Barcelona que destilaba patriotismo cívico. Se inventaron una iconografía urbana síntesis de la ilustración y del cómic alternativo de los setenta, de la pintura y de la denominada civilización del diseño que empezaba a popularizarse.²⁵ Entre estos creadores cabe citar a Montesol, uno de los mejores cronistas de la modernidad de aquellos años —con su captación de los escenarios del ocio nocturno—, a Peret y su lectura constructivista de la ciudad, y a tantos otros artistas como Flavio Morais, Philip Stanton, Max, que describían con un estallido cromático su visión personal de la topografía urbana.

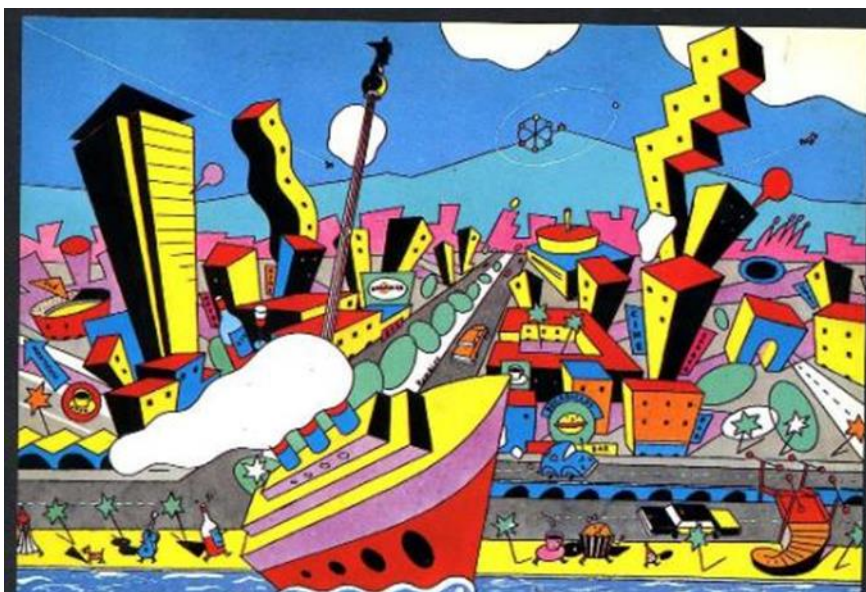


Fig. 5: Flavio Morais, Barcelona Boogie Woogie. Edición de postales hechas por la Revista Star. 1987 (colección particular)

Sus producciones tuvieron el mérito de hacer inteligible la espacialidad compleja de la ciudad a través de la selección de sus contenidos más expresivos que se ordenaba en una estructura de ejes viarios, edificios tomados como hitos, nodos, barrios y límites.²⁶ Una imagen vigorosa y subjetiva, tomada desde múltiples puntos de vista que aunaba la vista, el plano y el *skyline* en perspectiva, fruto de un proceso de trabajo basado en los

²⁵ Llàtzer Moix, *Mariscal* (Barcelona: Editorial Anagrama, 1992), 195-197.

²⁶ Kevin Lynch, *La imagen de la ciudad* (Barcelona: Gustavo Gili, 1984), 61-99.

apuntes del natural y de la observación desde los terrados, con el encaje necesario que proporcionaban los planos.²⁷ En resumen, diagramas simbólicos surgidos de la interpretación individual de los artistas y aceptados por la colectividad, es decir, un patrimonio indiscutible de la ciudad que todavía sigue vigente en la iconografía urbana actual.

La eficacia de esta identidad gráfica amable y consensuada alcanzó su momento álgido durante los Juegos Olímpicos de 1992. Pero la progresión de la ciudad en su conversión hacia un espacio de consumo del turismo global tuvo su correspondencia en la búsqueda de nuevas identidades visuales que conectaran con imágenes de promoción y de marca, en sintonía con el movimiento general del *Branding Places*, el cual ha ido acompañado de políticas de intervención sobre la ciudad desvinculadas en muchos casos de las prioridades de sus habitantes. Como afirma Stephen V. Ward, sus efectos se miden en la depredación de la renovación urbana de los lugares;²⁸ en el caso de Barcelona, en la sustitución del contenido original del Modelo que se había basado en la reconstrucción a través de un recorrido que conduce a la Marca y, finalmente, a la “urbanización” .²⁹

Epílogo: una ciudad turística en tiempos difíciles

La ciudad de la Marca Barcelona, la de Gaudí, la de la gastronomía mediterránea, la mejor tienda del mundo, la de las playas y del ocio nocturno, la Barcelona oculta, es decir, todos los eslóganes que han proliferado durante los últimos años de consolidación de la ciudad como una de las destinos turísticos mundiales, han aumentado exponencialmente la producción de imágenes, muchas de ellas construcciones gráficas muy vistosas ligadas a estrategias de clara intencionalidad comercial. La multiplicación y la diversificación son las características más notables de unos productos que interpretan la ciudad tematizándola y que pueden obtenerse en innumerables puntos de atracción turística. Los denominados *trend maps* que localizan lo último en diseño, moda, arte y gastronomía son un ejemplo explícito de la transmisión de mensajes comerciales, pero también lo son la proliferación de imágenes logo, a menudo con un abuso del *skyline* simplificado a una alineación de los monumentos más reconocibles. No hay duda de que, en términos generales, el fenómeno de brandificación de la ciudad ha rebajado el nivel de creatividad artística comparado con el período anterior y, sobre todo, ha provocado un alejamiento del sentimiento de apropiación ciudadana. Campañas municipales como fue la de *BCN Inspira*, de 2014, encargada a una agencia publicitaria se soportan en un mensaje retórico procedente de una lectura de la ciudad de éxito que vende su atractivo dentro de una red de ciudades con atractivo global.

²⁷ Carles Prats, “La imatge recuperada. Visions pop de Barcelona entre l’underground i la postmodernitat”, *Retrat de Barcelona, vol II* (CCCB, Ajuntament de Barcelona, 1995): 115.

²⁸ S.V. Ward, “Cities are fun! Inventing and Spreading the Baltimore Model of Cultural Urbanism”, Guàrdia, M., Monclús, F.J., *Culture, Urbanism and Planning* (London: Routledge, 2006): 284-5.

²⁹ Francesc Muñoz, *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales* (Barcelona: Gustavo Gili) 2008, 150.

En contraposición, durante los últimos años —y de forma más intensa a partir de la crisis de 2008— han proliferado imágenes a la contra que se han erigido, una vez más, en alternativa al relato visual oficial. Ante el discurso omnipresente de la ciudad turística, estas imágenes son expresión de la reactivación de luchas sociales que, en un primer momento, se vincularon con el movimiento antiglobalización y su rechazo a la progresión del capitalismo neoliberal y, seguidamente, con los conflictos generados por los efectos de la crisis económica sobre sus habitantes —el carácter especulativo de la renovación urbana, el proceso de gentrificación, el difícil acceso a la vivienda, etc.— articulados en torno al movimiento del 15-M del 2011. Sus promotores siguen siendo entidades vecinales, pero también nuevas formas de organizaciones sociales que incluyen espacios de autogestión y cooperativismo; su oposición a ciertas políticas urbanas y a la presión de grupos económicos que actúan al margen de la ciudadanía se hace efectiva a través de mensajes visuales a menudo muy contundentes. La producción incluye desde trabajos gráficos *ad hoc* a documentos audiovisuales y que a menudo se complementan con literatura de denuncia. Como se ha afirmado, es el síntoma de la desconfianza de la sociedad civil ante el modelo de la ciudad extravertida y *terciarizada* así como de la demanda de un debate abierto sobre el modelo urbanístico³⁰. (Fig. 6)



Fig.6: salvemCiutat Vella: no al Pla d'abUsos. Xarxa Ciutat Vella, 2013

El análisis de toda esta iconografía combativa surgida en los últimos tiempos es una tarea pendiente que requiere todavía de una primera fase de documentación e identificación. Su interés reside en la diversidad de actores que participan y en la heterogeneidad de sus propuestas que se edifican sobre la frescura de los procesos gráficos y en la inmediatez de muchas de sus producciones. Existen aspectos comunes que deben resaltarse como es la presencia de una generación de diseñadores jóvenes involucrados en el objetivo de crear eslóganes para identidades urbanas alternativas al

³⁰ Jorge Ribalta, *Paradigmas fotográficos en Barcelona, 1860-2004* (Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona, 2009), 70-77.

discurso de la ciudad oficial y que tienen por lema la reapropiación de la ciudad. A su vez, cuestionan el valor de los iconos urbanos más famosos y del *skyline* consensuado de Barcelona a partir de su uso intencionadamente descontextualizado y vinculado a nuevos contenidos. En todo caso, demuestra la necesaria vitalidad de la construcción de la imagen urbana en su misión histórica de expresar visualmente la complejidad de los combates por la ciudad y, en consecuencia, la capacidad de generar nuevos imaginarios a través de la comunicación gráfica.



Fig. 7: Barcelona, ciudad blindada durante el meeting de BCE. Pau Badia. Publicado el 3 de mayo de 2012 en la plataforma The Cartoon Movement. There is more than one truth.
<http://www.cartoonmovement.com/cartoon/6256>

Bibliografía

- Barcelona Més que mai. Carrers. Obra gràfica de Pere Joan, Javier de Juan, Mariscal, Max, Fernando Vicente.* Barcelona: Mamagraf i Ajuntament de Barcelona, 1986.
- Benach, Núria, Tello, Rosa. “En los intersticios de la renovación. Estrategias de transformación del espacio y flujos de población en Barcelona”. *Revista de Geografía*, 3 (2004): 93-113. (consultado el 6-4-2020)
- <https://www.raco.cat/index.php/RevistaGeografia/article/view/46143>
- Bohigas, Oriol. *Barcelona entre el Pla Cerdà i el barraquisme.* Barcelona: Edicions 62, 1963.
- Bohigas, Oriol. *Reconstrucció de Barcelona.* Barcelona: Edicions 62, 1985.

- Corboz, André. “Petita tipologia de la imatge urbana”. Garcia Espuche, Albert, Navas, Teresa. *Retrat de Barcelona*, vol. I. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Ajuntament de Barcelona (1995): 21-40.
- Dent Coad, Emma. *Javier Mariscal. Diseñador*. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.
- Dobraszczyk, Paul. City Reading: The Design and Use of Nineteenth-Century London Guidebooks”. *Journal of Design History*, 25 (2) (2012):123-44.
- Dopico, Pablo. *El cómic underground español, 1970-1980*. Cátedra: Madrid, 2005.
- Guillamon, Julià. *La ciutat interrompuda*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2019.
- Josep M. Huertas Claveria i els Barris de Barcelona. *Antologia de reportatges (1964-1975)*. Barcelona: Federació d'Associacions de Veïns i Veïnes de Barcelona. Editorial Mediterrània, 2013.
- Lynch, Kevin. *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1984.
- Mallart, Lucila. “Illustrated Media, The Built Environment and Identity Politics in Fin-de-siècle Catalonia: Printing Images, Making the Nation”. *Cultural History* 4.2 (2015): 113-135.
- Moix, Llàtzer. *Mariscal*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1992.
- Monclús, F.J. “El Modelo Barcelona, ¿Una fórmula original? De la Reconstrucción a los proyectos urbanos estratégicos”. *Perspectivas Urbanas/Urban Perspectives*, 3 (Barcelona: ETSAV-UPC, 2003): 1-13.
- Montaner, J. M., Muixi, Z., Alvarez, F. *Arxiu crític model Barcelona, 1973-2004*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2012.
- Muñoz, Francesc. *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- Narotzky, Viviana. *La Barcelona del diseño*. Barcelona: Edicions de Belloch, S.L., Santa & Cole: Barcelona, 2007.
- Navas, Teresa. “Visions de la ciutat moderna”. Garcia Espuche, Albert, Navas, Teresa. *Retrat de Barcelona*, vol. II. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Ajuntament de Barcelona (1995): 48-51.
- Navas, Teresa. “Representar la capital. Cartografia monumental i turística de Barcelona, 1914-2015”. Grau, R., Montaner, C., *Mapes i control del territori a Barcelona. Vuit estudis*. Barcelona: ICGC i Ajuntament de Barcelona (2016): 169-187.
- Nualart, Jaime. “Concepto de Ciudad”. *Cuadernos de Arquitectura y Urbanismo*, 60. (1965): 13-16.
- Picon, Antoine. “De la ruine à la rouille. Les paysages de l’angoisse”. *Marnes, documents d’architecture*, 1 (2010): 343-356.

- Pinon, Pierre, Le Boudec, Bertrand. *Les Plans de Paris. Histoire d'une capitale*. Paris: Atelier parisienne d'urbanisme, Bibliothèque Nationale de France, Le Passage, 2004.
- Prats, Carles. "La imatge recuperada. Visions pop de Barcelona entre l'underground i la postmodernitat". Garcia Espuche, Albert, Navas, Teresa. *Retrat de Barcelona*, vol. II. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Ajuntament de Barcelona (1995):107-119.
- Ribalta, Jorge. *Paradigmas fotográficos en Barcelona, 1860-2004. Quaderns del Seminari d'Història de Barcelona*, 22. Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona. Ajuntament de Barcelona, 2009.
- Roca i Albert, Joan. "Estratègies d'inserció i interconnexió de Barcelona com a metròpoli moderna". Grau, R. *Presència i lligams territorials de Barcelona. Vint segles de vida urbana*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona (2012): 277-322.
- Torres i Capell, Manuel. "L'estructura urbana de Barcelona. De les annexions a la fi de la guerra civil". *Història de Barcelona. El segle XX*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana (1995): 31-70.
- Universal Còmics. "Star 02": <https://www.universal-comics.com/comic-usa/63131-star-02.html> (consultado el 12-4-2020)
- Ward, Stephen, V. *Selling Places. Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850-2000*. London: Routledge, 1998.
- Ward, Stephen, V. "Cities are fun! Inventing and Spreading the Baltimore Model of Cultural Urbanism". Guàrdia, M., Monclús, F.J. *Culture, Urbanism and Planning* (London: Routledge, 2006): 271-5.



Nota Biogràfica:

Teresa Navas Ferrer (Barcelona, 1961). Licenciada en Historia del Arte (1987) y Doctora en Geografía (2012) por la Universitat de Barcelona, con la tesis "Planificació, Construcció i Mobilitat: la modernització de la xarxa viària a la regió de Barcelona. 1761-1969". Profesora asociada de Historia de la Arquitectura y la Construcción en el Departamento de Teoría e Historia de la Arquitectura (THATC) y profesora del Máster de Restauración de Monumentos (MRM). Su investigación se ha centrado en historia urbana y de las infraestructuras en Barcelona y su Área Metropolitana, en iconografía urbana, en historia de las obras públicas y en gestión del Patrimonio Cultural.