

# TERCIARIZACIÓN Y DESARROLLO URBANO EN ESPAÑA: SIGNIFICADO FUNCIONAL Y ESPACIAL DE LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA CIUDAD

*Fernando Manero Miguel*

La valoración de los cambios que afectan a la realidad urbana española contemporánea exige reconocer en toda su riqueza de perspectivas la extraordinaria importancia de la transformación estructural que está teniendo lugar en la configuración y en el comportamiento de las funciones terciarias. La identificación clásica de la ciudad como espacio de servicios convierte a ésta en el ámbito esencial de experimentación para entender el alcance de esa profunda metamorfosis a que se ve sometido el conjunto de actividades que en mayor medida representa la complejidad de la sociedad moderna y la pluralidad de perspectivas a que se abren las actuales estrategias de crecimiento, inequívocamente identificadas con las posibilidades que derivan de los extraordinariamente dinámicos procesos de terciarización. De ahí la superación definitiva de los esquemas convencionales y de las tipologías con que tradicionalmente se la habla concebido para convertirse en un hecho permanente expuesto a revisión, por cuanto la dinámica a la que aquéllos se ven sometidos se muestra cada vez más distanciada de los cánones simplificadores y esquemáticos con que tradicionalmente habían sido interpretados.

En definitiva, puede decirse que el estudio de la terciarización, y de la pluralidad de matices que estructuralmente encierra, constituye uno de los aspectos esenciales para la comprensión de las lógicas económicas y territoriales que modelan el comportamiento actual de las ciudades en España, hasta convertirse en un criterio primordial cuando se trata de conocer sus potencialidades de desarrollo, los umbrales de competitividad alcanzados y, en definitiva, su capacidad para insertarse en el sistema de relaciones e interdependencias que regula en el ámbito europeo el funcionamiento de las dinámicas espaciales.

La resonancia del fenómeno justifica además el alcance generalizado que le caracteriza.

Y, aunque de hecho las diferencias de escala introducen matices importantes en la dimensión de las actuaciones llevadas a cabo, no hay que olvidar que la voluntad transformadora es asumida sin excepción por todas las ciudades con independencia de su tamaño. A ello responde precisamente ese afán que claramente se percibe en todas las capitales españolas por diseñar líneas de actuación capaces de permitirles afrontar satisfactoriamente el cumplimiento de los estándares de calidad atractivos para canalizar en su beneficio el flujo de capitales inducido por el extraordinario nivel de movilidad espacial alcanzado por la industria y los servicios. En cualquier caso, esta concordancia de intereses en torno a una estrategia compartida no puede entenderse si no es el contexto de un doble desafío: la agudización de la competencia interespacial y el protagonismo del complejo de las funciones terciarias como baluarte frente a la crisis industrial y como núcleo catalizador de las perspectivas de crecimiento económico y de empleo.

## **1.- La readaptación de las estrategias urbanas en el contexto de la economía globalizada: la lógica de la competencia espacial como fundamento de la nueva funcionalidad urbana**

El proceso de renovación experimentado tiene desde luego mucho que ver con una recomposición a fondo de los enfoques interpretativos, forzada por la modificación del contexto en el que se inscriben las nuevas dinámicas territoriales, esencialmente planteadas a escala urbana y regional, en función de los cambios ocurridos en las políticas de gestión de los territorios y de los elementos que los integran. Un proceso en el que confluyen la mejora en la técnica de la decisión - debido sobre todo a las ingentes posibilidades permitidas por los avances en los sistemas de información sobre los que se sustenta - con la defensa de los postulados políticos que persiguen incorporar al campo de la gestión pública los paradigmas de eficiencia, rentabilidad

y calidad que se presumen inherentes a la lógica de la iniciativa privada' y que encuentra precisamente en el terreno de la organización empresarial su referente básico.

El campo espacial en el que se proyectan estos planteamientos afecta primordialmente a los entes urbanos y regionales, realidades ambas que, aparte de evolucionar en estrecha interacción estratégica, so encuentran sometidas a profundas transformaciones como resultado de los nuevos marcos en que se inscriben sus respectivas modalidades de gestión. En este sentido no cabe duda que la apertura de las economías nacionales y regionales a la competencia internacional, el desplazamiento de los polos de dinamismo y el desarrollo espectacular de los mercados financieros obligan a realizar enormes esfuerzos de ajuste en búsqueda de las mayores cotas de competitividad posibles. Simultáneamente, la organización de la vida social y económica, reavivada por la emergencia de una nueva escala de valores en el comportamiento de la demanda, tampoco permanece ajena al impacto de estas mutaciones, de la misma forma que la ciudad tampoco puede mostrarse indiferente a la reordenación de las instituciones democráticas y de las relaciones que éstas mantienen con los espacios bajo su responsabilidad, propias de un momento en el que se fortalecen los mecanismos descentralizadores al compás del reconocimiento de niveles crecientes de autonomía y del respaldo otorgado al principio de subsidiariedad. No en vano, y como se ha dicho, la retirada del Estado de las políticas urbanas y su pérdida de capacidad para dirigir la economía y las localizaciones empresariales han dejado el campo libre a otras formas de regulación, que otorgan a la ciudad un protagonismo creciente.

Surge así esa especie de confrontación entre la ciudad y el Estado de la que habla Wachter (1994), para significar la importancia de una nueva etapa en la que, como consecuencia de la descentralización política y administrativa, se ha producido un afianzamiento de las ciudades en los procesos de modernización de las regiones y los países, lo cual coincide a su vez con una recuperación del interés por el estudio de los poderes |situados a escalas adminis-

trativas intermedias y locales, razón de ser, en suma, de la atención científica que en los últimos años se ha dado a las investigaciones relacionadas con las tramas del poder local a medida que se afianza su reconocimiento como factor determinante de las políticas de ordenación territorial.

Tales planteamientos, que merecen un crédito cada vez mayor en el reconocimiento de la vertiente práctica de la reflexión geográfica, imprimen una lógica renovadora al modo de entender la dinámica funcional de las ciudades, que tal vez conviniera plantear en función de los dos criterios interpretativos que más claramente lo definen:

- la aplicación del concepto de "management" a la gestión de la ciudad sobre la base de la reconsideración funcional de los "servicios públicos",
- la dimensión otorgada al marketing urbano
- las líneas maestras de la nueva funcionalidad

## **2.- la aplicación del concepto de "management" a la gestión de la ciudad: una perspectiva innovadora en el campo de la gestión pública**

La aparición y la extraordinaria difusión alcanzada en los últimos años por la noción de "management" (base a su vez del "new public management") sólo pueden ser comprendidas y justificadas en el panorama de las decisivas formulaciones teóricas que han hecho acto de presencia en los discursos políticos y económicos de los años ochenta, en estrecha simbiosis con el proceso de revisión de estrategias provocado por el fenómeno de la globalización de la economía y la consecuente reafirmación del mercado como mecanismo esencial para la articulación correcta del sistema.

*- Hacia una renovación de los conceptos de «sector público» y de «servicio público»*

Nociones de fuerte proyección como la de competitividad, calidad total, cultura de empresa, productividad, desregulación, descentralización, subsidiariedad, etc. están cobrando desde

comienzos de la actual década una nueva y decisiva dimensión, que obliga a replantear de forma casi radical numerosos esquemas en el tratamiento de los procesos y de las decisiones con incidencia directa en las dinámicas espaciales contemporáneas.

Sustentado, pues, sobre las bases del paradigma mundialista de inspiración neo-liberal, el auge de este neologismo en el campo de la O.T. forma parte de las distintas vertientes en que se desglosa la llamada "ciencia del management", promovida a partir del análisis funcional del sector privado y afín al entendimiento de que el mundo de la presa ha de convertirse en la fuente de inspiración para la reestructuración del "sector público", cuyas modificaciones necesariamente repercuten sobre el funcionamiento y el modo de entender la organización "los servicios públicos" y de sus administraciones responsables (Romandes, 110):

Es evidente que el proceso de mundialización económico-financiera limita sensiblemente la capacidad de control que el poder público ejerce sobre su propio territorio, ya que las actividades vinculadas a la economía (movilidad de las inversiones, mercado de capitales, tasas de interés, evolución de la productividad...), están dando lugar a una especie de erosión que refuerza a su vez los mecanismos estimulantes de la globalización. La pérdida o debilitamiento de este poder de control incide sobre sus propias rentas que, condicionadas por la extrema movilidad de los factores (capital y trabajo cualificado), pueden ocasionar un problema previsible de recursos financieros, en tanto que se ven forzadas a asumir los costos de las consecuencias sociales y, en ocasiones, medioambientales desencadenadas por este proceso.

Bajo estos condicionamientos el sector público se enfrenta a un desafío fundamental, esto es, cómo proveer o suministrar un servicio con recursos que tienden a reducirse y con criterios de calidad cada vez más exigentes. En ello radica la contradicción centrada en la urgencia de "abastecer más con menos". La respuesta ha venido dada, casi de manera unánime, por la defensa de un planteamiento apoyado en la idea

de eficacia, lo que equivale a resolver la antinomia citada mediante el propósito de "hacerlo de otra manera".

Evidentemente, ello supone también una revisión a fondo de los esquemas aplicados al funcionamiento de los "servicios públicos", no como consecuencia de una puesta en entredicho de sus finalidades que se mantienen claras y abiertas sino en relación con las modalidades de prestación requeridas con tal fin. No en vano, y excepción hecha de situaciones donde las reglas del juego están determinadas por la condición de "monopolio natural" del servicio (abastecimiento de agua, por ejemplo), lo cierto es que los servicios suministrados por las empresas públicas entran en competición con los productos y servicios privados e incluso con otras empresas públicas nacionales o extranjeras. De ahí la insistencia en subrayar que, bajo estas condiciones, una empresa pública no tiene más remedio que comportarse como una empresa privada y asumir los parámetros de flexibilidad y adaptabilidad consustanciales a ella.

Surge de este modo la contradicción planteada entre la presión económica ejercida por el contexto y los propios objetivos del servicio público, que por principio no están necesariamente ligados al paradigma de la rentabilidad. Para resolver esta contradicción los órganos decisionales aplican tres tipos de directrices: la privatización, la externalización de servicios (mediante empresas mixtas o concesiones administrativas) o su transformación en un sistema organizativo de carácter público en proceso de aprendizaje o perfeccionamiento permanente. Es lo que se conoce como una transformación simultánea de las estructuras internas, de la cultura organizacional y de las relaciones con las instituciones políticas.

Así justifica la consolidación del concepto de "New Public Management", entendido como la respuesta del sector público a los imperativos de la globalización, y mediante la cual se trata de transformar las administraciones en unidades organizativas más eficaces, más eficientes y mejor adaptadas a las demandas de los usuarios. Para lograrlo, el NPM recurre a diver-

sas herramientas importadas del sector privado, como la gestión de la calidad, los criterios de competencia y la contabilidad analítica, aunque de hecho la originalidad del NPM deriva de la combinación de tres tendencias básicas:

*- La redefinición de las funciones entre la esfera política y los mecanismos de gestión*

Se parte de la postura de que la forma de concebir los sistemas normativos derivan en pérdida de eficiencia, capacidad de dinamismo y productividad de los mecanismos de gestión. De ahí el énfasis que se hace en la necesidad de delimitar las funciones, de forma que si, por un lado, los instrumentos políticos (Parlamentos, Corporaciones locales) definen los objetivos y resultados a alcanzar, el poder ejecutivo los materializa a través de contratos, que definen las prestaciones respectivas, los indicadores programados para la gestión y el soporte financiero establecido para ello. En todo caso, los responsables políticos disponen de instrumentos de control para asegurar la gestión (mecanismos de evaluación ex-post y/o auditoría)

*-La aproximación al ciudadano-cliente*

Son numerosas las alusiones al hecho de que la respuesta general y abstracta a los problemas individuales del ciudadano adolece de notorias insuficiencias que a menudo se acompañan de niveles comprobados de insatisfacción, tanto por parte de los administradores como de los administrados. El enfoque a favor del "cliente" no persigue otro objetivo que el de adaptar la intervención pública a las necesidades específicas, que posibiliten un tratamiento más particularizado de las situaciones. Este aspecto conecta de lleno con los nuevos enfoques aplicados a la noción de "servicio público"

*- La dinamización integral del sistema administrativo*

No son irrelevantes las opiniones que subrayan la conveniencia de modificar el modelo de actuación de la función pública, concibiéndola más en la línea de la realización de proyectos.

Pero la aplicación de estos principios no se circunscribe únicamente a las directrices impuestas a los servicios públicos, sino que al tiem-

po conlleva el entendimiento de la política urbana en consonancia con una perspectiva que defiende la "promoción de la ciudad", a partir de la reactivación del "imaginario colectivo" sobre ella

### **3.- El «marketing urbano»: a la búsqueda de la nueva imagen de la ciudad**

Sin entrar a considerar de nuevo las causas que lo explican globalmente cabe decir que, en esencia, las líneas maestras del nuevo modelo de gestión se resumen en la serie de planteamientos identificados con la noción de "marketing urbano" (MU) planteado como una componente básica de la gestión de los espacios urbanos contemporáneos de acuerdo con los principios de la economía de mercado, estratégicamente regulada por la lógica de la acción pública.

En esencia, el MU responde a dos vocaciones complementarias:

- por un lado, trata de potenciar a la ciudad en su conjunto, mejorando los servicios, analizando y desarrollando la imagen de la ciudad, organizando las funciones de acogida, ordenando la representación y la promoción orientada a los órganos de colaboración exterior;
- por otro, centra su actividad en un gran número de actividades dependientes de la autoridad local, como son los equipamientos y servicios públicos, la prospección e implantación de las empresas, el turismo urbano y los grandes acontecimientos (Noisette, 1996).

En concreto, esta lógica de funcionamiento, plenamente asumida por las élites de las ciudades, conscientes de que la competencia interurbana juega también un papel cada vez más importante para obtener inversiones públicas y privadas (Nel.lo, 1995), se materializa en los siguientes aspectos:

- Ampliación de los espacios urbanos de la gestión y la cultura, creando una imagen de marca de la ciudad
- Creación de nuevas infraestructuras de comunicaciones metropolitanas e interurbanas, capaces de soportar el crecimiento

de la ciudad y elevar su nivel de competitividad

- Creación de nuevos espacios y actividades singulares
- Fomento de la calidad en la forma urbana
- Creación de nuevos espacios para la actividad inmobiliaria en espacios obsoletos, una vez valorizados mediante decisiones puntuales del planeamiento e inversiones públicas.
- la voluntad de concebir la gestión pública como el fundamento primordial de la economía urbana, desempeñando una función reguladora capaz de maximizar la eficiencia de los fondos públicos
- la potenciación de los vínculos de cooperación entre los agentes públicos y las empresas privadas
- el desarrollo de instrumentos destinados a facilitar un debate permanente entre los responsables públicos y los ciudadanos en torno a las opciones estratégicas y a la modulación de las mismas en orden a satisfacer las demandas y necesidades planteadas a lo largo de un periodo determinado.

#### **4.- Las líneas maestras de la nueva funcionalidad urbana**

El panorama de competencia en el que se desenvuelve la gestión actual de las ciudades justifica el valor asignado a la necesaria recualificación funcional del espacio, que se convierte así en la opción estratégica fundamental. Una opción plenamente identificada con la ejecutoria de los poderes públicos locales, que, obsesionados por abordar la puesta en práctica a corto plazo de proyectos e iniciativas, acometen acciones encuadradas en esta lógica de competición - o coordinación en red- entre ciudades, destinado a incrementar su atractivo e intensificar así los procesos de acumulación y de crecimiento económico que en ellas tienen lugar.

Todas las ciudades españolas se han convertido en escenarios de experimentación de toda esta serie de consideraciones, lo que se traduce en la génesis de un entramado funcional complejo, articulado sobre la base de una red de servicios públicos y privados, que convierten de manera selectiva a la ciudad, con niveles de

dinamismos directamente proporcionales a la magnitud de su escala y de su área de influencia, en un factor de competitividad para la empresa, en un soporte de promoción y en un área de mercado donde confluyen transacciones múltiples y en continua progresión. Ha surgido así nueva cultura urbana, en la que tanto el análisis de la realidad como la metodología de interpretación han adquirido una extraordinaria riqueza de matices y perspectivas, que, en esencia, se resumen en la voluntad de diseño y puesta en práctica de un "proyecto de ciudad", cuya realización ha alcanzado notable resonancia tanto por parte de las áreas metropolitanas como de las ciudades medias (Ver II Jornadas de Estudios Urbanos/León, 97).

Sin necesidad de detallar en qué consiste un "Proyecto de Ciudad", cabe decir que sus virtualidades esenciales para la cuestión que nos ocupa concierne no sólo a su concepción de acuerdo con criterios de flexibilidad y de cooperación entre los agentes públicos y privados, sino también en el énfasis que en ellos se hace en torno a dos objetivos claves, tales como: la reorganización de los espacios de convivencia y el desarrollo de un terciario al servicio de la capacidad de atracción.

*3.1) La reorganización - o reestructuración- de los espacios de convivencia, mediante*  
- en primer lugar, a ello responden las operaciones de cualificación morfológica, contempladas tanto en función de los "centros históricos" o de los elementos que conforman el patrimonio residencial de una ciudad, como de las "nuevas centralidades". Las estrategias de cualificación (Planes Especiales) tienden a privilegiar la renta de situación del espacio afectado para la puesta en práctica de ambiciosos proyectos arquitectónicos, con los que se pretende robustecer la centralidad e introducir nuevos elementos de prestigio necesarios para la proyección de la imagen urbana a gran escala, tratando, en cualquier caso, de maximizar el efecto palanca de estas operaciones, las llamadas "externalidades urbanas positivas", a fin de transformar los tejidos urbanos y de orientar sus efectos en consonancia con los objetivos pretendidos por los poderes públicos responsables<sup>1</sup>.

- La potenciación del "espacio público", convertido en una de las principales herramientas teóricas en la ordenación actual de los espacios urbanos, inserta en el marco de un programa de intervención pública en los barrios antiguos, agrupando en una misma categoría los espacios verdes, las calles peatonales, las plazas, el mobiliario urbano. De ahí los rasgos distintivos de los "espacios públicos urbanos", tales como el libre acceso, la condición de áreas de convivencia, destinadas a facilitar las actividades de ocio o las operaciones económicas propias de la vida cotidiana en un ambiente de calidad y confort, lo que les convierte, pues, en espacios privilegiados para crear ocasiones de encuentro, factibles a medida que se acomete la agrupación de vivienda, equipamientos y comercio - es decir, la imbricación de los tres elementos que componen lo urbano - a lo largo de las arterias o vías peatonalizadas, mientras se relega la circulación automovilística a la periferia. Y en ello estriba también el significado de las actuaciones que, de manera puntual o sectorial, tienden a propiciar la mejora cualitativa de la ciudad, mediante la ejecución de numerosas obras públicas de acondicionamiento de la trama urbana y que, esencia, se traducen en la peatonalización de las calles centrales, la renovación del mobiliario urbano, la recuperación de valiosos elementos patrimoniales o en el propósito de luchar contra las diferentes formas de exclusión. Aspectos que, por otro lado, van ligados a su vez a las "Buenas prácticas" (Abastecimiento y saneamiento de agua, defensa de la calidad ambiental, mejora de la comunicación entre las diferentes áreas de la ciudad, organización de un territorio más extenso mediante la articulación de las relaciones con las ciudades próximas y la puesta en marcha de estrategias de desarrollo en redes de cooperación interurbana.) (<http://habitat.aq.upm.es>.)

- y, por último, es obvia la relevancia otorgada a la construcción de grandes equipamientos, en los que casi siempre el sector privado asume un alto grado de protagonismo, representa un desafío que se apoya tanto en la pretensión de convertirlos en variables de interés muy por encima de la estricta dimensión local - e incluso con perspectivas de demanda internacional -

como en la adopción de medidas proclives a la cooperación para hacer frente a los considerables gastos que supone. No en vano se trata de proyectos complejos, que exigen la interpenetración de funciones diversas, tales como la interconexión de los sistemas de transporte, la integración de ambiciosos programas inmobiliarios destinados a satisfacer la demanda de servicios de todo tipo (comerciales, Recintos FERIALES<sup>2</sup>, oficinas, movilidad, plataformas intermodales, Consorcio de Transportes etc.). Con frecuencia, estas actuaciones van ligadas a la adopción de dispositivos excepcionales de planeamiento, abiertos a la concertación entre la iniciativa pública y la privada, de la que existen numerosos ejemplos bien representativos de los programas aplicados en numerosas ciudades españolas (Bilbao Ría 2000, Madrid Pasillo Verde, Barcelona Ciudad Olímpica)... Como es lógico, la realización de estas operaciones complejas obligan a integrar en proyectos comunes a intereses muy diversos, lo que justifica la superación de un modelo jerárquico de la acción pública por un modelo negociado<sup>3</sup>.

### *3.2) El desarrollo de un terciario al servicio de la capacidad de atracción: el decisivo significado de las actividades de ocio como recurso*

Bajo estas premisas son fáciles de entender las características que definen a la tipología de funciones hacia las que se proyectan las políticas urbanas contemporáneas en las ciudades españolas. En este sentido, la tendencia detectada permite hablar de la progresiva sustitución de un "un terciario inducido, en respuesta a las necesidades inmediatas de una población local" a otro "con capacidad matriz", entendiendo como tal las actividades que son capaces de ejercer un impacto multiplicador en la renta y en el empleo, merced al despliegue de un poder irradiación e influencia a gran escala, que a su vez repercute en la generación de fuertes sinergias a nivel local.

Evidentemente, lejos de plantearse una disociación o dicotomía entre ambos niveles, todo parece abundar a favor de la conveniencia de establecer o afianzar relaciones de complementariedad, basada en el hecho de que la situación óptima se corresponde más bien con

una armonización entre los servicios internos y los servicios externos, entre otras razones porque sólo así es posible lograr los niveles de coherencia que precisa el comportamiento eficiente de los factores productivos, y sobre todo, contribuir al afianzamiento de la capacidad de atracción diferencial (atractividad diferencial) de que dispone un espacio para facilitar la localización de las empresas y el desarrollo de la inversión, pues, como es bien sabido, toda decisión de implantación reposa sobre la selección o ponderación de un número de criterios entre los cuales las cualidades del entorno ocupan una posición cada vez más destacada y reconocida. El factor cualitativo aparece, en esencia, como el resultado de dos categorías de valoración, que operan de forma complementaria e indisoluble: el capital imagen y el capital económico. Si el primero alude lógicamente a la dimensión que tanto objetiva como subjetivamente pueda ofrecer un territorio respecto a la valoración merecida por parte de sus agentes tanto internos como externos (prestigio, calidad ambiental o bienestar social, y calidad de los servicios al consumo) por lo que respecta al capital económico la atractividad se halla estrechamente relacionada con la existencia de una serie de recursos o potencialidades, de importancia estratégica primordial y que reiteradamente figuran en todos los diagnósticos. Aluden, en concreto, a las características del tejido empresarial; la dotación en servicios a las empresas el potencial en investigación y desarrollo, la entidad cuantitativa y cualitativa de los recursos humanos y la eficiencia de los servicios públicos.

De ahí los dos pilares claves de la renovación funcional:

- el desarrollo y perfeccionamiento de los sistemas formación e información -
- el fomento de las actividades relacionadas con la cultura, el ocio y el turismo

\* Formación e Información

- Impulsar una política de formación que facilite la creación de nuevas actividades de alto valor añadido. El papel de la enseñanza universitaria. Las Universidades privadas.

- Diseñar y ejecutar nuevas actividades de formación integral para dar consistencia al objetivo de llegar a ser una ciudad importante.

- Crear la infraestructura de la información (Telecomunicaciones). En Madrid, creación de CETICAM (Centro de Enseñanza en Tecnologías de la Información)

- Promover la creación de servicios de alto valor añadido: información, multimedia...

- Constituir centros servidores de informaciones digitalizadas, de alcance internacional y crear empresas generadoras de servicios de información, dedicadas a la creación y a la distribución, con especial atención a la creación de viveros de empresas especializadas en este campo.

- Promover y atraer empresas de alcance internacional dedicadas a la distribución de información.

\* Cultura y ocio

Suficientemente estudiada y valorada la importancia de la ciudad como ámbito relacionado con las diversas modalidades del ocio, el interés de la función turística estriba (Marchena) en el hecho de que su dinámica en este sentido va asociada a sucesivas fases de innovación y acumulación.

A mi juicio conviene interpretarlo en función de dos factores en cierto modo novedosos: el fomento de la llamada industria cultural como alternativa a la crisis económica; y, por otro, la relevancia de las grandes operaciones de inversión cimentadora de una imagen de prestigio simbólico sobre la base de una estrategia compartida por el poder político local y las empresas transnacionales.

A) *Crecimiento, diversificación potenciación de una oferta económicamente estratégica*

- Las políticas culturales como factor de atracción turística

- La concepción de la cultura, abierta a numerosas y cada vez más diversificadas como actividad económica urbana (Quintana 1990, 526). Una cultura que, como señala Verdú, no tiende sólo a favorecer el entretenimiento, sino a basarse en el entretenimiento, dando lugar así

a la rápida consolidación de una verdadera "industria de la diversión".

- El turismo y las actividades relacionadas con el ocio como alternativa a la crisis urbana. La reactivación del turismo urbano como soporte de las estrategias regionales de dinamización turística. Sector generador de una importante actividad económica y de empleo; el desarrollo de la formación profesional y su adecuación a los nuevos empleos culturales, que irrumpen en el mercado de trabajo. El interés de los estudios de turismo.

- La pluralidad de la oferta. Capacidad para satisfacer todo tipo de apetencias culturales. Congresos, Festivales, Exposiciones, Semanas de Cine y Teatro.. La variedad de las políticas culturales. Por un ocio culturalmente activo. El disfrute de la riqueza patrimonial. A la búsqueda de la imagen de marca.

- Las iniciativas culturales como nuevas formas de legitimación de los responsables públicos locales. Se trata, en cualquier caso, de disponer de las infraestructuras de acogida y otras de carácter cultural adecuadas a los estándares competitivos de dimensión y de calidad. La homologación multinacional de la oferta hotelera.

- Un papel esencial en la planificación estratégica

-Acción coordinada entre las instituciones competentes, en materia de promoción exterior de la ciudad, con recursos y capacidad de gestión adecuada, con el fin de garantizar la mejora, racionalización y diversificación de la oferta

- Reforzar los Consorcios de Turismo para asumir funciones con garantías de éxito, tanto para la promoción turística como para la comercial.

- Barcelona/Madrid/Bilbao/Gijón/Avilés/Valladolid

*B) La rápida, intensa y generosa dotación de infraestructuras: un cambio en las lógicas espaciales*

\* Una respuesta inmediata: La creación de infraestructuras destinadas a la potenciación y el fomento de las industrias culturales.

\* La función cultural de la nueva arquitectura. La puesta en práctica de los grandes proyectos urbanos modernistas y la arquitectura

monumental (Museos polivalentes, Palacios de Congresos, Auditorios) se privilegia como criterio prioritario de actuación de modo que el recurso a prestigiosos arquitectos son mucho más reveladores de esta lógica de competición que los presupuestos inscritos bajo la rúbrica de "desarrollo económico". Se trata de identificar a la ciudad como el espacio privilegiado de la innovación cultural, del dinamismo artístico, del encuentro cotidiano entre los habitantes y la arquitectura, cuya función cultural es mayor.

\* Valorización de los bienes patrimoniales. La recuperación del patrimonio y de la ciudad histórica. La rehabilitación de los teatros históricos. Las Exposiciones valorativas del Patrimonio (Edades del Hombre en Castilla y León)

\* El creciente significado del espacio recreativo virtual. La dimensión espacial de los Parques Temáticos (los nuevos templos del ocio), que reproducen casi miméticamente el modelo Disney, proyectado a nivel internacional como reflejo de los esquemas de unificación cultural imperantes en el mundo contemporáneo<sup>4</sup>. Con ambiciones totalizantes, enormes capitales, el despliegue de grandes cantidades de energía mediática y de bienes de consumo, grandes grupos de comunicación van más allá del concepto inicial de parque temático. A él añaden centros de vacaciones, complejos teatrales, instalaciones deportivas e incluso conjuntos residenciales que abarcan escuelas, salas de concierto, comisaría de policía y biblioteca

Implica una concepción muy particular selectiva y dirigista del espacio. Un espacio confortable, alienado, preservado de las miserias y de los problemas. Los complejos comerciales constituyen una especie de miniparques temáticos. Cuentan con una infinidad de unidades de atracción adaptadas a los parámetros locales. Se trata de cruzar consumo corriente de bienes materiales y promoción de productos mediáticos. Se persigue estimular una estrategia que lleve a contemplar estas actividades como algo dotado de valor educativo<sup>5</sup>. Se lograría así redefinir los comportamientos de la comunidad bajo un ángulo exclusivamente comercial. Es evidente que la penetración de esta lógica comercial modifi-

cará el paisaje urbano, fabricando incluso "nuevas ciudades".

Según las estimaciones los P.T. y de ocio abiertos y a inaugurar hasta 1997 recibirán en torno a 25 millones de personas, que generaran un volumen de facturación entre 60.000 y 80.000 millones de pesetas anuales.

Por otro lado, las nuevas fórmulas de ocio están penetrando a través de la iniciativa de poderosos grupos promotores como Riofisa, Cipsa, Retail Parks expresado en una nueva generación de centros comerciales gigantes en las periferias de las ciudades. Aprovechamiento del binomio mezcla- compra. En los próximos diez años muchos de los viejos centros comerciales acabarán cerrando o transformándose en zonas mixtas de ocio y comercio. Ello explicaría el protagonismo alcanzado por las grandes superficies comerciales en la promoción de estas formas masivas y rentables de ocio en mayor proporción que las firmas especializadas. La función de aquéllas consistiría, por tanto, en efectuar la ordenación global del parque, estructurando según las diversas formas de ocio para ceder su explotación a los operadores especializados.

*C) Consideraciones valorativas. El carácter ambivalente de la política cultural de las ciudades*

Es también el espacio de todas las segregaciones, de la cohabitación de lo mejor y lo peor, del no encuentro o, por el contrario, de las solidaridades fuertes y de expresiones culturales que afirman plenamente la identidad de los grupos y de las comunidades. La cultura está en el centro de las opciones que deben ser hechas para la renovación del espacio construido y de los marcos de vida. S.e, hay una ambivalencia: de un lado privilegia (Sciences Societé, 1994n° 31)

Antiguos proyectos de vivienda están unidas desde ahora a la existencia de parques de atracciones high tech con oficinas, mientras que los centros comerciales se convierten en atracciones turísticas o en simples áreas de peso. Como indica Rutheiser: "la ciudad se caracteriza por su fragmentación, por la comunicación prácticamente instantánea, por la privatización de los espacios públicos y por la subordinación de las localidades a las exigencias de una cultura de mercado globalizante"<sup>6</sup>.

El problema final de la urbanización contemporánea estriba en la dificultad para pensar globalmente la ciudad. Se vive la contradicción entre las lógicas de red (infraestructuras de comunicación de toda naturaleza) que engloban el espacio urbano- pero no permiten pensar la ciudad - y las lógicas arquitectónicas, pertinentes para concebir un objeto, una forma, pero incapaces para posibilitar un diseño comprensible del conjunto. La ciudad mosaico. ¿los grandes constructores piensan otra cosa cuando hacen alarde de su imaginación creativa mientras manifiestan su impotencia para reformar la ciudad y la sociedad?. La ciudad fragmentada. (C.:Thomas, 1994, 89)

Los problemas del turismo cultural.: la masificación. Tendencia a la degradación. La masificación desfigura totalmente el producto y acaba por destruirlo (Ruiz, 1997, 45)

- Los grandes desafíos, tensiones y contradicciones de la gestión urbana: ¿cómo hacer frente al mismo tiempo a los procesos de exclusión social, a la degradación de los barrios, a la pobreza y lanzarse a políticas de relanzamiento de la imagen y de desarrollo económico?. La reivindicación de la política de ciudad. La lucha contra la exclusión.

## NOTAS

<sup>1</sup> Sin embargo,- se pregunta Archer - ¿cuáles son las referencias implícitas de las políticas urbanas actuales? El desarrollo actual de los grandes equipamientos culturales y/o de ocio (golfs, parques de ocio, Palacios de Congresos, Museos, que constituyen el corazón de las acciones de ordenación contemporáneas), así como la voluntad de mejorar la "imagen" de todos los barrios, de afirmar "el derecho a la urbanidad para todos" en la "civilización urbana", indican de manera muy clara las concepciones precisas más frecuentemente admitidas de este habitante legítimo".

<sup>2</sup> Madrid se ha convertido en la ciudad ferial más importante de España. En las instalaciones del Parque Ferial Juan Carlos I se celebraron en 1996, 50 certámenes con una participación de 12651 empresas, que atrajeron a 2,96 millones de visitantes. Fuerte tendencia de incremento: de 1994 a 1996 el nº de empresas ha aumentado en 36 %, el de superficie de exposición el 33,8% y el de público de 51.4 % (De Mesa, 431)

<sup>3</sup> Experimentada con éxito en Barcelona, la gestión de los proyectos depende de un holding, que asume la coordinación de un grupo de sociedades gestoras. En él intervienen los ayuntamien-

tos de la ría, las empresas públicas, los propietarios de suelo expropiable y las grandes empresas. Con este proyecto se trata de convertir a Bilbao en la "capital del Arco Atlántico" - en competencia directa con Bordeaux - otorgando una primacía a la implantación de servicios a las empresas y a la logística de transporte.

<sup>4</sup> La compañía Walt Disney dispone de un departamento especial que se ocupa de desarrollar nuevos conceptos de ocio sobre áreas urbanas y periféricas a través del mundo Disney; se muestra como la firma más activa en este sentido, pero, junto a ella, habría que mencionar a propietarios de parques de ocio como MCA, Time-Warner, Paramount/Viacom. Tras haber exportado sus productos a Europa se han expandido hacia lugares que les han acogido favorablemente en Asia, Próximo Oriente y América del Sur.

<sup>5</sup> Como señala Davis "el objetivo del Club Disney consiste en cubrir comercialmente los espacios dejados vacantes en la infraestructura de los servicios destinados a la infancia" (Davis, 1998.LMD 1/98,13)

<sup>6</sup> Vid. Ch. Rutheiser: *Imagineering Atlanta: The Politics of Place in the City of Dreams*. Londres, Verso,1996.