

Re-escribiendo el Bilbao metropolitano según Bilbao Ría 2000

*Sara González Ceballos*¹

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

La comunicación girará en torno a dos temas. Por un lado, la transformación del espacio urbano que está teniendo lugar en Bilbao y, por otro, las imágenes que, de esta transformación, se están transmitiendo a través de textos y el paisaje urbano. A lo largo de la comunicación explicaremos por qué creemos que los textos y el paisaje no sólo expresan una imagen sobre la ciudad sino que la están re-escribiendo.

Bilbo berridatziz

Gai nagusi bi izango ditut aztergai: batetik, hirigintzaren arloan Bilbon gertatzen ari diren aldaketak eta bestetik, testuetan aldaketa horren gainean agertzen diren irudiak eta hiriko paisaia. Azalduko dugu zergatik uste dugun testuetan eta paisaian, hiriari buruzko irudia agertu ez ezik, hiria berridazten ari dela.

Rewriting Bilbao

This talk revolves around two themes. On the one hand, the transformation of the urban space that is taking place in Bilbao and, on the other, the images of this transformation that are being transmitted through texts and the urban landscape. In the course of the talk we will explain why we think that the texts and the landscape not only express an image of the city but are also rewriting it.

¹ Becaria de investigación en el Departamento de Sociología 1 de la Universidad del País Vasco. Esta comunicación forma parte de mis investigaciones sobre el proceso de regeneración urbana en Bilbao que tienen como finalidad la elaboración de una tesis doctoral financiada por el Gobierno Vasco.

El “giro cultural” en las Ciencias Sociales

Existe un creciente consenso en apuntar que las Ciencias Sociales han sufrido un giro en los últimos años. Este giro ha tomado diferentes nombres: “giro cultural”, “giro lingüístico”, “giro interpretativo” o “giro discursivo” son algunas de las expresiones más utilizadas². Todas ellas vienen a señalar un alejamiento del materialismo y una necesidad de separarse del “determinismo económico” que imprimía el marxismo, enfatizando el papel de otros elementos como la política y sobre todo la cultura en el desarrollo de los procesos sociales. Althusser, uno de los reformadores del marxismo, insistió en sus estudios, que la estructura ideológica (superestructura) era relativamente autónoma de la base económica, y con esta tesis abrió un nuevo espacio para el papel de la cultura (Imrie et al, 1996, p. 1256).

Este giro, ha tendido a enfatizar la importancia del *significado* en la definición de la cultura. La cultura tiene que ver, sobre todo, con la producción y el intercambio de significados entre los miembros de una sociedad o de un grupo. Y, por lo tanto, un grupo o una sociedad, puede definirse por compartir “códigos culturales” o “sistemas de significados”. El lenguaje, en este sentido, no sólo es entendido como la lengua o el idioma (en un sentido literal), sino de una forma mucho más amplia como una forma de comunicar y compartir estos significados (Hall, S., 1997). De aquí proviene la importancia otorgada a la dimensión lingüística y al lenguaje en el análisis de los procesos sociales en los últimos años. El “giro lingüístico” en las Ciencias Sociales ha sido seguido por un “giro discursivo” que no se interesa tanto por analizar cómo el lenguaje produce significados y se transmiten, sino qué efectos y consecuencias tiene la “representación” de este lenguaje. Esta tendencia ha sido ya bautizada como el estudio de la “política de la representación” (politics of representation).

El “giro cultural”, por otra parte, ha sido ligado al advenimiento del post-modernismo en todas las ciencias. El post-estructuralismo, el deconstruccionismo o la etnometodología vienen a reflejar el creciente número de aproximaciones que destacan la “construcción social de la realidad”.

La ciudad como un texto

Y es dentro de esta corriente donde surge la metáfora de la “ciudad como un texto”. Esta metáfora nace del correspondiente “giro cultural” en el campo de la geografía humana o los estudios urbanos donde puede colocarse esta comunicación. A su vez, la palabra “texto” es también una metáfora que viene a recalcar los elementos discursivos y lingüísticos de todo proceso social. Como en otras disciplinas, en la geografía urbana también se ha empezado a

² A partir de ahora utilizaremos la expresión “giro cultural” únicamente para evitar confusiones terminológicas

restablecer, desde los años 80, el equilibrio en esta perspectiva sobre las ciudades y la urbanización, enfatizando su contexto cultural” (Agnew et al, 1984 citado en Badcock, B., 1996). Imrie et al (1996), analizando los trabajos presentados en la décima conferencia sobre Cambio Urbano y Conflicto celebrada en 1995 en Londres destacan que “cada vez más, el interés es por la naturaleza interpretativa del urbanismo, con un enfoque analítico discursivo”.

La metáfora de la “ciudad como texto” es fundamentalmente utilizada por Duncan y Duncan (1988) y Duncan, J. (1990) y supone aceptar el paisaje como un artefacto cultural a través del cual se puede “reproducir y contestar el poder político” (Duncan, 1991, p. 3). Tácitamente, también supone que lo que nosotros

“podemos conocer no es un mundo dado, universal y “auténtico”, sino una realidad epistemológicamente mediada, construida lingüísticamente así como materialmente” (Walton, J., 1995, p. 62)

Al utilizar esta metáfora se ponen de manifiesto elementos de la construcción social del paisaje y de la ciudad que mediante otros análisis más clásicos quedan fuera. El paisaje aparece como un texto donde las diferentes fuerzas políticas, económicas y sociales de la ciudad han ido imprimiendo sus características, sus valores, sus normas. Duncan (1990) argumenta que el paisaje y la forma urbana codifican los discursos sobre la ciudad en sus formas, mediante elementos propios del lenguaje. Según este autor, el paisaje es un texto escrito en el lenguaje del hormigón, que comunica las ideas dominantes de la vida política y religiosa de la ciudad (p. 87).

El objetivo de Duncan es el de analizar las políticas del paisaje, es decir, cómo el poder político es capaz de hacer que unas ideas sean hegemónicas y se plasmen de una de las maneras más simbólicas y efectivas posibles: la forma física. Esta es una de las mayores potencialidades del paisaje, su capacidad de transmitir de una forma muy concreta, directa y visible.

Podemos decir que uno de los papeles más importantes que el paisaje juega en los procesos sociales es ideológico, apoyando un conjunto de ideas y valores, asunciones no cuestionadas sobre cómo es la sociedad o cómo debería organizarse (Duncan y Duncan, 1988). Esto ha sido entendido como la “naturalización” del paisaje. El paisaje ordinario es tan familiar, tan tangible y tan obvio que nos resulta difícil cuestionarlo. Los paisajes son leídos dentro de lo que más arriba denominábamos “sistema de representación”, que nos aporta pautas para entenderlo. Una vez que internalizamos estas pautas nos parecen incuestionables y leemos los textos culturales (no sólo paisajes sino otros artefactos culturales) con toda naturalidad. Un grupo de poder en la ciudad, como las autoridades públicas, puede ofrecernos deliberadamente una lectura del paisaje concreta, un “sistema de representación” para interpretar el paisaje en la dirección que les interese. Y esta es, como hemos dicho, una de las mayores potencialidades del paisaje urbano.

Pero, esta metáfora es también peligrosa, ya que puede conducirnos a pensar que el paisaje es un espejo, un reflejo perfecto de los procesos que están detrás de él, y esta ha sido una de las críticas más fuertes que se han realizado a esta metáfora. Hubbard (1996) apunta que en la literatura sobre la “ciudad emprendedora” se ha realizado una identificación demasiado directa y no problemática de ciertos estilos arquitectónicos con formas de gobierno local concretas. Hubbard realiza un análisis del nuevo paisaje en Birmingham mediante el cual intenta probar que la ecuación entre formas específicas urbanas y modos de gobierno local es demasiado simplista, no probada empíricamente y que además ofrece una concepción muy pobre sobre las políticas culturales del espacio, sin llegar a profundizar en las relaciones entre la cultura y capital (p. 1442).

Una utilización más prudente de esta metáfora nos lleva a pensar que la relación entre el paisaje urbano y los procesos sociales no es única y unidireccional, sino dialéctica. Es paisaje refleja unos procesos sociales por los cuales, a su vez está constreñido. Es, por lo tanto, espejo y molde de la sociedad. Basta con señalar todo el entramado de normas y leyes que acompañan al planeamiento urbano. El proceso de planeamiento podemos entenderlo como un filtro por el que las ideas políticas deben pasar y que inevitablemente las encauza hacia unos condicionamientos. Cada país tiene unas normas diferentes y una tradición distinta sobre el planeamiento urbano. Mientras que en unos países, los promotores privados disfrutaban de relativa facilidad para hacer realidad sus proyectos, en otros, el control público de todo el proceso es mucho mayor. Además, una vez, que un nuevo proyecto llega a materializarse en una forma urbana, no existe un único “autor” de ese paisaje. Desde las autoridades locales, hasta las promotoras, pasando por los arquitectos o los ingenieros implicados en el proyectos, todos pueden reivindicar su autoría.

Lo que leemos en un paisaje, por lo tanto, está lejos de ser un código de ideas claro y definido y se asemeja más a una realidad compleja donde confluyen distintos actores que han escrito en el texto. Además, cada uno de los lectores posee también un código diferente a la hora de leer el paisaje. Aunque existen unas normas y un contexto discursivo común, existe una parcela de interpretación propia.

En general, esta metáfora ha despertado cierto escepticismo entre los críticos del “giro cultural” que en los últimos años ha tomado la geografía. De acuerdo con estos autores, las teorías de la representación y el lenguaje ha desplazado a temas clásicos de la geografía como la segregación espacial, la discriminación del poder u otros más comprometidos socialmente y con menos connotación lingüística tan marcada (Mitchell, 1996). Según Peet (1996), la escuela del “paisaje como un texto” cae en un idealismo interpretativo que implica un distanciamiento de la realidad física de las cosas. Si todos los procesos son construcciones sociales entonces entramos en una espiral de relatividad en la que nada es real sino que todo está construido en nuestra mente.

Este, sin embargo, es un debate más amplio que en general arguye que el “giro cultural” en las ciencias sociales ha desviado la atención sobre temas más comprometidos como la desigualdad, la segregación espacial, el poder como exclusivo y discriminador, temas más ligados con la tradición que se apoya más en la política económica.

Escribir la ciudad

Para el análisis del nuevo paisaje urbano en Bilbao vamos a aceptar la metáfora de la “ciudad-paisaje como texto” teniendo en cuenta todas sus limitaciones. Esta metodología nos va a ayudar a fijarnos en los elementos discursivos que en el proceso de regeneración de Bilbao están teniendo lugar.

Pero, si aceptamos que el paisaje es un texto y pueden leerse y analizar en esta lectura los procesos urbanos, también deberíamos aceptar que puede *escribirse* en él. Aunque esta afirmación está implícita en lo anteriormente dicho, merece que ahondemos en ella un poco más.

El paisaje puede ser utilizado deliberadamente por el poder para transmitir ciertos valores. En su análisis sobre el paisaje de Sri Lanka durante el Reino de Kandya, Duncan (1990) describe cómo el rey transmitía su discurso oficial a través del paisaje. Los diferentes reinados en la isla supusieron cambios radicales en la forma física sobre todo de los palacios y edificios religiosos. Además los mitos y las narrativas religiosas que formaban parte de la tradición oral y escrita del reino, se codificaron también en el paisaje mediante las formas arquitectónicas, los ornamentos, la disposición de los edificios. Todos estos signos transmitían a los ciudadanos el discurso oficial del rey, lo que él consideraba como verdadero y erróneo.

Resulta difícil trasladar este análisis, a los procesos urbanos actuales. Las enormes influencias que provienen del exterior con el incremento de la globalización, los recursos limitados de las autoridades públicas, las normas que impone el planeamiento urbano, el poder de las promotoras inmobiliarias o las grandes compañías hacen muy difícil leer en el paisaje un discurso único en especial.

Sin embargo, el contexto actual de las ciudades, a mi entender, ha potenciado la validez de esta metáfora para analizar el nuevo paisaje urbano.

La creciente competitividad entre las ciudades por ofrecer lugares donde las empresas se instalen, la carrera por lograr inversores y atraer puestos de trabajo ha embarcado a las ciudades en una competición por ofrecer el mejor entorno urbano. Es ya conocido no sólo por los académicos de los estudios urbanos sino también por los políticos la utilización de campañas de marketing para vender la ciudad y hacerla más atractiva. La metáfora de la “venta de la ciudad” (Kearns y Philo, 1993) ha sido una de las más utilizadas en los últimos años por los gobiernos locales, sobre todo, de las antiguas ciudades

industriales. Estas ciudades son las que más han sufrido la evolución del capitalismo hacia una nueva fase más flexible, donde las antiguas ventajas competitivas basadas en la localización han perdido importancia (Harvey, 1989)

Pero la utilización del marketing como promoción de la ciudad no es nada nuevo y muchas ciudades han utilizado estas técnicas desde hace siglos para atraer, sobre todo, habitantes. Sin embargo, lo distintivo de las estrategias del marketing urbano actual es que se utilizan ciertas herramientas simbólicas y semióticas diferentes. Hoy en día, existe la opinión general de que las ciudades deberían promover una imagen post-industrial y hasta post-moderna para alejar cuanto antes la antigua imagen de ciudad industrial (Short *et al*, 1993, p. 209). Para ello, se utilizan no sólo campañas publicitarias sino la transformación del propio paisaje urbano para escribir de nuevo la imagen de la ciudad. Se eligen ciertos sectores de la ciudad, simbólicos por alguna razón y se lleva a cabo, en ellos, la construcción de un nuevo paisaje urbano cargado de referencias al post-modernismo y post-industrialismo. Y es aquí donde la metáfora de la ciudad como texto cobra su interés.

Re-escribir la ciudad

La re-inención de la imagen de la ciudad por parte de las autoridades locales o las coaliciones de crecimiento encargadas de la revitalización de las antiguas ciudades industriales es uno de los temas más interesantes dentro de la geografía humana y los estudios urbanos. En los últimos años han proliferado los estudios sobre los procesos de revitalización y la transformación de la imagen de la ciudad en el mundo occidental. Muchos estudios de caso han venido a reforzar la hipótesis de que en todas estas ciudades se están siguiendo pautas muy parecidas. Quilley, utilizando la metáfora de la ciudad como texto, en su análisis sobre las políticas empresariales en Manchester, subraya que las autoridades locales estaban siguiendo un *guión*, el guión de Manchester postmoderno (Quilley, 1999). Este guión resulta ser más o menos el mismo para todas las ciudades que quieren pasar por un proceso semejante.

La metáfora del texto se hace más interesante con la transición hacia una sociedad postmoderna, en la que la “frenética persecución por el consumo de dólares ha llevado a poner un mayor énfasis en la diferenciación del producto” (1987, p. 273). Se han empezado a explorar los diferentes gustos estéticos y se ha otorgado más importancia a la producción y consumo de lo que Bourdieu llama el “capital simbólico”. La estética y el gusto por el diseño han cobrado mucho importancia y son valores añadidos a la hora de consumir y valorar los objetos y artefactos culturales, de los cuales el paisaje es uno de ellos. Las empresas a la hora de elegir la localización de sus sucursales o plantas, valoran hoy en día la imagen que una ciudad tiene en el exterior.

Estos cambios son tenidos en cuenta y a la vez reforzados por los regeneradores urbanos, que tienen que escribir un nuevo texto para la ciudad en el

que se vean reflejados todos estos elementos descritos. Así, ciertos elementos paisajísticos y urbanísticos son propios de las estrategias de re-invencción de la ciudad: Parques temáticos, marinas, frentes de agua, distritos culturales o artísticos, festival markets, complejos combinados de oficinas, ocio y consumo, etc. Estos nuevos elementos del paisaje urbano vienen a simbolizar la superación de la etapa industrial y fordista y la transición hacia una ciudad del ocio, del espectáculo. En Siracusa, una ciudad profundamente afectada por los procesos de reestructuración económica y espacial, el nuevo paisaje urbano se entendió como el revés a la situación anterior y “la zona centro de Siracuse fue reconstruida en un intento de escribir un nuevo texto para la ciudad con una sintaxis postindustrial” (Short et al, 1993, p. 216). En otro análisis de caso sobre el paisaje de Siracusa se pone de manifiesto la misma idea:

“El Paisaje de la Oil City es un símbolo poderoso, manipulado por el promotor para proyectar una imagen de brillo e innovación, una imagen bajo la cual todos los ciudadanos pueden manifestarse con orgullo y optimismo por el futuro” (Robert y Schein, 1993, p. 27)

Hubbard (1993) destaca la misma idea en el caso de Birmingham apuntando que el

“nuevo paisaje urbano contribuye a la regeneración de la ciudad material y simbólicamente, llegando a ser representativo de la revitalización de la decaída economía urbana y las infraestructuras, galvanizando el soporte público necesario para las políticas empresariales llevadas a cabo por las autoridades locales” (p. 1445)

Harvey incluso ha comparado estas políticas del paisaje con el “pan y circo” utilizado por los romanos para distraer a los ciudadanos de otras visiones más contestatarias sobre el espacio público (Harvey, 1987, p. 275).

El paisaje, es, por lo tanto un medio mediante el cual transmitir una imagen unificada de la ciudad, que excluye problemas sociales, que esconde desigualdades. La ciudad post-industrial oculta bajo su fachada diferentes concepciones sobre lo que debería ser y el acceso a las posibilidades que ofrece.

Re-escribiendo Bilbao según Bilbao Ría 2000

“Re-escribiendo Bilbao” hacen mención, según lo expresado hasta ahora, al intento por parte de las autoridades públicas de transformar la imagen de la ciudad mediante una alteración del texto en la que está escrita. Las transformaciones urbanas que en los últimos años estamos viviendo en Bilbao pero que sobre todo tendrán lugar en un futuro próximo, pueden ser entendidas, según nuestra propuesta, como nuevos elementos que vienen a dar forma a un nuevo texto urbano: Bilbao como una ciudad post-industrial, cultural y turística que ha logrado superar la crisis industrial.

El texto anterior, marcado por un paisaje y simbología industrial se está queriendo borrar, sin dejar de él ni huella y donde antiguamente se ubicaron los elementos más significativos del texto moderno, se escribe ahora, “sintaxis postmoderna”, un texto renovado.

En las siguientes páginas vamos a hacer un repaso por el nuevo paisaje urbano que estamos viendo surgir en Bilbao. Como ya se ha comentado, el paisaje no es un espejo o un reflejo perfecto de lo que hay detrás de él. Los discursos, narrativas y valores del paisaje se expresan a través de diferentes medios. Duncan (1990, p. 89) señala que el primer medio es la piedra o el hormigón, y este es el medio más icónico. Pero las narrativas sobre la ciudad también se expresan mediante el lenguaje y el comportamiento. La interpretación lingüística que de la ciudad se hace es una forma de acercarse a entender el significado del paisaje.

En el caso de este estudio vamos a elegir este medio para analizar la significación del paisaje urbano en Bilbao. En concreto, vamos a analizar la interpretación que uno de los escritores principales del paisaje realiza: Bilbao Ría 2000.

Bilbao Ría 2000 es una sociedad privada con capital público que surgió en 1992 mediante un acuerdo entre el Gobierno Vasco y el Español. La asociación pretendía resolver la paradójica situación en la que los mejores terrenos para la regeneración de Bilbao se encontraban en manos de agencias estatales como Renfe, SEPES o la Autoridad Portuaria. La composición interna de Bilbao Ría 2000 refleja esta situación, donde el 50% del capital proviene de estas Agencias y el otro 50% se lo reparten las autoridades vascas (15% Gobierno Vasco, 15% la Diputación de Bizkaia, 15% Ayuntamiento de Bilbao y 5% el Ayuntamiento de Barakaldo). Actualmente, la sociedad está desarrollando 4 proyectos, 3 de ellos localizados en Bilbao y otro en Barakaldo. Aunque en la actualidad hay otras zonas de la ciudad que también le han sido adjudicadas, para este análisis vamos a tomar en cuenta sólo estos cuatro proyectos

Abandoibarra: donde se erige hoy en día el Museo Guggenheim y donde se espera construir el elemento central del nuevo texto, un complejo de viviendas de lujo, hotel, oficinas, centro comercial y equipamientos culturales.

Amezola: Un barrio hasta ahora separado del resto de la ciudad por las vías ferroviarias. En Amezola se están construyendo varios bloques de viviendas y ya existe un parque. Además se ha construido también una estación de ferrocarril que une a las dos vías de cercanías hasta ahora siempre desconectadas.

Variante Sur: Se trata de un proyecto básicamente ferroviario y que implica el desvío de la línea de Renfe y el cubrimiento de esta línea y la aparición de una nueva Avenida, la “Avenida del Ferrocarril”.

Urban-Galindo: el único proyecto fuera de Bilbao y que se enmarca dentro de Proyecto Urban de la Unión Europea. Este proyecto, localizado en la

zona baja de Barakaldo, donde antiguamente se ubicaban los primeros hornos del Altos Hornos, será ahora una zona residencial y de oficinas.

La hipótesis que aquí se baraja es que, Bilbao Ría 2000, mediante el paisaje urbano que configura en estos proyectos está re-escribiendo el texto de Bilbao, que de antigua ciudad industrial está pasando a ser post-moderna.

Como ya hemos dicho, para este análisis vamos a utilizar la lectura que la propia sociedad realiza del paisaje urbano que está promoviendo. Esta lectura aparece reflejada en la literatura promocional que Bilbao Ría publica y distribuye gratuitamente entre los vecinos de las zonas afectadas por sus proyectos. Mediante las revistas que publica, Bilbao Ría 2000, no está sólo informando sobre los proyectos y las obras sino que está distribuyendo también una lectura determinada sobre el paisaje. En esta literatura promocional Bilbao Ría 2000 ofrece unas pautas y un contexto en el que leer las transformaciones urbanas que estamos sufriendo en Bilbao. Ofrece unas claves con las que interpretar los cambios en la dirección que ellos quieren. Con ello fomentan una visión oficial y hegemónica sobre la ciudad.

Para este análisis hemos elegido las revistas que la corporación publica sobre cada uno de los proyectos. En concreto, existen tres distintas dedicadas al proyecto de Abandoibarra, Amézola y Urban. El proyecto Variante sur no posee una revista propia pero se ofrece información sobre él en la revista de Amézola. Hasta el momento existen 4 números de Urban y 2 números de Urban y Abandoibarra respectivamente. Aunque cada una de las revistas y ejemplares presentan diferentes proyectos y ofrecen información diferente, transmiten ciertas ideas que son comunes a todas ellas y que configuran una imagen general del proyecto de futuro que para Bilbao posee la Asociación. En esta comunicación nos vamos a centrar en las narrativas comunes que a través del paisaje urbano, Bilbao Ría 200 transmite a los lectores de las revistas y de la ciudad.

Bilbao ciudad Post-industrial

Este es el elemento, que como ya hemos comentado configura la pieza fundamental del nuevo texto sobre Bilbao. Las revistas promocionales de Bilbao Ría 2000 ofrecen una visión de futuro post-industrial apoyada en el nuevo paisaje.

El proyecto de Abandoibarra simboliza esta transformación. Este proyecto será construido sobre los terrenos que durante años sustentaron una de las navieras más importantes del País Vasco: Euskalduna. Abandoibarra puede ser entendido, en un lenguaje lingüístico como una sinédoque: aquella figura literaria por la cual mediante la mención de un solo elemento se hace referencia a un todo. En un espacio concreto y relativamente pequeño (unos 300.000 m²) de terreno se hace referencia a la enorme complejidad que supone la transición desde una sociedad moderna e industrial hacia una sociedad post-industrial. Es

ABANDOIBARRA
Número 1

EJEMPLAR GRATUITO / DONAKO ALEA ABRIL 98 APRIL 4 Edizio / Ausgabezeitung **BILBAO RIA 200**

El futuro ya está aquí

El Bilbao del siglo XXI apuesta por el futuro. Se regenera en profundidad para ofrecer calidad y aire de vida a sus ciudadanos. Renuncia a la nostalgia y se transforma en una ciudad de ocio, cultura y turismo, atractiva para los inversores. Recuperará Abandoibarra, salpicada de ruinas industriales, y la convierte en una zona emblemática que ya cuenta con dos edificios importantes: el Museo Guggenheim y el Palacio Euzkoitana.

Para todavía quedan muchos por llegar. Gracias al proyecto del arquitecto César Pelli, ganador del concurso de ideas convocado por las instituciones en 1993, esta zona contará con un total de 200.000 m² de zonas verdes, oficinas, equipamientos docentes y de ocio, y viviendas que favorecerán el establecimiento de una nueva economía.

Actualmente, el arquitecto César Pelli ultima la reforma del proyecto, para incorporar el Rectorado de la Universidad del País Vasco y el tranvía.

Gracias a todo ello, Bilbao será una ciudad competitiva, con una sólida oferta de servicios para afrontar los retos del próximo milenio. Un proyecto para todos los bilbaínos, porque en Abandoibarra cabemos todos.

CONTENIDOS

A finales de año el Palacio Euzkoitana abrirá sus puertas. En 1999 empezará a construirse la pasarela de la Universidad y el Parque de Ribera.

Pag 2

Abandoibarra será el motor que financie la variante. Su Península cuyo presupuesto asciende a 12.000 millones de pesetas.

El parque de Ribera, salpicado de esculturas, bordeará tres kilómetros de la Ría

Un emplazamiento privilegiado para el ocio, la cultura y los negocios

más, sólo el Museo Guggenheim ya hace referencia a todo este proceso ya que es “la imagen emblemática del nuevo Bilbao” (...) “será el motor que transforme Bilbao en una ciudad de servicios, en una metrópoli de ocio, cultura y negocios y preparada para afrontar el tercer milenio”. (*Abandoibarra*, n. 1, p. 8). Un solo edificio, por lo tanto, es capaz de simbolizar todo un proceso.

La simbología del emplazamiento del Guggenheim viene a reforzarse por el carácter industrial que antiguamente poseía la zona. El nuevo Bilbao se escribe exactamente en el mismo lugar donde antes podíamos leer el antiguo. La oposición, o la contraposición entre estos dos conceptos moderno-post-moderno, no ocurre tan sólo a nivel discursivo, sino también físicamente:

“(Bilbao) Renuncia a la nostalgia y se transforma en una ciudad de ocio, cultura y turismo, atractiva para los inversores. Recupera Abandoibarra, salpicada de ruinas industriales, y la convierte en una zona emblemática” (*Abandoibarra*, nº1, p.1)

En el caso de Barakaldo, el proceso es similar: “Sobre los terrenos anteriormente ocupados por las instalaciones industriales de A.H.V. surgirá una parte importante del Barakaldo del Siglo XXI” (*Urban*, nº 2, p.1).

En estos casos, la etapa industrial está siempre cargada de connotaciones negativas. La ocupación de la industria en las zonas centrales de la ciudad,

arrebató el espacio público a los ciudadanos. El nuevo Bilbao post-industrial recupera la vida urbana existente antes de la era industrial y ofrece a los ciudadanos la oportunidad de disfrutar de las zonas más privilegiadas de la ciudad, cerca de la ría. “Barakaldo recupera la Ría” es el lema que reza en una de las revistas en la que se asegura que en la zona de Galindo “se extenderá un caso urbano que vivía de espaldas a sus cauces fluviales”.

En el caso del proyecto de Amezola, los terrenos antiguamente utilizados con fines industriales por los trenes, se devuelven a la ciudadanía. Así lo expresa Bilbao Ría 2000:

“El futuro de Amezola ya ha comenzado a construirse. Sobre este extenso solar, antes ocupado por trenes de mercancías, se alzará un nuevo “pulmón verde” en el centro de Bilbao” (*Amezola*, n.2, p.1)

La simbología es clara. Las fábricas y el paisaje industrial se asocian con ruinas, suciedad, usurpación del espacio público, mientras que el nuevo paisaje se asocia al ocio, la cultura, zonas verdes y disfrute del medio-ambiente. La ciudad ya no está al servicio de la industria sino al de los ciudadanos.

El gran mito: El cambio físico en la ciudad conlleva la revitalización económica y social en la ciudad

La regeneración social mediante el cambio urbanístico es una de las ideas más difundidas en la literatura promocional de Bilbao Ría 2000. A través de los textos esta afirmación toma fuerza y consistencia y se erige en uno de los pilares más importantes del proceso de Regeneración Urbana en Bilbao.

En el caso del programa Urban, en Barakaldo, se contempla la construcción en esta zona de varios equipamientos sociales como un centro de día para la tercera edad o un centro de Empleo y Formación. La lectura de los textos nos lleva a pensar que la sola construcción de los edificios será la causa para el bienestar de los ancianos o la creación de empleo. Está claro, que la construcción de estos equipamientos es condición necesaria, pero en ningún momento se señalan otros factores como la satisfacción o necesidades de los colectivos a los que están dirigidos, el capital humano que se empleará para dirigirlos o las políticas que se seguirán una vez construidos.

En Abandoibarra, el nuevo paisaje urbano está directamente enfocado a mejorar la competitividad de la ciudad en un ámbito internacional:

“Oficinas, equipamientos docentes y de ocio y viviendas que favorecerán el establecimiento de la nueva economía” (...) Gracias a todo ello, Bilbao será una ciudad competitiva, con una sólida oferta de servicios para afrontar los retos del próximo milenio” (*Abandoibarra*, nº 1, p.1)

El paisaje no sólo como símbolo sino como *causa* del cambio económico de la ciudad es un argumento fuerte para Bilbao Ría 2000. Re-escribir la for-

ma urbana de Bilbao es casi sinónimo de re-inventar la economía que sustenta a la ciudad.

Una lectura consensuada del Proceso de Regeneración Urbana

Una de las funciones ideológicas que ya hemos comentado que tiene el paisaje es la de transmitir de una forma muy directa pero a la vez natural y no problemática ideas sobre la ciudad. La interpretación que Bilbao Ría 2000 hace sobre la significación que el paisaje tienen para la regeneración de Bilbao, está en esta línea. Mediante su interpretación y valiéndose del paisaje urbano, la corporación rechaza las visiones negativas del proceso, obvia las ideas alternativas o contrarias a su proyecto. La “naturalización” del paisaje es plausible respecto a tres posibles puntos de conflicto sobre el proceso de regeneración urbana.

Las revistas informativas de Bilbao Ría 2000 parecen estar escritas, en algunos momentos, en respuesta a ciertas polémicas surgidas alrededor de la regeneración urbana. Aunque no se hace ninguna mención explícita a esto, advertimos ciertas intertextualidad, referencia a otros textos, en las revistas.

Proceso Solidario

El proyecto de Abandoibarra ha sido en varias ocasiones acusado de elitista (ref. Marisol Esteban) y lujoso especialmente por ciertos grupos políticos en el Ayuntamiento que conforman la oposición y que no están representados en el Consejo de Bilbao Ría 2000. El carácter lujoso tanto de las futuras viviendas como del hotel que se instalará en la zona, así como de las instalaciones culturales como el Guggenheim que exhibe arte moderno, poco cercano a la masa popular, ha sido abiertamente criticado en la prensa y en los medios de comunicación. Bilbao Ría 2000, presenta, sin embargo el proyecto como algo totalmente distinto. Enfatiza el carácter de espacio abierto que tendrá la zona que se presenta como un “estudiado equilibrio entre lo público y lo privado” y una zona de zonas verdes y espacios libres que

“más que un parque será un enorme prado verde con paseos llenos de gente y bicicletas: será un lugar vivible y habitable para todos los bilbaínos durante todo el día, porque es un proyecto penado y hecho para la gente real” (*Abandoibarra*, nº 2, p.6)

Otro de los slogans que jalonan la revista enfatiza que en “Abandoibarra cabemos todos” y que es “un motor solidario que impulsa otras actividades de la ciudad”. Esta es la gran justificación que Bilbao Ría 2000 realiza ante su política de especulación en Abandoibarra. Mediante los beneficios obtenidos con la venta del suelo en esta zona, Bilbao Ría 2000 acometerá el proyecto de la Variante Sur, o la regeneración de Bilbao La Vieja.

La lectura de los ciudadanos

La visión e interpretación de los ciudadanos sobre el paisaje urbano es una de las claves más importantes para evaluar la actuación de las autoridades locales en la regeneración urbana. Bilbao Ría 2000 en sus revistas ofrece un apartado en el que se reproducen las opiniones de ciudadanos a los que se les ha preguntado por las actuaciones de la asociación sobre el paisaje. La visión ofrecida por los ciudadanos en la revista, no viene sino a confirmar la versión oficial sobre el futuro de la ciudad. Sus respuestas confirman el significado del paisaje en todo el proceso de regeneración. No se ofrecen críticas ni ideas alternativas; la lectura del paisaje es unitaria y no problemática.

Re-nombrando los elementos conflictivos

Los textos tratan de ocultar los puntos negativos del proceso de regeneración re-nombrando los elementos polémicos. Esto es bastante claro en el caso del centro comercial en Abandoibarra y el “Eje Metropolitano” en Barakaldo. Este último, infraestructura viaria estrella en el Plan Territorial Parcial del Bilbao Metropolitano, es definido por Bilbao Ría 2000 como una “gran avenida arbolada de 40 mts. de anchura, cuyas calles transversales prolongan hacia la Ría las existentes en el casco urbano” (*Urban*, nº 2, p.7). En la revista no se hace ni siquiera mención al tráfico rodado de vehículos que será muy denso a lo largo de carretera. En Abandoibarra, otro viario ha sido objeto de quejas por parte de arquitectos y vecinos. El grupo sostenía que el tráfico denso que soportaría la zona sería muy contaminante. En el texto la carretera se transforma también en “amable alameda arbolada” y no se hace mención a estas críticas y protestas. El centro comercial que será construido en Abandoibarra también es re-nombrado y adopta la denominación de “centro lúdico-comercial” o “festival market”. El centro comercial ha sido duramente criticado por parte de grupos de ciudadanos y arquitectos e incluso por uno de los partidos políticos pertenecientes al consejo de Bilbao Ría 2000. Se trata del elemento más problemático de Abandoibarra y el Alcalde tuvo que admitir en su día que se trataba de un proyecto necesario para financiar el resto de piezas. El centro comercial nunca se cita como tal en los textos de la corporación. Su carácter de gran superficie comercial se enmascara lingüísticamente:

“Ría 21 será un centro de ocio y consumo: un Festival Market de carácter lúdico, con dimensión humana y espacios abiertos para el descanso y la diversión” (*Abandoibarra*, nº 1, p. 5).

Conclusión

En esta comunicación, mediante la metáfora de la ciudad como un texto, hemos querido poner de manifiesto el papel que los elementos discursivos tienen en el proceso de regeneración urbana en Bilbao.

El objetivo de esta reflexión no era, por lo tanto, realizar una crítica sobre los proyectos que Bilbao Ría 2000 está llevando a cabo en la ciudad. Como contrapunto a lo expresado en estas páginas hay que señalar que la sola existencia de Bilbao Ría 2000 es un punto positivo para el proceso de transformación de Bilbao. Poder reunir a todas las administraciones implicadas en este proceso y lograr de ellas un compromiso político y financiero es una labor imprescindible y que no todas las ciudades en la misma situación que Bilbao pueden jactarse de tener.

Sin embargo, mi intención ha sido la de destacar el papel que este actor del proceso de regeneración juega en la distribución, mediante sus revistas, de una lectura única sobre todo el proceso de cambio. Mediante su literatura promocional e informativa, Bilbao Ría 2000 ofrece a los ciudadanos las pautas con las que interpretar en un sentido concreto y unidireccional el nuevo paisaje, transmitiendo una visión hegemónica de lo que debe de ser el futuro de la ciudad de Bilbao.

Si al principio de esta exposición hablábamos del “giro cultural” en las Ciencias Sociales y su alejamiento del materialismo histórico mediante la importancia otorgada a los discursos y al lenguaje, para terminar esta reflexión quisiera apuntar algo que puede servir de puente entre estas dos perspectivas.

Los paisajes, y los valores y normas que éstos transmiten pueden entenderse como sustentadores de las transformaciones que está sufriendo el capitalismo en los últimos años por su capacidad para legitimar el orden social vigente (Knox, 1991,p.203). La lectura del paisaje que Bilbao Ría 2000 ofrece a los ciudadanos ha sido interpretada en este sentido a lo largo de esta comunicación.

La corriente teórica de la Regulación³, defiende que las normas, valores y las instituciones que las difunden, forman parte de los procesos que regulan la economía. Los discursos, narrativas, mitos y otros recursos más literarios podrían formar parte, también, de los procesos de regulación. Por lo tanto, el poner énfasis en el análisis de los discursos no tiene por qué alejarnos de la perspectiva de la política económica. Tenemos que entenderlo, sin embargo, como una forma de acercar las dos perspectivas para enriquecer el análisis.

Terminamos con una cita que viene a defender esta idea:

“Las simbolizaciones, en forma de metafORIZACIONES (...), responden a la necesidad de un reforzamiento de las formas de dominio

³ Esta aproximación neo-marxista tiene sus orígenes en la escuela post-marxista francesa de la Regulación que desde los años 70 comenzó a desarrollarse con los estudios de Aglietta, Boyer o Lipietz a la cabeza. Aunque en principio provino de la disciplina de la economía, su carácter de aproximación macro-social la ha convertido en una aproximación teórica muy utilizada en otras disciplinas.

ideológico-cultural, se insertan con un papel activo en los “modos de regulación” social y política propios de las modalidades de acumulación flexible y de nueva urbanización del capital. En suma, creemos que siguiendo estos entramados discursivos, siguiendo la pista de estos códigos y léxicos figurados que se inscriben en el territorio urbano, podemos hacer una lectura de cómo se define y determina hoy la ciudad y qué tipo de ciudadano produce” (de la Haba, 1999)

Referencias Bibliográficas en el texto

- BADCOCK, B., (1996), “Looking-glass views of the city” en *Progress in Human Geography*, vol. 20, n.1, pp. 91-99
- BILBAO RÍA 2000, (1998), *Abandoibarra*, vol. 1
- BILBAO RÍA 2000, (1999), *Abandoibarra*, vol. 2
- BILBAO RÍA 2000, (1996), *Amezola*, vol. 1
- BILBAO RÍA 2000, (1997), *Amezola*, vol. 2
- BILBAO RÍA 2000, (1996), *Urban*, vol. 1
- BILBAO RÍA 2000, (1997), *Urban*, vol. 2
- BILBAO RÍA 2000, (1998), *Urban*, vol. 3
- BILBAO RÍA 2000, (1999), *Urban*, vol. 4
- DE LA HABA, J., (1999), “La ciudad y sus metáforas. Formulación ideológica y procesos de reestructuración urbana en la Barcelona contemporánea” en *Astrágalo*, Sept. 1999, pp. 43-68
- DUNCAN, J. (1990), *The city as text: the politics of landscape interpretation in the Kandyan Kingdom*, Cambridge University Press, Cambridge
- DUNCAN, J. y DUNCAN, N. (1988), “(Re)reading the landscape” en *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 6, pp. 117-126
- HALL, S., (1997), “Introduction” en HALL, S., (ed.), *Representation. Cultural representations and signifying practices*, Sage, Londres
- HARVEY, D., (1989), “From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism” in *Geografiska*, vol. 71 B, pp. 3-17
- HUBBARD, P., (1996), “Urban design and city regeneration: Social representations of entrepreneurial landscapes” en *Urban Studies*, vol. 33, n° 8, 1441-1461
- IMRIE, R., PINCH, S. Y BOYLE, M., (1996), “Identities, citizenship and power in the cities” en *Urban Studies*, vol. 33, n° 8, pp. 1255-1261

- KEARNS, G. y PHILO, C., (1993) *Selling Places. The city as cultural capital, past and present*, Pergamon Press, Oxford
- KNOX, P. (1991), "The restless urban landscape: Economic and sociocultural change and the transformation of Metropolitan Washington, DC" en *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 81, n.2, pp. 181-209
- MITCHELL, D., (1996), "Sticks and stones: the work of landscape" en *Professional Geographer*, vol. 48, n° 1, pp. 94-96
- QUILLEY, S., (1999), "Entrepreneurial Manchester: The genesis of elite consensus" en *Antipode*, vol. 31, n.2, pp. 185-211
- ROBERT, S. y SCHEIN, R., (1993), "The entrepreneurial city: Fabricating urban development in Syracuse, New York" en *Professional Geographer*, vol. 45, n.1
- PEET, R. (1996), "Discursive idealism in the "Landscape-as-text" School" en *Professional Geographer*, vol. 48, n° 1, pp. 96-98
- SHORT, J. R., BENTON, L.M., LUCE, W.B. and WALTON, J., (1993) "Reconstructing the image of an industrial city" en *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 83, n. 2, pp. 207-224
- WALTON, J., (1995), "How real(ist) can you get?" en *Professional Geographer*, vol. 47, n. 1, pp. 61-65