

Barcellona città marca

scritto da Dario Lovaglio

Di spazi autogestiti a Barcellona ne sono rimasti veramente pochi, un'operazione di "pulizia" della città vetrina a base di leggi e decreti dove incrementa ogni giorno il numero delle persone che non possono pagare i prezzi gonfiati dal turismo e quelle che non si adeguano ai canoni alla marca Barcellona. La specificità del modello Barcellona rispetto alle altre città occidentali sarebbe quella in dove dopo aver trasformato il centro in uno spazio attraversato esclusivamente dalla dinamica del profitto, anche i quartieri della periferia e dell'area metropolitana stanno subendo la pressione della competizione del mercato, per diventare parte di un grande aggregato d'investimenti e profitti a scapito dei suoi abitanti. La città non è più il luogo della riproduzione sociale in funzione del capitale, ma il luogo della produzione del capitale in funzione della riproduzione del modo di produzione capitalista.

Come afferma il filosofo Santiago Lòpez Petit in un suo intervento: Barcellona convertita in marca, non appartiene ai suoi abitanti. Quando un oggetto diventa marca, appartiene solo a chi può pagarla, viene espropriata al collettivo e si consegna al compratore.

✘ Muta il significato di una città. In quest'ambiente dove coincidono la metropoli e il mare, il turismo non è un settore tra quelli in cui il capitale investe nella diversità delle attività vitali, ma assume una centralità assoluta rispetto a tutti gli altri settori produttivi, con questo non intendiamo la sparizione dell'economia diversificata ma assumiamo il turismo come centro di accumulazione del capitale attorno al quale le altre dinamiche produttive assumono caratteri periferici o parassitari, trasformando un settore economico in una monocultura della quale solo pochi attori sono retribuiti, e le cui esternalità ricadono pesantemente sulla popolazione. Speculazione, precarietà, incremento dei prezzi dell'affitto, regolazione dello spazio urbano, repressione della povertà e del dissenso, omologazione culturale, velate da un'immagine di un'apparente convivenza che in realtà nasconde l'espulsione dei suoi abitanti. Un celebre spot pubblicitario dell'amministrazione diceva "BCN, la millor botiga del món (BCN, il miglior negozio del mondo)", un grande centro commerciale dove l'unica possibilità è quella della compravendita, uno spazio liscio dove le striature vengono eliminate dalla polizia per garantire gli interessi del capitalismo

finanziario.

Da tempo ormai la politica istituzionale non offre un'indicazione alla società con un progetto, e ancora di meno quella di sinistra che dopo essersi convertita nella variabile amabile del capitalismo, transita nelle stesse coordinate. Il populismo cresce in questa situazione privata dal coraggio, tra una sinistra venduta al dogma neoliberale, e una destra sempre più aggressiva e rancorosa. Attraverso la logica della politica professionale raccoglie i suoi consensi in una distinzione dai contorni sfocati tra il popolo e la casta, l'alto e il basso, con dei governanti sempre meno formati in politica e sempre più formati nel marketing, personaggi mediatici, campagne con meno contenuti e di più facile consumo. Dentro la cornice delle ristrette funzioni istituzionali, il governo e lo Stato si limitano al controllo del funzionamento della società, la città e le sue istituzioni, e al contenimento delle sue eccedenze. Il dominio della tecnica, del calcolo, dell'esperto, sostituisce la politica con un semplice strumento, che con il cambio dei governi supporrebbe un miglioramento, nonostante questo discorso non corrisponda alla realtà.

Barcellona è una delle città che in questo momento svolge un ruolo trainante della tendenza populista, dove il modello di città riproduce alla perfezione gli effetti di una direzione politica orientata al profitto, grazie alla propria posizione geografica e la sua composizione sociale. Con amministrazioni che si alternano tra la sinistra neoliberale e la destra neoliberale, la città accumula un bagaglio di vent'anni di politiche orientate al profitto delle grandi multinazionali e alla mercantilizzazione di tutto lo spazio metropolitano, grazie al prezzo di una manodopera a basso costo e in pessime condizioni lavorative. È questo l'ambiente, dove il cittadinanza ha trovato un punto d'appoggio facile, tra il rancore di una generazione potenzialmente o materialmente esclusa dalla città e l'insoddisfazione rispetto ad una sinistra che ha prolungato la devastazione sociale della destra grazie agli incentivi alle privatizzazioni e alla deregolazione del mercato del lavoro.

Dividiamo il cittadinanza in tre categorie:

1. Quella propria del declassamento della classe media, potenziale elettore bianco che rivendica il ritorno dei propri privilegi attraverso delle vertenze per ritornare alle anteriori condizioni di cittadino;
2. quella di chi si erige come rappresentante della classe media per

diventare l'interlocutore tra la prima categoria e il governo attraverso piattaforme, imprese o partiti;

3. quella di chi trae una rendita economica dalla riproduzione del soggetto cittadino per orientarlo nella prima o nella seconda categoria.

Un caso rappresentativo in questo senso è la costruzione della superilla del quartiere del Poblenou. Si tratta di un progetto ideato per la vecchia amministrazione socialista di Jordi Hereu, che non si azzarda a sviluppare, e promosso posteriormente, nella sua fase iniziale, dal governo Trias, per cadere finalmente nelle mani del Governo Colau.

Quest'ultimo, nel nome della sostenibilità ambientale, destina più di un milione di euro per costruire degli spazi per la sociabilità in un quartiere invaso in gran misura dalla speculazione, dalla costruzione del polo tecnologico del quartiere 22@ e la bolla turistica della città. Anche la stampa internazionale s'interessa per il progetto delle superilles ma, come ricorda il membro dell'Osservatorio d'Antropologia del Conflitto Urbano (OACU) e professore della scuola universitaria del turismo Ostelea, Jose Mansilla: un'illusione naive quella di provare a modellare l'urbano da un ufficio, facendo uso dell'architettura de dell'urbanismo.

Di fatto, il progetto delle superilles non contempla nessuna delle esternalità che potrebbero prodursi, come ad esempio l'aumento dei prezzi delle case e la conseguente espulsione del vicinato che suppone di difendere, senza perdere di vista l'improbabile riduzione del transito, che si congestiona nelle strade della sua periferia.

Oltre la proposta politica della sinistra, il problema sostanziale è l'idea di cittadinanza sulla quale si sostiene. Una categoria che neutralizza tutte le differenze per difendere i supposti interessi della classe media in viadel cittadinanza significa quindi smontare il progetto che con la maschera della sostenibilità, non è nient'altro che un altro pezzo che si aggiunge marca Barcellona.

Oltre le superilles, ci sono altri esempi di continuità con questo tipo di politiche, tanto a livello del discorso come nei fatti, dei cosiddetti municipi del cambio d'accordo con il cittadinanza preesistente. Si può contrastare in un insieme di politiche di una città non orientate ad essere dirompenti nell'immaginare altri

piani di coesistenza, lavoro, uso e resinificazione degli spazi, ma tendenti a mascherare ed edulcorare un modello di metropoli neoliberale che rimane indiscutibile. Lì dove dovrebbero esserci progetti, nuove mappe, incentivi per pensare collettivamente le città, si incontrano solo slogan commerciali, pubblicità di ogni azione come fossero chiavi di volta, vittoria di un marketing politico di un supposto ritorno a un governo più amabile fatto di parole d'ordine di sinistra, ma con politiche identiche a quelle della destra neocon, citando un articolo del giornale "El Periodico": Barcellona investirà nel 2017 sette milioni di euro per rinforzare la propria marca e la sua promozione economica nel mondo.

Il modello che continua ad alimentare la città quindi non mette in dubbio il turismo come modello economico principale, né il lavoro precario che genera questo settore, né l'insostenibilità nel suo insieme, né la sua relazione diretta con lo sfruttamento, l'aumento dei prezzi e l'impossibilità dell'abitare, ma che invece lancia slogan contro il "troppo turismo", procurando uno spazio comodo per il suo sviluppo e alimentando gli attori economici che lo rendono possibile. Il modello di fiere e congressi della città prosegue inalterato, mentre un ente pubblico/privato come Barcelona Activa continua ricevendo finanziamenti destinate alla creazione dello stesso tipo di lavoro relazionato con il modello della città turistica del sud: turismo, settore alberghiero, ristorazione, combinato assieme al cosiddetto sviluppo tecnologico, che conta con sottoprodotti come l'attenzione al cliente e il simbolo del call center come suo epicentro. Un modello trionfante in terre accoglienti per le grandi multinazionali che utilizzano la marca Barcellona come richiamo per profitti di ogni tipo, inclusa la manodopera proveniente da tutto il mondo che, attratta dall'immagine della città che tutti collaborano a vendere, è incredibilmente facile da trovare, con poche tasse e a basso costo.

Ciò che sorprende, a un primo sguardo, è che paradossalmente tutti i soggetti pregiudicati da questo modello sono passati ad avere un'invisibilità maggiore rispetto a quella che la caratterizzava, durante il mandato del sindaco di destra Trias. Quello che prima generava indignazione sembra essere stato messo all'angolo da questo cittadinanzaismo dell'armonia nel quale o si partecipa in una delle tre categorie identificate in precedenza, o si rimane esclusi (come nel caso della vendita ambulante che è puntualmente repressa per l'occupazione dello spazio pubblico, mentre negozi e bar occupano il resto di questo stesso spazio con licenza o senza, generando profitti per la città marca e per i suoi investitori). Serva come esempio il servizio di trasporto Bicing, il servizio di bici

pubblico/privato, recentemente aggiudicato per offrire il servizio durante le ventiquattro ore, senza alcuna preoccupazione per le condizioni di chi lavorerà senza riposi in in una città che l'amministrazione si ostina a chiamare femminista.

Una città senza riposo né pause, dove si presenta un eccesso di risorse e intenzioni dirette a pulirla, pulirne l'immagine, le stanze dei suoi hotel, le strade, per cancellare ed espellere il conflitto dalla città. Perché il cittadinanzaismo vuole imporsi senza crepe né conflitti: il progetto dell'amministrazione non può assumere una città complessa con processi di lotta. Dichiarandosi erede dei movimenti sociali, si pone in suo contro nello stesso atto di sovvenzione economica attraverso la logica dei bandi, per mantenerli in quello stesso circolo affabile di questo cittadinanzaismo a tre tempi.

***Dario Lovaglio**

Il testo che qui pubblichiamo, con il consenso dell'autore, è il contributo al convegno organizzato dal Laboratorio Crash! (Bologna, 3 ottobre 2017) i cui atti sono raccolti in [Città, Spazi abbandonati, Autogestione](#), a cura della redazione di infoaut.org, 2017.