

[Menú principal](#)

EL BARRIO GÓTICO DE BARCELONA. DE SÍMBOLO NACIONAL A PARQUE TEMÁTICO

Agustín Cocola Gant
 Universidad de Barcelona
acogant@gmail.com

Recibido: 16 de diciembre de 2010. Devuelto para revisión: 11 de mayo de 2011. Aceptado: 9 de junio de 2011.

El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático (Resumen)

El Barrio Gótico de Barcelona fue construido en las décadas centrales del siglo XX. De hecho, su nombre también es una creación moderna, ya que tradicionalmente el espacio era conocido como barrio de la Catedral. Aunque en teoría los monumentos históricos nos remiten a épocas pasadas, en muchos casos han sido fabricados recientemente. La medievalización del centro histórico de Barcelona transformó físicamente el barrio institucional de la ciudad, dotándolo de nuevos significados simbólicos y de una apariencia antigua que hasta entonces no poseía.

Pero si en un principio la monumentalización de la ciudad histórica fue un proyecto de la burguesía local con el fin de exhibir la arquitectura nacional catalana, en la práctica las obras sólo pudieron justificarse por los ingresos que generaría el nuevo turismo urbano, el cual gusta de contemplar edificios de apariencia antiguos, sean o no originales. Por lo tanto, el texto analiza el uso político del pasado y su posterior conversión en una mercancía cualquiera, enmarcando el análisis dentro del llamado «marketing urbano», cuyo objetivo es crear marcas con las ciudades para posicionarse en el mercado internacional que compete por la atracción de inversiones y turistas.

Palabras clave: nacionalismo, turismo, patrimonio, marketing urbano.

The Barcelona Gothic Quarter. From national symbol to theme park (Abstract)

The Barcelona Gothic Quarter was built in the twentieth century. Although theoretically, the historic monuments reference past epochs, in many cases they were constructed recently. The beginning of the monumentalisation of the historic city was a local bourgeoisie project to promote national Catalan architecture, but the redevelopment was self-financing from increased income generated from urban tourism with its appreciation of buildings with an ancient appearance, irrespective of whether they are original. This article analyses the political use of the past and its subsequent commoditisation alongside city marketing, whose aim is to create a distinctive brand for the city in the international tourism market so that it successfully competes for tourism and inward investment.

Key words: nationalism, tourism, heritage, city marketing.

La puesta en valor o recuperación del pasado monumental que se inició con la Revolución Francesa ha pasado por dos fases. Una etapa inicial en la que los nacionalismos o los estados nacionales comenzaron a reeditar la historia en busca de pruebas para ser legitimados en el presente, y una segunda etapa en la que dicha historia fue exhibida como medida de promoción urbana y para alentar el consumo turístico. Esta evolución, que caracteriza el paso de la modernidad a la posmodernidad, o de una sociedad industrial a la actual de servicios, ha sido común en todo Occidente, aunque no se haya producido contemporáneamente en todos los casos. El monumento, por lo tanto, ha pasado de ser un elemento clave en la construcción de la identidad nacional a constituir una ventaja competitiva en el mercado internacional de ciudades [1].

El Barrio Gótico de Barcelona fue construido en las décadas centrales del siglo XX. De hecho, su nombre también es una creación moderna, ya que tradicionalmente el espacio era conocido como barrio de la Catedral. Aunque en teoría los monumentos históricos nos remiten a épocas pasadas, en muchos casos han sido fabricados recientemente, tanto en su forma como en su función social. La medievalización del centro histórico de Barcelona transformó físicamente el barrio institucional de la ciudad, dotándolo de nuevos significados simbólicos y de una apariencia antigua que hasta entonces no poseía. Si desde mediados del siglo XIX Barcelona comenzó a adaptarse a las necesidades del nuevo sistema productivo, su transformación no sólo afectó a la nueva ciudad extramuros que proyectaría Cerdà, sino que al mismo tiempo iniciaría la modificación del viejo núcleo que hasta 1854 había estado amurallado, y que pocos años más tarde comenzaría a ser llamado «ciutat vella». La burguesía industrial, ante la necesidad de circulación, control e higiene destruiría el trazado urbano medieval y todos los edificios históricos que allí se encontraban, pero ante la necesidad de signos de identificación colectiva comenzaría a planificar la exhibición de su propia historia. Este proceso se inició con la construcción de la fachada de la Catedral entre 1887 y 1912, y concluiría con la monumentalización historicista de todo el barrio que la rodea, aproximadamente entre 1927 y 1970.

La historia, o en este caso su celebración en monumentos, puede cambiar constantemente. Si los hechos del pasado en cuanto tales no pueden ser modificados, sin embargo sí que puede variar el conocimiento que tenemos sobre ellos. Y en este sentido, se parte de la base de que el conocimiento es una construcción humana, lo que supone que existen condiciones sociales que influyen en su producción. Esta sociología del conocimiento [2] toma de Marx la idea de que el ser humano es un ser social y como tal, los productos de su conciencia dependen de su actividad, entendida ésta como el lugar que ocupa dentro de la relación social. Este hecho implica que la historia, y por extensión el patrimonio, no existe en la naturaleza, sino que es una selección consciente que tiende a rescatar del pasado acontecimientos, personajes o épocas que interesa celebrar en el presente en función de algún interés, mientras que olvida todo aquello que no confirme el argumento conmemorado.

Sin embargo, una característica inherente a toda producción de conocimiento es que éste siempre se presenta como una verdad objetiva, validada por el indiscutible método científico. Este objetivismo idealista ordena el mundo separado del contexto social en el que se genera, reduciendo el conocimiento a un registro descriptivo, y considerando al objeto como una realidad ya constituida fuera de la historia. En cambio, la historia no puede ser reducida a un proceso sin sujeto, ya que el conocimiento no se registra pasivamente, sino que siempre se produce en función de algún punto de vista. Si el hecho objetivo y la verdad sólo puede ser una, las múltiples versiones del pasado solamente se entienden como consecuencia de la interpretación y del uso que de la historia se hace en el presente. Hasta las revoluciones burguesas, la Edad Media era considerada una época sin ningún interés, y por lo tanto, tanto el estudio de su arquitectura así como su conservación no eran tenidas en cuenta. Más bien al contrario, en muchos casos los edificios góticos fueron sustituidos por nuevas construcciones hasta principios del siglo XIX. Por lo tanto, es necesario analizar qué intereses motivaron este cambio de valoración y quienes tuvieron dicho interés. El conocimiento histórico que hoy transmitimos no puede ser descrito como un hecho natural, sino que se debe explicar cuándo y por qué fue producido, así como advertir su rendimiento político y quien hace uso de él.

Por consiguiente, en este estudio se asume el concepto de «invención de la tradición» [3]. Una tradición inventada es una nueva práctica social expresada en símbolos, con una fecha de nacimiento reciente, pero que reivindica un origen legendario, y que intenta demostrar una continuidad desde dicho origen hasta la actualidad. Más allá de su apariencia antigua, no han nacido en las llamadas sociedades tradicionales, sino que son parte integrante de la sociedad contemporánea. Normalmente, cuando aparece un nuevo poder o élite social debe legitimarse para ser aceptado. En este caso nos referiremos a la burguesía en cuanto clase social que toma el poder político con la Revolución Francesa. A pesar de que la Revolución supuso una interrupción y una ruptura con la sociedad anterior, su legitimación pasaba por demostrar la existencia y la importancia de la burguesía desde un pasado remoto, así como una continuidad desde dicho origen hasta el presente. La tradición legitima la autoridad porque al proceder de un tiempo inmemorial que el ser humano no puede controlar, se presenta como una realidad ya constituida fuera de cualquier tiempo histórico —siempre ha sido así— y por lo tanto, se percibe como un hecho objetivo y natural.

En el contexto de las revoluciones burguesas, la continuidad que se intentaría demostrar no se presentaba como la de una clase social, sino como la voluntad general del pueblo, llamado a partir de entonces «nación». La burguesía organizó al Estado moderno en estados nacionales, en nuevas «comunidades imaginadas» [4] que

sobrepasaban la dimensión de las tradicionales comunidades rurales. La nación, para ser asumida como algo compartido, necesitaba nuevas identificaciones colectivas. La comunidad imaginada asumiría una cultura común, expresada en símbolos como las banderas y los himnos nacionales, pero también en una lengua única, en canciones, bailes, folklore y monumentos. Y es aquí donde aparece la invención de la tradición, momento en que a cada uno de los objetos del pasado seleccionado se le añaden significados simbólicos. La invención de la tradición implica manipular conscientemente los productos culturales, ya que como conformadores de una determinada identidad de grupo, ayuda al poder a mantener la cohesión social [5].

En el Estado español, la visión constructivista de la realidad social ha sido aplicada al patrimonio generalmente desde el ámbito de la antropología [6]. Pero la historia del arte generalmente ha obviado que muchos edificios medievales fueron rescatados de las ruinas por los movimientos nacionalistas, y se estudian como si hubiese existido una continuidad estilística desde su origen hasta la actualidad, cuando precisamente si "existe una referencia a un determinado pasado histórico, es característico de las tradiciones inventadas el hecho de que la continuidad sea en gran medida ficticia" [7]. En Cataluña, el movimiento de la *Renixença* motivó la investigación sobre las costumbres y la historia desde el origen legendario de la nación catalana, y cuando la burguesía local tomó el poder político, todas estas tradiciones reformuladas fueron elevadas al grado de cultura nacional. Este proceso afectó también a la arquitectura medieval, y al modo en que ésta fue reconstruida.

Sin embargo, en el capitalismo la reescritura de la historia, o en este caso la exhibición de la historia monumental, va acompañada de otro incentivo: la posibilidad de convertir al pasado en una mercancía. Motivada por la trayectoria del turismo, la industria del monumento sustituye a la celebración tradicional de la historia, y su habitual función política ha sido absorbida por las leyes del mercado. Este fenómeno constituye una de las características de la ciudad-empresa, en donde la necesidad de atraer inversiones y flujos de capital obliga a las ciudades a construir una seductora imagen de marca. El monumento, además de generar vínculos de pertenencia, por su antigüedad conforma espacios pintorescos que atraen el consumo turístico. Pero si la representación de la historia toma al monumento como a una mercancía cualquiera, al responder a la ética y a la estética del mercado, la antigüedad del producto también puede ser recreada, intensificada o directamente inventada. Si el turismo comenzó a desarrollarse visitando espacios atractivos, también los espacios pueden ser creados expresamente para que sean visitados. La atracción que provoca el monumento antiguo dio lugar a que si en un principio sólo se tuvieron en cuenta los objetos del pasado que podían simbolizar a la nación, posteriormente se recuperaron todos aquellos elementos o edificios capaces de promocionar un lugar determinado. Aunque la tradición inventada otorga significados simbólicos a los objetos que conmemora, dicho significado puede cambiar constantemente, de modo que cuando el pasado deviene sólo mercancía, pierde por completo su función semántica para convertirse en un simple rincón pintoresco [8].

En Barcelona, el ascenso de la burguesía catalanista al poder político en 1902 incluía convertir a la capital en una moderna ciudad europea, y la reforma urbanística fue uno de los instrumentos para conseguirlo. Los poderes locales se propusieron transformar una ciudad provinciana, insalubre, mal comunicada y con un fuerte movimiento obrero, en un espacio cosmopolita, ejemplo de higiene urbana, así como de paz social escenificada. En definitiva, el objetivo era atraer flujos de capital, localizando inversiones y turistas en la ciudad, y a principios del siglo XX esta necesidad fue planteada expresamente, cuando ya se consideraba a Barcelona como una «marca turística» y se hablaba de «competencia entre ciudades» [9]. Sin embargo, la promoción de la ciudad no sería posible con un centro histórico degradado, habitado por población marginal y sin ningún atractivo particular. Y de esta manera, junto con la reforma interior, la creación del Barrio Gótico —reconstruyendo edificios, trasladando otros y armonizando el entorno con construcciones neomedievales— comenzó a hacerse realidad cuando asumieron la necesidad de poseer una seductora imagen de marca. Aunque el concepto de «marca-ciudad» parezca propio de una más reciente sociedad de servicios, el marketing urbano existe desde que la burguesía domina la gestión política de la sociedad, y en Barcelona los fundamentos de este tipo de gestión urbana influyeron directamente en la monumentalización del centro histórico [10].

En la actualidad, centenares de turistas recorren cada día el Barrio Gótico de Barcelona. Si está comprobado que "la verdad histórica es secundaria en el éxito de la tradición inventada" [11], también lo es en el éxito del consumo turístico. Desde MacCannell, los estudios clásicos han apuntado que el turista solicita experiencias auténticas, lo que no significa que los restos del pasado que visite deban ser los «originales». La autenticidad no se refiere al documento histórico, sino que se limita a un momento ocioso placentero, a una experiencia. "La experiencia pura, que no deja rastro material, se está fabricando y vendiendo como artículo de consumo" [12]. Las copias de monumentos a escala original se multiplican por todo el planeta, precisamente porque la autenticidad histórica de la materia no es un requisito para la diversión del visitante. La cultura del simulacro es percibida más perfecta que la propia realidad, y en la industria turística tiende a sustituirla. Urry ha explicado el proceso en el cual el turista necesita encontrar las imágenes estereotipadas que la industria le proporciona [13]. Más allá de la huella que pueda generar la propia experiencia vivida, el visitante prefiere la emoción de encontrar lo que ya espera ver, y en esta característica de la sociedad del espectáculo radica el hecho de que el simulacro mejore la función de la propia realidad: el consumidor suele ser indiferente, sólo busca la evasión de su vida cotidiana. Desde el punto de vista de un historiador, este hecho exige explicar qué clase de monumentos son los que se exponen, buscando la sutil diferencia entre un centro histórico reconstruido y un parque temático, y con la tranquilidad de saber que por ello no dejarán de ser visitados.

La Revolución Francesa y la invención del monumento histórico

Con la Revolución Francesa se inaugura el proyecto moderno en el que aún vivimos. El paso del sistema feudal al capitalismo, de los privilegios que otorgaba la propiedad de la tierra a los que otorga el capital acumulado, transformó todas las características de la sociedad en el mundo occidental. El cambio de esta relación social se aseguraba legalmente con la formación del Estado constitucional y democrático que, al mismo tiempo, se definía como nacional. Sin embargo, aunque el concepto «nación» apareció por primera vez en el siglo XIX, era preciso demostrar su formación en el pasado, y presentarla en el presente como un hecho tan natural y permanente que incluso precedería a la propia historia. Con este objetivo el Estado hizo de la historia una práctica política y, en este contexto, apareció la expresión monumento histórico, así como todas las instituciones encargadas de gestionarlo.

En el antiguo régimen, la monarquía absoluta se justificaba por voluntad divina. En términos totales, la Iglesia era el mayor terrateniente de Europa, por lo que siempre se opuso a la eliminación del feudalismo. Para los revolucionarios, clero y monarquía constituían dos partes de una misma estructura que impedía su evolución. El hecho de que el poder se sustentase en la fe religiosa comenzó a ser criticado por los filósofos de la Ilustración, para los cuales la realidad debía ser racional y explicable empíricamente. Cuando la burguesía alcanzó el poder político, su legitimación pasaba por explicar coherentemente, por un lado, cómo habían llegado hasta allí y, por otro, por qué el resultado de esa evolución constituía un hecho natural y no un artificio. Adam Smith, en *La riqueza de las naciones*, intentaba probar de forma científica en 1776 no sólo que la existencia de una clase de propietarios que acumulaban el capital beneficiaba a todo el conjunto de la sociedad, sino que cuando los individuos se relacionaban libremente el orden social que de forma natural resultaba era el capitalismo. La razón indicaba que el libre intercambio de mercancías era la relación social más justa. En 1847 Marx comentaba estos argumentos:

los economistas tienen una singular manera de proceder. Para ellos sólo existen dos clases de instituciones: las del arte y las de la naturaleza. Las instituciones del feudalismo son instituciones artificiales; las de la burguesía son instituciones naturales. Se parecen en esto a los teólogos, los cuales, por su parte, establecen dos clases de religiones. Toda religión que no es la suya constituye una invención de los hombres, mientras que su propia religión resulta una emanación de Dios. Al decir que las relaciones actuales son naturales, los economistas dan a entender que éstas constituyen las relaciones mediante las cuales se crea la riqueza y se desarrollan las fuerzas productivas conforme a las leyes de la naturaleza. Así pues, estas relaciones son ellas mismas leyes naturales independientes de la influencia del tiempo. Son leyes eternas que deben regir siempre la sociedad. Por tanto, ha existido la historia, pero ya no la hay. [14]

Sin embargo, la principal característica del Estado nacional y moderno surgido tras la Revolución era, precisamente, su artificialidad, es decir, suponía un producto social nuevo. Como decíamos, para su legitimación también era necesario explicar cómo habían llegado hasta allí. Si la voluntad divina había dejado de ser un argumento válido, la manera racional de justificarlo consistió en buscar en el pasado los orígenes de este orden natural, con el fin de comprobar la existencia de una continuidad histórica que conectaba el nacimiento de la burguesía con el presente. A partir de los acontecimientos de 1830, que situaron definitivamente a la burguesía en el poder al apoyar ésta a la monarquía constitucional de Louis Philippe [15], la historia pasó a formar parte de la política del Estado. El historiador Guizot, liberal moderado y profesor de la Sorbonne desde 1812, fue nombrado primer ministro, y en 1832 ministro de instrucción pública. Desde su cargo, creó el enseñanza primario, y puso las bases para la aparición de la moderna investigación histórica, fundando las instituciones que se encargarían de llevarla a cabo alrededor de la estructura universitaria. Su labor consistió en reorganizar los archivos desde la época en que la monarquía empezó a ser sinónimo de Estado: "los archivos señoriales o reales se convertían en nacionales, cambiaban de función. Antes instrumentos de dominación, ahora pruebas de identidad colectiva" [16]. Para la nación, la posesión de archivos constituía una presunción de existencia. Sin memoria consultable, el Estado perdía eficacia, continuidad, legitimidad. El objetivo consistía en revelar los orígenes de las instituciones fundadas por la burguesía para presentarlas como la historia propia de la nación francesa. Como dicho origen se remontaba a la Edad Media debido al desarrollo de las ciudades y el comercio, la historia de la nación encontraría su época dorada entre los siglos X y XV, y el conocimiento histórico producido por la investigación que impulsaba Guizot, abarcaba principalmente este período de tiempo.

Sin embargo, la Edad Media representaba la época propiamente feudal, en la que la Iglesia y la aristocracia dominaban las relaciones sociales. Ante esta evidencia, el argumento fue demostrar la existencia de un poder paralelo que, establecido en las ciudades, desde la Edad Media había competido contra el feudalismo hasta su victoria en la Revolución. Y era necesario, sobre todo, exponer la continuidad histórica de dicho poder, que era presentado como el verdadero origen de la nación francesa, y gracias a las instituciones por él fundadas, —bancos, ayuntamientos, lonjas, universidades, etc.— la nación había sido capaz de desarrollarse y perfilarse en la vía del

progreso. Se trataba, pues, de seleccionar en el pasado las pruebas que confirmasen la permanente existencia del orden natural de la sociedad.

Debido a su teoría mayor racionalidad, la historia sustituía a la fe como fundamento ideológico, pero como reconocía Guizot, "el pasado cambia con el presente (...) [y] según su estado político y su grado de civilización, los pueblos consideran la historia bajo un aspecto u otro y buscan en ella tal o cual género de interés" [17]. Extrayendo del pasado su propia historia, recuperaban la Edad Media y cambiaban su significado. De esta manera, revelaban a la clase media la ancianidad de sus orígenes, y mostraban cómo su propia evolución se había convertido en la historia misma de la nación. En este sentido, debido a que los nuevos historiadores del Estado intentaban probar la existencia de la burguesía como clase social en oposición antagónica contra la aristocracia, llevó a Engels a afirmar que "los historiadores de la época de la restauración, de Thierry a Guizot, Magnét o Thiers, señalan, sobre todo, el hecho de la lucha de clases como la clave que permite comprender toda la historia de Francia desde la Edad Media" [18]. Una vez superada la lucha por medio de la Revolución, una vez alcanzado el proceso natural y lógico de la civilización, la lucha de clases finalizaba y, con ella, también llegaba el fin de la historia.

Sin embargo, en 1789 la valoración que se hacía de la Edad Media era completamente diversa. El pueblo llano, urbano y pobre de París y de otras ciudades, asociaban aquella época al poder de la aristocracia y de la Iglesia, culpables de su miseria. Como toda revolución violenta, no sólo se atacaron a las personas sobre las que recaía dicho poder, sino también a sus símbolos: iglesias y palacios fueron saqueados, quemados o destruidos, así como diversas imágenes públicas relacionadas con el feudalismo. El primer gobierno revolucionario creyó más conveniente expropiar todos estos bienes y subastarlos públicamente como forma de financiación. A partir de entonces, calificó de vándalos a los destructores de monumentos, inventando el término vandalismo en medio de una campaña pública para vaciar de contenido a los más violentos y para restituir el orden una vez alcanzado el poder.

En este contexto, en 1790 aparecía el concepto «monumento histórico» [19]. El término monumento proviene del griego «memoria», y de hecho el Diccionario de la Academia Francesa en 1694 lo definía como toda "marca pública dejada a la posteridad para conservar la memoria de alguna persona ilustre o de alguna acción célebre" [20]. Pero con el concepto monumento histórico apareció durante la Revolución pasó a significar toda aquella antigüedad capaz de fijar, ilustrar o precisar la historia nacional. Alois Riegl, aunque no mencionaba a la Revolución, en 1903 constató esta diferencia clasificando a los monumentos en intencionados y no intencionados. Los intencionados fueron creados expresamente para conmemorar, pero los no intencionados "que hoy se nos presentan como monumentos históricos, en general sólo pretendían satisfacer ciertas necesidades prácticas (...). La denominación de monumentos que a pesar de ello solemos dar a estas obras no puede tener un sentido objetivo, sino solamente subjetivo. Pues el carácter y significado de monumentos no corresponde a estas obras en virtud de su destino originario, sino que somos nosotros, sujetos modernos, quienes se lo atribuímos" [21]. En realidad, cualquier objeto del pasado puede ser convertido en monumento histórico aunque en el momento de su creación no cumpliera ninguna función conmemorativa. Es una selección en la que los objetos pierden el valor utilitario por el que fueron producidos y, en función de los nuevos significados añadidos, se convierten en símbolos. Este nuevo valor semántico adquirido se produce en el momento de la institucionalización del objeto, y su nuevo sentido dependerá del mensaje que se transmita durante este proceso. Por este motivo, la reapropiación de monumentos, ya sea restaurándolos o musealizando los, suele ir acompañada de campañas comunicativas en donde el acto conmemorativo adquiere más importancia que el objeto en sí. La Edad Media, en realidad, ahora significaba el origen glorioso de la nación, de aquel poder que pudo vencer la tiranía del feudalismo, y los restos materiales conservados ya no eran destruidos, sino venerados como adorados documentos.

En 1830 Guizot también creó el cargo de Inspector General de Monumentos Históricos. El primer inspector fue el historiador Vitet, cuya función consistía en realizar el "catálogo exacto y completo de los edificios o monumentos que merecen una atención seria por el gobierno" [22]. En 1837 el cargo de inspector se integró en una nueva institución creada por Guizot: la Comisión de Monumentos Históricos. Vitet había sido sustituido por Merimée en 1834, y desde la dirección de la Comisión, debería completar el catálogo existente. Pero al mismo tiempo, se encargaría de restaurar todos aquellos edificios que en la Revolución habían sido destruidos y que ahora eran considerados como monumentos históricos: edificios medievales, mayoritariamente góticos. La asimilación de un estilo artístico como parte de una ideología política también era admitida por los conservadores antiliberales. En el período de la Restauración del antiguo régimen (1815-1830), Quatremère de Quincy, Intendente General de los Monumentos Públicos, en 1816 sostenía que "no existe arte nacional medieval. El arte antiguo aparece en el Renacimiento" [23], mientras que Merimée comparaba a Francia en el siglo XIII con la Atenas de Pericles. El resultado fue que cada gobierno custodiaba los monumentos que probaban su continuidad histórica y, a partir de 1830, los edificios renacentistas o barrocos fueron desatendidos, interpretados como productos de la monarquía absoluta.

A finales del siglo XIX, Renan reconocía que, seleccionando en el pasado, la historia nacional olvidaba conscientemente épocas o acontecimientos que no ayudaban a explicarla, ya que como decía, "comprender la historia de manera errónea es crucial para una nación" [24]. Pero ya que la nación es radicalmente imaginada, y no puede ser experimentada como una percepción, debe hacerlo por medio de símbolos culturales, de los cuales el lenguaje es el más importante, aunque se complementa por medio de otros distintivos como los monumentos históricos. Sin embargo, aunque la historia sustituía a la fe dogmática como nueva justificación racional del grupo social en el poder, paradójicamente el patrimonio no es ni verificable ni incluso una versión plausible de nuestro pasado, sino que es una selección consciente, en donde se descartan y se niegan otras evidencias, pero al presentarse como real, como un hecho material y perceptible, lo aceptamos como el mito revelador del origen del país, como un símbolo de identidad colectiva. Es la perversión de la historia, y en donde la paradoja radica en que aunque se sepa que no es del todo cierto, como sucede con las religiones, eso no impide a creer en ellas.

Viollet-le-Duc. Historiador y restaurador de monumentos góticos

Eugène Viollet-le-Duc (1814-1879), arquitecto amigo de Guizot y de Merimée, desde 1840 fue el responsable de la restauración de todas las catedrales góticas que la Comisión de Monumentos había decidido reconstruir. Desde su cargo y sus publicaciones estableció las pautas sobre cómo se debería intervenir en los edificios medievales, método aceptado en el resto de Europa y con el que se llevó a cabo buena parte de las obras del Barrio Gótico.

La historia de la arquitectura francesa escrita por Viollet-le-Duc fue un fiel reflejo de la política oficial que el Estado hizo del pasado tras la Revolución de 1830. De hecho, en este sentido ha sido considerado como continuador y discípulo de Guizot. Para Viollet-le-Duc, la arquitectura propiamente francesa se desarrolló entre los siglos XI y XVI, es decir, era un arte medieval. De la concepción de la historia nacional impulsada por el Estado, asumió la lucha entre la burguesía y el feudalismo hasta la victoria en la Revolución y la aplicó al campo de la arquitectura.

En todos sus escritos Viollet asumía el conflicto explícito entre burguesía, personificada en la nación, y aristocracia, representada en el feudalismo. La catedral representaba el principal edificio de la arquitectura gótica, y Viollet encontró en su construcción una muestra del poder de las ciudades contra el sistema feudal. El gótico era un arte urbano, establecido en las ciudades que tenían órganos de autogobierno, espacios de libertad y de residencia del tercer estado, y la catedral había servido a la burguesía como centro de reunión, y desde donde reclamaban a la aristocracia su independencia jurídica. Sostenía que "a finales del siglo XII la erección de una catedral fue una necesidad porque constituyó una protesta brillante contra el feudalismo" [25]. Y añadía que pueden ser edificios religiosos, "pero son, sobre todo, edificios nacionales (...). Las catedrales de los siglos XII y XIII son el símbolo de la nacionalidad francesa, la primera y la más potente tentativa hacia la unidad" [26].

Viollet fue el encargado de restaurar las principales catedrales francesas, sobre todo, Notre Dame de París. Su método fue denominado «restauración en estilo», ya que consistía en recuperar el estilo original del edificio, pero eliminando todas sus etapas posteriores. En sus intervenciones reconstruía edificios góticos y, al mismo tiempo, borraba las huellas que la historia había dejado después de la Edad Media. Reconocía que el resultado sería un estado de la obra que nunca habría existido, pero este hecho no fue impedimento para que la administración pública, a través de la Comisión de Monumentos Históricos, lo nombrara responsable de las obras más representativas de la nación. Más bien al contrario, el método definido por Viollet, en tanto que eliminaba parte de la historia y presentaba a los edificios góticos en una forma acabada e inalterada, constituía un recurso con el que representar simbólicamente la continuidad histórica de la burguesía, ya que de esta manera podía probarse su existencia sin interrupciones desde la Edad Media hasta el presente, y justificar su victoria como la evolución natural de la nación. Por este motivo, la restauración en estilo fue asumida como herramienta por todas las naciones europeas declaradas tras el Romanticismo, que tomaron de Francia tanto el modelo institucional, Comisiones de Monumentos, como el ideológico. La paradoja se da en el hecho de que en la búsqueda del origen particular, de las raíces vernáculas que diferenciaban unas naciones de las otras y que eran asumidas como signos de identidad colectiva, prácticamente todas encontraron un único y mismo origen en la Edad Media, y alzaron al gótico a la categoría de estilo nacional. Era un resultado previsible si la historia de la nación era la historia de la burguesía.

En la recuperación que hizo el Estado francés de esa "Edad Media laica y democrática, donde la catedral se oponía al castillo" [27], Viollet también intervino en las catedrales de Reims, Amiens, Sens, Carcassonne y Clermont-Ferrand, así como en el castillo de Pierrefonds y la iglesia de Saint Sernin de Toulouse. Sin embargo, en una de sus últimas obras, la reconstrucción de la Cité de Carcassonne, estrenaba un tipo de uso de los monumentos que es el que actualmente predomina en todo el mundo. Si en la catedral de París la recuperación de la Edad Media legitimaba al Estado-nación, en Carcassonne una ciudad fortificada medieval serviría para potenciar el turismo en la zona. Cuando a finales del siglo XIX la construcción de la nacionalidad francesa se institucionalizaría con otros mecanismos, el patrimonio comenzaba a perder significado político para convertirse, cada vez más, en una mercancía cualquiera. Esta mutación conlleva una alteración del valor semántico del monumento, ya que según quien lo conmemore y en base a qué objetivos, el significado y la función social del patrimonio podrán cambiar continuamente.

En Carcassonne, fueron los comerciantes de la ciudad los mayores interesados en restaurar la Cité, y una vez finalizada la obra, desde finales del siglo XIX comenzaron a editar postales turísticas para promocionar la ciudadela y atraer visitantes, ingleses en su mayoría. Al mismo tiempo, desde entonces se creó todo un mercado de productos medievales inventados que eran presentados como recursos pintorescos. Pasteles, artesanía, vestidos, etc., configuraban los productos de las ferias medievales que se crearon, que desde 1908 fueron, además, amenizadas con representaciones teatrales en la calle, de estética y temática medieval, en donde la Cité constituía un perfecto decorado. En una zona en donde el desarrollo industrial fue limitado, el invento de la tradición se aplicó para potenciar el turismo, sector del que aún hoy vive la ciudad. Sin embargo, aunque la función de los monumentos cambiaba, la restauración en estilo continuaba siendo el método de intervención más acertado. Si la historia entraba a formar parte de lo consumible, y si el interés hacia la arquitectura del pasado consistía en poseer un ambiente pintoresco, no existía mejor solución que la construcción de un falso histórico. Desde entonces, y hasta la actualidad, existe una relación proporcional en la que si es el mercado quien gestiona una intervención, el monumento perderá autenticidad material, aunque ello no signifique que deje de ser visitado.

Esta tendencia hay que relacionarla con lo que Riegl en 1903 denominó valor de antigüedad. Más allá de los monumentos intencionados o no intencionados, existe una tercera categoría aparecida a lo largo del siglo XIX, la de «monumento antiguo». “El valor conmemorativo en este caso no forma parte de la obra en su original estado de génesis, sino de la idea de tiempo transcurrido desde su surgimiento, que se revela palpablemente en las huellas que éste ha dejado” [28]. No valora el significado del monumento, sino únicamente su apariencia antigua, distinguida por una mera impresión sensorial. Debido a que para su reconocimiento y disfrute no es necesario recurrir a ningún tipo de conocimiento, el valor de antigüedad “aspira a llegar no sólo a las personas cultivadas (...), sino también a las masas, a todas las personas sin distinción de su formación intelectual. En esta pretensión de validez general, que tiene en común con los valores del sentimiento religioso, se basa el profundo significado, de consecuencias no previsibles por ahora, de este nuevo valor conmemorativo de los monumentos” [29]. En estas líneas Riegl vislumbraba el incipiente turismo de masas y su fascinación por todo aquello que denote historia. Lo que no sabía era que el visitante disfrutaría aunque la antigüedad sea un añadido moderno. La experiencia demuestra que el falso histórico funciona, y la autenticidad del documento no está relacionada con el consumo del producto.

Nacionalismo y arquitectura medieval en Cataluña

La historia política del Estado español durante el siglo XIX fue una continua sucesión de gobiernos conservadores y progresistas hasta la definitiva implantación legal de las relaciones dominadas por el libre comercio. Los conservadores representaban mayoritariamente a los terratenientes, tenían el apoyo de la Iglesia y la monarquía, y aspiraban a mantener la estructura social heredada del antiguo régimen. Los progresistas representaban a la burguesía liberal enriquecida con la nueva sociedad industrial, y a su vez se dividían en moderados y radicales. Esta dualidad política no fue propia del Estado español, sino que fue similar en el resto de Europa, en donde también la burguesía moderada resultó victoriosa.

El mayor desarrollo industrial de Cataluña explica el hecho de que la política catalana estaba dominada por la facción progresista. Como evolución histórica, ya en el antiguo reino de Aragón la burguesía se desarrollaba junto al comercio marítimo, mientras que el reino de Castilla, sin comunicación portuaria, estaba dominado por la aristocracia. En general, esta división se mantuvo hasta el siglo XIX, en donde el poder centralizado en Madrid continuaba defendiendo los privilegios de los terratenientes, en contra de la evolución general que se producía en otras partes de Europa, y en contra de los intereses de la industrialización de Cataluña, iniciada en el siglo XVIII. En este sentido, desde la década de 1820 políticos catalanes comenzaron a desplazarse a las cortes madrileñas con el objetivo de reformar un estado aún agrario, hecho que se intensificó cuando se perdieron la mayoría de las colonias americanas, ya que éstas, en realidad, suponían el único mercado internacional donde se exportaban los productos manufacturados. Precisamente, en 1820 se produjo la primera revolución liberal en el Estado —exceptuando la invasión francesa— que dio lugar al trienio constitucional, y en la que participó el comerciante, escritor y economista catalán Aribau.

Afincado en Madrid desde 1826, Aribau ocupó varios cargos de la administración pública como economista, aunque en realidad es más conocido por su obra literaria. En 1833 escribió desde Madrid *Oda a la patria*, considerado el primer poema en catalán culto de la modernidad, y posteriormente nombrado como el momento inaugural del movimiento romántico en Cataluña: la *Renaixença*. El poema añoraba la tierra lejana, y al mismo tiempo, era un canto a la propia lengua catalana. Como sucedía contemporáneamente en Europa, el origen del nacionalismo se expresaba mediante la afirmación de una cultura particular y diversa. Estaba dominado por una élite intelectual y liberal en el que el movimiento literario o lingüístico constituyó el aspecto más notorio de la reivindicación de una identidad propia. Sobre el origen de la *Renaixença*, Borja de Riquer afirmaba que “la formació del sentiment nacional català va lligada, per tant, al desigual desenvolupament econòmic de Catalunya respecte als altres pobles del territori de l'Estat espanyol, i al fet que això no es reflectí en les relacions de poder dins del nou estat liberal burges” [30].

La *Renaixença*, como movimiento cultural, también buscó los orígenes históricos de la nación. El nacimiento de una administración propia se remontaba al siglo IX, cuando el territorio formaba parte de la llamada Marca Hispánica, un espacio de separación entre los árabes en la península ibérica y el imperio carolingio. El espacio estaba dominado por diferentes condados dependientes del rey franco. Sin embargo, ante una invasión musulmana, los carolingios no enviaron sus tropas y fue el origen de que los diferentes condados dejaran de responder a sus órdenes, ya que a partir de entonces comenzaron a defenderse por sí mismos. Cataluña, por lo tanto, nació en la Edad Media, y durante esta etapa se había expandido por el Mediterráneo, llegando a ser una potencia comercial entre los siglos XIII y XV. La historia demostraba que durante el período en el que Cataluña tuvo una administración propia, la legislación permitía el libre cambio, base de su crecimiento, y en oposición a las estructuras feudales del reino de Castilla. Por este motivo, la *Renaixença* también investigó sobre la historia del derecho en Cataluña, encontrando ejemplos legales que demostraban la continuidad histórica de sus aspiraciones, como ya lo habían hecho los liberales franceses.

La primera *Historia de Cataluña* fue escrita por Víctor Balaguer en 1860. Balaguer, político del partido progresista, periodista y escritor, en 1853 había publicado *Cuatro perlas de un collar. Historia tradicional y artística de todos los célebres monasterios catalanes: Santa María de Ripoll, Santa María de Poblet, Santas Cruces y San Cucufate del Vallés*. Todos estos monasterios habían sido fundados por los primeros condes catalanes y, de hecho, todos conservaban restos de sus sepulcros, es decir, eran considerados panteones reales. Pero también compartían dos características más: por un lado eran edificios que habían comenzado a construirse en estilo románico, y de aquí partía el hecho de elevarlo a la categoría de estilo nacional. Y por otro lado, en los períodos de agitación revolucionaria, como en 1820 y en 1835, los edificios habían sido saqueados y parcialmente destruidos, por lo que revalorizarlos implicaba un cambio sustancial en su significado, pasando de símbolos religiosos del antiguo régimen a símbolos que atestiguan la fundación de la nación.

El movimiento catalanista, buscando su pasado glorioso, fue el responsable de la preocupación por el patrimonio histórico-artístico en Cataluña. Una de las principales consecuencias fue la reconstrucción precisamente del monasterio de Ripoll, restaurado por Elies Rogent entre 1886 y 1893. El edificio era una completa ruina e incluso lo habían declarado cantera de materiales. De las partes conservadas resaltaba los restos de la cubierta del siglo XV, porque a pesar de que su origen se remontaba al siglo X, el edificio había sido ampliado y transformado posteriormente. Sin embargo, Rogent construyó una obra prácticamente nueva, pero siguiendo las formas ideales del estilo románico según el método establecido por Viollet-le-Duc. Como habían enseñado los revolucionarios franceses, tanto o más importante que la propia obra, era el significado simbólico que se le añadiría al objeto. Y por este motivo, las obras estuvieron acompañadas de continuas celebraciones al origen de la nación catalana, y desde aquel entonces Ripoll representa la mejor prueba de un pasado propio, inmutable e inalterado hasta la actualidad.

De esta manera, la reconstrucción de Santa María de Ripoll inauguraba en Cataluña la moderna fabricación de un monumento histórico, tanto en su función social como en la forma de transformar unos restos del pasado. Su uso simbólico es un ejemplo de tradición inventada, y hoy aún conserva el significado que la *Renaixença* le concedió. Y en cuanto a su forma, fue el paradigma local con el que constatar la validez de la restauración en estilo. Desde la Escuela de Arquitectura, Elies Rogent introducía las teorías de Viollet-le-Duc en Cataluña. La revalorización de los estilos medievales se oficializó con su enseñamiento, familiarizando a la futura generación de arquitectos con las formas y procedimientos del románico y del gótico catalán. De este hecho se derivó en gran parte la propia aparición del modernismo, pero también que esos mismos arquitectos fueran los encargados de intervenir sobre los edificios medievales que en el siglo XX se comenzaron a restaurar.

La «casa catalana» de Puig i Cadafalch. Entre política e historia

El nacionalismo, al cambiar el marco simbólico por el que los seres humanos interpretaban la realidad social —religión y monarquía absoluta— tuvo que dotarse de un nuevo sistema ideológico. Responder a la pregunta ¿quiénes somos? significaba definir cuáles eran los símbolos culturales que les daban sentido. Pero además, para que se interpreten como algo objetivo, dichos símbolos se presentaban como instituciones, es decir, como hechos repetidos a lo largo del tiempo. Demostrar su continuidad histórica favorecía que se experimenten como productos naturales separados de la actividad humana, ya que como el pasado ha transcurrido en un tiempo que no podemos controlar, la realidad heredada es percibida como un hecho que no podrá ser modificado.

Como había sucedido en Francia, producir la historia de la arquitectura significaba probar la existencia legendaria de la nación. En el desarrollo de esta tarea en Cataluña, Puig i Cadafalch no sólo fue de los más pioneros, sino que algunos aspectos de su concepción de la arquitectura medieval catalana siguen aún vigentes. Arquitecto, historiador del arte y político, su importancia radica en que las intervenciones realizadas en el Barrio Gótico durante el siglo XX se basaron en un modelo de arquitectura medieval prácticamente definido por él.

Su principal obra fue *L'arquitectura romànica a Catalunya*, aparecida en tres volúmenes entre 1909 y 1918, hecho por el cual el crítico Folch i Torres lo declaraba como el principal responsable en el estudio de la historia de la nación, es decir, "de l'obra de la reconstrucció de Catalunya, de la qual li correspon, certament, el títol de coautor" [31]. La obra fue el resultado de dos décadas de investigaciones, en donde su principal objetivo fue definir la arquitectura propiamente catalana, en oposición tanto a la francesa como a la castellana, como prueba de la existencia de nacionalidades diversas: "no tracto de fixar valor artístich a cap obra ni a cap estil arquitectònic (...) cerco solament fronteres de nacionalitats artístiques" [32].

Puig sintetizaba los rasgos básicos de la arquitectura medieval catalana, y encontraba sus causas en las condiciones naturales del territorio, de tal manera que sólo bajo dichas condiciones podrían crearse formas similares. Si las causas de un determinado tipo de arquitectura ya no son artificiales, sino que forman parte del mundo orgánico, y si existe una identificación entre arquitectura y nacionalidad, entre formas y comunidad imaginaria, la nación catalana deja de ser una construcción social moderna para convertirse en una realidad natural, genuina e invariable. Es precisamente la paradoja del nacionalismo remarcada por Hobsbawm, en la que aunque la principal característica de la nación es su modernidad, se presenta tan natural, primaria y permanente que llega incluso a anteceder a la historia [33].

De los edificios estudiados por Puig i Cadafalch, como síntesis de la nacionalidad catalana remarcaba la importancia de la casa urbana medieval. Según Puig sería la "obra arquitectònica que reflecta més be la manera d'esser del poble (...). La casa sempre es art nacional com sortit de la propia terra" [34]. Puig se refiere a un modelo tipificado en su artículo «La Casa Catalana», y que se caracteriza por un gran portal de medio punto en la planta baja, ventanas coronelles en la planta noble y el último piso se remata con una galería porticada y una torre en un ángulo (figura 1).

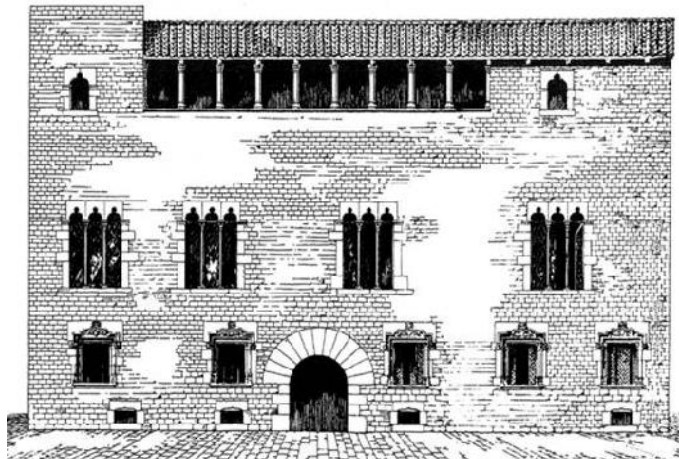


Figura 1. Modelo ideal de casa catalana.

Esta tipología fue también estudiada por Jeroni Martorell, a quien pertenece este dibujo (proyecto de restauración de la casa Padel·làs siguiendo el modelo ideal, 1924).
Fuente: Martorell, 1925.

Puig afirmaba que la casa catalana era una arte permanente, inmutable desde las primitivas formas románicas hasta las más esbeltas góticas, pero que su existencia había sido «interrumpida» desde el siglo XVI, es decir, desde la unificación de la corona de Aragón con la de Castilla. Reclamaba, por lo tanto, continuar con el proyecto histórico de la nación, y este hecho significaba recuperar el estado original de todos los restos de casas catalanas que existían, negando la evolución de la historia después de la Edad Media. Como habíamos visto en el caso francés, describir una cultura propia y demostrar su continuidad desde un pasado remoto hasta el presente es la principal prueba que toda nación alberga para justificar su existencia. Sin embargo, no debe tratarse de un pasado irrecuperable, sino que precisamente su «restauración» no hace más que demostrar la conservación de una cultura nunca interrumpida. De esta manera, el sistema ideológico de los movimientos nacionalistas, al intentar presentar la permanencia de sus símbolos, precisamente encubría su discontinuidad histórica. Justamente, qué hacer con los restos de este tipo de casas conservadas alrededor de la Catedral fue el debate planteado en ocasión de la reforma interior de la ciudad antigua.

La reforma interior de Barcelona y la idea del Barrio Gótico

La Revolución Industrial y las revoluciones burguesas del siglo XIX conllevaron que las principales ciudades occidentales, aún de trazado medieval, tuvieran que adaptarse a las nuevas necesidades productivas. Las viejas urbes irregulares y amuralladas no eran aptas ni para la rápida distribución de mercancías ni para la zonificación diferenciada entre clases. Además, la recalificación de los terrenos extramuros de rurales a urbanizables dio lugar al nacimiento de la moderna especulación inmobiliaria, alejando a la agricultura de los centros urbanos y convirtiendo a éstos en lugares de distribución y de consumo. Esta transformación de la ciudad feudal en espacios adaptados para el desarrollo del capitalismo propició la aparición de una herramienta básica para la consolidación de la vida moderna. La planificación urbana nació y, bajo el velo de la ciencia, por un lado ensanchaba poblaciones y, por otro, reformaba las ya existentes. En Barcelona, la pérdida de los mercados coloniales de 1898 obligó a la burguesía industrial a buscar otro tipo de sector en el que invertir con el fin de regenerar una débil economía, centrándose, a partir de ahora, en la construcción y en el mercado inmobiliario como nuevo motor social. Esta nueva situación se vio reforzada cuando la burguesía barcelonesa consiguió llegar al Ayuntamiento en 1902 por medio de sus representantes de la Lliga Regionalista, partido que ya en su programa electoral anunciaba la reforma como medio de estabilidad social, y en el que destacaba como concejal Josep Puig i Cadafalch.

En términos formales, la reforma interior consistió en higienizar los hoy llamados centros históricos mediante la planificación de grandes avenidas longitudinales, hecho que supuso la destrucción y el derribo de todo lo que se encontraba en medio de los dos puntos que unían la línea recta proyectada. Más conocida por el término de «hausmanización» debido al precedente parisino, la reforma interior mientras destruía la herencia de la ciudad histórica en nombre del progreso y la modernidad, al mismo tiempo, paradójicamente institucionalizaría el moderno sistema de conservación nacional de monumentos. Si por un lado, el valor de uso de la ciudad al adaptarla al nuevo sistema productivo prevalecía por encima de los edificios antiguos, por otro lado el nuevo valor alegórico y representativo que adquiría la capital se llevaba a cabo reinventando, entre otras cosas, los centros históricos. Prácticamente todos los casos de reforma interior fueron criticados por su desconsideración hacia los restos materiales del pasado, aunque al mismo tiempo, las ciudades aprovecharon estos procesos para recalificar sus espacios más emblemáticos, no sólo económicamente, sino dotándolos de nuevos significados simbólicos.

El 10 de marzo de 1908 comenzaron los derribos que dieron lugar a la construcción de la actual vía Layetana. Después de cinco años de demoliciones, una avenida longitudinal dividía en dos la totalidad del centro histórico. Como ha señalado Joan Ganau, no fue hasta la introducción de las ideas sobre el urbanismo conservacionista cuando aparecieron las primeras alternativas a la línea recta en favor de una intervención que respete los monumentos históricos, aunque en realidad hubo que esperar a que la destrucción haya sido real y palpable para que las críticas y las propuestas llegaran a plantearse [35].

Desde el comienzo de las obras, el ayuntamiento se guardaba el derecho de decidir si valía la pena conservar restos de construcciones históricas antes de ser destruidos. El sistema de conservación de monumentos establecía que la mejor opción para conservar un elemento determinado era su custodia y exhibición en un museo, y éste era el uso que se le daría a los fragmentos que no iban a ser demolidos. Sin embargo, ante la cantidad de piezas y materiales antiguos que se iban depositando en almacenes municipales, ya que incluso se desmontaron fachadas enteras, ya en 1908 el arquitecto Jeroni Martorell proponía que "prop de la Catedral podria reconstruirse tot això. Composar un conjunt que sisteti si l'art de la vella Barcelona" [36].

La idea de componer un conjunto con materiales antiguos en los alrededores de la catedral hay que relacionarlo con las propias obras de la fachada del edificio. En Barcelona, el frente de la catedral se había dejado incompleto desde el siglo XV, y como en otras ciudades europeas, durante el siglo XIX la burguesía propuso su finalización. Por un lado, representaba la necesidad de reapropiarse de los signos de identificación colectiva, ahora exhibidos como símbolos nacionales y, por otro, significaba embellecer la ciudad mediante la monumentalización de su principal elemento histórico, ofreciendo una imagen acorde con la importancia de la urbe y su riqueza. En este caso la decisión de cómo terminar la fachada provocó un largo debate «artístico» entre diferentes facciones de la propia burguesía. La disputa se cerró cuando Manuel Girona, banquero y político conservador, pagó la totalidad de la obra, realizada entre 1887 y 1912 (figura 2).

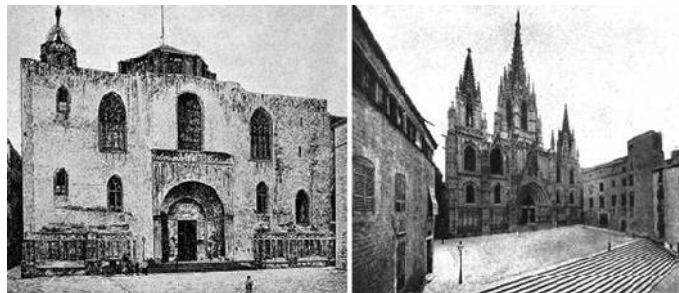


Figura 2. Fachada de la catedral a finales del siglo XIX y en 1913.
Fuente: Florensa i Ferrer, 1968.

En el debate surgió sobre la manera de adaptar la reforma interior a la conservación y puesta en valor de los elementos históricos, en 1911 el político Ramón Rucabado mantenía que en el barrio de la catedral, "hermosas e interesantes construcciones de época tienen a su lado vulgares y mezquinas edificaciones modernas sin valor ni interés alguno" [37], para lo cual proponía adoptar "la unificación de estilo en este recinto, formando entre las construcciones venerables (...) y las construcciones modernas rigurosamente sometidas al estilo y carácter de aquellas, un verdadero barrio gótico" [38]. Rucabado no hacía más que sintetizar lo que diferentes corporaciones artísticas, empresariales y políticas venían exigiendo desde el inicio de la reforma interior: eliminar las viviendas degradadas que abundaban en la zona más representativa de la ciudad y sustituirlas por construcciones neomedievales, utilizando para ello los materiales antiguos que en la reforma se estaban recogiendo. Al mismo tiempo proponía crear un recinto delimitado por puentes colgantes neogóticos, trasladar a esta zona las fachadas que se habían desmontado, así como eliminar las aceras, el tráfico y decorar el entorno por medio de una escenografía historicista. Años más tarde, de nuevo Jeroni Martorell proponía un ejemplo de este tipo de intervención, sustituyendo un conjunto de viviendas de alquiler junto a la catedral por un edificio que como él mismo había dicho, sintetice el arte de la antigua Barcelona (figura 3). Como se observa en la imagen, el resultado era una reproducción completa del modelo ideal de casa catalana que Puig i Cadafalch había definido. La idea de sustituir viviendas degradadas por un edificio de esas características no era la única vez que se planteaba, sino que el resto de propuestas que existían iban todas en la misma dirección. El Barrio Gótico, de esta manera, sería la posibilidad de demostrar la continuidad de una historia nunca interrumpida.

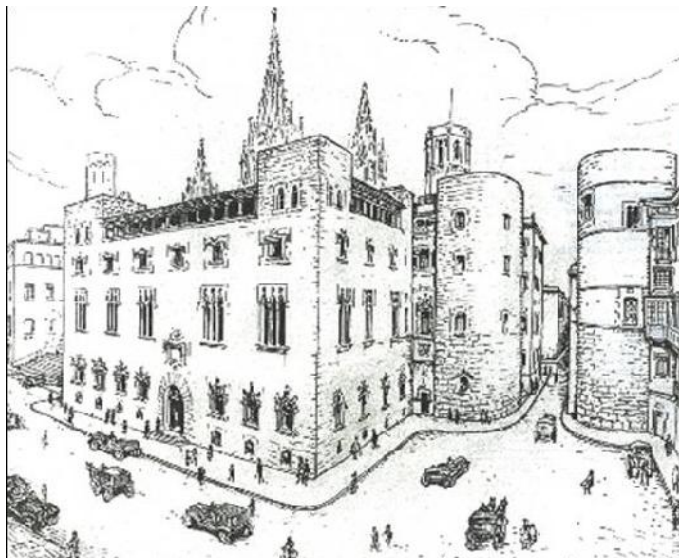


Figura 3. Propuesta de casa catalana construida con materiales recogidos con motivo de la reforma interior. J. Martorell, 1920.
Fuente: Martorell, 1920.

Sin embargo, al igual que sucedía en otras ciudades de Europa, la reforma interior se planteaba como la posibilidad de embellecer la ciudad por medio de la combinación de historia y progreso, de una vía en donde conviviera el pasado glorioso junto con los más modernos edificios, sedes bancarias y adelantos técnicos. En última instancia, sería la ocasión para colocar a la ciudad a la altura de una moderna capital europea. Cuando en noviembre de 1901 la Lliga Regionalista ganaba las elecciones en el Ayuntamiento de Barcelona, la burguesía catalanista comenzaba a gestionar una ciudad secundaria, aún semiagraria, sin proyección más allá del Estado español, y soñaba con convertirla en una capital mediterránea, segura de su capacidad para poder entrar definitivamente en la modernidad y para poder ser presentada como paradigma de progreso industrial y desarrollo. Estas aspiraciones no podrían entenderse sin una gran obra urbanizadora que fuera capaz de ordenar y sanear la ciudad antigua y, por otro lado, de regular el crecimiento suburbano de los pueblos agregados. Y en este sentido, Puig i Cadafalch decía: "¿qué haurà de ser la Barcelona del pervindre? Els somnis d'una capital inmensa en aquest recó del Mediterrani van acostarse a la realitat y cal preparar-se pera quan la hora arribi" [39]. Y en relación a la ciudad antigua aclaraba:

cal estudiar desde un punto de vista artístich la reforma de la ciutat antiga. No es possible avuy tirar a terra tot lo vell, sino que cal respectar tot lo vell artístich. Els carrers de Moncada y de Mercaders estan demanant convertir-se en carrers de Nuremberg o de Bruges o en una vía de Florencia; es precis fer lo que M. Buls ha fet a Bruselas, ab la Gran Plassa, no destruir, sino reedificar, retornar las cosas a sa primitiva bellesa. [40]

En ese sentido, en una época en donde el turismo urbano comenzaba a ser explotado en el resto de Europa, la justificación para este tipo de reconstrucciones resultaba explícita, y como Martorell señalaba, "lo que pudiera costar de más, si algo fuese, sería un capital que reeditaría interés crecidísimo; los turistas, los extranjeros, tendrían mayores motivos para venir a Barcelona a dejar su dinero" [41]. La burguesía catalana era consciente que el sueño de la capitalidad europea pasaba por la reforma

urbanística, por el control de la producción del espacio y por la transformación de dicho espacio en un elemento que sea capaz de agilizar la distribución y, al mismo tiempo, de impresionar al visitante. Sin embargo, para entender la influencia que tanto la reforma de la ciudad antigua como la industria turística ejercían sobre la modernización de la ciudad, es necesario analizar la gestión urbana desde un punto de vista más genérico. El sueño de la capital mediterránea aún no estaba completo.

Los orígenes de la marca Barcelona

En la actualidad existe un mercado internacional de ciudades que compiten unas con otras para atraer inversiones, ferias comerciales, turistas y nuevos residentes. En un Occidente cada vez más desindustrializado, la base productiva de las grandes ciudades consiste en ofrecer a empresas y turistas servicios de todo tipo. La característica común y más importante se basa en que casi todos son servicios de información y conocimiento, por lo que con un sistema desarrollado de telecomunicaciones, muchas empresas podrían localizarse en cualquier lugar del planeta. Es decir, si los flujos de capital están desterritorializados, el objetivo de las principales ciudades será, precisamente, localizar dichos flujos en su territorio. Desde este punto de vista, el territorio se ha convertido en un factor de producción en sí mismo, y como tal, debe ser presentado limpio, seguro y atractivo. Debe, en otras palabras, transformar sus características en recursos y, al mismo tiempo, convertir sus recursos en ventajas competitivas.

Para conseguir estos objetivos, la gestión urbana se acerca cada vez más a la gestión empresarial. Al igual que todas las cosas, tangibles o no, las ciudades también son una mercancía. Como tales, en su administración la política ha dado paso al marketing de ciudades, convirtiendo el espacio urbano en marcas que compiten mutuamente. La promesa del valor de uso de la ciudad —invertir en ella, visitarla, residir— aumentará con una organizada campaña publicitaria, en donde se expondrán las características de su valor de marca y de su imagen de marca. En el caso de Barcelona, como en muchas otras, los principales valores de marca son la sostenibilidad y la cultura, entendidas como un código moral que ayuda a la marca a diferenciarse de las demás. Mientras tanto, la imagen de marca es el diseño urbano y la arquitectura que, desde este punto de vista, también supone una ventaja competitiva al escenificar estéticamente el producto, presentándolo como atractivo y seductor. En el modelo de transformación al sector terciario que la Barcelona pre y post-olímpica ha aplicado, la arquitectura contemporánea es la principal imagen corporativa, y se ha convertido, además, en un elemento clave de su planificación estratégica.

Esta síntesis parecería más propia de lo que en los últimos años se ha denominado «modelo Barcelona», acercándonos a algunas características de la conversión de las ciudades a la actual sociedad de servicios y que varios autores han contribuido a explicar^[42]. Sin embargo, posicionar a Barcelona en un lugar destacado en el mercado de ciudades mediterráneas no es un hecho reciente, sino que ha sido uno de los principales objetivos de la burguesía local prácticamente desde la Exposición de 1888. A pesar de que la industria era el principal recurso productivo de la ciudad y que pasarían décadas para conocer el fenómeno de la deslocalización generalizada, desde comienzos del siglo XX tanto el turismo como las ferias comerciales empezaban a poner en circulación una gran cantidad de capital que, atraídos adecuadamente, podrían pasar por la capital catalana. Por lo tanto, la actual política de gestión urbana es, en muchos aspectos, una continuidad y un mayor desarrollo de las iniciativas que se analizarán en este epígrafe, iniciativas que, entre otras cosas, influyeron en la construcción del Barrio Gótico de Barcelona.

La Sociedad de Atracción de Forasteros. Promoción e imagen de la ciudad

El 1 de abril de 1908, tres semanas después de comenzar las obras de la reforma interior, se fundaba la Sociedad de Atracción de Forasteros (SAF). Como indicaba el artículo primero de sus estatutos, el objeto de la sociedad constituía lo que su mismo nombre expresaba. La junta directiva de la SAF estaba presidida por el alcalde Sanllehy y en ella se encontraban algunos dirigentes de la Lliga Regionalista como Puig i Cadafalch, Duran i Ventosa, Prat de la Riba y Francesc Cambó. De hecho, la idea surgió desde la Lliga, que en 1907 había impulsado la creación en el ayuntamiento de la Comisión de Atracción de Forasteros y Turistas (CAFT) que, en palabras de Barjau, su objetivo era “dotar a la ciutat d’una imatge de marca identificable, de manera que els turistes potencials (en especial estrangers d’alt poder adquisitiu) se sentís sin atrats per aquesta destinació”^[43]. La difusión de la actividad de la SAF, tanto práctica como ideológica, puede seguirse a través de sus publicaciones, entre las que destaca la revista *Barcelona Atracció*. El contenido de sus artículos representaba, por lo tanto, la imagen que de la ciudad se quería transmitir y, además de ser una fuente directa para estudiar la Barcelona de la época, no sólo reflejaba los deseos de la burguesía local de situar a la ciudad entre las principales capitales mediterráneas, sino que enumeraban directamente lo que le faltaba, o incluso lo que le sobraba, para conseguirlo.

La relación entre turismo y monumentos se encuentra implícita en el propio origen del término, el cual deriva del *grand-tour* aristocrático del siglo XVIII, en el que ingleses y franceses visitaban las principales ruinas clásicas europeas como culminación a su formación intelectual. El llamado «turismo cultural» ha sido, pues, la primera forma de turismo moderno conocido —elitista y de alto poder adquisitivo— surgido en Europa como consecuencia de la consolidación de la sociedad burguesa en la segunda mitad del siglo XIX. Se contraponen al turismo democratizado de sol y playa que, aunque en la actualidad sea mayoritario, es un fenómeno reciente, propiciado por la sociedad de consumo desarrollada después de la Segunda Guerra Mundial. Por lo tanto, poseer un centro histórico monumental se planteaba como una condición indispensable para aspirar a formar parte de la lista de ciudades visitables. Pero si el turismo se desarrollaba en los lugares donde la historia monumental se había conservado, tanto en Estados Unidos como en Europa comprendieron que incluso sería posible fabricar esa monumentalidad que atraía al visitante.

En este sentido, pocos meses después de fundarse la SAF, Gonzalo Arnús^[44] publicaba *Barcelona Cosmopolita*. Era un libro de 70 páginas sobre la “conveniencia de atraer forasteros a Barcelona y explotar aquí el turismo internacional”^[45], y sobre las medidas que los gestores de la ciudad deberían adoptar para conseguirlo. Si la industria turística aumenta “el riego monetario de la población (...), basta que una localidad se distinga simplemente para que pueda optar al ejercicio de ella”^[46]. Distinguir la ciudad significaba que, vista desde fuera, sea mejor valorada que el resto de ciudades que optaban por alcanzar la misma condición. Implicaba, pues, promocionar a Barcelona con el fin de introducirla en el mercado de ciudades mediterráneas que competían y siguen compitiendo por atraer los flujos de capital que el turismo genera.

En 1908 Barcelona no contaba con una imagen reconocible internacionalmente, por lo que construir la fue uno de los principales objetivos de la SAF. De esta manera, ese mismo año se convocó un concurso de cartel para anunciar a la ciudad como estación turística invernal, época sobre la que Arnús aspiraba a “que se nos reserve en el carnet del gran mundo internacional”^[47]. En aquella ocasión, un sector de la prensa local comprendió que más allá de la realidad de la ciudad, se trataba de una estrategia publicitaria que acababa de comenzar, y como el concurso quedó desierto opinaban: “se’n ha trobat un cartell que presenti dignament Barcelona als estrangers. Es que costa representar una mentida. (...) Lo que s’ necessita per atreure als milionaris es lo que no tenim: ó un prestigi històric ó una hospitalitat luxosa y alegre”^[48]. Palou i Rubio también ha estudiado esta característica de la promoción turística de la ciudad, en donde la construcción de un imaginario capaz de captar la atención del visitante, en realidad escondía la realidad social de la mayoría de la población^[49].

En turismo, la historia debe ser representada en imágenes y, por lo tanto, el prestigio histórico se concretiza en monumentos. De los lugares institucionalizados en donde se conserva la historia, los turistas no visitan archivos, sino que visitan museos. Y para atraer a las personas que viajan por “afán de ilustración”, Arnús aconsejaba a las autoridades locales: “la antigua Barcelona, que bajo el punto de vista arqueológico vale mucho más de lo que generalmente se cree, contiene no pocas bellezas, las cuales gozarían sin duda de gran fama si fueran más conocidas y estuvieran mejor presentadas”^[50]. Hacía falta, pues, poner en valor a los principales monumentos de la ciudad si se pretendía dotarla de prestigio histórico y de reconocimiento internacional. De cara al exterior, en los artículos que la SAF publicaba para presentar a los turistas las ventajas que encontrarían al visitar la ciudad, se afirmaba, sin embargo, que “Barcelona es un inmenso museo”^[51].

Por otra parte, a nivel interno, cuando en 1912 el ingeniero Pedro García Faria trabajaba en un estudio sobre ferrocarriles en Europa, la SAF le encargó un informe para que comparase a Barcelona con las principales capitales europeas ya que “decididamente debemos procurar hacer atractivo nuestro país dotándole de algo que le falta”^[52]. Se refería a vías de comunicación, higiene, alojamientos y estética urbana, y sobre la Barcelona antigua decía: “en cuanto a nuestros monumentos y museos, hay mucho que reformar para hacer más atractiva la urbe barcelonesa, a fin de tornarlos más fácilmente visitables y dignos de fijar la atención de quienes nos vengán a ver”^[53]. Esta necesidad de presentar los restos antiguos de manera pintoresca si se pretendía atraer al turismo internacional estaba asumida por diferentes «intelectuales» y gestores de la ciudad. Aún en 1930 Folch i Torres se preguntaba si dichos recursos “ens tenim tots en estat d’ensenyar-los, i si en molt casos, la visita dels estrangers a determinades ruines de castells, temples i monestirs o recons de ciutats glorioses no constituirà un motiu de vergonya i de desprestigi”^[54]. Y en este sentido, Vidal Casellas cita un texto de 1932 dedicado a planificar el turismo en Cataluña, que afirmaba que “malgrat la importància i la densitat del tresor artístic-monumental de Catalunya, fora il·lusori de pretendre fonamentar el nostre futur turístic sobre aquest interès de caràcter històric-arqueològic. En primer lloc, perquè la majoria de les joies dels nostres monuments no ofereixen o no els hem donat encara el caràcter espectacular que el turisme reclama”^[55].

Impulsar la presentación espectacular de la historia puesta en imágenes fue, por lo tanto, uno de los objetivos de la SAF, y desde *Barcelona Atracció* constantemente se reclamaba la restauración de aquellos monumentos que habían quedado al descubierto tras la reforma interior. De hecho, la revista es una buena fuente de información sobre transformaciones urbanas o intervenciones en edificios históricos. La diferencia con otro tipo de fuente es la manera en la que se presenta dicha información. Así por ejemplo, sobre la apertura de la vía Layetana y otras reformas en el resto de la ciudad que se desarrollaban en 1912, la revista elogiaba esta “intensa fiebre de iniciativas (...) atentos a nuestro objetivo de convertirla en centro de atracción mundial (...). Para demostrar al mundo entero su pujanza y el derecho que tiene a

ostentar el título de capital del Mediterráneo” [56].

Para la SAF, la cultura o la historia de la ciudad si eran presentadas como ejemplos de singularidad, no era porque constituyese una ventaja para la ciudadanía, sino más bien porque constituía una ventaja competitiva en el mercado internacional de ciudades. De la misma manera, cada característica de la ciudad, ya sea su modernidad dentro del Estado español, su industria, sus parques o una mejora en su higiene, era promocionada como un recurso capaz de fijar la atención en el exterior a fin de atraer al turista. Si el concepto de ventaja competitiva puede parecer demasiado reciente como para ser aplicado a la Barcelona de principios del siglo XX, la conciencia que la burguesía local tenía del mismo puede resumirse en la siguiente cita: “en una palabra: se hace el cultivo y organización de la urbe para triunfar en la lucha que se avecina por acaparamiento de habitantes y en la competencia también entablada con otras ciudades que hoy nos vencen por sus distinguidos centros urbanos o perspectivas de orden monumental” [57].

Por lo tanto, reorganizar y presentar la historia monumental de Barcelona constituía una fase obligada en la construcción de su imagen de marca. En el área mediterránea, generalmente se han relacionado estos fenómenos con la reciente transformación de las ciudades al sector terciario. Sin embargo, en el mundo anglosajón, el concepto de «to sell a place», es decir, introducir una ciudad en el mercado con el fin de atraer capital y presentando sus recursos culturales como ventajas competitivas, ha constituido una constante desde el dominio moderno de la burguesía. Ward, por ejemplo, estudia casos desde 1850 [58], y Gómez Martínez ha analizado, tanto en Inglaterra como en Estados Unidos, el papel que en el siglo XIX desempeñaba el museo de arte como fuente de orgullo cívico y atractivo de la ciudad [59]. Por contra, en la capital catalana Arnús advertía que “inverosímil parece que Barcelona no posea un solo museo de arte” [60]. Por lo tanto, no debe sorprendernos que la burguesía local trabajase, en una fecha aparentemente tan temprana, para posicionar a la marca Barcelona en condiciones de competitividad con otras ciudades, ya que en realidad, “demostrar al mundo entero su pujanza” significaba demostrar su entrada en el capitalismo moderno. Sobre la expresión utilizada para explicar este proceso, el término «marca» tampoco es reciente, sino que es inherente al propio concepto de mercado. En relación a Barcelona, en 1929 se decía: “*Introduim en el mercat internacional aquesta nova marca de turisme (...), i no dubteu: si la nova marca es ben elaborada (...), i ben llançada públicament, el producte es vendrà i el negoci serà segur*” [61].

La ciudad soñada. El monumento como forma de orgullo cívico

Lo importante de “*la esplèndida Barcelona dels nostres somnis*” [62], o como la definió Cambó “la capital mediterránea por excelencia (...), es lo que puede llegar a ser, lo que será sin duda. (...) Y el sueño se realizará: Barcelona tuvo la inquietud de las grandes transformaciones. Se escucha el rumor de un nuevo mundo en gestación. La gran ciudad mediterránea se está formando” [63]. El sueño de esta gran Barcelona, *Perla del Mediterráneo*, como indicaba el título de la película que la SAF produjo en 1912, emporio de la industria, paz social ejemplificada, centro comercial higiénico, atractivo y seguro, capaz de asombrar a cualquier visitante y de enorgullecir al ciudadano, representa el sueño de la burguesía local desde la Renaixença hasta la actualidad. El proyecto de progreso indefinido según el modelo desarrollista, a principios del siglo XX implicaba transformar la ciudad desde diversos puntos de vista. A nivel urbanístico, con un ensanche en construcción y con los pueblos periféricos recién agregados, el Plan Jaussely ordenaba la dispersión para, según la resolución del jurado, “hacer de Barcelona la más bella ciudad del Mediterráneo” [64], mientras que la reforma interior higienizaba el centro histórico, permitía la circulación de las mercancías hacia el puerto y en la nueva avenida se colocaban bancos y sedes de grandes empresas. A nivel social, la importancia del movimiento obrero en la ciudad industrializada fue ampliándose a medida que radicalizaban sus estrategias de lucha. Ejemplos como la huelga de 1902, la ciudad incendiada en julio de 1909 o el pistolero de la década de 1920, estaban muy lejos de coincidir con las aspiraciones de cohesión social que la burguesía necesitaba para realizar su sueño. Desde este punto de vista, para que el proyecto que encarnaban los dirigentes de la Lliga llegase a ser real, hacía falta, por un lado, disimular la marginalidad en el centro de la ciudad y, sobre todo, que su proyecto se convirtiera en el de todo el conjunto de la sociedad, haciendo que el ciudadano lo considere como un deseo propio. Era el mito de la ciudad noucentista, cuya capacidad cívica e integradora tendería a la prevención de conflictos.

Sin embargo, mientras la realización de este sueño sigue siendo un deseo en la actualidad, a comienzos del siglo XX ya se había comprendido que, lejos de verlo cumplido, lo importante era que fuese percibido como real. El texto que mejor resume las aspiraciones de la burguesía local y la manera de conseguirlo, es sin duda el ya citado *Barcelona Cosmopolita*. Para Arnús, la ciudad era una “importante población, pero exclusivamente industrial y sin ningún particular atractivo ni belleza” [65]. Desde el punto de vista de la atracción del forastero y de la imagen que Barcelona transmitía, “es impropio que ciudad tan grande se considere únicamente como población obrera, y que capital tan bella, rica y de ilustre abolengo, se presente siempre y a todas horas vestida con el sayal del trabajo” [66]. Barcelona era percibida como un “centro revolucionario sumamente desagradable y algunas veces peligroso, [con lo que] este cuadro, como se comprenderá, no tiene nada de atrayente” [67]. De todas maneras, esta imagen externa podía ser modificada “mediante una labor metódica y constante en revistas y periódicos de gran circulación internacional, que anule prejuicios y desvanezca errores” [68].

De cara al exterior, para que la ciudad sea percibida como un centro ciudadano seguro y de calidad de vida, “así como de las personas que sólo de vista conocemos juzgamos por lo que de ellas vemos, también los forasteros juzgan a las poblaciones por lo que de ellas ven” [69]. En este sentido, era necesario embellecer la ciudad, pero también impedir la existencia de población marginal en el centro de la misma, y Arnús tributaba “un cumplido elogio a nuestras autoridades municipales por la campaña emprendida contra la mendicidad de oficio, que tanto afeaba y denigraba a Barcelona” [70]. La reforma interior, al recalificar el sector y aumentar el valor del suelo, impedía que la clase trabajadora pudiese seguir pagando sus tradicionales lugares de residencia. En 1927, ante nuevas reformas en el centro histórico, algunos comentaristas opinaban que

Barcelona ha pensat poc en els barcelonis i massa amb el foraster. Tots els nostres esforços han estat per embellir-la i embellir-la solament sense un pla coordinat i ample; limitant tot el més possible l'àrea estètica per a l'embadocament del probable foraster al qual es preté atreure i que no es farà moure sinó en un radi determinat (...). Recordem-nos un xiquet menys d'aquest foraster que passarà vuit dies entre nosaltres per a guany i profit d'un hosteler i un bon tros més d'aquest ciutadà que hi passa tota la seva vida. [71]

Si en la construcción de una imagen agradable para el forastero, Arnús en 1908 se lamentaba de la mendicidad, erradicar “este vergonzoso espectáculo” [72] del centro monumental de la ciudad continuó representando un objetivo prioritario para el pequeño comerciante y las autoridades locales. Así, cuando en 1935 el alcalde aprobó un bando para prohibirla, la reacción de la SAF fue dedicar un artículo en *Barcelona Atracción* sobre el asunto:

hemos tenido que lamentar (...) que en nuestras magníficas avenidas y plazas y entre la elegante concurrencia de las terrazas de los cafés y restaurantes, que más habitualmente son frecuentados por los forasteros, populasen constantemente una infinidad de mendigos callejeros, explotadores de la holgazanería, que nos sonrojaban por la nota de incivilidad que con su presencia echaban sobre Barcelona. (...) Gracias a esta laudable y cívica actitud, la mendicidad callejera ha quedado radicalmente suprimida en el término de veinticuatro horas, y hoy los bellos encantos de la ciudad de Barcelona están libres de esa plaga que tanto les afeaba, y ofrece, en cambio, el aspecto de una ciudad sin mendigos que, al menos en las absolutas proporciones de ella, muy pocas ciudades de ningún punto del planeta pueden ofrecer. [73]

En tanto que el texto incluso reconocía que este hecho “puede prestigiar a nuestra ciudad” en comparación con lo que las demás pueden ofrecer, era asumir que la negación de la pobreza y la marginalidad social suponía también una ventaja competitiva. Pero si a nivel externo había que construir una imagen seductora, a nivel interno lo más importante era el control y la gobernabilidad de la clase trabajadora, los desempleados y los mendigos [74]. Si nos encontramos ante “un pueblo más inclinado por temperamento a la lucha justiciera que a la mansa resignación (...), lo primero que necesitamos hacer es adoptar medidas preventivas que alejen de momento todo peligro, a fin de que podamos trabajar todos con serenidad y sosiego en la obra de higienización social de Barcelona” [75]. Arnús también comentaba que “a efectos de ir trazando los perfiles de la futura capital cosmopolita (...), en el camino de nuestro engrandecimiento (...), lo primero es la acción social, acción encaminada a quitar ambiente de lucha y limpiar asperezas” [76]. Dicha acción social se resumía en aumentar el número de policías, institucionalizar la beneficencia “a fin de que no parezca que al dar limosna lo hacemos con la única mira de comprar nuestra tranquilidad” [77], y “cambiar el aspecto indisciplinado que hoy presenta Barcelona” [78] mediante la educación del proletariado en el respeto a las leyes municipales.

El texto finalizaba con el deseo de que “en un buen tiempo podrá ser un hecho la ciudad de nuestros ensueños”. De esta manera, *Barcelona Cosmopolita* resumía el proyecto de ciudad burguesa que los hombres de la Lliga habían trasladado al ámbito político, y que ya había anticipado Puig i Cadafalch en 1901: “¿què haurà de ser la Barcelona del pervindre? Els somnis d'una capital immensa en aquest recó del Mediterrani van acostarse a la realitat y cal preparar-se per a quan la hora arribi”. La mejor medida para cambiar el aspecto indisciplinado de la ciudad era que el proletariado asumiese el sueño como el suyo propio, dando a entender que la cordialidad ante el forastero o la resignación no tenían relación con algún interés particular. El presidente de la SAF, en una conferencia ante sus socios y publicada en *La Veu de Catalunya*, decía:

la nostra Societat, deslligada de tot gènere de compromisos polítics, de tota classe d'utilitats directes e immediates, es essencialment patriòtica, i el vostre auxili, la vostra col·laboració ferma i mai interrompuda, significa un acte de civisme extremadament meritori, que us agraim de tot cor i que us ha de agrair tot Barcelona. [79]

El concepto de «ciudad-patria» implicaba otorgar a la urbe el estatus de «comunidad imaginada», un espacio definido en donde un grupo comparte una serie de creencias y valores culturales —ideología— y cuyo estatus generalmente se ha reservado para el concepto de nación. En la difusión del amor a la ciudad como un amor patrio, el vicepresidente de la SAF Federico Rahola contribuyó en 1919 con la publicación del libro *Catecismo de Ciudadanía*. El objetivo era describir las virtudes del

buen ciudadano, basadas en el respeto a las leyes y la autoridad, en ejercer el derecho al voto, en formar una familia y en sentir la ciudad como un bien común, encaminando las acciones a trabajar por ella. *Barcelona Atracción* transcribió algunos párrafos del libro en un artículo titulado «El hombre en la ciudad»:

¿El concepto de nación se halla en el de ciudad? No hay duda (...). Así como una nación no puede llamarse tal cuando los que la forman no tienen la voluntad y la conciencia de que constituyen un todo (...), de igual manera la ciudad no es tal, si los hombres que la habitan no se sienten ligados por un sentimiento común de amor a la comunidad, si no palpita en su corazón el deseo de hacerla grande y bella, (...). En una ciudad donde los hombres no tengan el orgullo de la ciudad, habrá tan sólo una reunión de casas y una aglomeración de hombres. [80]

El orgullo de la ciudad fue precisamente el título del libro que el arquitecto Manuel Vega i March había publicado un año antes. El objetivo del texto era potenciar, desde el punto de vista artístico, la posibilidad de “hacer de Barcelona la ciudad soñada, la ciudad cumbre, crisol de la belleza, emporio de la ciudadanía, galardón y regalo de la vida en común” [81]. El autor comenzaba definiendo las características que debería poseer toda gran ciudad: “si yo me viera obligado a definirlo lo que es la gran ciudad, os diría: primero, la que mejor ciudadanos tiene; segundo, la que mejor cumple los tres fines esenciales de toda urbe, que son los de constituirse adecuadamente en instrumento económico de su riqueza, en establecimiento higiénico y en monumento artístico”. Pero sobre Barcelona advertía que “ni por la cualidad de sus ciudadanos, ni por su aptitud para realizar aquellos tres fines esenciales, es una gran ciudad” [82].

Por lo tanto, partiendo de reconocer esta realidad, la función del texto era aconsejar la construcción de mecanismos simbólicos capaces de conseguir que la ciudad se convirtiera en el buscado regalo de la vida en común: “necesitando todas las grandes comunidades humanas símbolos vivientes que encarnen, por así decirlo, el vínculo espiritual que las mantiene unidas, deba ser como la concreción monumental, como la revelación escultórica tangible del espíritu colectivo. Nada de esto se manifiesta en la estructura urbana de Barcelona” [83]. En definitiva, para conseguir que un grupo de personas con realidades e intereses diversos se convirtieran en una comunidad imaginada, es preciso que existan signos de identificación colectiva capaces de representar a todos los integrantes del grupo, de manera que cada uno de sus miembros se reconozca en ellos. Al igual que los habitantes de una nación, aunque sus vidas nunca se cruzaran entre sí, poseen himnos, banderas y tradiciones compartidas que los unen y los unifican, para lograr que los habitantes de una ciudad se conviertan en «ciudadanistas», el poder necesita localizar en el espacio urbano puntos de referencia reconocibles y, posteriormente, dotarlos de significado. Es decir, hará falta lo que en la actualidad se conoce como «lugares de memoria», espacios físicos y a la vez semánticos, producidos institucionalmente y superpuestos a los generados en la vida cotidiana [84].

Y en el proceso de producción simbólica de dicho espacio, Vega i March afirmaba que “si quisiéramos en Barcelona encontrar algo que reflejara un espíritu de ciudadanía, habríamos de reducir mentalmente sus dimensiones y limitarnos a la consideración del núcleo que había estado amurallado” [85]. Es decir, se refería a los principales monumentos urbanos reunidos en la ciudad antigua, de entre los que destacaba sobre todo la catedral, levantada en la Edad Media para reflejar “la gran alma que componen las almas de todos los ciudadanos, unidos en una sola voluntad” [86]. De esta manera, definía al monumento histórico, como “símbolo acabado de la patria común” [87], y no sólo en el presente, sino que siempre ha sido el “*orgullo de la ciudad*, que era al mismo tiempo, fruición artística, amor a la tierra nativa y culminación de la civilidad en su más patriótico sentido” [88].

Vega i March sintetizaba el proyecto cultural de la Lliga, iniciado aproximadamente en 1906 y definido como Nuocentismo. Su ideólogo principal, Eugeni d'Ors, ante la importancia del movimiento obrero —“*enemics de la ciutat, els anarquistes i cerebrals [ante los cuales] caldrà que tots defensem la nostra futura ciutat*” [89]— proponía impulsar una urbe con capacidad civilizadora, resumen de un valor comunitario ante el cual era preciso solidarizarse: “*cal portar als homes a l'exaltació del sentiment solidaritzador de Ciutat*” [90]. Pero para incentivar este sentimiento, el Nuocentismo pedía al artista que construya la imagen de la civilidad, imagen que se definiría en la belleza monumental. El monumento debería funcionar como un elemento irracional, ya que el habitante admirando su belleza amaría a todo el conjunto de la ciudad, y como d'Ors decía, “*de l'amor per la ciutat en neix l'orgull dels ciutadans, i fa posar tot llur interès en que la ciutat creixi i es desenrotlli*” [91]. Por este motivo, Vega i March puntualizaba sobre Barcelona: “y yo he soñado en ella (...) para hacerla alcázar de las virtudes cívicas más altas y más puras. Y al conjuero de mi deseo, yo he visto surgir por toda la ciudad edificios y estatuas, pinturas y jardines, pórticos y fuentes, elementos decorativos de todas las órdenes, que cantaban a un tiempo su belleza y la gloria de los artistas que se consagraron a crearla” [92]. Sin embargo, continuaba diciendo que al despertar del sueño, no hay “nada comparable (...) al dolor de tener que replegar este orgullo dentro del alma, cuando la realidad no corresponde a nuestros anhelos” [93]. Y por este motivo, el texto finalizaba: “impongamos el deber de crear con nuestras propias fuerzas el impulso colectivo que ha de dar realidad a la hermosa aspiración de que todos (...) puedan legítimamente, honradamente, sentir en su alma (...) el noble orgullo de la ciudad, el noble orgullo de la ciudad de Barcelona” [94].

En la ciudad soñada, se imponía la necesidad de fomentar el monumento como forma de orgullo cívico, a fin de que se convirtiera en el principal signo de identificación ciudadano. En el ambiente social de la Barcelona de principios del siglo XX, y teniendo en cuenta la aspiración de convertirla en centro de atracción internacional, la necesidad de contar con un signo de identidad propio era una condición básica para, por un lado, proyectarla al exterior y diferenciarse en el sistema urbano mundial, y, por otro, desde un punto de vista de gobernabilidad interna, para que los ciudadanos se identifiquen con ella y crean ser partícipes del proyecto. Al igual que en la actualidad, la construcción de una determinada identidad urbana busca potenciar la ciudadanía creando valores emocionales tales como el orgullo o la pertenencia, con el fin de alimentar el proceso en el que cada uno se considere socio. No es casual que la visión que hemos analizado del ciudadano como patriota de su propia ciudad coincida con las recomendaciones que algunos sociólogos han hecho recientemente, en relación a las medidas que todo gobierno local debería desarrollar si pretende posicionarse a una ciudad en el mercado internacional de ciudades. La marca debe fomentar el “patriotismo cívico” [95], ya que de cara al gobierno local “el hecho de saberse y sentirse ciudadano de una comunidad puede motivar a los individuos a trabajar por ella” [96].

El orden político, que intenta recuperar el ejercicio en el que cada individuo determina cuáles son sus lugares de memoria, institucionaliza sus propias producciones simbólicas y las sobrepone a las que se originan en la vida cotidiana. De esta manera, el monumento, al igual que el urbanismo, niega la complejidad que se genera en el uso de la ciudad, instaurando un nuevo orden “que llama a lo distinto a acudir al cobijo de sus presuntas certezas y, finalmente, a morir y disolverse en ellas” [97]. La ordenación física y semántica del espacio como mecanismo inductor, conduce a la homogenización de la vida social, reduciendo la complejidad de las diversas memorias personales para convertirlas en una única memoria colectiva. Por este motivo, la producción del orgullo cívico por medio del monumento como “símbolo acabado de la patria común”, actúa como instrumento de poder en favor de la obra de higienización social de la que hablaba Amús, al potenciar emocionalmente la aceptación del sueño de la burguesía como una necesidad comunitaria. De esta manera, aunque “toda pretendida reducción a la unidad, en otras palabras, toda presunta identidad, aparece ésta bajo argumentaciones nacionales, étnicas, culturales o, como en nuestro caso, ciudadanas, requiere beneficiarse de la misma ilusión que supone una «historia natural»” [98], esta producción simbólica siempre será un artificio, una construcción unificadora capaz de aniquilar todo tipo de heterogeneidad social, convenciendo al empleado de que la empresa también es suya y transformando así, al individuo en ciudadano.

El Barrio Gótico ante la Exposición Internacional de 1929

El sueño de la capital mediterránea debía concretarse con un gran acontecimiento internacional que presentase la ciudad al mundo —su industria, su modernidad, sus bellezas— originador del impulso necesario para monumentalizar algunos sectores y urbanizar otros, tal como lo habían demostrado las diferentes experiencias europeas y americanas desde la Exposición Universal de Londres en 1851, y la propia Exposición de Barcelona de 1888. Si la Lliga Regionalista había preparado el Plan Jaussely, que como el jurado decía “haría de Barcelona la más bella ciudad del Mediterráneo”, y había impulsado la reforma interior, la preparación de una Exposición Universal se presentaba como una necesidad en el marco de su política urbanística. Ya para las elecciones consistoriales de 1905 apareció un artículo de Puig i Cadafalch que con el título «A votar. Per la Exposició Universal» indicaba que la organización del certamen formaba parte del programa electoral de la Lliga. En “*la necessitat de fer la gran Barcelona, la París del Mitjà (...), l'obra de la Fira Universal portaria a Catalunya al Mercat del món i son pensament a la corrent de las idees mundials. (...) Som els catalans famolenchs de llibertat els que somniem en la forsa de una gran ciutat, rica y culta; en fer la nostra capital moderna; en arribar al triunf de la nostra rassa*” [99].

Con este objetivo, en 1907 ya se había creado el primer comité de estudios para la preparación de la Exposición y en la revista *La Catalunya* aparecía un artículo sobre la relación de las ciudades y este tipo de acontecimientos. Se aseguraba que desde la Exposición de 1888, “Barcelona (...) ha sido una población de recepciones cosmopolitas (...), y ha hecho todo cuanto dignamente podía para inspirar al mundo una simpatía que borrara el recuerdo trágico de crímenes horribles” [100]. Años más tarde, la idea de organizar una exposición recibió un segundo impulso cuando en 1913 se creó una comisión compuesta por la patronal Fomento del Trabajo Nacional y el ayuntamiento. Fue en estos momentos cuando tomó forma una futura Exposición de Industrias Eléctricas en la montaña de Montjuic, que se pensaba realizar en 1917. En esta ocasión, cuatro regidores del ayuntamiento, entre los que se encontraba Manuel Vega i March, presentaron un conjunto de medidas urbanísticas y de actuaciones de “decencia urbana [para] no caer en descrédito” [101] ante los potenciales visitantes, que no era otra cosa que las mismas exigencias que pedía la Sociedad de Atracción de Forasteros: sanear la ciudad mediante la reforma interior, expulsar a la clase trabajadora del centro, crear monumentos pintorescos y aumentar la vigilancia urbana.

Desde el siglo XIX, Barcelona ha acogido grandes acontecimientos con el fin de acelerar la circulación de capital y poder impulsar el desarrollo de la ciudad capitalista. También a principios del siglo XX la exposición no representaba un fin en sí misma, sino que constituía un medio para conseguir los objetivos que la burguesía local había planteado y, así, agilizar las aspiraciones de convertir a Barcelona en la ciudad soñada. Los comentarios de *Barcelona Atracción* hacían también referencia a las

ventajas y al provecho que la ciudad podía sacar de la exposición, pero no trataban sobre la exposición misma. En un artículo de 1915 dedicado a las grandes reformas urbanas que se deberían preparar para el certamen, tras aconsejar descubrir “los viejos monumentos históricos y artísticos que el amor supo respetar [con el fin de exponerlos] como signos de nuestro antiguo abolengo” [102] de cara a los futuros visitantes, el texto también puntualizaba: “la tendencia de las naciones al organizar su Exposición es la de favorecer todos esos intereses que nacen en su derredor, la de propulsar su extensión, fijando tanto más su atención en las consecuencias que en el mismo hecho que la determina. Muy a menudo resulta mucho más interesante lo que resta de una Exposición que la Exposición misma” [103].

La fuente que mejor describe el certamen y sus consecuencias para la ciudad es el *Diario Oficial de la Exposición Internacional de Barcelona*. Al igual que *Barcelona Atracción*, en el *Diario* se describían los motivos por los que era beneficioso organizar el evento y, de esta manera, en el primer número de la publicación se insistía sobre el asunto: “todos sabemos lo que la Exposición de 1888 influyó en la formación y crecimiento de la ciudad (...), y la que era modesta capital provinciana emprendió resueltamente el camino para llegar a gran metrópoli mediterránea. (...) La Exposición Universal fue una ventana abierta hacia Europa. (...) Han transcurrido 41 años. Barcelona empieza a pesar algo en la balanza de las grandes ciudades europeas. Pero necesitaba otro impulso. De ahí que, en el momento oportuno, haya surgido su segunda Exposición Universal” [104].

Si lo importante no era la Exposición en sí misma, sino el beneficio que la ciudad podía sacar, dicho beneficio se medía en el modo en que Barcelona se posicionaba en relación a las grandes ciudades europeas. La “transformación barcelonesa, que coloca a la capital catalana en la categoría de hermana de las primeras ciudades” [105] tenía como objetivo situar a la urbe en una posición destacada dentro del mercado urbano mundial: “amb l’Exposició, Barcelona (...) s’ha pagat un cartell, una presentació al món. Està bé, la presentació es feta, (...) però després posem Barcelona novament en marxa” [106].

“El sólo nombre de Barcelona habría de ejercer en el ánimo de los turistas un atractivo considerable” [107], por lo que embellecer la ciudad y presentar sus espacios como únicos y seductores correspondía a producir su imagen de marca. Esta transformación que citan las fuentes —“las obras de urbanización y embellecimiento de nuestra urbe prosiguen con notable actividad, aumentando los encantos que siempre ha tenido Barcelona y enriqueciéndola para que su fama y su prestigio se afiancen ante los numerosos extranjeros que vendrán con motivo de la Exposición Internacional” [108]— se tradujo en que después de varios años de debates y propuestas sobre la puesta en valor del barrio de la catedral, comenzasen finalmente las primeras obras que convirtieron al espacio en el actual Barrio Gótico. A pesar de que el pasado del barrio sintetizaba la etapa de mayor esplendor de la historia nacional, su puesta en valor sólo fue posible cuando dicho pasado se convirtió en una parte indispensable de la marca Barcelona o, mejor dicho, cuando dicho pasado también se transformó en mercancía. En la práctica, se demostraba una vez más la relación recíproca entre los ingresos generados por el turismo y la posibilidad de restaurar o monumentalizar los restos heredados. De esta manera, el monumento ya no es sólo el “símbolo acabado de la patria común”, sino que se ha convertido, además, en un recurso con el que exhibir la ciudad, en elemento de aquel prestigio histórico que desea encontrar el forastero y que la ciudad no tenía, en la pieza que hace de la urbe un lugar “digno de ser visitado”. Se ha convertido, pues, en ventaja competitiva.

Esta transformación del monumento, que pasa de símbolo identificador de la comunidad a producto enajenable, conlleva una pérdida de su significado. Si el origen del monumento histórico apareció cuando el nuevo Estado nacional francés otorgó valor semántico a objetos del pasado, para su nueva función social —mercancía— no es necesario que el objeto remita a ningún significado concreto, sino que basta que seduzca y sirva de admiración para quien lo contemple. Mientras que su primera función semántica se conseguía por medio de una relación racional o intelectual ante el monumento —comprender el mensaje— su nueva función es una pura atracción emocional, y este hecho constituye la principal característica del moderno culto a los monumentos definido por Riegl. La seducción del «valor de antigüedad» se consigue por las huellas que el tiempo ha dejado en el objeto, percibiéndose simplemente como un artefacto no moderno. Por este motivo decíamos que el falso histórico no es ningún inconveniente para la industria turística, sino que en algunos casos puede llegar a ser incluso su objetivo, ya que aunque el valor de antigüedad de un objeto sea un añadido moderno, su efecto suele ser el mismo y el producto, de todas maneras, funciona.

Las exposiciones universales eran lugares de espectáculo y divertimento, en donde cabían representaciones teatrales, cinematográficas o competiciones deportivas. Pero generalmente, desde finales del siglo XIX, la presentación de la historia de la ciudad organizadora también formaba parte del espectáculo visual con el que se atraía al visitante. En relación a Barcelona, en un proyecto de Puig i Cadafalch de 1915 existía una calle llamada «tipos de vida rural española», idea originaria de lo que en 1926 se aprobó en *llamar Pueblo Español*. Considerado el primer parte temático de la península, la obra fue dirigida por el arquitecto Francesc Folguera, y sintetizaba en un espacio amurallado la historia de la arquitectura de todas las regiones del Estado, reproduciendo con materiales antiguos y en una escala menor sus principales monumentos. El Pueblo Español fue inaugurado en 1929, y en la actualidad continúa siendo un atractivo turístico de la ciudad, admirado por su valor de antigüedad.

Como decíamos, en el marco de iniciativas urbanísticas más amplias, desde 1927 la preparación de la exposición incluyó iniciar la reconstrucción y monumentalización del barrio de la catedral, obras que, sin embargo, se prolongaron hasta 1970 aproximadamente. La Generalitat, por medio de los arquitectos de la Diputación de Barcelona Jeroni Martorell y Joan Rubió i Bellver, comenzó a restaurar las llamadas *Cases dels Canonges*, y el Ayuntamiento, a través del Servicio para la Conservación y Restauración de Monumentos que creó expresamente en 1927 y que sería dirigido por Adolf Florensa, intervendría en la mayoría de los edificios del barrio, antiguos o no. De esta manera, comenzaba a hacerse realidad la propuesta que Rucabado había planteado en 1911, y ya en 1930 se afirmaba que “de esta resurrección, de este resurgimiento, está tomando cuerpo lo que muy en breve, si ya no lo es del todo, será uno de los mayores atractivos de la ciudad condal: esa maravilla que conocemos con el nombre de barrio gótico” [109]. Y al final del artículo se aconsejaba: “ven forastero, y ven tú también, convecino; venid todos. Visited el barrio gótico”.

Algunas intervenciones en el Barrio Gótico

Desde el golpe de estado de Primo de Rivera en 1923, la Diputación de Barcelona pasó a ser presidida por Milà i Camps, uno de los banqueros catalanes más influyentes del primer tercio del siglo XX. En 1922 había propuesto cerrar el barrio de la catedral por medio de un enrejado artístico y monumentalizar los edificios que quedarían dentro del recinto. Este tipo de intervención espectacular pudo llevarla a la práctica cuando en 1927 la Diputación comenzó a restaurar las *Cases dels Canonges*, un conjunto de origen medieval que se encontraba a espaldas de la catedral. Milà i Camps encargó a Jeroni Martorell un proyecto de restauración, quien intentó recuperar el aspecto primitivo del edificio, es decir, devolver el aspecto de «casa catalana» que alguna vez debería haber tenido. A pesar de que el proyecto de Martorell era una hipótesis historiográfica basada en los estudios de Puig i Cadafalch, y que se construiría con los elementos antiguos que se habían recogido con la apertura de la vía Layetana, en general el resultado guardaba cierta sobriedad. Sin embargo, Milà i Camps mandó a rehacer el proyecto, introduciendo elementos propios del gótico nórdico y como diría un comentarista de la época, introduciendo “*altres excessos, que us fan tornar vermell si hi acompanyeu un foraster*” [110].



Figura 4. Cases dels Canonges en 1927 y después de la intervención.

Composición de elementos «góticos» añadidos sin guardar relación alguna ni entre ellos ni con el edificio original. Destaca también la nueva fachada de piedra y la repetición de ventanas coronelles como indicaba el modelo de «casa catalana». Este tipo de intervención se repitió en las cuatro fachadas del edificio.

Fuentes: Archivo Histórico del Servei de Patrimoni Arquitectònic Local, Catálogo Monumental, Caja 503; y foto del autor.

El palacio de la Generalitat se encuentra en frente de una de las fachadas de las *Cases dels Canonges*, y por petición de Milà i Camps, el arquitecto Rubió i Bellver

diseñó el puente neogótico que se construyó en 1928 y que uniría los dos edificios señalados. La crítica también consideró al puente como excesivo, sobre todo porque se basaba en un estilo que no concordaba con la sobriedad del gótico catalán. En general, estas opiniones no iban en contra de la monumentalización del barrio, sino en contra de la dictadura de Primo de Rivera que no respetaba las libertades del catalanismo. Por el contrario, la revista *Barcelona Atracción* consideraba a las obras como una oportunidad para que Barcelona aumente su "categoría artística y hasta su prestigio de antigüedad" [111], y sobre el puente neogótico afirmaba que su estructura "entona perfectamente con el carácter de las construcciones antiguas que están inmediatas a él. (...) He aquí por qué la nueva construcción embellece tan considerablemente la típica calle del Obispo, y porque a pesar del tono inevitablemente nuevo de los materiales, no constituye, ni mucho menos, una nota estridente o inarmónica" [112]. Las citas demuestran que cuando el mercado se hace cargo de la puesta en valor de los monumentos, la autenticidad disminuye automáticamente. El falso histórico, aunque resulte inaceptable desde otros puntos de vista, es consentido y hasta promovido por la industria turística.

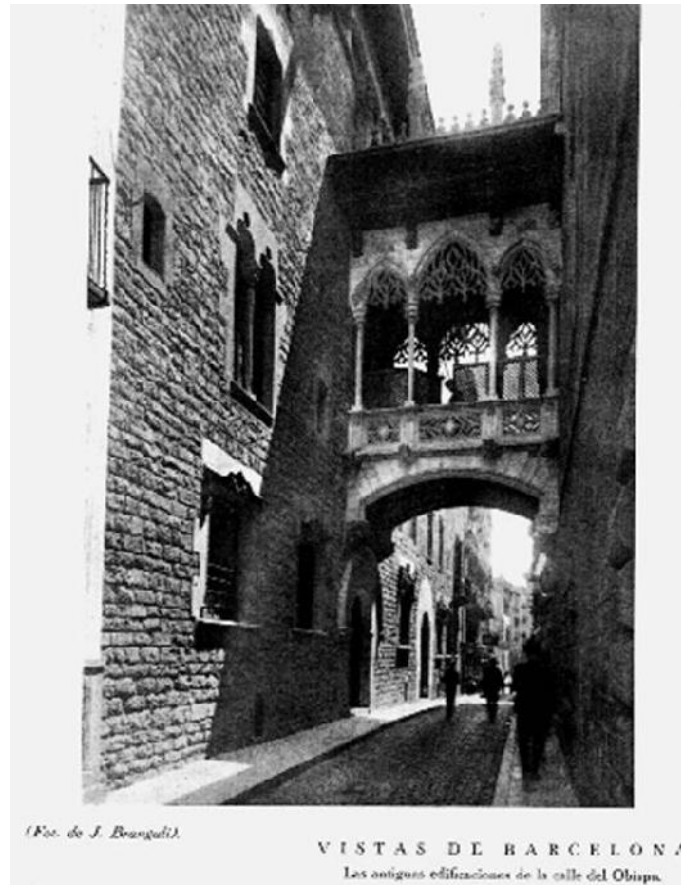


Figura 5. Puente neogótico de la calle del Obispo.

A la izquierda se observa una de las fachadas de las Casas dels Canonges. La imagen fue publicada por *Barcelona Atracción* en 1934 y, a pesar de que las obras habían sido construidas cinco años antes, fue titulada como «las antiguas edificaciones de la calle del Obispo».

Fuente: *Barcelona Atracción*, nº282, 1934, p. 365.

Por otra parte, también desde 1927 el ayuntamiento comenzaría a intervenir sobre todos los edificios de su propiedad que se encontraban en el barrio de la catedral, y a obligar a los propietarios de edificios no antiguos a que «armonicen» sus fachadas con las del resto del entorno. Al mismo tiempo, como preparativos para la exposición, también se limpió la fachada gótica del ayuntamiento, se restauró el patio del palacio episcopal y se comenzó la restauración de otros conjuntos fuera del barrio, como el Hospital de la Santa Cruz o las Atarazanas. Florensa dirigiría las intervenciones prácticamente hasta su muerte, en 1969. De todas ellas destacan las efectuadas en el Palacio Real y la plaza del Rey. Como habíamos dicho, todas las propuestas que se presentaron en la ciudad desde 1902 hasta 1927 incluían eliminar los edificios sin apariencia antigua —generalmente viviendas degradadas— para sustituirlos por construcciones neogóticas o para trasladar en su lugar otros edificios antiguos. Esta última fue la opción adoptada en la plaza del Rey cuando en 1928 comenzaron a derribar las viviendas que existían para posteriormente colocar en su lugar la llamada casa Padellàs, edificio del siglo XVI y que había quedado al otro lado de la vía Layetana rodeado de construcciones modernas.

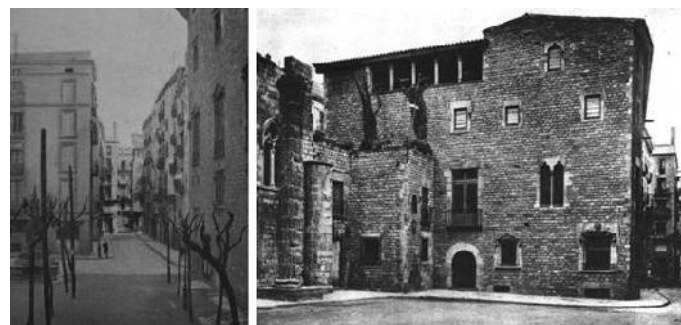


Figura 6. Esquina de la plaza del Rey en 1927 y en 1943.

Al trasladar el edificio fue completado con elementos de la llamada «casa catalana», como una ventana coronella y las galerías porticadas superiores que existen en la fachada lateral y en la posterior. El edificio es el actual Museo de Historia de la Ciudad.

Fuentes: Rubió i Bellver, 1927; y Grahit i Grau, 1946.

La fachada principal del Palacio Real daba a otro de los lados de la plaza del Rey. El edificio, de origen medieval, había sufrido diversas ampliaciones y transformaciones. La más importante se produjo en el siglo XVIII cuando el palacio se convirtió en el Convento de Santa Clara, y se le añadieron dos plantas y un portal neoclásico. La intervención consistió en recuperar el salón de recepciones del palacio, y en la fachada devolverle el supuesto estado que pudo haber tenido en el siglo XIV, añadiendo nuevas ventanas coroneladas, rosetones góticos y simplificando los vanos del muro. Por otra parte, la capilla del palacio daba a la plaza de Berenguer, y en uno de sus lados sustituyeron unas viviendas del siglo XIX por una recreación de casa catalana completa, pero realizada con materiales nuevos. Por último, la intervención en el palacio se completó con la apertura del Museo Marès en 1948, obra que afectó al patio interior y a otra de sus fachadas, en donde la medievalización se consiguió por medio del traslado de elementos antiguos como ventanales, artesonados o escaleras, y con la incorporación de otros nuevos, pero imitando a los antiguos.



Figura 7. Plaza del Rey en 1935 y en 1956.

Fueron utilizados elementos que procedían de los derrubios de la vía Layetana, como por ejemplo los capiteles de las columnas. El portal neoclásico fue trasladado a la parte posterior del palacio y hoy es la entrada del Museo Marès.

Fuentes: Florensa i Ferrer, 1949; y Florensa i Ferrer, 1958.

Las intervenciones que Florensa dirigió durante casi 40 años fueron muy numerosas. En la plaza de San Felipe Neri, por ejemplo, trasladó dos fachadas del siglo XVI que habían sido desmontadas con la apertura de la vía Layetana. Intervino sobre la muralla romana, sobre todos los edificios más emblemáticos de la calle Montcada o incluso creó fachadas neomedievales en construcciones del siglo XVII [113]. En su libro *Política del Barrio Gótico* resumía en tres puntos su manera de actuar: restauración [en estilo] de los restos conservados, traslados de edificios a la zona y armonizar el resto con elementos neomedievales. El objetivo de estas obras puede resumirse en una frase suya: "esta cantidad de monumentos, en un espacio tan restringido, dan como resultado un ambiente de una «densidad» histórica y emocional tremenda, que sobrecoge al visitante sensible y le produce impresiones inolvidables. Por esta razón su visita se ha convertido en imprescindible para todo turista" [114]. En última instancia, Florensa describía lo que Riegl había definido como valor de antigüedad. La densidad histórica a la que se refiere, se verificó en el hecho de que todos los edificios de viviendas modernas y consideradas vulgares, fueron o bien derribadas y sustituidas por elementos y formas antiguas, o bien transformados en piezas que armonizasen con el resto de monumentos. Este hecho era la única característica común a todas las propuestas presentadas desde principios de siglo, en donde el objetivo de la puesta en valor se presentó como un instrumento para dotar a la ciudad de un reconocimiento histórico-artístico que nunca había tenido. En la creación de esta imagen de marca, el derribo de las construcciones parásitas, como las llamaba Rubió, potenciaría la acumulación de elementos antiguos, haciendo realidad uno de los objetivos de Arnús y de la Sociedad de Atracción de Forasteros, ya que como diría el propio Florensa, "a pesar de algunas críticas, es evidente que con estos trabajos el prestigio histórico y monumental de Barcelona ha ganado mucho" [115].



Figura 8. Nueva fachada del palacio Pignatelli.

Terminada en 1970, se construyó debido a un cambio de alineación de la calle. Aunque es toda nueva, en la actualidad constituye el ejemplo más completo de «casa catalana» que existe en la ciudad.
Fuente: *Catàleg del Patrimoni Arquitectònic Històric-Artístic de la Ciutat de Barcelona* (1987).



Figura 9. Palacio Berenguer de Aguilar en la calle Montcada en 1955 y en 1964.

Aunque la intervención también afectó a la fachada y a la parte posterior del palacio, que es toda nueva, la obra más agresiva se produjo en el patio, donde se introdujo esta nueva galería de arcos apuntados, así como ventanales y otros elementos antiguos. En la actualidad es el Museo Picasso de Barcelona.
Fuentes: Maristany, 2007; y Florensa i Ferrer, 1964.

Conclusión. El Barrio Gótico. De símbolo nacional a parque temático

George Orwell escribió *1984* como metáfora y revelación del totalitarismo soviético. En la novela se modificaban diariamente los periódicos conservados en los archivos, y así las nuevas capacidades del Gran Hermano se certificaban en un pasado reeditado una y otra vez. Cuando un grupo asume algún tipo de poder e intenta mantenerlo necesita explicar cómo y por qué ha llegado hasta allí, y por eso la historia se revisa como medio de legitimación política, hecho que implica contarla de una manera y omitir todo aquello que no interesa. La democracia tiene la capacidad de hacer creer que este tipo de falsificaciones o bien se remontan a épocas lejanas, o si son contemporáneas sólo se producen en dictaduras [116]. En Cataluña, desde la muerte de Franco hasta la actualidad, y como herencia de la *Renixença*, la lucha constante por controlar la producción de la historia enfrenta en dos bandos a la burguesía españolista contra la catalanista, intereses que se defienden en diferentes ámbitos, pero que se palpan directamente en los programas de cada partido político. Al ritmo de subvenciones, la lucha a veces penetra en los departamentos universitarios y en los institutos culturales, donde se cubre con un manto de objetividad a la investigación histórica, y donde se esconde que la elección por rescatar unos hechos o personajes y relegar a otros es obviamente interesada, y cuyo resultado responde a una decisión política [117].

En la industria de la conmemoración es donde el revisionismo se presenta de forma evidente, sobre todo en la versión «aniversario histórico». Es la oportunidad para escribir un nuevo mensaje sobre el hecho conmemorado, y así actualizar el conjunto de significados que se le asocian. En 2009 asistimos a la conmemoración de los acontecimientos de julio de 1909, y cada una de las partes implicadas explicó el sentido de lo ocurrido en forma de conferencias o seminarios [118]. En el 2010 algo

parecido ocurrió con los enfrentamientos sobre la «memoria histórica», y no es de extrañar que ya se esté pensando en cómo será el futuro centenario de la Guerra Civil. Cuando la Revolución Francesa necesitó dar carta de naturaleza a las relaciones capitalistas acudió a la historia para demostrarlo, y celebrando unas épocas o hechos y olvidando otros recuperó la historia de la burguesía para enseñarla como la historia de la nación. El monumento está preparado para recibir cualquier tipo de significado, y en la conmemoración monumental de la Revolución se sustituía el viejo sentido del feudalismo opresor por una Edad Media en la que ya existían las instituciones, las relaciones sociales y los valores que iban a dominar el mundo occidental tras la victoria de la burguesía. Al no existir institución que deje de conmemorar el remoto incidente que le hizo irrumpir en la historia, la nación catalana celebraba el milenio de Ripoll como certificado de nacimiento. El monumento constituía su principal expresión, y aunque se reconocía que su forma es una recreación estilística, en la actualidad mantiene el mismo significado que le fue otorgado a finales del siglo XIX. Su falta de autenticidad material no niega su validez simbólica, ya que el mensaje puede ir incorporado a cualquier tipo de objeto, sea una reproducción o una copia, o incluso a un lugar en sí, aunque el objeto haya desaparecido. Como dice Lowenthal, “los patrimonios falsificados son parte integrante de la realidad de grupo, (...) y descubrir que las tradiciones veneradas son invenciones recientes, deja indiferente a casi todo el mundo” [119].

En el contexto de la Renaixença se escribía la historia de Cataluña. Algunos de esos jóvenes románticos pasaron a formar parte de la clase dirigente con la victoria de la Lliga, pudiendo hacer oficial el proyecto cultural en el que se formaron, llamado más tarde Noucentisme. Lo que Puig i Cadafalch definió como «casa catalana» sirvió como modelo ideal por encima de la realidad documental de muchos edificios, transformando la materia en función de una idea. Este modo de actuar ejemplificaba cómo es posible convertir una selección subjetiva del pasado —esa frontera de nacionalidad artística— en la propia realidad objetiva, ya que si bien Puig i Cadafalch reconocía que este tipo de casas prácticamente no se conservaban en Barcelona, en la actualidad es la tipología monumental que más se repite por toda la ciudad.

Pero en el capitalismo la reescritura de la historia, o en este caso la representación de la historia monumental, va acompañada de otro incentivo: la posibilidad de convertir el pasado en una mercancía. Motivada por la trayectoria del turismo, la industria del monumento sustituye a la celebración tradicional de la historia, y su habitual función política ha sido absorbida por las leyes del mercado. Este fenómeno constituye una de las características de la ciudad-empresa, en donde la necesidad de atraer inversiones y flujos de capital obliga a las ciudades a construir una seductora imagen de marca. De esta manera, la preocupación por el pasado monumental después de la Revolución Francesa ha pasado por dos fases. Una etapa inicial en la que los nacionalismos comenzaron a reeditar la historia, y una segunda etapa en la que dicha historia fue puesta en valor como medida de promoción urbana. La historia no ha podido escapar a la lógica del capital, y estas dos fases las vemos presentes en otros casos, aunque desarrollados en un espacio y en un tiempo diverso.

Tanto los nacionalismos como la historia convertida en recurso turístico acudieron a la misma herramienta en el momento que pudieron transformar los edificios, es decir, a la restauración monumental. La causa principal radicaba en el hecho de que la restauración en estilo había nacido como instrumento de la ideología dominante. Cuando los nuevos estados nacionales —o en el caso de Cataluña la burguesía nacionalista— se vieron ante la necesidad de revisar la historia, seleccionaron algunos monumentos y reconstruirlos según la nueva versión del pasado constituyó un requisito inevitable para legitimarse. En este caso, completar por analogía anulaba la heterogeneidad de la historia, borrando las etapas que no interesaban, y presentaba una continuidad ininterrumpida que, en cualquier caso, es siempre ficticia. Al mismo tiempo, si para la creación de la ciudad moderna también era ineludible poseer un atractivo centro histórico, la restauración en estilo creaba expresamente valor de antigüedad, construyendo espacios pintorescos y seductores que, desde el punto de vista documental, nunca son auténticos. Esta segunda fase, que en realidad no contradice a la primera y puede desarrollarse de forma paralela, en Barcelona tuvo lugar en una época en donde la restauración en estilo ya se había descartado teóricamente. Este hecho, aunque parezca contradictorio, demuestra que las intervenciones no dependían de las críticas, sino de las leyes del mercado turístico, que en la capital catalana manifestaban su lógica desde 1908. Contemporáneamente, una situación aún más evidente se producía en Italia. Aunque era el lugar en donde habían surgido las modernas teorías de restauración, las decisiones sobre cómo restaurar las tomaba el gobierno de Mussolini, que por un lado necesitaba legitimar una historia fascista y, por otro, recibía el apoyo de la industria turística para motivar a que las élites inglesas y francesas continuasen realizando el *grand tour* [120].

Por el contrario, una de las características de la segunda fase del interés por el pasado, es que la industria del monumento no tiene necesidad de guardar relación con algún mensaje político. Se separa de la reescritura tradicional de la historia, no remite a ningún contexto. El monumento queda reducido a un icono que carece en sí mismo de sentido, y pasa a ser sólo un emocionante objeto antiguo. Este proceso se produce porque así como el monumento puede variar de significado constantemente, también puede que no tenga ninguno. Si el ayuntamiento franquista continuó con la construcción del Barrio Gótico fue porque prosiguió con la política monumentalizadora de la ciudad iniciada por los preparativos de la Exposición de 1929. Aunque la forma que adoptó el barrio dependiera de lo que había definido la historiografía catalanista, el impulso para su construcción fue posible cuando la burguesía local comprendió que la ciudad necesitaba una atractiva imagen de marca. Y al mismo tiempo, fue la continuación de ese “símbolo acabado de la patria común”, pero en versión ciudadana y no catalanista, hecho que no contradecía a la propaganda nacional-española de la dictadura.

De todas maneras, en la constante redefinición del significado de la historia, tras la muerte de Franco el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat han vuelto a hacer uso del pasado medieval como continuación del mensaje político establecido por la Renaixença. En 1998 se celebraba una exposición para conmemorar el 750 aniversario de los privilegios otorgados por Jaume I a la ciudad de Barcelona. El catálogo hacía referencia a la Barcelona de los siglos XIII, XIV y XV, la cual “*fou una de les places més importants de la Mediterrània, capital d'un estat amb gran influència política, militar i econòmica, i marc per al desenvolupament d'una nova cultura florent (...). Y en aquest marc Barcelona va anar adquirint el seu perfil gòtic tan característic i perdurable*” [121]. Sin embargo, algunas de las imágenes que ilustran el catálogo son ventanas coroneltes colocadas por Florensa.

En alguna ocasión se ha comparado al Barrio Gótico con un parque temático. Este tipo de atracciones turísticas se caracterizan por potenciar expresamente el valor de antigüedad, o lo que sería lo mismo, por crear historicidad. Se parte de la base de que existe una demanda de productos históricos, y con el fin de atraer a este sector de consumidores se recrean espacios de apariencia antiguos. Las recreaciones pueden ser imaginadas —como Disneyland— o bien documentadas, es decir, basándose en edificios desaparecidos, pero que existieron realmente. En Europa, en el contexto de las Exposiciones Universales, vimos cómo la exhibición de la historia de la ciudad o país organizador representaba uno de los principales espectáculos del certamen, y en el caso de Barcelona esta necesidad dio lugar al Pueblo Español. Sin embargo, donde más han florecido ha sido en Estados Unidos, de donde proviene el propio concepto. País sin historia urbana medieval, comprobaron que el visitante salía igualmente satisfecho de una visita a monumentos históricos aunque éstos sólo sean copias. Es el valor de antigüedad por antonomasia, y sin tabúes. Walter Benjamin se equivocaba, y la reproducibilidad técnica de la obra de arte no elimina su admiración y su áurea. Mientras que en la vieja Europa la historia como recurso había originado la demanda turística, en Estados Unidos, conscientes de que existía la demanda, inventaron el recurso. Antes de la Primera Guerra Mundial aparecieron los Open Air Museum, espacio en el que se exhiben diversos edificios históricos traídos de cualquier lugar del mundo. Uno de los más conocidos en la década de 1920 fue el de Greenfield, iniciativa de Henry Ford al comprar casas rurales inglesas y trasladarlas a Estados Unidos. En la actualidad, en Norte América existen más de un centenar de este tipo de museos, multiplicados a partir de la década de 1950 cuando se adquirieron construcciones históricas europeas en estado de ruina por la guerra. El traslado se justificaba como la mejor manera de conservarlas, aunque cuando se trasladaba un edificio, es necesario repararlo, y materiales considerados inapropiados son cambiados, extraños elementos pueden ser eliminados o partes perdidas reconstruidas.

En 1926, John D. Rockefeller Jr. propuso recrear la ciudad colonial de Williamsburg, destruida en el siglo XVIII. Para ello creó la Colonial Williamsburg Foundation, que compró las 1200 hectáreas que formaban los restos de la ciudad antigua, declararon la zona peatonal y comenzaron las obras de su reconstrucción. Restauraron 88 edificios de origen colonial a su estilo primitivo, construyeron otros 400 en el mismo estilo que los originales y trasladaron edificios coloniales de otras ciudades para colocarlos en el nuevo centro histórico de Williamsburg. Debido a que la temática del parque era el siglo XVIII, el espacio se ambientó con música, vestidos y comida de la época. El número elevado de visitantes que a partir de entonces consumían en Williamsburg motivó a la burguesía de otras ciudades a crear parques de temática histórica, cuyo número se ha multiplicado después de la Segunda Guerra Mundial. Generalmente, se construyen en áreas degradadas, como medio para regenerar la economía local y modificar las *inner-cities*, es decir, el centro tradicional de la ciudad, habitado generalmente por familias de escasos recursos. Tanto en Williamsburg como en la mayoría de los casos, después de las obras la población fue desplazada, y el barrio pasó a ser habitado por clase media con más poder adquisitivo, fenómeno conocido como «gentrificación», y que como vimos también en Barcelona, acompaña conscientemente a este tipo de operaciones.

Por otra parte, los autores que han estudiado este tipo de parques temáticos «documentados», coinciden en que su construcción se desarrolla gracias a la aplicación de tres procedimientos o herramientas que se repiten en cada caso. Llama la atención que el principal recurso sea la restauración en estilo de los restos conservados, reconstruyendo los edificios según el modelo ideal de la arquitectura tradicional de la ciudad. También se recurre al traslado de edificios originales o partes de ellos, generalmente traídos desde otra ciudad o barrio y recolocados en la zona delimitada para el recinto. Y por último, se recrea el entorno con la eliminación de edificios sin apariencia antigua y se sustituyen por otros nuevos en estilos históricos, pero que nunca existieron. En definitiva, tanto los objetivos del parque temático como los procedimientos para conseguirlo coinciden con lo que Florensa llamaba *Política del Barrio Gótico*. Con el fin de potenciar la “densidad monumental” del barrio, Florensa resumía su actuación en tres reglas que, en última instancia, son las mismas que se utilizan para la construcción de este tipo de espacios historizados. En realidad, la *Política del Barrio Gótico* sintetizaba los diferentes criterios que en la ciudad se habían formulado desde 1902 hasta 1927, ya que si cada propuesta cambiaba formalmente, en el fondo también aplicaban estos tres procedimientos como forma de actuación en el entorno de la Catedral. Teniendo en cuenta que además en los parques temáticos se prohíbe el tráfico rodado, se eliminan las aceras, se sustituye el pavimento por otro de piedra y se armoniza el espacio con una escenografía historicista —fuentes, iluminación, esculturas— en última instancia, las técnicas utilizadas concuerdan con el programa que Rucabado planteó en 1911 y que Florensa dirigió en años posteriores.

Por lo tanto, ¿cuál es la diferencia entre un parque temático reconocido como tal y un barrio de origen medieval reconstruido? ¿Cuáles son los límites entre ambos? En 1986 el ministro francés de turismo reconocía que "nuestro patrimonio se debe vender y tiene que ser promovido con los mismos argumentos y técnicas que han hecho posible el éxito de los parques de diversión", para "pasar del centro histórico como pretexto al centro histórico como producto" [122]. Llama la atención que estos mismos procedimientos hayan sido utilizados para la puesta en valor de ciudades históricas distinguidas como Roma, Florencia o Arezzo, de las cuales nadie se atrevería a decir que son inventadas. Las cuestiones planteadas no tienen una sola respuesta, y dependerá de la posición que ocupe quien se pronuncie. Lo único que compartirán con seguridad es una definición determinada del confuso concepto de autenticidad. Formalmente, según el diccionario de la RAE, auténtico significa "acreditado como cierto y verdadero por sus características" o "dar fe de la verdad de un documento". Para un historiador, el Barrio Gótico constituye un paradigma de los llamados falsos históricos, y debido a las motivaciones por las que fue construido, puede ser definido como un parque temático. No es auténtico porque sería imposible documentar de forma fehaciente la arquitectura medieval de Barcelona por medio de sus edificios. Las excesivas restauraciones impiden su propio estudio. Por ejemplo, los autores que han analizado la arquitectura urbana medieval de Barcelona, sobre las ventanas coronelles afirman que es uno de los elementos que permiten tanto datar a un edificio como medir la posición social de sus habitantes [123]. Sin embargo, ¿es auténtica esta información que nos aporta si se han recolocado o incluso inventado un total de 82 ventanas coronelles entre 1905 y 1970?

Pero el turismo es una industria que responde a la ética y a la estética del mercado. Hemos visto que esta realidad conlleva la construcción de parques historizados con el fin de explotar la fascinación por lo antiguo. Para facilitar la visita, tanto si hablamos de centros históricos o de parques temáticos, sus promotores afirman que se debe "reducir la complejidad y riqueza de la historia urbana a unas simples, reconocibles y vendibles características" [124]. La historia se simplifica, se estereotipa y se lanza al mercado como un pack sugestivo y fácil de consumir. En otros casos, al poder reproducir edificios completos cuyos originales han perdido alguna de sus partes, los parques temáticos se otorgan más autenticidad que la propia historia, como el Japanese Museum of Buildings, en que la representación de la casa en la que nació Shakespeare es considerada más auténtica que la original, ya que la nueva reconstrucción es una fiel comparación con la de su estado primitivo en el siglo XVI. Desde la industria turística se sostiene que "si la autenticidad es el exacto reflejo del pasado mediante su arquitectura, entonces una hábil reconstrucción puede ser más auténtica que unos restos esparcidos" [125]. Lo que demuestran estas afirmaciones es que para el mercado turístico un edificio será más auténtico cuanto mayor sea su apariencia de antigüedad, independientemente de que la antigüedad sea una recreación. Esto es así porque se entiende que cuanto más histórico parezca el producto, éste será más consumido. Por lo tanto, esta deducción conlleva que debe ser el consumidor quien determine lo que es o no auténtico. O mejor dicho, el consumidor autentifica el recurso, y por lo tanto, si el producto se consume es auténtico [126]. La autenticidad, en este caso, se refiere a una experiencia auténtica, a la diversión que proporciona el espectáculo. La profesora de urbanismo en Harvard Susan Fairstein, propone como solución para la conservación de ciudades como Venecia o Florencia, realizar copias exactas de sus principales monumentos en Estados Unidos, Japón o los Emiratos Árabes, ya que de esta manera los turistas de estas zonas no tendrían la necesidad de viajar hasta Europa y sobrecargar a ciudades con miles de visitantes. En una entrevista titulada «la única solución para el turismo masivo es crear Eurodisneys», aseguraba que "la emoción, la diversión e incluso por qué no, el placer estético que podrían obtener los turistas allí serían iguales que los que proporcionan los originales" [127]. Los defensores de la comercialización del pasado recreado sostienen también que "el parque temático puede aportar una experiencia histórica más real que el propio sitio histórico, y en este sentido lo ha reemplazado" [128]. Es la ética del mercado, que esconde que si no se nos advierte, como consumidores presuponemos que la historia que se nos exhibe es la verdadera, y no una fantasía tipificada.

Riegl ya sospechaba en 1903 que el culto por el valor de antigüedad traería consecuencias imprevisibles, y que entraría en contradicción con el valor histórico, es decir, con la función documental del monumento. Si atendemos a la definición formal de autenticidad, la antigüedad recreada perdería credibilidad, y por este motivo desde el mercado turístico se propone que la autenticidad del pasado debe ser reemplazada por un concepto más flexible. Por lo tanto, los límites entre el parque temático y el centro histórico reconstruido no pueden ser definidos con precisión. Existen intereses contradictorios que impiden un acuerdo: los de la historia en sí misma y los de la historia convertida en mercancía. Aunque si consideramos que el tipo de relación capitalista domina cualquier tipo de relación social, en la práctica resulta evidente cuál de los dos intereses es el predominante. En Estados Unidos, al disponer de una escasa historia monumental para exhibir, el consumidor sabe de antemano que visitará reproducciones, y los promotores lo reconocen sin tabúes. En la vieja Europa aún parece inmoral admitir la supremacía de los valores del mercado. Aunque los nacionalismos despertaron el interés por el pasado monumental, las intervenciones sólo pudieron realizarse cuando la historia se convirtió en un recurso turístico, en un medio para colocar la ciudad en el mundo y promocionarla a través de su imagen de marca. Aún así, se ignora este hecho escandalizador, y las actuaciones vendrían a ser una pura conservación del centro histórico. Pareciera que los turistas acuden porque existe un recurso que ha permanecido inalterado desde la Edad Media, y no porque el recurso haya sido creado para satisfacer la demanda turística. Deberíamos reconocer este hecho y explicar cómo eran los monumentos antes de exhibirlos. Las autoridades no deben temer por ello: aunque se reconozca que es una copia, lo antiguo será igualmente consumido.

Notas

- [1] El presente artículo es una síntesis de la tesis doctoral del autor. Cada uno de los temas aquí tratados se podrán encontrar más desarrollados en Cocola Gant, 2011.
- [2] Berger & Luckmann, 2003.
- [3] Hobsbawm, 2003.
- [4] Anderson, 2006.
- [5] Si bien el ejemplo más claro se percibe en la formación de los estados nacionales, en la actualidad sigue cumpliendo la misma función, y cuando es necesario se continúa reinterpretando el pasado, tomando a la historia como una fuente inagotable de recursos. A mediados de la década de 1990, se afirmaba que "la política, la economía y los objetivos sociales de la Comunidad Europea no pueden ser adquiridos sólo por cumbres, tratados y directivas. Tiene que recibir un eco de consentimiento por parte de los ciudadanos para que se identifiquen con una entidad supranacional. Pero este hecho requiere una nueva interpretación de su pasado. (...) Europa requiere un nuevo pasado como precondición para su emergencia" (Ashworth & Larkham, 1994, p. 2). Para otros ejemplos actuales ver Dimitrijevic, 2004.
- [6] Ver Prats, 2004. Este tipo de trabajos han tenido más influencia en Francia, incluso dentro del campo de la historia del arte Barral ha estudiado el origen del interés por el arte románico en el siglo XIX, entendiendo a éste como una realidad formada por sucesivas restauraciones (Barral, 2006). Además Michonneau analiza en Barcelona la relación entre los monumentos públicos conmemorativos y la creación de una memoria colectiva condicionada por los intereses de la burguesía local (Michonneau, 2002).
- [7] Hobsbawm, 1983, p. 4.
- [8] En el mundo globalizado, el uso del pasado después del nacionalismo satisface a escala planetaria el consumo turístico. Para una síntesis con diversos ejemplos ver Rowan & Baram, 2004.
- [9] Palou i Rubio ha estudiado los orígenes de la promoción turística en Barcelona, llegando a conclusiones similares a las que aquí se sostienen. Ver Palou i Rubio, 2011.
- [10] Ward estudia ejemplos de marketing urbano desde 1850 (Ward, 1998). Para una visión actual del funcionamiento de la ciudad-empresa, ver Cocola Gant, 2009.
- [11] Dimitrijevic, 2004, p. 11.
- [12] Maccannell, 2003, p. 30.
- [13] Urry, 1990.
- [14] Marx, 1974, p. 189. Es interesante resaltar que el concepto «fin de la historia» no es una creación posmoderna, sino que está implícito en la justificación natural del capitalismo. El posmodernismo es la última fase de su ideología.
- [15] Fue la Revolución de Julio de 1830, que dio lugar a la monarquía de Juillet (liberal y constitucional), y que puso fin al período de la Restauración (1815-1830), etapa en que la aristocracia intentó recuperar las condiciones del antiguo régimen.
- [16] Theis, 1986, p. 573.
- [17] Guizot, F. Histoire des origines du gouvernement représentatif en Europe, Paris: 1855, citado en Poulot, 2006, p. 130.
- [18] Engels, 1976, p. 71.
- [19] Chastel, 1986, p. 424.

- [20] Citado por Poulot, 1997, p. 53.
- [21] Riegl, 1987, p. 28.
- [22] Chastel, 1986, p. 425.
- [23] Citado por Brandenburg, 1979, p. 78.
- [24] Citado por Lowenthal, 1998, p. 113.
- [25] Viollet-le-Duc, 1967, Vol. II. p. 281.
- [26] *Ibidem*, p. 281.
- [27] Foucart, 1980, p. 10.
- [28] Riegl, 1987, p. 30.
- [29] *Ibidem*, p. 31.
- [30] Riquer, 1977, p. 24.
- [31] Folch i Torres, 1918, s/n.
- [32] Puig i Cadafalch, 1897, p. 874.
- [33] Hobsbawm, 1992, p. 35.
- [34] Puig i Cadafalch, 1913, p. 1041.
- [35] Ver Ganau Casas, 1997 y 2003; Nicolau & Venteo, 2001.
- [36] Martorell, 1908, s/n.
- [37] Rucabado, 1911, p. 310.
- [38] *Ibidem*.
- [39] Puig i Cadafalch, 1901, p. 1.
- [40] *Ibidem*.
- [41] Martorell, 1911, p. 307. De la misma manera, Gaudí *al*entaba a poner en valor "aquellos recuerdos arquitectónicos, los cuales son el encanto de turistas y viajeros" (Batlle, 1908, p. 5). Y en un artículo de la *Il·lustració Catalana* de 1911 también se decía: "*si la gent va a Florencia y a Venecia, si'ls estrangers d'exter el seu or a Paris y a Madrid, no es pas perquè tinguin aquestes ciutats més o menys nombre de kilòmetres de carrer; es pels seus monuments, pels seus museus*" (Il·lustració Catalana, 1911, s/n.).
- [42] Me refiero por ejemplo a: Anholt, 2007; Capel, 2005; Delgado, 2007; Unió Temporal d' Escribes, 2004.
- [43] Barjau, 1997, p. 211.
- [44] Banquero y empresario barcelonés, en 1917 fundó, junto con Francesc Cambó, el Hotel Palace de Barcelona, primer alojamiento de lujo en la ciudad. Su abuelo, el también banquero Evaristo Arnús, había participado en la financiación de la Exposición Internacional de 1888.
- [45] Arnús, 1908, p. 5.
- [46] *Ibidem*, p. 8.
- [47] *Ibidem*, p. 23.
- [48] Tulp, 1909, p. 50.
- [49] Palou i Rubio, 2011.
- [50] Arnús, 1908, p. 15.
- [51] Sociedad de Atracción de Forasteros, 1908, p. 646.
- [52] García Faria, 1912, p. 71.
- [53] *Ibidem*, p. 75.
- [54] Folch i Torres, 1930, p. 5.
- [55] Vidal Casellas, 2006, p. 217-218. El texto era del libro de Antoni Muntanyola, *Organització turística de Catalunya*.
- [56] Barcelona Atracción, 1912, p. 4.
- [57] Reyes, 1919, s/n.
- [58] Ward, 1998.
- [59] Gómez Martínez, 2006, p. 69-99.
- [60] Arnús, 1908, p. 48.
- [61] Serra i Roca, 1929, p. 5.
- [62] Maluquer, 1914, p. 158.
- [63] Cambó, 1912, p. 506.
- [64] Citado por Solà-Morales, 1985, p. 13.
- [65] Arnús, 1908, p. 20.
- [66] *Ibidem*, p. 16.
- [67] *Ibidem*, p. 20.

- [68] *Ibidem*, p. 22.
- [69] *Ibidem*, p. 61.
- [70] *Ibidem*, p. 66.
- [71] *La Publicitat*, 1927, p. 6.
- [72] *Barcelona Atracción*, 1935, p. 267.
- [73] *Ibidem*.
- [74] Para una visión sobre las estrategias de lucha de estos sectores entre el 1900 y 1936 ver Ealham, 2005.
- [75] Arnús, 1908, p. 39-40.
- [76] *Ibidem*, p. 52.
- [77] *Ibidem*, p. 53.
- [78] *Ibidem*, p. 65.
- [79] Rubió i Bellvé, 1913. Ingeniero militar, Marià Rubió i Bellvé fue presidente de la SAF desde 1911 hasta 1936. Era hermano del arquitecto Joan Rubió i Bellver, aunque escribían el apellido de forma distinta. El deseo coincide con las aspiraciones actuales del gobierno municipal, y llama la atención la similitud de las medidas propuestas para alcanzarlo tanto en el presente como a principios del siglo XX. El tan repetido civismo encuentra sus orígenes en la necesidad de conseguir que el conjunto de la ciudadanía valore el «proyecto Barcelona» como un proyecto común.
- [80] Rahola, 1919. Industrial y político de la Lliga Regionalista, fue vicepresidente de la SAF desde 1908 hasta 1919, fecha de su muerte. Ejerció el cargo de secretario del Fomento del Trabajo Nacional y fundó la revista *Mercurio* para fomentar el comercio con América.
- [81] Vega i March, 1918, p. 25. Fundador y director de la revista *Arquitectura y Construcción*, Manuel Vega i March fue también presidente de la Asociación de Arquitectos de Cataluña.
- [82] *Ibidem*, p. 12.
- [83] *Ibidem*, p. 15.
- [84] «Lugar de memoria» es la expresión utilizada por Pierre Nora como título a una serie de libros que estudian la formación de los símbolos de la nación francesa. Ver Nora, 1984.
- [85] Vega i March, 1918, p. 17.
- [86] *Ibidem*, p. 16.
- [87] *Ibidem*, p. 19.
- [88] *Ibidem*, p. 21.
- [89] Citado por Peran, Suárez & Vidal, 1994, p. 18.
- [90] *Ibidem*.
- [91] *Ibidem*, p. 21.
- [92] Vega i March, 1918, p. 23.
- [93] *Ibidem*, p. 24.
- [94] *Ibidem*, p. 26.
- [95] Borja & Castells, 1997, p. 154.
- [96] Friedmann, 2004, p. 89.
- [97] Delgado, 2007, p. 87.
- [98] *Ibidem*, p. 124.
- [99] Puig i Cadafalch, 1905, p. 3.
- [100] Casellas, 1907, p. 5.
- [101] Vega i March *et al.*, 1914, p. 338.
- [102] *Barcelona Atracción*, 1915, p. 11.
- [103] *Ibidem*, p. 13.
- [104] *Diario Oficial de La Exposición Internacional de Barcelona*, 1929, s/n.
- [105] *Diario Oficial de La Exposición Internacional de Barcelona*, 1930, s/n.
- [106] Rubió i Tudurí, 1929, p. 5.
- [107] *Diario Oficial de La Exposición Internacional de Barcelona*, 1929, s/n.
- [108] *Barcelona Atracción*, 1928, p. 188.
- [109] Díez de Tejada, 1930, s/n.
- [110] Brunet, 1929.
- [111] *Barcelona Atracción*, 1927.
- [112] *Barcelona Atracción*, 1928, p. 188-189.
- [113] Algunas de sus intervenciones también son descritas en Peiró, 2002.
- [114] Florensa i Ferrer, 1950, p. 629.
- [115] Florensa i Ferrer, 1964, p. 21.

- [116] Resulta paradigmático cómo la crítica posmoderna aclama constantemente la figura de un supuesto Orwell-demócrata en un intento de recuperación que intenta encubrir el particular 1984 en el cual vivimos. Algo similar ocurre con la interpretación actual del pensamiento de Walter Benjamin. Una lectura detenida de ambos demostraría que la sociedad que criticaban tiene demasiadas similitudes con la democracia actual.
- [117] Por ejemplo, cuando Esquerra Republicana asumió el control del Departamento de Universidades de la Generalitat en el 2005, las subvenciones que a partir de entonces concedió iban destinadas a grupos de investigación afines a su programa político. Ver el artículo en *El País Digital* del 11 de marzo del 2006: "La Generalitat niega ayudas para investigar a varios de los mejores historiadores catalanes".
- [118] Tanto la Iglesia como el Ayuntamiento de Barcelona organizaron actos de celebración sobre la Semana Trágica, en donde se incluían desde conferencias hasta vistas turísticas por las esquinas en donde se habían levantado las barricadas. Al mismo tiempo, algunos colectivos obreros y anarquistas conmemoraron de forma diversa la Revolución de 1909.
- [119] Lowenthal, 1998, p. 119.
- [120] Para un estudio sobre el caso italiano ver Medina Lasansky, 2004.
- [121] Nicolau, 1999, p. 20.
- [122] Citado por Choay, 1995, p. 232.
- [123] Me refiero a González, 2003, p. 153.
- [124] Ashworth & Tunbridge, 1990, p. 54.
- [125] *Ibidem*, p. 24.
- [126] Esta posición es defendida por varios autores. Ver Alsayyad, 2001, p. 9; Ashworth & Larkham, 1994, p. 18.
- [127] Faïnstein, 2008.
- [128] Ashworth & Tunbridge, 1990, p. 160.

Bibliografía

- ALSAYYAD, Nezar. Global norms and urban forms in the age of tourism: manufacturing heritage, consuming tradition. In ALSAYYAD, Nezar (Ed.). *Consuming tradition, manufacturing heritage. Global norms and urban forms in the age of tourism*. London: Routledge, 2001, p. 1-33.
- ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2006.
- ANHOLT, Simon. *Competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007.
- ARNÚS, Gonzalo. *Barcelona cosmopolita*. Barcelona: Imprenta Viuda de Luis Tasso, 1908.
- ASHWORTH, Gregory John & TUNBRIDGE, J. E. *The tourist-historic city*. London & New York: Belhaven Press, 1990.
- ASHWORTH, Gregory John & LARKHAM, Peter. A heritage for Europe. The need, the task, the contribution. In ASHWORTH, Gregory John & LARKHAM, Peter (Eds.). *Building a new heritage. Tourism, culture and identity in the new Europe*. London: Routledge, 1994, p. 1-9.
- BARCELONA ATRACCIÓN. Actividad urbana. N.º20, septiembre, 1912, p. 4.
- BARCELONA ATRACCIÓN. La futura Exposición de Barcelona. N.º55, agosto, 1915, p. 10-17.
- BARCELONA ATRACCIÓN. Nuevas mejoras urbanas. N.º190, abril, 1927, s/n.
- BARCELONA ATRACCIÓN. Obras de urbanización y embellecimiento. N.º204, junio, 1928, p. 188-189.
- BARCELONA ATRACCIÓN. Las antiguas edificaciones de la calle del Obispo. N.º282, diciembre, 1934, p. 365.
- BARCELONA ATRACCIÓN. Barcelona. Una ciudad sin mendigos. N.º291, septiembre, 1935, p. 267.
- BARJAU, Santi. El desenvolupament de la promoció turística de Barcelona i el seu territori, 1908-1936. In ROCA I ALBERT, Joan (Ed.). *Expansió urbana i planejament a Barcelona. Materials del IV congrés d'història de Barcelona*. Vol. II (VI Vols.). Barcelona: Institut Municipal d'Història de Barcelona, 1997, p. 207-217.
- BARRAL i ALTET, Xavier. *Contre l'art roman*. París: Fayard, 2006.
- BATLLE, Esteban. La reforma. Hablando con Gaudi. *El Diluvio*, 12 de noviembre, 1908, p. 5-6.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- BORJA, Jordi & CASTELLS, Manuel. *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus, 1997.
- BRANDENBURG, Alain. Alexandre Lenoir et le Musée des Monuments Français. In GRODECKI, Louis (Ed.). *Le gothique retrouvé avant Viollet-Le-Duc*. París: Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, 1979, p. 75-78.
- BRUNET, Manuel. Les Cases dels Canonges. *La Publicitat*, 28 de diciembre, 1929, p. 1.
- CAMBÓ, Francesc. Barcelona. Pasado, presente y porvenir. *La Catalunya*, n.º254, 17 de agosto, 1912, p. 505-506.
- CAPEL, Horacio. *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona: Ediciones del Serbal, 2005.
- CASELLAS, Raimon. Internacionalidad barcelonesa. *La Catalunya*, n.º2, 12 de octubre, 1907, p. 5-6.
- CATÀLEG DEL PATRIMONI ARQUITECTÒNIC HISTÒRIC-ARTÍSTIC DE LA CIUTAT DE BARCELONA. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1987.
- CHASTEL, André. La notion de patrimoine. in NORA, Pierre (Ed.). *Les Lieux de mémoire. La nation*. Vol. II (III Vols.). París: Gallimard, 1986, p. 405-450.
- CHOAY, Françoise. *L'allegoria del patrimonio*. Roma: Officina Edizioni, 1995.
- CÓCOLA GANT, Agustín. El MACBA y su función en la marca Barcelona. *Ciudad y Territorio*, 2009, n.º159, p. 87-101.

- CÓCOLA GANT, Agustín. *El Barrio Gótico de Barcelona. Planificación del pasado e imagen de marca*. Barcelona: Madroño, 2011.
- DELGADO, Manuel. *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del 'modelo Barcelona'*. Madrid: Catarata, 2007.
- DIARIO OFICIAL DE LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BARCELONA. 1.888- 1.929. Ayer y hoy. N.º1, 29 de abril, 1929, s/n.
- DIARIO OFICIAL DE LA EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BARCELONA. Una gestión municipal afortunada". N.º46, 18 de enero, 1930, s/n.
- DÍEZ DE TEJADA, Vicente. El Barrio Gótico. *Diario Oficial de la Exposición Internacional de Barcelona*, n.º46, 18 de enero, 1930, s/n.
- DIMITRIJEVIC, Dejan (Ed.). *Fabrication des traditions. Invention de modernité*. París: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2004.
- EALHAM, Chris. *La lucha por Barcelona: clase, cultura y conflicto, 1898-1937*. Madrid: Alianza, 2005.
- ENGELS, Friedrich. *Feuerbach et la fin de la philosophie classique allemande*. París: Gilbert Badia, 1976.
- FAINSTEIN, Susan. La única solución para el turismo masivo es crear Eurodisneys. *La Vanguardia*, 6 de junio, 2008, contraportada.
- FLORENSA I FERRER, Adolf. *Veinte años de labor en la conservación y restauración de edificios artísticos e históricos de Barcelona*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona, 1949.
- FLORENSA I FERRER, Adolf. La Barcelona que surge. Valoración del Barrio Gótico. *Gaceta Municipal de Barcelona*. 19 de junio, 1950, p. 629-633.
- FLORENSA I FERRER, Adolf. *Nombre, extensión y política del Barrio Gótico*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona, 1958.
- FLORENSA I FERRER, Adolf. Restauraciones y excavaciones en Barcelona durante los últimos veinticinco años. *Cuadernos de Arqueología e Historia de la Ciudad*, n.º6, 1964, p. 5-36.
- FLORENSA I FERRER, Adolf. *La fachada de la Catedral de Barcelona*. Barcelona: COAC, 1968.
- FOLCH I TORRES, Joaquim. El darrer volum de l'obra d'En Puig i Cadafalch. *La Veu de Catalunya, Pàgina Artística*, 10 de diciembre, 1918, s/n.
- FOLCH I TORRES, Joaquim. Turisme i ruinas. *La Veu de Catalunya*, 31 de enero, 1930, p. 5.
- FOUCART, Bruno. Viollet-Le-Duc, cent ans après. In FOUCCART, Bruno (Ed.). *Viollet-Le-Duc*, París: Galeries Nationales du Grand Palais, 1980, p. 5-15.
- FRIEDMANN, Reinhart. Urban Management by complexity. Nuevas formas de gestión estratégica urbana y de participación ciudadana. In FERNÁNDEZ, Gabriel & LEVA, Germán (Eds.). *Lecturas de economía, gestión y ciudad*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 2004, p. 87-118.
- GANAU CASAS, Joan. *Els inicis del pensament conservacionista en l'urbanisme català, (1844-1931)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1997.
- GANAU CASAS, Joan. La recreació del passat: el Barri Gotic de Barcelona, 1880-1950. In GRAU, Ramon & CUBELES, Albert (Eds.). *El procés urbà i la identitat gòtica de Barcelona*. Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat, Ajuntament de Barcelona, Quaderns d'Història n.º8, 2003, p. 257-272.
- GARCÍA FARIA, Pedro. Impresiones de viaje. Barcelona y las urbes extranjeras. *Arquitectura y Construcción*, n.º236, marzo, 1912, p. 66-78.
- GÓMEZ MARTÍNEZ, Javier. *Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos*. Gijón: Trea, 2006.
- GONZÁLEZ, Reinald. Les cases de Barcelona. In PLADEVALL I FONT, Antoni (Ed.). *L'art gòtic a Catalunya. Arquitectura. Dels palaus a les masies*. Vol. III, (III Vols.). Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 2003, p. 152-156.
- GRAHIT I GRAU, José. *Comisión de Monumentos Históricos y Artísticos de la Provincia de Barcelona. Memoria de la labor realizada en su primer siglo de existencia (1844-1944)*. Barcelona: Comisión Provincial de Monumentos Históricos y Artísticos, 1946.
- HOBBSAWM, Eric. Introduction. In HOBBSAWM, Eric & RANGER, Terence (Ed.). *The invention of tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, 1983, p. 3-17.
- HOBBSAWM, Eric. *Nations et nationalisme depuis 1780*. París: Gallimard, 1992.
- ILUSTRACIÓ CATALANA. Embelliment de la reforma. N.º408, 2 de abril, 1911, s/n.
- LA PUBLICITAT. El barri gòtic i el pensament urbà de Barcelona. 20 de abril, 1911, p. 6.
- LOWENTHAL, David. La fabrication d'un heritage. In POULOT, Dominique (Ed.). *Patrimoine et Modernité*. París: L'Harmattan, 1998, p. 107-127.
- MACCANNELL, Dean. *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina, 2003.
- MALUQUER I NUCOLAU, Josep. Gross Barcelona. La gran Urbs Mediterrania del pervindre. *La Catalunya*, n.º331, 7 de marzo, 1914, p. 158-159.
- MARISTANY, Gerard. *Barcelona restaurada. Cent anys de l'empresa F. Closa Alegret SA*. Barcelona: Closa & Lunweg, 2007.
- MARTORELL, Jeroni. *Informe al alcalde de Barcelona*. Archivo Histórico de la Ciudad de Barcelona. Jeroni Martorell. Documentación Personal, Caja 9, Carpeta 20, Folio 137, 1908.
- MARTORELL, Jeroni. Reforma interior de Barcelona. Exposición al Excmo. Ayuntamiento. *La Catalunya*, n.º189, 20 de mayo, 1911, p. 306-308.
- MARTORELL, Jeroni. Propuesta para la plaza Nueva. Servei de Patrimoni Arquitectònic Local, Legado Martorell, Caja 12, 1920.
- MARTORELL, Jeroni. La casa gòtica del carrer de Mercaders. *La Casa i la Ciutat*, n.º1, enero 1925, p. 3-5.
- MARX, Karl. *Miseria de la filosofía*. Madrid: Jucar, 1974.
- MEDINA LASANSKY, D. *The Renaissance perfected. Architecture, spectacle and tourism in fascist Italy*. Pennsylvania: Pennsylvania University Press, 2004.
- MEDINA LASANSKY, D & MCLAREN, Brian (Eds.). *Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar*. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
- MICHONNEAU, Stéphane. *Barcelona: memòria i identitat. Monuments, commemoracions i mites*. Vic: Eumo, 2002.
- NICOLAU, Antoni. La Barcelona Gòtica al Palau Reial Major. In VVAA (Ed.). *La Barcelona Gòtica*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1999, p. 15-23.

NICOLAU, Antoni & VENTEO, Daniel. La monumentalització del centre històric: l'invençió del Barri Gòtic. In FUSTER, Joan & NICOLAU, Antoni & VENTEO, Daniel (Eds.). *La construcció de la gran Barcelona: L'obertura de la Via Laietana, 1908-1958*. Barcelona: Museo d'Història de la Ciutat, Institut de Cultura, Ajuntament de Barcelona, 2001, p. 99-127.

NORA, Pierre. Entre mémoire et histoire. La problématique des lieux. In NORA, Pierre (Ed.). *Les Lieux de mémoire. La république*. Vol. I (III Vols.). París: Gallimard, 1984, p. XV-XLII.

PEIRÓ, Xavier. Adolf Florensa i el patrimoni arquitectònic de la ciutat de Barcelona. La seva labor en la restauració de monuments i conjunts urbans. In RIBAS PIERA, Manuel (Ed.). *Adolf Florensa i Ferrer (1889-1968)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2002, p. 33-88.

PALOU I RUBIO, Saida. *Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat, 1888-2010*. Tesis Doctoral dirigida por Llorenç Prats. Barcelona: Universidad de Barcelona, 2011 [disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/21771>].

PERAN, Martí & SUÀREZ, Alicia & VIDAL, Mercè. Noucentisme i ciutat. In PERAN, Martí & SUÀREZ, Alicia & VIDAL, Mercè (Eds.). *Noucentisme i ciutat*. Barcelona: CCCB, 1994, p. 9-31.

POULOT, Dominique. *Musée, nation, patrimoine, 1789-1815*. París: Gallimard, 1997.

POULOT, Dominique. *Une histoire du patrimoine en Occident*. París: Presses Universitaires de France, 2006.

PRATS, Llorenç. *Antropologia y patrimonio*. Barcelona: Ariel, 2004.

PUIG I CADAFALCH, Josep. Caràcter que diferencia las arquitecturas catalana y castellana antiguas. Conferencia llegida en l'Ateneu Barcelonés en la nit del 31 de maig de 1897. *La Renaixensa*, 11 de junio, 1897, p. 869-875.

PUIG I CADAFALCH, Josep. Barcelona d'anys a venir, III. *La Veu de Catalunya*, 22 de enero, 1901, p. 1.

PUIG I CADAFALCH, Josep. A votar. Per la Exposició Universal. *La Veu de Catalunya*, 11 de noviembre, 1905, p. 3.

PUIG I CADAFALCH, Josep. La casa catalana. Primer congrés d'història de la corona d'Aragó. 22 a 25 de junio de 1908. Vol. II (II Vols.). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1913, p. 1041-1060.

RAHOLA, Federico. El hombre en la ciudad. *Barcelona Atracción*, n.º104, octubre-noviembre-diciembre, 1919, s/n.

REYES, Fernando. El porvenir de Barcelona. Desaparición de las vías férreas. *Barcelona Atracción*, n.º103, septiembre, 1919, s/n.

RIEGL, Alois. *El culto moderno a los monumentos*. Madrid: Visor, 1987.

RIQUER, Borja de. *Lliga Regionalista: la burguesia catalana i el nacionalismo, (1898-1904)*. Barcelona: Edicions 62, 1977.

ROWAN, Yorke & BARAM, Uzi. Archaeology after nationalism. Globalization and the consumption of the past. In ROWAN, Yorke & BARAM, Uzi (Eds.). *Marketing heritage: archaeology and the consumption of the past*. California: Altamira Press, 2004, p. 3-22.

RUBIÓ I BELLVER, Joan. *Tàber Mons Barcinonensis. Observacions escrites després de l'exposició pública de les "visions" del Tàber al claustre de la seu*. Barcelona: Impremta de la Casa de la Caritat, 1927.

RUBIÓ I BELLVÉ, Marià. Pro Barcelona. Un discurs notable. *La Veu de Catalunya*, 6 de febrero, 1913, s/n.

RUBIÓ I TUDURÍ, Marià. Els problemes de la post-Exposició. Barcelona i Montjuich. *La Veu de Catalunya*, 28 de diciembre, 1929, p. 5.

RUCABADO, Ramón. Un barrio gòtic en Barcelona. *La Cataluña*, n.º189, 20 de mayo, 1911, p. 308-311.

SERRA I ROCA, Josep. Les marques de turisme. *La Veu de Catalunya*, 22 de diciembre, 1929, p. 5.

SOCIEDAD DE ATRACCIÓN DE FORASTEROS. Barcelona. *La Cataluña*, n.º54, 10 de octubre, 1908, p. 646-648.

SOLÀ-MORALES, Ignasi de. *L'Exposició Internacional de Barcelona 1914-1929: Arquitectura i Ciutat*. Barcelona: Fira de Barcelona, 1985.

THEIS, Laurent. Guizot et les institutions de mémoire. In NORA, Pierre (Ed.). *Les Lieux de mémoire. La nation*. Vol. II (III Vols.). París: Gallimard, 1986, p. 569-592.

TULP. Barcelona, estació d'hivern. *La Esquella de la Torrotxa*, n.º1569, 22 de enero, 1909, p. 50-52.

UNIÓ TEMPORAL D'ESCRIBES. *Barcelona marca registrada. Un model per desarmar*. Barcelona: Virus, 2004.

URRY, John. *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: SAGE, 1990.

VEGA I MARCH, Manuel. *El orgullo de la ciudad*. Barcelona: Impremta Barcelonesa, 1918.

VEGA I MARCH, Manuel & BUSQUETS, Guillem & BOFILL, Jaume & LASARTE Josep Maria. Programa d'algunes obres a fer, amb motiu o amb ocasió de l'Exposició de 1917. *La Cataluña*, n.º343, 1914, p. 338-342.

VIDAL CASELLAS, Dolors. *L'imaginari monumental i artístic del turisme cultural. El cas de la revista Barcelona Atracción*. Tesis doctoral dirigida por Eduard Carbonell i Esteller. Girona: Universitat de Girona, 2006.

VIOLLET-LE-DUC, Eugène. *Dictionnaire raisonné de l'architecture française du XIe au XVIe siècle*. X Vols. París: F. de Nobele, 1967, (1.ª ed. 1854-1868).

WARD, Stephen. *Selling places. The marketing and promotion of towns and cities, 1850-2000*. London: SPON, 1998.

© Copyright Agustín Còcola Gant, 2011.

© Copyright Scripta Nova, 2011.

Edició electrònica del text realitzada por [Jennifer Thiers](#).

Ficha bibliográfica:

CÓCOLA GANT, Agustín. El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 10 de agosto de 2011, vol. XV, nº371. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-371.htm>>. [ISSN: 1138-9788].



[Índice de Scripta Nova](#)

[Menú principal](#)