

EL PATRIMONIO INDUSTRIAL EN EL SIGLO XXI Y SU RELACIÓN CON LA CIUDAD POSINDUSTRIAL

M^o PILAR BIEL IBÁÑEZ*

Resumen: El presente texto ofrece una aproximación a los criterios de intervención en el patrimonio industrial a lo largo de las dos últimas décadas del siglo XX y la primera del siglo XXI. El cambio de modelo económico, uno de cuyos pilares es la explotación de los valores patrimoniales y culturales de la ciudad, es el contexto en el que situar la conservación de este patrimonio en un número elevado de casos. Aquellos edificios industriales que han sobrevivido a la ruina y el derribo, se encuentran integrados en las nuevas funciones de la ciudad posindustrial. Así, se analiza y valora el consumo de la cultura en relación con diversas estrategias de promoción y prestigio tanto de instituciones privadas como públicas. Se inicia con el caso del Vapor Vell como ejemplo de promoción institucional. Se continúa con la relación de la Caixa con el patrimonio industrial dentro de un contexto de prestigio de marca; para finalizar con la relación del mismo con el consumo de ocio y cultura con la rehabilitación de la estación de Plaza de Armas en Sevilla y la Alhóndiga de Bilbao. En definitiva, este texto evidencia que un número elevado de actuaciones en este patrimonio tiene por objetivo convertir la fábrica histórica en un bien de consumo por encima del interés de preservar su valor histórico**.

Palabras clave: Patrimonio Industrial. Conservación del Patrimonio Industrial. Arquitectura Industrial.

1. INTRODUCCIÓN. LO INDUSTRIAL ESTÁ DE MODA

El patrimonio industrial está de actualidad. La prensa nos exhorta a visitar museos industriales, nos presenta rutas o nos recomienda hoteles, restaurantes...

* Profesora Titular de Historia del Arte, Universidad de Zaragoza pbiel@unizar.es

** Investigación realizada en el marco del Proyecto *Museos y barrios artísticos: arte público, artistas e instituciones* (HAR2012-38899-C02-0), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, y desarrollado en la Universidad de Zaragoza, del cual es investigador principal Jesús Pedro Lorente Lorente.



Figura 1. «Glamour industrial», portada de *El Viajero*, 23-01-2010 dedicada a la cuenca alemana del Ruhr, elegida ese año como capital cultural europea.

ubicados en viejas fábricas; incluso nos invita a vivir en ellas convertidas en modernos *lofts*. La estética industrial se ha puesto de moda y es además un estilo de decoración. Como señala una web dedicada a la decoración de interiores:

En este tipo de decoración trata de conservarse todo aquello que le dio origen, atesorando la estética industrial, acompañada por vigas, pilares, ladrillos vistos y acero inoxidable, así como también altos techos, amplios ventanales, espacios bien iluminados y suelos de cemento o tarimas flotantes¹.

No cabe duda que el antecedente de esta estética se encuentra en la arquitectura *High Tech*, tan popular en las dos últimas décadas del siglo XX. Este estilo arquitectónico busca presentar la complejidad tecnológica de la arquitectura mediante la exposición de sus componentes técnicos y funcionales, de manera

¹ <http://www.opendeco.es/el-estilo-loft-y-la-decoracion-industrial/>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

que los materiales prefabricados, las paredes de vidrio, o las estructuras de acero quedan a cara vista. Y así hasta hoy, momento en el que esta complejidad subsiste banalizada en un estilo de moda.

No obstante, el paisaje industrial urbano propio de la ciudad moderna es prácticamente eliminado en la ciudad posindustrial. Ya no es posible hablar de paisaje, entendido este como el resultado de la convivencia de diferentes tipologías arquitectónicas en un entramado urbano a lo largo de un periodo de tiempo amplio. Actualmente, en la ciudad posindustrial tan solo perduran aquellos inmuebles que por circunstancias diversas (su valor histórico, la implicación vecinal en la conservación, la voluntad política o privada) han sido salvados de la piqueta e integrados en las nuevas funciones de la urbe posindustrial [figura 1].

2. LA CIUDAD POSINDUSTRIAL Y EL PATRIMONIO INDUSTRIAL

En las dos últimas décadas del siglo XX, la ciudad moderna experimenta una serie de cambios importantes en lo relacionado con su organización que afectan tanto al ámbito de la producción como al del consumo y desembocan en el surgimiento de la ciudad posindustrial².

Desde el punto de vista de la producción, la ciudad moderna asiste a un proceso de desindustrialización. Aquellos sectores que protagonizan el despegue económico posterior a la 2ª Guerra Mundial como el minero-siderúrgico, el textil o el automovilístico, desaparecen y son sustituidos por un modelo productivo basado en las nuevas tecnologías (microelectrónica, robótica o sistemas de información y telecomunicación). Este sistema productivo favorece una localización dispersa y fragmentaria al poder ubicarse en áreas que no necesariamente tienen que estar próximas entre sí. De esta manera, de un sistema de grandes factorías industriales ubicadas en áreas urbanas centrales se pasa a una organización en red donde cada unidad productiva corresponde a una etapa del proceso productivo y su localización es a nivel metropolitano³.

Desde el punto de vista de la estrategia económica, la sociedad moderna desarrolla el consumo de masas característico del modelo fordista basado en la adquisición de productos estandarizados como los electrodomésticos, la vivienda o el automóvil. Un modelo homogéneo que responde a las necesidades de una sociedad con unos estilos de vida homogéneos. Sin embargo, a partir de la década de los 80 del siglo XX, el consumo se fragmenta con la aparición de múltiples tipos de consumidores. Los estilos de vida se diversifican y la búsqueda del individualismo se traduce en la necesidad de lanzar al mercado productos diferenciados que

2 Muñoz, F., *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*, Barcelona, Gustavo Gili, 2010.

3 *Ibidem*.

implican una segmentación de la producción en lotes más pequeños. El consumidor, influenciado por la moda, compra productos con un ciclo de vida breve y dispone de una amplia variedad de modelos para poder elegir.

En este contexto, el *marketing* y la publicidad adquieren un elevado protagonismo y su influencia se extiende desde el producto y la marca hasta el ámbito de los países, las regiones y las ciudades. De manera que estas últimas utilizan sus estrategias para gestionar las relaciones de intercambio entre las ofertas y las demandas urbanas. Algunas ciudades posindustriales manipulan sus valores intangibles, especialmente los relacionados con la cultura y el patrimonio, para desarrollar campañas promocionales siguiendo las estrategias de las grandes marcas comerciales. La ciudad se concibe como un objeto de consumo en sí misma. No solo es el lugar donde se intercambian los productos sino que además ella misma muda en un producto para ser comprado.

Algunas ciudades se convierten en marcas en sí mismas, en objetos de consumo a los que se viaja, en las que se quiere vivir, que ofrecen experiencias o monumentos que pueden llegar a ser iconos urbanos de consumo; destinos a los que muchas personas viajan o sueñan ir como experiencia vital⁴.

A partir de los años 80, tal y como indica Penny Sparke, el trabajo de muchos diseñadores británicos (y de otras nacionalidades) se centra en crear experiencias, en apelar a lo emocional y a lo inmaterial ya se trate de los contenidos de un museo o del espacio urbano. Este enfoque es síntoma de cómo la cultura a finales del siglo XX está más orientada al consumo que a la producción⁵.

Todos estos cambios suceden en un escenario de remodelación urbana donde los grandes vacíos industriales se convierten en terrenos propicios para procesos de transformación que combinan la creación de equipamientos culturales y espacios públicos con la construcción o remodelación de barrios enteros. En estos procesos de regeneración urbana, el destino de los obsoletos complejos industriales tiene una suerte desigual. De tal manera que se asiste tanto a su arrasamiento y desaparición como a su conservación total o parcial (p.e. el proceso de reconversión de la cuenca minera del Ruhr).

En España, los procesos de reconversión del modelo productivo de las principales ciudades industriales⁶, como p. e. Barcelona y Bilbao, se traducen en la puesta en marcha de un modelo de regeneración urbana basado en la cultura con un plan de *marketing* de la ciudad como trasfondo. Este proceso coincide con un movi-

4 MUÑIZ MARTÍNEZ, N. y CERVANTES BLANCO, M., «Marketing de ciudades y “place branding”», en *Pecunica: revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, n.º extra 1. 2010, p. 142.

5 SPARKE, P., *Diseño y cultura una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad.*, Barcelona, Gustavo Gili, 2010, espec. pp. 221-283.

6 BORJA, J. y MUXÍ, Z. (eds.), *Urbanismo en el siglo XXI. Una visión crítica. Bilbao, Madrid, Valencia, Barcelona*, Barcelona, Edicions UPC, 2004.

miento de visibilización y revalorización de las estructuras industriales que quedan obsoletas a través de la convocatoria de encuentros científicos o mediante la labor reivindicadora de las asociaciones vecinales; a lo que se añaden las primeras declaraciones de protección de patrimonio industrial en el marco de la Ley de Patrimonio Histórico del año 1985 y de las distintas leyes autonómicas que siguieron a esta⁷. Un patrimonio que, a pesar de su reciente reconocimiento, arraiga en la ciudadanía con más fuerza que otro tipo de bienes culturales con más tradición como por ejemplo el patrimonio arqueológico. Sin duda, «su vinculación con las actividades humanas, su cercanía en el tiempo y lo monumental de su presencia han propiciado», según José Castillo⁸, «su rápida patrimonialización por parte de la sociedad».

3. EL PATRIMONIO INDUSTRIAL DENTRO DE LA CIUDAD POSINDUSTRIAL. LA FÁBRICA Y EL CONSUMO DE LA CULTURA Y EL OCIO

Las fábricas de la primera industrialización que todavía se mantienen activas son, en estos momentos, escasas. Se puede citar algún ejemplo como la fábrica de cervezas La Zaragozana (1901) en Zaragoza y Fundación Averly (1880) factoría que hasta fechas recientes (año 2012) mantenía su producción en esa misma ciudad o la fábrica de armas de La Vega (1857) en Oviedo (en abril de 2012 anunció su cierre). Lo común es el abandono de la producción y la reconversión funcional de esta arquitectura puesta al servicio de nuevas necesidades sociales. De tal manera que, el paisaje industrial histórico queda reducido a un hito urbano (una chimenea, un inmueble o una estructura técnica como la grúa La Carola, en Bilbao) y este adquiere un elevado valor simbólico: como vestigio material de la historia industrial del barrio y como huella de una política conservacionista por la que la administración pública o la entidad privada obtienen un prestigio social.

3.1. Una política de intervención en busca de un prestigio social

Las primeras intervenciones relacionadas con la conservación de la arquitectura industrial se remontan a los años 80, una década en las que grandes ciudades como Barcelona, Bilbao, Madrid, Valencia o Zaragoza inician un proceso de reconversión de sus vacíos industriales. Son años en los que prima un modelo urbano que busca hacer ciudad, esto es dotar de equipamientos culturales y sociales a barrios, fundamentalmente obreros, hasta esos momentos olvidados de las políticas sociales de los ayuntamientos franquistas.

7 BIEL IBÁÑEZ, M^a P., «La Catalogación, la protección y la conservación del patrimonio industrial», en BIEL IBÁÑEZ, M^a P. y CUETO ALONSO, G. (COORD.), *100 Elementos del Patrimonio Industrial en España*, Madrid, Institución de Patrimonio Cultural de España-TICCIH España, 2011, pp. 66-73.

8 CASTILLO RUIZ, J., «Concepto y conocimiento del patrimonio histórico», en *Conocimiento y percepción del patrimonio histórico en la sociedad española*, Madrid, Caja Madrid, 2012, p.50.

Por regla general, estos barrios presentan grandes infraestructuras industriales que son demandadas por los vecinos para instalar en ellas los nuevos equipamientos. Esta es la situación de la ciudad de Barcelona⁹ antes de poner en marcha el proyecto olímpico. Así, el ayuntamiento decide la conservación de algunos hitos industriales que se destinan a servicios administrativos y a cubrir las necesidades culturales y sociales de los vecinos. En general en estas actuaciones no se conserva el conjunto industrial sino una parte significativa del mismo (p.e. Barcelona, Can Fabra) destinando el resto del solar a espacio urbano o a viales nuevos que mejoran las dotaciones de espacios libres o de comunicación de estos barrios.

Un ejemplo de lo señalado es el proceso de conservación y actuación en el Vapor Vell (también conocida como *fábrica Güell, Ramis i Cia*) en el barrio de Sants. Esta antigua fábrica de panas y terciopelos se ubica en la manzana delimitada por las calles de Galileu, Miracle, Joan Güell y el pasaje de Serra i Arola. Se construyó entre 1840 y 1844, siendo este el año de inicio de la actividad que perduró hasta 1891. Mandada construir por Joan Güell, fue la primera industria moderna instalada en Sants. Tras su cierre, sus espacios fueron ocupados por diversos tipos de actividades tanto industriales como de ocio, hasta que en el año 1976 es adquirida por la empresa Jorba Preciados, del grupo Rumasa, para proceder a su derribo y levantar unos grandes almacenes. Ya desde 1973, los vecinos inician una campaña, *Cop d'ull a Sants*, reclamando la creación en la fábrica de equipamientos para el barrio. Esta defensa vecinal se prolongará hasta 1986, año en que el ayuntamiento de Barcelona aprueba el Plan Especial del Vapor Vell.

Del conjunto de naves y espacios que ocupaba el antiguo complejo industrial, sólo se conserva la nave principal para equipamiento y la chimenea, de 54 metros de alto y con una base cuadrada de 4 metros de ancho [figura 2]. El resto del solar se destina a suelo residencial y a la apertura de la calle de Joan Güell, que llega desde la avenida de la Diagonal hasta la plaza de Sants. En el año 1998 fue declarada Bien Cultural de Interés Nacional¹⁰.

Se trata de un edificio de planta rectangular con cubierta a dos aguas, que presenta planta baja más cuatro alturas. Como materiales de construcción presenta mampostería y ladrillo macizo mientras que para las cubiertas utiliza vigas de madera reforzadas con tirantes metálicos apoyadas sobre columnas de fundición.

9 CHECA ARTASU, M., «Geografías para el patrimonio industrial en España: el caso de Barcelona», en *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Barcelona, Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2007, vol. XI, núm. 245 (32). <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24532.htm>> [ISSN: 1138-9788]. [Fecha de consulta: 21 de enero de 2014].

10 Resolución de 8 de mayo de 1998, del Departamento de Cultura, por la que se da publicidad al Acuerdo del Gobierno de la Generalidad, de 15 de abril de 1998, de declaración de bien cultural de interés nacional, en la categoría de monumento histórico, de El Vapor Vell de Sants en Barcelona, BOE n.º 131, de 2 de junio de 1998. http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1998-12806. [Fecha de consulta: 21 de enero de 2014].



Figura 2. Chimenea del Vapor Vell. Foto de Carlos Colás.

La rehabilitación de esta gran nave es diseñada por Josep M^a Julia Capdevila¹¹ entre los años 1998 y 2000, quien en esos momentos detenta el cargo de Director de Proyectos del Departamento de Arquitectura del Ayuntamiento de Barcelona. La intervención consiste en la adecuación de las plantas 3^a y 4^a como biblioteca con acceso por la calle de Joan Güell y, de la planta baja más las 1^a y 2^a como escuela pública con acceso por la calle Galileo, disponiendo el patio de juegos en la zona exterior de la calle Milagro. En la actuación se conserva la estructura original del edificio y se restauran las partes deterioradas aunque la configuración espacial sufre una gran transformación como consecuencia de los nuevos usos [figura 3].

Este tipo de actuaciones, entre las que también podemos citar la recuperación del Matadero de Zaragoza¹², están vinculadas con las necesidades de equipamientos sociales de los barrios desde el punto de vista de los usos y en ellas se busca el equilibrio entre la arquitectura preexistente y el proyecto contemporáneo desde el punto de vista de la intervención arquitectónica. No obstante, el conjunto histórico es cercenado en un número elevado de casos.

11 BASIANA, X., CHECA ARTASU, M. y ORPINELL, J., *Barcelona Ciutat de fabriques*, Barcelona, Ivanov, 2000, p. 104.

12 HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A., «¿Conservamos o destruimos el patrimonio industrial?: El caso del matadero municipal de Zaragoza (1888-1999)», en *Artigrama*, n.º 14, 1999, pp. 157-182.



Figura 3. Alzado principal del Vapor Vell. Foto de Carlos Colás.

3.2. El consumo de la cultura: la fábrica y el museo

La política de promoción de la nueva ciudad posindustrial necesita elementos emblemáticos con los que identificarse, pues solo cuando los equipamientos son relevantes la nueva ciudad es atractiva y puede rentabilizarse desde la óptica inmobiliaria. De este modo, la regeneración urbana que promueven ciudades españolas como Barcelona o Bilbao en la década de los 90 del siglo XX se centra en la reutilización de espacios concebidos para el consumo de tiempo libre, de ocio, de entretenimiento o de cultura en general, siempre con la suficiente capacidad para generar nuevas identidades urbanas, habitualmente revestidas de arquitectura espectacular. Se produce la llegada de los arquitectos estrella y el culto por la obra de arte¹³. En esta década y siguientes, el museo, tal y como han analizado varios autores¹⁴, como institución cultural se dota de una serie de

13 SUDJIC, D., *La arquitectura del poder. Como los ricos y poderosos dan forma a nuestro mundo*, Barcelona, Ariel, 2005.

LAYUNO ROSAS, M^ª Á., *Museos de arte contemporáneo en España. Del «Palacio de las Artes» a la arquitectura como arte*, Gijón, Ediciones Trea, 2004.

14 LAYUNO ROSAS, M^ª Á., «Museos de arte contemporáneo y ciudad. Los límites del objeto arquitectónico», en ALMAZÁN TOMÁS, David y LORENTE LORENTE, Jesús Pedro (coord.), *Museología crítica y arte contemporáneo*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2003, pp. 109-123.

HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A., «L'estetica del deterioramento e dell'imperfezione: una tendenza in crescita nel restauro architettonico», en *Palladio. Rivista di Storia dell'Architettura e Restauro*, Roma, Istituto Poligrafico e Zacca dello Stato, n.º 50, julio-diciembre 2012, pp. 1-18.

— «Patrimonio industrial y arte contemporáneo: una nueva geografía cultural», en *I Jornadas andaluzas de Patrimonio Industrial y de la Obra Pública* (25,26 y 27 de noviembre de 2010, Sevilla), actas editadas por la Fundación Patrimonio Industrial de Andalucía, Sevilla, 2012, pp. 1-10 (edición digital).

funciones no artísticas. Es lugar de entretenimiento, de reunión, centro de producción; pero sobre todo es fermento de procesos de revitalización urbana tal y como sucede con ejemplos como el Museo Guggenheim de Bilbao o el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona¹⁵. En un número nada desdeñable de casos, los nuevos museos y centros de arte contemporáneo se instalan en desaliñados edificios industriales que son sometidos a fuertes actuaciones estéticas desde la arquitectura contemporánea, como puede ser el caso, entre otros, del Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporáneos en los antiguos talleres del Hospicio Provincial, en Zaragoza.

Este tipo de operaciones no solo se encuentran vinculadas con la promoción de la ciudad posindustrial. También se localizan casos que son el resultado de una cuidadosa operación de marketing de una entidad que concibe la promoción de la cultura como parte de su identidad de marca tal y como sucede con el modelo CaixaForum promovido por La Caixa.

La Caixa es una entidad financiera que tiene sus orígenes en la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros de Cataluña y Baleares fundada en el año 1904 por Francesc Moragas Barret. Su finalidad inicial es estimular el ahorro y la previsión y su ámbito de actuación se ciñe originariamente a los territorios de Cataluña y Baleares. A partir del año 1917, la Caja dedica parte de su excedente a la realización de obras sociales y la promoción cultural y cívica. En 1976, José Vilarasau es nombrado director general de la entidad y con él arranca un periodo de modernización que culmina con la renovación de su imagen de marca y una nueva política de acción cultural.

Hasta estos momentos, el nombre tradicional con el que opera la caja (Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorro) se acompaña de una marca más corta «La Caixa» y de un eslogan «la Caixa de Catalunya y Balears», en un intento de colocarse como un referente para estos territorios utilizando el catalán, en un momento en el que su uso está muy restringido como consecuencia de la política lingüística del Franquismo. En definitiva, cuando José Vilarasau llega a la entidad, su imagen corporativa es confusa: utilizan el sello tradicional de la Caja de principios de siglo XX, el logo simplificado con el icono del edificio de Via Laietana y el eslogan «La Caixa». Vilarasau toma la decisión de unificar todo bajo una nueva imagen, que transmita tanto la idea de catalanidad como la de modernidad.

En 1979, el estudio Landor es contratado por Vilarasau para llevar a cabo este cambio de imagen, estando al frente del mismo Claude Alverson. Uno de los ob-

— «El patrimonio industrial, un legado del siglo XIX: su recuperación para usos culturales», en SAURET, T. (ed.), *El siglo XIX a reflexión y debate*, Málaga, Universidad de Málaga, 2013, pp. 238-289.

15 SUDJIC, D., *La arquitectura del poder... op. cit.*

jetivos propuestos es integrar en una sola imagen el conjunto de actividades que desarrolla la Caixa, tanto desde el punto de vista financiero como social, de forma interrelacionada e igualitaria. Para alcanzar este objetivo, el estudio californiano propone:

(...) encargar a un artista de renombre mundial una creación suya y utilizarla como representación visual del banco es en sí mismo una reafirmación de la responsabilidad social y cultural de la comunidad financiera y refleja el carácter catalán en su mecenazgo de las artes. La selección del maestro Joan Miró satisface muchos de los requisitos de «la Caixa»: nacido en Cataluña, residente en Baleares y mundialmente reconocido, Miró posee la singular capacidad de comunicarse eficazmente con todos los posibles segmentos de mercado de «la Caixa», su principal clientela en España y la internacional. Su arte es al mismo tiempo ingenuo, fantástico e imaginativo, pero también elegante y sofisticado. Posee la fuerza del arte primitivo, pero también la gracia de lo sutil. Este concepto de diseño supone una ambiciosa y vibrante apuesta en el mundo de la comunicación Financiera¹⁶.

Ante la reticencia de algunos directivos a esta solución, Vilarasau indicó que «los grandes financieros eran precisamente a menudo los grandes mecenas del arte contemporáneo y que la banca, las altas finanzas y el arte habían sido tradicionalmente buenos compañeros de viaje»¹⁷. Finalmente, La Caixa encarga a Miró un tapiz del cual se extraerá la estrella, inicialmente de ocho puntas finalmente de cinco, que se convierte en logotipo de La Caixa y en su símbolo de modernidad e internacionalidad. En 1981 se presenta la estrella mironiana aprovechando la inauguración del Museo de la Ciencia de «La Caixa»¹⁸. Es el inicio de una política de promoción del arte contemporáneo que se desarrollará con el modelo de CaixaForum ubicado, en los dos casos más emblemáticos (Barcelona y Madrid) en antiguas fábricas estratégicamente situadas en la trama urbana.

A partir de 1985, José Vilarasau inicia la colección de arte contemporáneo de la Caixa bajo la dirección artística de María Corral. Esta colección está integrada por unas ochocientas obras de arte contemporáneo. Inicialmente, se localiza en el Paseo San Joan pero esta sede pronto queda pequeña. Por ello, la Fundación La Caixa considera que la antigua fábrica textil Casarramona, situada en la plaza de España, en el entorno de la Feria de Muestras, del Museo Nacional de Arte de Cataluña y frente al reconstruido Pabellón de Mies Van der Rohe, es el sitio ideal para su colección y el arranque de un modelo integrado de cultura: CaixaForum. Bajo el lema *CaixaForum la nueva fábrica del arte*, «pretende convertirse en una plataforma de divulgación, atento con las inquietudes y las necesidades sociales y culturales que genera la sociedad. Familias, estudiantes, grupos de personas

16 SANCHÍS, I., *Biografía de una estrella*, Madrid, Península, 2001, p. 145.

17 *Ibidem*, p. 154.

18 *Ibidem*, p. 184.

mayores y escuelas, han descubierto en CaixaForum un nuevo punto de encuentro»¹⁹.

Inaugurado el 2 de marzo 2002, CaixaForum Barcelona es un proyecto en el que se incluye un centro de exposiciones además de un conjunto amplio de infraestructuras culturales como mediateca, biblioteca, auditorio y sala de conferencias, lugares dedicados a desarrollar un intenso programa de actividades sociales y educativas (talleres literarios y artísticos para niños y adultos, lecturas poéticas, programación de cine, música, jornadas de arte multimedia, etc.)²⁰.

El edificio original es la Fábrica Casarramona construida entre 1909 y 1911 por el arquitecto Josep Puig i Cadafalch. El edificio se considera una de sus últimas obras modernistas de inspiración neogótica. Cerrada la fábrica en 1920, después de la guerra civil se usó como caballerizas de la policía montada hasta 1992, a pesar de ser propiedad de La Caixa desde 1963. El conjunto fue declarado Monumento Histórico Artístico²¹ en el año 1976. El edificio consta de varias naves, tres paralelas unidas por una transversal, dos de las cuales son utilizadas como lugar de producción, de almacenamiento y también de venta al por menor.

La intervención en las naves es del arquitecto Roberto Luna y se caracteriza por respetar la estructura y el aspecto exterior del edificio. Las naves han sido modificadas mínimamente para destinarlas a exponer parte de la colección y exposiciones temporales. La restauración de fachadas y tratamiento del ladrillo se ha realizado bajo la dirección de Francisco Javier Asarta. Y la zona de acceso al edificio es un proyecto del arquitecto japonés Arata Isozaki. Este se realiza a través de dos grandes árboles-escultura de acero corten que señalan la entrada subterránea al edificio, y un patio interior de mármol escalonado utilizado como escenario para actividades musicales y de danza. En definitiva, y como se indica en el Informe Anual del año 2000, en la nueva sede de la Fundación La Caixa se «unirá la arquitectura modernista con la arquitectura de vanguardia»²² [figura 4].

Esta actitud de combinar lo viejo con lo nuevo se expresa de manera más radical en el siguiente CaixaForum²³ que se inaugura en Madrid. En este caso, el

19 *Informe anual 2002*, La Caixa, http://obrasocial.lacaixa.es/deployedfiles/obrasocial/Estaticos/pdf/Informacion_corporativa/2002/Caixaforum2_esp.pdf, p. 11. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

20 *Ibidem*.

21 Decreto 248/1976, de 9 de enero, por el que se declaran monumentos histórico-artísticos de carácter nacional varias obras del arquitecto Puig y Cadafalch, <https://www.boe.es/boe/dias/1976/02/17/pdfs/A03316-03317.pdf>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

22 *Informe anual 2000*, La Caixa, http://obrasocial.lacaixa.es/deployedfiles/obrasocial/Estaticos/pdf/Informacion_corporativa/2000/centos_culturales.pdf, p. 75. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

23 HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A., «El museo como reclamo turístico de la ciudad. Caixa Fórum Madrid y el Madero de Madrid», en *Integración y resistencia en la era global. Evento teórico X Bienal de La Habana*, 2009, La Habana: Bienal de La Habana, SEACEX y Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, pp. 133-146.



Figura 4. Alzado principal de CaixaForum Barcelona. Foto Ascensión Hernández.

equipo de arquitectos Herzog y De Meuron intervienen o, como se indica textualmente en la Memoria Anual de 2008, «construyen a partir de la recuperación de la antigua central eléctrica del Mediodía de Madrid»²⁴. En Madrid se opta por un edificio industrial menos singular que para el caso barcelonés pero situado en el paseo del Prado, en la denominada «milla de los museos», al lado del Museo del Prado, del Thyssen y del Reina Sofía de Arte Contemporáneo.

La central eléctrica del Mediodía es un edificio de 1900 construido por el arquitecto Jesús Carrasco y Encina, compuesto por dos naves de ladrillo sobre zócalo de granito con un lucernario central y cubiertas a doble vertiente. El proyecto de Herzog y De Meuron, inaugurado en marzo de 2008, tan solo respeta su geometría inicial pues modifica los vanos (en unos casos se han cegado los existentes y en otros se abren nuevos), recrece las fachadas (ya que se ha elevado una planta más además de proceder a la excavación del subsuelo en un intento de ganar metros cuadrados) y elimina el zócalo de granito (para generar una plaza pública de la que carecía esta manzana de la ciudad) [figuras 5 y 6].

En definitiva, se opta por mantener la imagen del conjunto pero al vaciarlo se despreciaron los valores históricos, arquitectónicos y tecnológicos que albergaba el artefacto arquitectónico de la antigua central.

²⁴ *Informe Anual 2008*, La Caixa, http://obrasocial.lacaixa.es/deployedfiles/obrasocial/Estaticos/pdf/Informacion_corporativa/2008/38_caixaforum_madrid_ESP.pdf, p. 38. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].



Figuras 5 y 6. Exterior y detalle de una sala de CaixaForum Madrid. Foto de Carlos Colás.

3.3. El consumo del ocio: del centro comercial a la experiencia del ciudadano

Esta actitud conservacionista desarrollada tanto por instituciones públicas como privadas y puesta al servicio de fines propagandísticos (políticos y/o corporativos), se completa con su vinculación con las estrategias de consumo de la ciudad posindustrial. Y así, en el momento de optar por un nuevo uso, el patrimonio industrial bajo la estrategia de su conservación se convierte en contenedor de diversos modelos de ocio que tienen por objetivo incentivar el consumo de la sociedad.

Una estrategia comercial de estas características y que está cobrando fuerza es (...) aquella de situar los centros comerciales en ubicaciones que aseguren el flujo de peatones, como estaciones de ferrocarril, intercambiadores de transportes y aeropuertos. Renfe, en este sentido ha emprendido un camino innovador, siguiendo las huellas de iniciativas semejantes en el resto de Europa, con la creación de empresas como NECSA (Nuevos Espacios Comerciales S.A.). NEFSA (Nuevas Estaciones de Ferrocarril, S.A.) etc. encauzadas desde 2005 a través de ADIF (Administrador de Infraestructuras Ferroviarias) con el fin de optimizar el espacio de las estaciones (en desuso y nuevas) con la promoción de Riofisa, de cara al comercio integrado²⁵.

Este modelo de negocio comercial localizado en una infraestructura ferroviaria se ha plasmado en los proyectos de las estaciones de Plaza de Armas, en Sevilla, en Málaga, en la de Príncipe Pío de Madrid y en Barcelona-Sants y está en marcha en otras ciudades españolas como A Coruña, Vigo, Alicante, Albacete, Cartagena,

²⁵ VAHÍ SERRANO, A., *La perspectiva territorial y urbana de los grandes equipamientos comerciales en Andalucía*, Sevilla, Consejería de Obras Públicas y Transportes y Universidad de Sevilla, 2007, p. 47.

Miranda de Ebro, Valladolid, Zamora, Lleida, Logroño, Huelva, Jaén, Cáceres, Gijón y Valencia.

El motivo para reconvertir la estación histórica en una «estación comercial» es el valor añadido que posee, ya que son auténticos «hitos urbanos en la configuración de las ciudades, tanto por el marcado relieve que imprime su presencia como por las notables y singulares aportaciones arquitectónicas que embellecen los espacios que ocupan»²⁶.

La «cultura del consumo» que nos rodea convierte la rutina de comprar en una actividad de ocio: pasar el día en un centro comercial es un entretenimiento, especialmente si ofrece una experiencia total. Los centros comerciales constituyen, de este modo, lo que George Ritzer (1996) denomina como las modernas «catedrales de consumo» a las que vamos a practicar nuestra «religión de consumidores» y qué mejor espacio para practicar esta religión que una vieja catedral de la industria.

Un ejemplo de este proceso de reconversión de estación ferroviaria a «estación comercial» es el caso de la conocida popularmente como Estación de Córdoba o estación de Plaza de Armas en Sevilla. Su construcción se inició en el año 1898 siguiendo el proyecto de los ingenieros Nicolás Suárez Albizu y José Santos Silva, quedando inaugurada en 1901. Se trata de una estación de término perteneciente a la compañía ferroviaria M.Z.A. (Madrid-Zaragoza-Alicante). Su armadura de cubierta imita la levantada en la sala de máquinas de la Exposición de París de 1897. Asimismo, el diseño de sus fachadas se inscribe en la corriente neomodéjar con referencias a edificios históricos como la Alhambra de Granada²⁷ [figura 7].

En el año 1982, el arquitecto Antonio Barrionuevo y los ingenieros Damián Álvarez y J. Cañada intervinieron en la rehabilitación de su vestíbulo manteniendo su actividad hasta el año 1990. En esta fecha, es declarada como Bien de Interés Cultural con categoría de Monumento por la Junta de Andalucía²⁸.

Como consecuencia de la exposición universal de Sevilla del año 1992, entra en servicio la estación de Santa Justa y la veterana de Plaza de Armas acoge parte del pabellón de la ciudad. En este proceso de cambio de uso, se derriban todos los edificios e infraestructuras auxiliares de la estación a excepción del edificio de pasajeros. Al mismo tiempo, se procede a la reordenación del espacio exterior si-

26 <http://www.rifisa.com/track-record/estaciones-comerciales.aspx?page=2>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

27 <http://www.iaph.es/patrimonio-inmueble-andalucia/resumen.do?id=i21890>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

28 Real Decreto 1380/1990, de 8 de noviembre, por el que se declara bien de interés cultural, con categoría de monumento, la Estación de Ferrocarriles, situado a en la plaza de Armas, sin número (estación de Córdoba), en Sevilla. <https://www.boe.es/boe/dias/1990/11/10/pdfs/A33098-33099.pdf>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].



Figura 7. Fachada principal del Centro de Ocio y Comercio Plaza de Armas en Sevilla. Foto de Carlos Colás.



Figura 8. Interior del Centro de Ocio y Comercio Plaza de Armas en Sevilla. Foto de Carlos Colás.

guiendo el proyecto de los arquitectos Antonio González y Víctor Pérez Escolano. El desmantelamiento de las vías permite recuperar la relación de la ciudad de Sevilla con el río Guadalquivir y abrir una gran plaza pública en la zona de entrada de los trenes. Este proceso implica despojar al edificio de pasajeros del conjunto de infraestructura ferroviaria que lo dota de sentido.

Tras la exposición, el edificio se abandona hasta que en 1999 se reabre como *Centro de Ocio y Comercio Plaza de Armas*. Este establecimiento comercial alberga varias salas de cine, locales de restauración y tiendas de modas. La actuación de transformación en centro comercial es ejecutada por la sociedad NECSA, empresa conjunta entre Riofisa y Adif. Para su adecuación se interviene en el edificio histórico, que se conserva casi sin alteraciones, y en la zona de andenes, donde se levantan módulos para contener los servicios de comercios y restaurantes. Finalmente, se cierra el testero de entrada y salida de los trenes con una nueva vidriera de acero y cristal. En definitiva, la conservación «a medida» y el uso del hito patrimonial al servicio de un proceso de transformación de la ciudad y de las necesidades de una empresa inmobiliaria [figura 8].

El caso de la Alhóndiga de Bilbao supera el modelo de centro comercial y avanza hacia un espacio de consumo de ocio y cultura dirigido al ciudadano; si bien desde el punto de vista de la conservación del patrimonio presenta un resultado muy similar. En la nueva Alhóndiga se trata de aunar la cultura (la «alta cultura» pues dispone de una sala de exposiciones aunque «con vocación generalista»²⁹) con actividades variadas como la lectura, el deporte, el cine, la cocina (más propias del ocio popular). Siguiendo las palabras del arquitecto diseñador del Espacio Philippe Starck: el complejo es un «lugar libre, donde la gente va a conocerse, besarse y sentir. Un espacio formidable, lleno de energía y entusiasmo»³⁰.

La Alhóndiga³¹ se localiza en una de las manzanas del Ensanche de Bilbao, en Indautxu, y el proyecto es del arquitecto Ricardo Bastida. Entre 1905 y 1909 Bastida levanta un edificio de pilares de hormigón articulado en torno a dos patios interiores y cerrado con unas fachadas de un diseño muy cuidado, pues aunque se trata de un edificio industrial, su localización lleva al arquitecto a componer unos alzados de una alta calidad estética. El ritmo acompasado de los vanos define unos alzados horizontales rotos por la presencia de cinco torres situadas en los ángulos. Este edificio se mantiene en activo hasta el año 1976. Desde ese momento, y hasta su transformación en un centro de ocio y cultura en el año 2004, se presentan diferentes proyectos (aparcamiento 1988, centro cultural propuesto por Sáenz de Oiza y Fullaondo y el escultor Oteiza en 1989, sede de la fundación Guggenheim, o equipamiento deportivo en los años 90). Y, aunque cada uno de ellos propone un uso diferente, todos tienen en común el punto de partida: la desaparición del edificio. Para evitar esta posibilidad, Departamento de Cultura del Gobierno Vasco declara la Alhóndiga monumento en diciembre de 1998³².

29 «Al sol de la Alhóndiga», en *El Viajero Bilbao*, 26-02-2011 p 3.

30 *Ibidem*.

31 CÁRCAMO MARTÍNEZ, J., «Alhóndiga municipal de Bilbao», en *Patrimonio Industrial en el País Vasco*, Vitoria, Departamento de Cultura del Gobierno Vasco, 2012, pp. 737-742.

32 Decreto 397/1998 de 22 de diciembre por el que se califica como Bien Cultural, con la categoría de Monumento, el edificio de la Alhóndiga Municipal de Bilbao (BOPV 20/01/1999). <http://www.euskadi.net>

En el año 2000 dentro de las actuaciones de *Bilbao Ría 2000*³³, el ayuntamiento decide ubicar en la vetusta alhóndiga un complejo dedicado al ocio, la cultura y el deporte. Para ello, entre 2001 y 2002, el arquitecto José Luis Burgos procede a la demolición de la estructura interior y a la excavación de los cinco sótanos. En este proceso, se conserva, además de las fachadas, la primera crujía de pilares, tal y como se exige en la declaración de protección. En 2004 se inaugura el aparcamiento y en 2005 se procede a la restauración de las fachadas. En ese mismo año, Philippe Starck es contratado para diseñar el complejo de ocio y cultura. Para ubicar en su interior las diversas actividades levanta tres cubos (ocio, cultura, deporte) soportados por gruesos pilares y girados respecto a los ejes que definen el perímetro del edificio primigenio dejando un cuarto espacio vacío a modo de ágora. Junto a Starck, trabajan Thibaut Mathieu, quien se encarga de la imagen corporativa del complejo, y Lorenzo Baraldi, especialista en escenografía, quien recrea en las columnas que soportan los cubos los diferentes estilos de la arquitectura tanto occidental como oriental. Estas columnas, de tres metros de altura, son de mármol, bronce, madera, acero, ladrillo, terracota vidriada, cemento y piedra de Lecce e imprimen un ambiente entre teatral y lúdico al conjunto [figura 9].

Thibaut Mathieu señala en una entrevista que:

(...) no se trata de un centro comercial. La futura Alhóndiga es un complejo multicultural, pero no desde un punto de vista estricto. Los usuarios podrán visitar exposiciones, pero también ir al gimnasio, darse un buen masaje en el balneario o cenar en un restaurante. Es un espacio por y para el ciudadano. De hecho, el logo está formado por cuatro imágenes intercaladas de la ciudad y dos jóvenes. Integración y entusiasmo³⁴.

En definitiva, el equipo de Starck crea un moderno complejo de ocio con una aspiración elitista. Esto se alcanza tanto por la oferta, en la que se incluyen exposiciones (el consumo de arte actual como un elemento de distinción cultural y por lo tanto social) como por la propia arquitectura y diseño, en este caso aunado en la siempre polémica y singular figura de Philippe Starck. Sobre la elección de este arquitecto-diseñador la página web del diario *El Correo* señala:

Más allá de las impresionantes cifras que ha barajado el proyecto, la expectación del mismo reside en gran medida en la capacidad de fascinación de Starck, un diseñador acorde a la prestigiosa lista de arquitectos y urbanistas que desde hace años dibujan el presente y el futuro de Bilbao³⁵

net/cgi-bin_k54/ver_c?CMD=VERDOC&BASE=B03A&DOCN=000019003&CONF=/config/k54/bopv_c.cnf. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

33 <http://www.bilbaoria2000.org/ria2000/index.aspx>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

34 <http://info.elcorreo.com/bilbao/inauguracion-alhondiga/entrevistas/el-ho-es-una-expresion-de-sorpre-sa-que-nos-llega-a-todos/>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].

35 <http://www.proyectosbilbao.com/laalhondiga-reportaje.html>. [Fecha de consulta: 15 de enero de 2014].



Figura 9. Interior de La Alhóndiga, Bilbao. Foto de Carlos Colás.

A lo que se suman, las declaraciones del protagonista: «Quiero hacer algo formidable, lleno de energía, de entusiasmo. En definitiva, un edificio con la elegancia de la inteligencia y la belleza de la felicidad»³⁶. La elección de Philippe Starck, un personaje mediático más conocido como diseñador-estrella que como arquitecto, la explica Marian Egaña, consejera delegada de La Alhóndiga:

(...) la obra no sería sencilla, el edificio fue declarado monumento en 1989, por lo que había que respetar la fachada y la primera crujía, la planta debía verse y ningún añadido podría sobrepasar la altura de los torreones. El proyecto no dejaba lugar para lucimientos en fachada, por ello un interiorista era lo mejor. Starck no es arquitecto pero colabora con un estudio que firmó por él³⁷.

Este triunfo del diseño sobre la arquitectura se encuentra también en el interior. Y así, en la misma noticia se dice que las autoridades solicitaron un edificio sobrio alejado del glamur; pero aun así la alhóndiga está llena de lo que los propios empleados llaman *starckadas*, como por ejemplo: en el auditorio el escenario tiene un marco como si se tratara de un cuadro y dos butacas amarillas en un patio de butacas grises; o como la biblioteca municipal tiene un ambiente de librería de diseño. «Hay rincones con silloncitos, estanterías con ruedas y los libros están ordenados por áreas temáticas en vez de por signatura»³⁸. A todo esto se une el diseño del mobiliario y la señalética [figura 10]. Asimismo, Starck ha trabajado en el entorno exterior, con el diseño de las aceras y el parque inmediato. En defi-

³⁶ *Ibidem*.

³⁷ «Al sol de la Alhóndiga», en *El Viajero Bilbao*, 26-02-2011 p 3.

³⁸ *Ibidem*.



Figura 10. Uno de los accesos de La Alhóndiga, Bilbao. Foto de Carlos Colás.

nitiva, un diseño global, donde la tarea del diseñador es crear experiencias, por encima de cualquier otro valor y donde nos podríamos preguntar: ¿la arquitectura sigue siendo la madre de todas las artes?, ¿Importa la arquitectura, en este caso la histórica?, ¿y cuál es el papel que juega en todo este proceso la conservación del patrimonio?

En definitiva un modelo en el cual el arte y la cultura edulcorados por el barniz del diseño son instrumentalizados por las instituciones públicas y privadas con la finalidad de reforzar la identidad local, generar empleos en el sector creativo y la provisión de actividades de ocio populares y disuasorias respecto a cualquier cuestionamiento o conflicto. Un modelo cultural orientado al consumo y no al conocimiento.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN

El patrimonio industrial está de moda pese al proceso de destrucción al que ha sido sometido especialmente en los grandes centros fabriles como Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia o Avilés, entre otras ciudades. Se trata de un proceso lento pero sistemático, con una sustitución de los vacíos industriales por nuevos edificios. No obstante, de esta destrucción se salvan algunos casos concretos, hitos históricos, a los que se les dota de un valor simbólico en una estrategia de

recuperación del pasado industrial que, en ningún caso, implica una narración histórica completa.

Una vez decidida la conservación de estos monumentos, es necesario dotarlos de nuevas funciones entre las que destacan las relacionadas con los equipamientos sociales, las vinculadas a la cultura y a las nuevas formas de ocio y consumo. De todas ellas, las que causan un mayor impacto mediático, por sus arquitectos estrella y sus propuestas arriesgadas, son las vinculadas a los nuevos modelos museísticos de finales del siglo XX.

Este acomodo, en un número elevado de casos, se realiza sobre edificios protegidos en los que la protección legal no ha sido límite ni obstáculo para impedir su vaciamiento, eliminación de su estructura o amputación de parte de sus elementos. Estos criterios de intervención no se cuestionan y la pertinencia de su uso no se somete a una crítica, aunque los edificios sobre los que se interviene pertenecen a la herencia cultural de la sociedad. En definitiva, el patrimonio industrial está sometido a una banalización propia de la sociedad posindustrial que lleva a la ciudadanía a perder la conciencia de la importancia de la historia del trabajo, una etapa clave sin la cual habría sido imposible llegar hasta la situación actual.