

# POINT of view<sup>13</sup>

## Barcelona, Modernisme against the recession

Lluís Bosch

Institut del Paisatge Urbà, Ajuntament de Barcelona  
Lboschp@bcn.cat

**I**n the early eighties, when Catalonia began to recover from half a century of asphyxiation under Spanish Fascism, Barcelona was not a “tourist city”. Neither was promoting tourism one of the foremost objectives of the first City Council elected under democracy. There was too much work to do: the shanty towns and poverty inherited from the dictatorship had to be dealt with.

The inhospitable outer suburbs of satellite districts needed to be transformed into dignified neighbourhoods, areas of social and economic vitality. Also, the city displayed grey and dirty streets, with neglected buildings: some were in a ruinous state of repair and most had generally been poorly maintained. Furthermore, the whole city had to be provided with the basic services of a modern western city: community, youth and senior citizens’ centres, public libraries, parks for the children, and so on.

In that period, nevertheless, Catalonia did enjoy substantial tourism: the Costa Brava and Costa Daurada were shorelines attracting millions of Spanish and foreign tourists. However it was “sun and sand” tourism, lacking much interest in culture. Visitors tended to bypass Barcelona and head directly for Salou, Lloret and other coastal villages. Maybe this is understandable, given that the

city made no great claims to its charms at that time: Floquet de Neu, the white gorilla in its zoo, Columbus’s monument and the *Dama del Paraigua* [Lady with the Umbrella] sculpture were the best touted sights Barcelona could offer, at least according to the advertising campaigns of the old Francoist City Council.

Naturally, this was in addition to Futbol Club Barcelona’s stadium, which was then the most visited monument, while Barça Football Club Museum was the museum that sold most tickets



© Collita-Zoo de Barcelona



Carlos Iglésias © IMPUDCV



© Turisme de Barcelona

Woman with Umbrella, the Columbus monument and the white gorilla were considered Barcelona’s main attractions in the 1970’s

La dama del paraigua, el monument a Colom i el goril·la blanc eren considerats els màxims atractius de Barcelona als anys 1970

# 14 PUNT DE VISTA

## Barcelona, Modernisme contra la crisi

Lluís Bosch  
Institut del Paisatge Urbà, Ajuntament de Barcelona  
Lboschp@bcn.cat

**A** principis dels anys vuitanta, quan Catalunya començava a recuperar-se de gairebé mig segle sota l'asfíxia del feixisme espanyol, Barcelona no era una ciutat turística. Tampoc no era un dels objectius més urgents del primer ajuntament democràtic fer créixer el turisme a la ciutat. Hi havia massa feina a fer: calia acabar amb el barraquisme i la misèria que el règim anterior havia possibilitat i calia convertir els barris perifèrics d'inhòspites ciutats dormitori en veïnats dignes, amb vitalitat social i comercial. La ciutat sencera mostrava carrers grisos, amb edificis bruts i deixats, en molts casos en estat de ruïna i en general amb un manteniment lamentable. A més, calia dotar la ciutat sencera dels serveis bàsics d'una ciutat occidental moderna: biblioteques, centres cívics, casals per als joves i la gent gran, parcs infantils...

En aquella època, però, Catalunya rebia ja força turisme: la Costa Brava i la Costa Daurada eren zones d'atracció de milions d'espanyols i estrangers. Ara bé: aquell era un turisme de sol i platja sense gaire interès per la cultura, que solia passar Barcelona de llarg per anar directament a Salou, Lloret o qualsevol altre poble costaner. Ben mirat, potser feien bé, atès que aleshores la ciutat no oferia reclams amb gaire grapa: el goril·la blanc Floquet de Neu, el monument a Colom i l'escultura *La Dama del Parapigua* eren els millors atractius que podia oferir Barcelona, si més no segons la publicitat que en feia l'Ajuntament de l'Antic Règim.

Caldria afegir-hi l'estadi del Futbol Club Barcelona, que aleshores era el monument que rebia més visites, i el Museu del Barça, el museu que venia més entrades de la ciutat. Avui, en canvi, els museus més visitats



The Barcelona Football Club Stadium was the most visited monument in the early 1980's

L'estadi del Futbol Club Barcelona era el monument més visitat a principis dels 1980

són el Picasso i el Pis de la Pedrera (cadascun amb 1 milió de visitants l'any), i els monuments amb més afluència són el Park Güell (més de 5 milions) i la Sagrada Família (més de 2 milions).

Així doncs, com va poder aquella ciutat grisa, poc atractiva i mig oblidada convertir-se, en menys de tres dècades, en la cinquena ciutat turística d'Europa que és avui?

La resposta es podria resumir en una sola paraula: arquitectura. Avui, 8 de cada 10 turistes afirmen que l'atractiu més gran de la ciutat, el que els ha incitat a venir –i el que troben més apreciable un cop hi són– és l'arquitectura de Barcelona, els seus edificis, el conjunt que conformen els seus carrers... tot plegat, el seu paisatge urbà. Un paisatge que té ingredients molt diversos: des d'un conjunt gòtic espectacular (especialment pel que fa al Gòtic de caràcter civil, únic al món), fins a una arquitectura contemporània molt destacada, amb firmes com Nouvel, Foster o Miralles, passant, és clar, per la veritable estrella i figura de la ciutat: el Modernisme.

Òbviament, l'arquitectura per si sola no crea una onada turística tan espectacular com la que es viu a Barcelona: els humans desitgen veure allò que –si més no en alguna mesura– ja saben que existeix i han vist en imatges abans. Per tant, la clau d'aquest coneixement a nivell mundial cal trobar-la en el desenvolupament de diverses estratègies coordinades i dirigides des del govern municipal per donar a conèixer Barcelona arreu i fer-ne un pol d'atracció a nivell internacional. El punt d'inflexió va ser, naturalment, els Jocs Olímpics de 1992, un esdeveniment esportiu que va molt més enllà d'allò purament esportiu i que, en el cas de Barcelona, va esdevenir un autèntic espot publicitari que la va situar, definitivament, en el mapa del món.

Però els 15 dies de Jocs de 1992 no ho poden explicar tot: altres ciutats han estat seus olímpiques i no han registrat un creixement tan espectacular de l'interès mundial per visitar-les. El fet és que els



The impact of Barcelona posa't guapa on the improvement of the landscape becomes evident when twin buildings, one of which not yet restored, are compared

L'impacte de Barcelona posa't guapa en la millora del paisatge es fa evident quan es comparen dos edificis bessons, un dels quals encara sense restaurar

# POINT OF VIEW 15

city-wide. In contrast, nowadays the most visited museums are the Picasso Museum and La Pedrera (both with more than 1 million visitors per year); the most popular monuments, Park Güell (over 5 million) and the Sagrada Família (over 2 million).

So how could such a grey, unattractive and half-forgotten city become, in less than three decades, the fourth most touristic city in Europe which it is today? The answer lies in a single word: architecture.

Today, eight out of ten tourists claim that the city's greatest attraction, the one which prompted them to come—which they appreciate even more once here—is Barcelona's architecture and buildings; in short, its urban landscape. This landscape incorporates contrasting ingredients: from a spectacular Gothic quarter (especially in regard to non-religious Gothic, unique in the world) to outstanding contemporary architecture, designed by such names as Nouvel, Foster and Miralles. Not to mention the city's real star and emblem: Modernisme.

It is clear, though, that architecture on its own does not create such a spectacular wave of tourism as Barcelona has experienced. Human beings want to see—to some extent at least—what they already know exists, and have seen before in pictures. Therefore, the source of this international awareness can be found in the development of widely diverse yet coordinated strategies spearheaded by the Barcelona City Council to “sell itself” and make it a key centre of attraction worldwide. The turning point was, naturally, the 1992 Olympic Games, an event that resonated well beyond a purely sporting context. In the case of Barcelona it became an advertisement, as it were, that placed the city definitively on the world map.

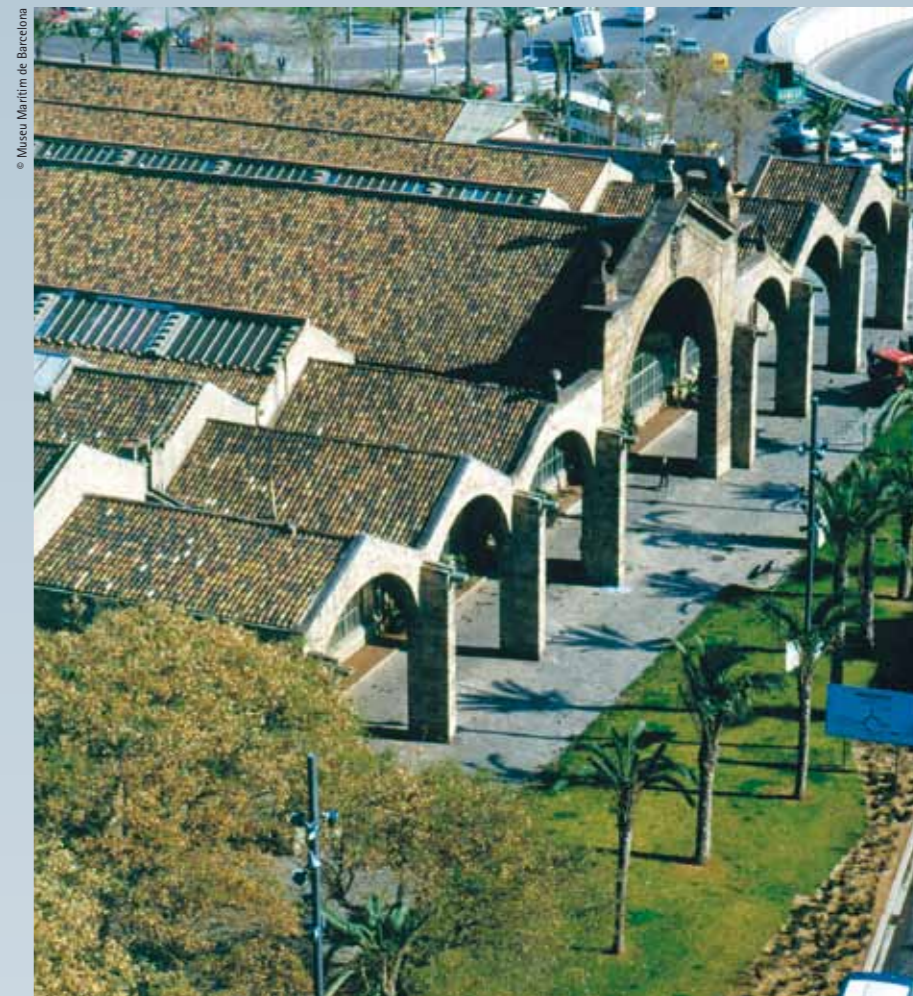
Yet the fifteen days which the 1992 Games lasted cannot explain it all: other cities have hosted Olympics and yet have not noted such spectacular growth in world interest to visit them. The fact is that the Games were preceded and followed by other civic efforts which have transformed Barcelona into a veritable magnet of world interest. Firstly, a solid policy of protection and improvement of the urban landscape, launched in 1985 under the campaign *Barcelona posa't guapa*, was a pioneer initiative in fomenting restoration of buildings. In principle it aimed to give the city a “facelift” in support of its 1987 Olympic nomination. Yet this soon became generalised throughout the city and continues even today. It is one of the most successful municipal programmes in history, having restored over 30% of residential buildings in 25 years.

This collective effort to improve the city's image was accompanied by an imaginative, committed policy of tourist promotion. Along with campaigns abroad to publicise this modern, dynamic Barcelona—a far cry from that sad image of a backward country lacerated by Franco, merely offering sun, sand and cheap food—specific initiatives were promoted to reinvent this territory. For example, the Bus Turístic—a double-decker bus that can shed its roof, an ideal option for appreciating the architecture—offers a glimpse of the entire city in just a few hours for a reasonable price. One might also mention the City Council's outstanding support for extending the offer of quality hotels. Hand in hand with the necessary infrastructures for the Olympic Games went



Coexistence of very diverse architecture in Barcelona: Gaudi's Sagrada Família and Jean Nouvel's Water Tower

Coexistència d'arquitectura molt diversa a Barcelona: la Sagrada Família de Gaudí i la Torre d'Aigües de Jean Nouvel



The medieval shipyards of Barcelona, considered the largest Gothic construction in the world

Les drassanes medievals de Barcelona, considerat l'edifici Gòtic més gran del món

# 16 PUNT DE VISTA



Gaudí's multicoloured bench (right) does in fact exist, although it is not always visible and remains hidden under the backsides of the same tourists that swarm into Park Güell to see it (left)  
El banc de trencadis de Gaudí realment existeix (dreta), tot i que no sempre es pot admirar, amagat com queda sota els culs dels turistes que envaeixen el Park Güell per veure'l (esquerra)



Jocs van anar precedits i seguits d'altres esforços que han convertit Barcelona en una veritable imant d'abast mundial. D'entrada, una sòlida política de protecció i millora del paisatge urbà, que va arrencar el 1985 amb la campanya "Barcelona posa't guapa", una iniciativa pionera per al foment de la restauració d'edificis, que en principi ambicionava que el centre de la ciutat fes patxoca abans de la nominació olímpica de 1987, però que ben aviat es va generalitzar a tota la ciutat i avui encara continua com un dels programes municipals amb més èxit de la història, amb més d'un 30% dels edificis d'habitatges barcelonins restaurats en 25 anys.

Aquest esforç col·lectiu per millorar la imatge de la ciutat va anar acompanyat d'una política imaginativa i decidida de promoció turística: junt amb campanyes exteriors que explicaven una Barcelona moderna i dinàmica –molt lluny d'aquella trista imatge franquista de país endarrerit, de menjar barat, sol i platges– es van iniciar propostes concretes sobre el territori. Per exemple, el Bus Turístic, un autobús de doble pis descapotat, ideal per apreciar l'arquitectura, que oferia una mirada ràpida a la ciutat en poques hores per un preu mòdic. O també, de manera molt destacada, un decidit suport del govern municipal a l'expansió de l'oferta hotelera de qualitat. I, de bracet amb les infraestructures necessàries per als Jocs Olímpics, la renovació total del litoral de la ciutat, amb la recuperació de les platges, la reurbanització integral dels barris litorals i la construcció d'un cinturó de ronda, essencial per alleugerir el trànsit interior i facilitar la circulació de pas. Una de les darreres apostes estratègiques municipals pel que fa al turisme ha estat atraure els creuers d'oci al port de Barcelona: engegada al voltant de l'any 2000, ha estat una iniciativa d'èxit, fins al punt que avui Barcelona és el primer port de creuers de la Mediterrània.

Pel que fa al patrimoni modernista, l'any 1997 es va inventar la Ruta del Modernisme de Barcelona, un itinerari urbà per conèixer els millors exemples d'aquest estil arquitectònic –selecció no gens fàcil en un municipi amb gairebé 2.000 edificis modernistes catalogats! L'objectiu de fons, més enllà del simplement turístic, era crear una marca que popularitzés el Modernisme entre els ciutadans de

Barcelona, estímulant així la restauració i el manteniment dels edificis modernistes gràcies a una percepció del valor d'aquest patrimoni per part de propietaris, dels promotors immobiliaris i també d'empreses que, mitjançant aportacions de patrocini, volguessin associar el seu nom a la marca "Barcelona-Modernisme". Catorze anys després, la Ruta del Modernisme ha aconseguit en bona mesura aquests objectius: amb comptades excepcions, gairebé tots els edificis modernistes de la ciutat han estat rehabilitats, i avui una quinzena d'aquests obtenen uns ingressos del turisme que permeten cobrir, totalment o en part, les necessitats de manteniment d'un patrimoni tan exigent en aquest sentit. Com no podia ser d'altra manera, en destaquen les obres d'Antoni Gaudí, que ja eren les més conegudes a finals del segle XX, però que van beneficiar-se d'un impuls espectacular amb la celebració de l'Any Gaudí 2002, en el 150è aniversari del naixement de l'arquitecte. La Ruta també ha aconseguit associar de forma rotunda la ciutat amb aquest estil artístic: segons un estudi recent, 3 de cada 4 visitants ja coneixen el Modernisme abans d'arribar a Barcelona, i aquest és un dels principals atractius que els anima a venir.

És clar que el turisme massiu té els seus inconvenients. L'impacte del turisme sobre el patrimoni mateix, i el desgast que comporta, és important, i augmenten les necessitats de manteniment pel que fa a neteja i seguretat en les zones més transitades de la ciutat. També, veus d'alerta destacades sobre una possible banalització del patrimoni cultural i sobre el perill de conversió de Barcelona en un parc temàtic expressen un enuig més general per l'ocupació massiva de certs espais, dels quals el ciutadà se sent en bona mesura expulsat, com ara la llegendària Rambla, el passeig barceloní per excel·lència. Perquè no deixa de ser cert que els turistes, com el gas, tendeixen a ocupar tot l'espai disponible.

Ara bé, també és innegable que la ciutat de Barcelona, amb més de 7 milions de turistes i gairebé 14 milions de pernотacions estimades per al 2010 –xifres que igualen les d'un 2007 econòmicament pròsper– està fent front a la crisi econòmica actual amb més recursos gràcies al turisme: són ingressos que compensen, en certa mesura, l'enfonsament d'altres sectors econòmics i permeten albirar una recuperació futura més ràpida i equilibrada.

[www.bcn.cat/paisatgeurba](http://www.bcn.cat/paisatgeurba)

# POINT OF VIEW 17

thorough renovation of the city's coastline, including recovery of the beaches. Seaside neighbourhoods were completely remodelled. Ring roads were built to circumvent Barcelona—an essential step to reduce inner city traffic and facilitate a bypass around the city. One of the latest strategic municipal initiatives to support tourism has been to attract cruise liners into the port. Launched in 2000, this has been successful to the point where Barcelona is now the foremost port for cruise liners on the Mediterranean.

In terms of its Modernista heritage, in 1997 the Barcelona Modernisme Route was invented, an urban itinerary that led visitors through the best examples of this architectural style—not an easy selection in a city with almost 2,000 listed Modernista buildings! The underlying objective, beyond simple tourist promotion, was to create a brand that could popularise Art Nouveau among Barcelona residents. This would thereby stimulate restoration and maintenance of Modernista buildings, encouraging owners and property promoters to perceive the value of this



Barcelona's Bus Turístic passing by La Pedrera. Some 2 million tourists use this transport system every year

El Bus Turístic de Barcelona passant davant la Pedrera. Uns 2 milions de turistes usen aquest mitjà cada any

heritage. It also enabled companies to ally their name to the brand "Barcelona Modernisme" by sponsoring restorations of this heritage. Fourteen years later, the Modernisme Route has achieved a great deal of what it set out to do. With very few exceptions, almost all the city's Modernista buildings have been renovated. Today, fifteen of them achieve income from tourism that enables them to cover part or all of the maintenance costs of a heritage which is so costly in this sense. Among these, naturally Antoni Gaudí's works must take pride of place, since although they were already the best known by the close of the 20th century, they enjoyed a spectacular surge in popularity with International Gaudí Year 2002, the 150th anniversary of the architect's birth. The Route has also managed to forge a close association between the city and this architectural style: according to a recent survey, three out of every four visitors had already heard of Modernisme before coming to Barcelona. This style is one of the main draw-cards for visiting.

It is clear that mass tourism has its drawbacks, too. The impact of tourism on the heritage itself, and the wear that it causes, is significant. In the city's most frequented zones, these maintenance needs increase in the areas of cleaning and security. Also, experts warn of the danger that such cultural heritage could be devalued and Barcelona transformed into a sort of huge "theme park". They express a more general concern for the mass occupation of certain spaces from which residents feel to a certain extent excluded, such as the legendary Rambla, Barcelona's pedestrian boulevard *par excellence*. After all, it is an uncomfortable truth that tourists, like gas, tend to occupy all available space.

However, it is also undeniable that tourism in Barcelona, with its over seven million tourists and almost fourteen million overnight stays—a 2010 estimate, the figures of which equal those of 2007, an economically buoyant year—is providing resources to combat the current economic recession. This income compensates the sinking of other financial sectors to a certain degree, enabling the city to embrace a faster, more balanced recovery.

[www.bcn.cat/paisatgeurba](http://www.bcn.cat/paisatgeurba)



El Pis de La Pedrera, a modern reconstruction of a 1900 bourgeois home, was in 2010 the most visited museum in the city

El Pis de La Pedrera, reconstrucció moderna d'una llar burgesa de 1900, va ser el museu més vistat de la ciutat el 2010