

Una patria. La ciudad de los Juegos Olímpicos

Arcadi Espada

Pero, ¿dónde estaba la ciudadanía? Afuera, como ocurre con el público en los espectáculos.

Robert Hughes
La cultura de la queja

Hasta aquel momento, la historia nos había dotado de una certidumbre: esta había sido una ciudad infeliz. Una ciudad caída a los pies del Borbón; la ciudad bombardeada por Espartero —tan desgraciada, que incluso un liberal tuvo que bombardearla—; la ciudad de los pistoleros; la ciudad que atravesaron los últimos republicanos —aquellos ojos cogidos de la mano de mi madre—. Ciertamente: había habido instantes de gloria, luminosos. La ciudad apesada, nerviosa, de la Restauración: pero el dinero de la Gran Guerra se había fagocitado como se fagocita el placer en manos atolondradas. La ciudad vivísima, arriesgada, generosa, *walk on the wild side* de la vida, la ciudad de la República: pero sabemos bien —y aún escuece— como acabó todo aquello. En otras dos ocasiones había puesto el mundo los ojos en nosotros. En 1888 y en 1929. ¿Pero qué imagen teníamos, de aquellos dos momentos? Palacios abandonados, edificios que habían sido construidos para quince días y que habían durado quince lustros, y una amplia retahíla de deudas, de asunto resuelto a medias. La infelicidad tenía, finalmente, dos referentes modernos: la ciudad gris y despanzurrada, que había recibido en pésimas condiciones morales el impacto estrepitoso de la modernidad, y últimamente, muy últimamente, la punzante metáfora, la banderilla de fuego que le clavó Félix de Azúa: *Barcelona es el Titanic*. Una metáfora que se producía, por paradoja, en el momento en que Cataluña recuperaba sus arruinadas instituciones de gobierno, es decir, cuando la potencia de la ciudad aspiraba a manifestarse también políticamente.

Esta era la historia que nos habían leído. Discutible, simplificadora, hundida en el fermento —tan inexacta, pero tan perdurable y tan fascinadora— de las psicologías colectivas. Barcelona y Cataluña eran depositarias de muchas culturas. Pero la cultura del lamento les pertenecía por antonomasia. En el paradigma exponente de la *cultura de la queja*: mujer-negro-homosexual, trazado por Robert Hughes (autor, por otra parte, de la más difundida proyección de la ciudad en su libro *Barcelona*), le faltaba, indiscutiblemente, el catalán.

Esta era la historia y este, por tanto, el paisaje moral del presente cuando un azar —un azar tan descomunal y meditable como la propia biografía de Juan Antonio Samaranch, el primer agente de la benéfica rifa— brindó a esta ciudad la posibilidad de ser feliz. ¡Ser feliz, una ciudad, qué exceso conceptual! No, no es un exceso. O tan exceso como el de la infelicidad anteriormente descrita. Es decir: una imagen, el exceso, la persuasión de una imagen. El exceso que simbolizaba una de las secuencias más perdurables de la historia última de Barcelona, cumbre y clave de un

momento particular: los saltitos de Pasqual Maragall tocando el cielo, tocando insistentemente, repetidamente el cielo.

La ciudad es un concepto físico y la patria es un concepto espiritual. La ciudad son las calles y las plazas, frecuentemente sucias, y los hombres frecuentemente incívicos, y la patria es un mapa sentimental, frecuentemente lloroso, con un punto histérico incluso en la alegría. El incívico recibe como máximo una sanción administrativa: el antipatriota puede acabar fusilado. La ciudad es la disensión y la patria la unanimidad. La ciudad es el ámbito del conflicto racional y la patria su sublimación sentimental. Durante la larga epopeya olímpica, Barcelona se convirtió en una patria. Es decir, en una especie de asunto irreal, macizo, masivo. Esta es la crónica interpretada de las imágenes que reflejaron la conversación de la ciudad en una patria. Y que, también —los *mass media* describen y construyen la realidad al mismo tiempo—, permitieron que este travestismo fuese posible. Una patria momentánea donde daba gusto vivir: una patria feliz y potente. Es decir, alguna cosa que en el imaginario alcanzable del sujeto barcelonés no se había dado nunca. O más que nunca.

Masiva

(Sobre *Història d'amor entre una ciutat i l'olimpisme*, Leopoldo Pomés, 1986)

Eran los hombres de la ciudad. Los más arrojados, los más jóvenes. Potencia e inocencia. Formaban un horizonte hablando, uniformado, que se levantaba entre el trabajo febril de las máquinas excavadoras. Eran una montaña blanca, el *skyline* de la ciudad y de la épica que fundaba. Una luz de alborada los amparaba. Como la del atardecer, esta es la luz que ennoblece todas las cosas. Vestidos de blanco. Convendréis que el blanco es el color previo a todos los colores; el que queda, también, después de todos los colores. Un punto de encuentro.

Decenas de ventanas se abrían; detrás de todas había un joven matinal y fresco. Un joven blanco, occidental, pero de una racialidad blanda, exportable sin ofensa. Pisaría la calle y la soledad se acabaría instantáneamente. Ya llegaban los compañeros: aparecían con una disciplina feliz por todas las esquinas. La ciudad que tomaban se lo facilitaba: rectilínea, ordenada, un punto previsible. El encuentro era inexorable: ya eran una multitud blanca extendida por la avenida de Gaudí. La cámara se detenía en el rostro del alcalde, subrayándolo entre la multitud blanca. Él era a la vez uno más y el primero de todos: síntesis imprescindible. La masa se ponía de nuevo en movimiento: corría hacia el alba, el alba nueva que estaba a punto de levantarse. Este era el plano, este el *skyline*, esta la imagen fundacional: blanca, masiva, ordenada, solidaria, liderada. La imagen unánime de una patria.

Mujer

¡Guapa, guapa, guapa! En todas partes el mismo eco: la descripción y la consigna. Tendría la cabeza como un tejado de Isozaki, los pómulos encendidos como la Ben Plantada, los ojos serían un pasadizo gótico y, si llevara trenzas, serían las trenzas de Sunyer. Le daba igual: sería mujer. El sexo

de las ciudades es ambiguo, vacilante. Hay muchas ciudades macho: Madrid, Pekín, Bilbao, Argel, Buenos Aires... Hay muchas menos naciones macho: Marruecos, Perú, Portugal. Todos los continentes concuerdan en femenino. La tierra es tan inexorablemente femenina como la madre. Una patria es una mujer.

¡Guapa, guapa, guapa! Las mujeres cuidaban el jardín, ponían flores en los balcones, esperaban detrás de las ventanas. Los hombres admiraban y declamaban: ¡guapa, guapa, guapa! *Locos por Barcelona, Barcelona es buena, Historia de amor entre Barcelona y el olimpismo, Barcelona, una pasión, Ahora, Barcelona y tú*: estos eran los títulos de algunos documentales, unos entre tantos. El verso debía rimar en femenino. *Imagen* es palabra de género indiscutido.

¡Guapa, guapa, guapa! ¿En qué lengua hablaban? En una lengua guapa. En una lengua franca. El acento catalanes, pero *guapa* es una palabra castellana. Palabra de castizos. Después la palabra cómplice, contraseña, clave privada, de *modernos*. Entonces era la palabra del tiempo. La palabra de la patria.

Aérea

Nadie ha salido aún a la calle para gritar: ¡Barcelona libre! Demasiado diversas, demasiado confusas, las ciudades para que alguien pueda coser con ellas una ristra de gritos simplificadores. Igualmente... ¿qué escolar, qué adulto no especializado podría dibujar sin dudas, de una manera automática, el perfil, el mapa, las cuatro líneas básicas de la ciudad donde vive, donde quizás ha nacido? ¿Y quién no hará todo esto, con seguridad, con rapidez, con memoria muy, muy archivada, con el perfil de su patria? La patria es un asunto del espíritu o del mapa: la ciudad es un asunto de la vida, escasamente cartográfico si no es para militares, arquitectos o viajeros.

¿De la vida? De la vida y por tanto del conflicto. Por definición esencial, una ciudad es la antipatria. La ciudad se sufre, se pisa, se utiliza, se ensucia. Una ciudad es que alguien abra los grifos y salga agua: es toda su poética. Próxima, por cierto, a la poética de la democracia. La ciudad es inaprensible, se escurre ante la tentación de proyectar una mirada totalizadora. Hay tantas ventanas iluminadas en la noche cuando uno pasa... Un archivo de maquinaciones, sentimentalismo, propósitos, morales, tan grueso, tan difícilmente sistematizable... Respecto a la ciudad, cualquier oda fracasa. La oda procede solo por elevación. La oda es un sentimiento muy elevado: es normal que las ciudades con colinas faciliten la cosa, produzcan la ilusión de que la oda se implanta.

La vista aérea es la oda tecnológica: una visión indiscutible, eficazmente elevada. Una estrategia sutil para convertir la imagen de una ciudad en la imagen de una patria. Dejad volar la vista a ras de la ciudad, sobre la masa pétrea y aplicable una música, una música sentimental o cincelada, da lo mismo: la oda estará en su punto porque esta es su milenaria retórica. Observad además: no veréis papeles en el suelo, ni oiréis ningún tufo de las alcantarillas. ¡La vista aérea! Tuvieron mucha suerte, además, con Barcelona. ¿Conocéis alguna otra ciudad del mundo que dé tanto de sí desde el aire? (Hablo de la atmósfera, aún humana, *liricizable*, del helicóptero —el globo de la modernidad—, y no desde la sideralidad —aún poco generadora de odas— del satélite).

¿Conocéis, pues, alguna otra ciudad donde la mirada se deslice primero sobre la densidad marina, para dispersarse después a través de un haz de rayos de piedra, admirablemente trazados, seguidos a veces por franjas de verde de los plataneros, de los tilos, estos árboles de Barcelona? ¿Conocéis algún otro espacio urbano que pueda dar una visión tan autoritaria —¡Ay!, y tan confortable— de la mano de piedra del hombre? ¿Ninguna otra, digo, que desde la visión aérea dictamine tan rotundamente la presunción: aquí debe vivir gente confiada y culta, moderadamente feliz y segura?

La mirada aérea fue el punto de vista más insistente desde donde se configuró la imagen que la Barcelona olímpica se dio a sí misma y la que proyectó al exterior. La mirada aérea dibujó la patria.

Arraigada

Las torres de la Sagrada Família flotaban en un limbo azul y se doblegaban, de repente convertidas en la pierna musculada de un atleta. Una imagen repetidamente contemplada por millones de personas en el mundo: la carátula de la Radio Televisión Olímpica. Es decir, la imagen que sistemáticamente introducía el bloque de información relacionada con los Juegos Olímpicos. Una imagen de potencia persuasiva incalculable. Su mecánica daba lugar a interpretaciones del todo elementales: la vieja religión como matrona de la nueva religión, la equiparación del arte al deporte por medio del nexo común de la potencia y del esfuerzo... En fin.

Sin embargo, y vinculadas al contexto en el que se producía esta imagen formidable, sus revelaciones eran más amplias. Emblematicaban una de las obsesiones —es perfectamente indiferente que esta obsesión fuera consciente o no— de los diseñadores de la imagen olímpica barcelonesa: el tratamiento *informatizado, tecnológico*, del mito, su adecuación posmoderna. Era inconcebible una patria sin raíces. Pero las raíces son reductivas, incluso en el caso de Gaudí, el referente icónico de presencia más sostenida en toda la imagen del periodo olímpico, referente de una gran capacidad de irradiación internacional, complaciente con todo tipo de interpretaciones. No obstante, al mito le faltaba el ensanchamiento de la mirada tecnológica. Necesitaba cierto viaje renovador. La pierna del atleta gaudiniano era el presente de la patria. Y como en el propio planteamiento gaudiniano, la vieja metafísica se incorporaba a partir de un torrente orgiástico, alucinado de piedra, formas y colores.

Las raíces... ¿qué era el Cobi, sino un catalanísimo y pirenaico *gos d'atura* pasado, *ensanchado* por el cubismo y la tecnología de Mariscal? El exorcismo del mito, es decir, su vigencia domesticada, tendría una continuación más sutil, pero igualmente emblemática, durante la ceremonia de inauguración de los propios Juegos Olímpicos, cubierta de referencias míticas, de historia convertida en cómic, pasada por el tamiz presuntamente insurgente de aquella muy particular Fura dels Baus olímpica. Y se haría ya conmovedoramente manifiesta cuando el músico Ryuichi Sakamoto pervirtió electrónicamente el sagrado humano de la Cataluña católica. Que el *Virolai* estuviera presente, manifestamente presente, en la ceremonia olímpica es un hecho

meditable. Presentado casi en términos de realidad virtual, sus notas no ofendieron ninguna conciencia ética ni estética.

La imaginería tecnológica hizo factible el encuentro de todas las cosmovisiones posibles, mediante una utilización ajustada de los lenguajes. La imaginería tecnológica es la nueva Academia: *limpia, fija y da esplendor* al mito.

Legendaria

Cuanto más homogénea es una población urbana,
menos podemos hablar en términos de ciudad.
La ciudad entendida como un diagrama
es, en última instancia, la fábula
de unos soñadores que quieren la complejidad
y la riqueza de la estructura urbana
sin sus problemas, sus tensiones,
su volatilidad

Spiros Kostof

The city shaped

(Citado por Pep Subirós en *El vol de la fletxa*)

Los cuentos, ese enorme recinto de imaginación poética. A medio camino narrativo, todos los elementos suelen estar ya dispuestos, presentados al lector. A medio camino todos los cuentos revelan un hermetismo irreductible: están presentes el conflicto y la incapacidad humana para resolverlo. Sabemos, en este caso, que ha llegado la hora de rezar a los dioses, la hora tónica del hada.

El hada es la señal: a partir de su aparición imperará el orden virtuoso. El lector observa con abrumadora satisfacción cómo el hada está resolviendo el conflicto. No es momento de análisis. Los ojos del lector se deslizan por la superficie narrativa: ya no se trata de entender, sino de observar fascinado. Normalmente, hasta este instante, el lector ha seguido el cuento a una velocidad de paso de hombre, cuadrando los perfiles, desentrañando minuciosamente las esquinas del relato. Pero la aparición del hada acelera el paso. La lectura se hace más y más rápida, casi angustiante. El lector ya no pone una cosa detrás de cada palabra: salta, salta apresuradamente por los párrafos. La última raya, el resoplido de consuelo. El conflicto está resuelto. Uf..

Así fue también para la ciudad. La crónica televisiva de la construcción, de la renovación de la ciudad, utilizó con una abundancia sorprendente, insólita, la retórica del hada: “He aquí el viejo Poble Nou, cargado de vías muertas, de fábricas inservibles, he aquí la muralla que durante tantos años ha separado el mar de Barcelona”. Hasta entonces el espectador asistía a una exposición de los hechos producida a ritmo normal, incluso un punto morosa, cualidad a la cual contribuían de la misma manera el *tempo* melancólico y la magnitud de la empresa: el espectador experimentaba la

sensación efectiva de hallarse ante un problema de dimensiones cósmicas. Pero, de repente, la varita del hada empezaba a moverse, la pantalla se llenaba de formas concretas, dotando de vida renovada y de orden coloreado la antigua vida desolada en blanco y negro. Todo había sido muy rápido.

Menos rápido, sin embargo, que otra de las técnicas relacionadas con la fabulación de utilización celebrada y general. El ojo electrónica, a veloci(u)dad —*Velocitat* acabaría titulándose con una soberbia justeza conceptual, que iba mucha más allá del programa que a continuación se ofrecía, un documental de Canal Plus— de vértigo recorría el dédalo de la transformación urbana. Las visiones nocturnas, registradas mediante esta técnica, eran muy espectaculares. Las luces de la ciudad, de los túneles de las nuevas rondas, se deshilachaban a un ritmo alucinante, y todo junto remitía, curiosamente, al aspecto que ofrecían las primeras postales urbanas nocturnas y en colores, donde la serpiente luminosa de las avenidas dibujaba un paisaje irreal, incandescente, pletórico, de una espectacularidad rara y nueva.

El camino complejo, complejo en la historia y complejo en el presente, que había conducido a Barcelona a hacer efectiva la transformación más imponente de su historia reciente fue generalmente obviado. Como en los cuentos, lo importante, al fin y al cabo, es que la rana se había convertido en príncipe, que la ciudad resolvía sus problemas con la misma contundencia mágica que una tira de dibujos animados. Como en los cuentos, como en los anuncios publicitarios: espacios retóricos *indiscutibles*, donde el conflicto se evapora. Una retórica, en fin, derivada de la necesidad esencial: convertir, momentáneamente, una entidad dominada por la razón en otra dominada por el sentimiento. De ciudad a patria: un toque de varita de hada, al ritmo vertiginoso de la *velocidad*.

Pétrea

Predominó la piedra. El referente mudo, potente, monolítico. Los arquitectos fueron los grandes escribientes de la Barcelona olímpica, un periodo de ciudad, por cierto, donde no destacaron los cronistas literarios. Su discurso dominó completamente la escena: palabra de piedra. Era hasta cierto punto lógico: la transformación olímpica fue fundamentalmente una transformación arquitectónica y urbanística. Ninguna otra tribu cultural gozó como los arquitectos del monopolio del discurso. Es muy natural que la ingente producción fílmica destile piedra: piedras del pasado y piedras del presente. Por otro lado, en materia de piedras podíamos compararnos, sin salir perdiendo, a las más sofisticadas pedreras del mundo. ¿La conexión cosmopolita?: un hilo pétreo. Había, no obstante, otra razón importante: a través de la arquitectura, Barcelona encontró el requisito imprescindible de la imagen de una ciudad/patria en febril ebullición: la potencia. El referente de potencia, de fuerza, de movilización, de actividad, de riqueza que en la imagen de finales de siglo pasado había encarnado la industria se transformaba, a finales del milenio, en un referente inútil. Por dos razones: la progresiva conversión de la ciudad en un ente de servicios, es decir, la desaparición de la industria como motor de la actividad, como rasgo de carácter, pero

también la inconveniencia de asociar industria y sede olímpica: el humo de la fábrica convive mal con la hierba del Estadio. Una cita deportiva es antes que nada un ejercicio respiratorio.

Así fue como la arquitectura se convirtió en la garantía de potencia necesaria. Visualmente resultaba: *Inspiring Barcelona* —película oficial de la candidatura barcelonesa en el congreso mundial de arquitectos previsto para 1996— lo demostraba con una rotundidad tan fálica, casi escabrosa, hasta el punto de hacer vacilar la establecida imagen femenina de la ciudad. Conceptualmente resultaba: solo los especialistas son capaces de interpretar las piedras. La piedra es siempre un jeroglífico. Para los profanos, si es piedra vieja, será una obra de arte: si es piedra nueva, una bofetada indiscutible de modernidad: tal vez una bofetada fea, pero inexorablemente moderna. ¿Cómo extender la convicción de una patria potente, bella y contemporánea en el mundo...? Piedra a piedra.

Angelical

En la patria viven los ángeles (invisibles). En las ciudades viven los hombres (tangibles). La imagería olímpica no fue muy generosa con el factor humano. Ya lo hemos visto: predominó la piedra. Los hombres de la gran película barcelonesa se distribuyeron en dos grandes grupos: los voluntarios y los transeúntes. El voluntario fue la gran aportación, la gran singularidad barcelonesa a la historia general olímpica. Fue una singularidad eficaz y conmovedora. No obstante, fue una singularidad solo posible gracias al carácter consensuado, unánime, de hito patriótico en el que se convirtieron los Juegos Olímpicos. Los voluntarios no fueron ciudadanos: o mejor dicho, todos los ciudadanos fueron voluntarios. La contienda fue pacífica, pero los uniformes y la unanimidad remiten siempre a lo que remiten. El voluntario delimitaba toda la iconografía barcelonesa del momento. Siempre de blanco, el voluntario era, en las filmas, el único habitante de una ciudad sometida voluntariamente al voluntario. Al voluntario era inútil interrogarlo: su condición reunía y resumía todas las respuestas. Durante los primeros días de los Juegos, un voluntario sufrió una agresión verbal por parte de algún miembro de un remoto comité olímpico. El hecho provocó la vivísima respuesta del consejero delegado, el *kaiser* Josep Miquel Abad: «El que toque un pelo de los voluntarios será expulsado de los Juegos». Habían tocado la fibra, el cáliz de la patria.

Había otro sujeto visible en este tránsito de imágenes. El transeúnte, justamente. Alguien que pasaba y recibía en algún momento azaroso la atención de las cámaras. De este transeúnte no sorprendía su general carácter atareado, pero amable, su estilo —muy estilosos los barceloneses, ese híbrido entre parisinos y milaneses, mezclado y pasado por la luz del sur—, no sorprendía tampoco su sonrisa discreta, su absoluta congratulación con el espacio que ocupaba. Sorprendía su carácter homogéneo. Los tonos más raciales habían sido difuminados —cuando se presentaban las razas, las razas fuertes, era para introducirlas adecuadamente en un conjunto abierto, democrático, solidario—; predominaban los tonos castaños, los ojos vivos, pero en absoluto absorbentes, devoradores; las alturas discretas y el volumen poco apreciable. Toda la iconografía del transeúnte había prescindido completamente del *tipo*. Por descontado, por descontadísimo, había prescindido

del tipo español o tradicionalmente asociado al español, que no habría de tener en las infinitas imágenes grabadas más que una presencia bastante irrelevante. Pero también había prescindido de un hipotético *tipo* asociado al catalán, muy vinculado con las formas diversas del comercio. Aparecía así un barcelonés —hombre o mujer— suave, ecléctico, con un punto de ironía que, sin embargo, nunca le hacía perder la complicidad absoluta con el mensaje del tiempo. Un barcelonés, en su aspecto masculino, muy parecido al escritor Eduardo Mendoza, encaje icónico de una colectividad que aspira, fundamentalmente, a saber llevar con dignidad los *pullovers*. Un ciudadano mudo —por convencimiento: es decir un patriota—, apenas interrogado en los documentales; habitante de Barcelona, pero de dibujo humano perfectamente exportable a cualquier otra metrópoli europea o de la América nítida: cosmopolita, pues, habitante, en fin, de una patria superior, pulcra y limpia. Un patriota, un ángel. ¿El tipo...? El ángel.

Cosmopolita

No las encontraréis. o las encontraréis marginalmente: no sabréis por medio de la imagen barcelonesa del fin del milenio que en Barcelona hay plazas de toros, que el flamenco es también su música, desde La Rambla hasta Cornellà, pasando por la plaza del Raspall. Tampoco encontraréis demasiado revuelo de tenoras, apología de *castellers*; no encontraréis ni *calçots* ni paellas¹. La conversión de Barcelona en una patria momentánea y alternativa necesitaba que ninguna de las otras dos identidades pusiera su aparato folclórico al servicio de la cita olímpica. Ni toros ni tenoras: si no fue la consigna, fue el resultado evidente. El folclore, por otro lado, tiene una fuerza visual que acaba en un abrir y cerrar de ojos con cualquier aspiración —dura y trabajada— de cosmopolitismo. Es una infección de sabor rancio. Fue radicalmente extirpada.

Limitada

Una patria necesita dibujo y límite visible. Muy al contrario que una ciudad, que una metrópoli, por definición dispersa y absorbente. Las ilusiones *regionalistas* se acabaron muy pronto, llegada la hora de precisar la imagen física de la Barcelona olímpica. Que Barcelona fuera la capital, el eje de una región metropolitana, fue un referente tan difuso como su condición de capital de Cataluña, cocapital de España o capital del Mediterráneo. Se mencionaban los túneles de Vallvidrera, pero como camino de salida o de llegada: nunca alcanzaron su presunta condición de avenida. Los puntos cardinales fueron determinados siguiendo la vieja tradición: el mar y los dos rascacielos como pórtico; el viejo contrafuerte de Montjuïc —como siempre contrafuerte: antes militar, ahora deportivo—: las torres de la Térmica —el límite vergonzante, inacabado, proyectado de toda la ciudad, de momento polvo y futuro— y por encima de todo, en fin, la «banderilla» de Foster,

¹ Conviene destacar, también, la ausencia de algunos ítems muy presentes años atrás en las campañas promocionales turísticas de Barcelona, como toros, flamenco, vino, mujeres, palomas, folclore, española, alegre, trabajadora o regional, y que han desaparecido de las campañas de promoción turística y olímpica de la ciudad (Miquel de Moragas Spà, *Cultura, símbols i Jocs Olímpics. La mediació de la comunicació*, Centre d'Investigació de la Comunicació, Col·lecció Informes, núm. 8, Barcelona, 1992).

reeditando para la modernidad la intención del *Sacré Cœur* del Tibidabo: Foster cierra la imagen de la nueva ciudad y se convierte en el nuevo punto cardinal del mapa. Todo lo que sucedió, sucedió aquí: Barcelona se higienizó, pero no creció.

Mentirosa

Un poco de mentira le va bien a la patria. Mentir es ser, como enseña la semiótica. Ninguna otra mentira más inocente, más inofensiva que la cultura: pocos pasaron cuentas. Las primeras imágenes relacionadas con la experiencia olímpica insistían en vincular dos términos: el esfuerzo olímpico y el esfuerzo de la cultura. La reforma del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), la edificación del Auditorio, del Teatro Nacional, del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) y el ambicioso primer programa de la Olimpiada Cultural perfilaban una imagen de renovación ciudadana en la que la cultura se convertía en una seña de identidad: «Barcelona, ciudad cultural». Sin embargo, el progresivo acercamiento a la cita olímpica, la absorbente presencia de la arquitectura y del deporte y la falta de concreción financiera para la mayoría de proyectos hilvanados fueron desdibujando este perfil. La imagen cultural barcelonesa se fue decantando cada vez más hacia los valores firmes, sólidos, individuales, pasados: Gaudí, Picasso, Miró, Tàpies, Dalí, Casals, Montserrat Caballé, Josep Carreras. Curiosamente los escritores desaparecían prácticamente de este fresco. En 1991, en un anuncio que editó el Ayuntamiento de Barcelona y que fue profusamente reproducido, incluso en lenguas extranjeras, figuraban cuarenta y ocho ítems que resumían las razones por las cuales Barcelona valía la pena. Entre estos ítems figuraban diez nombres propios. Ninguno de ellos pertenecía a un escritor. Entre los treinta y ocho restantes había una sola mención que connotara la cultura escrita: *libros*, una mención puesta, dicho sea de paso, al mismo nivel que otras, como *fuentes* o *fútbol*.

Evidentemente, desde el punto de vista de la imagen, de la construcción de la imagen, el lenguaje de los escritores presentaba muchos más inconvenientes formales que los trazos mironianos, la violencia cromática gaudiniana o los trémolos de la Caballé. Pero solo la identidad de los programadores del discurso icónico barcelonés —arquitectos, publicistas, diseñadores— sirve para explicar del todo esta desatención tenaz. Hasta tal punto se produjo esta circunstancia que Barcelona desaprovechó, de una manera que en Francia, por ejemplo, resultaría inexplicable, el hecho de haber sido la ciudad donde el Quijote abandona la literatura para volver a la vida, es decir, para morir. Cervantes —hubo una esporádica alusión a él en algún documental de impacto muy limitado— no formó parte de esta patria barcelonesa: por otro lado, su sentencia «Barcelona, archivo de cortesía» presentaba un saborcillo anacrónico, reforzado por el hecho de que el franquismo lo había elegido como uno de sus eslóganes más conocidos.

Ni que decir tiene que este proceso de individualización de la imagen cultural barcelonesa, que esta práctica desaparición del deseado ítem «Barcelona, ciudad de cultura» —atributo al cual, por otro lado, aspiran siempre todas las ciudades del mundo— coincidió en el tiempo con el ocultamiento de un fracaso: la imposibilidad de que el visitante observase las joyas románicas del

MNAC —anunciado en múltiples documentales de consumo externo como uno de los atractivos más poderosos de la ciudad— o pudiera gozar del resto de nuevos equipamientos culturales. Solo en el diseño y, evidentemente, en la arquitectura, Barcelona pudo ofrecerse al mundo como una ciudad-taller. Prueba clamorosa de este fracaso —envuelto después en un mero aplazamiento de las ilusiones— fue el eslogan que el Ayuntamiento ideó para el primer año posolímpico: «Barcelona, 93, el año de la cultura». Tampoco lo fue, el 93, pero los extranjeros y la mirada catódica ya habían abandonado el campo. Por tanto, la indignación fue mucho más reservada.

Abanderada

La patria olímpica tuvo tres banderas. E incluso cuatro, en algunos momentos. Y cinco, tirando largo. La gran afición catalana a colgar de los balcones sus estados de ánimo hizo inevitable la aparición de un símbolo de identidad, demasiado intenso, que los programadores de la imagen barcelonesa a buen seguro habrían preferido, sin duda, evitar. Pero en todo caso, el espectáculo fue *étonnant*. La bandera catalana, la bandera española, la bandera de la ciudad de Barcelona, la bandera olímpica y la bandera catalana con el remate estelado formaron el tapiz de una identidad compleja, nunca visto en ninguna otra sede olímpica. Como ninguna otra sede olímpica, tampoco, podía ofrecer una promiscuidad parecida de aparatos administrativos puesta al servicio de los ciudadanos. Pero lo que en la vida cotidiana, corriente, de los barceloneses es a menudo una fuente de problemas, de cansancio, de laberíntica toma de decisiones, se convirtió a través del instante mágico en un puzzle seductor, enriquecido por la diversidad. La patria barcelonesa, mediante la imagen de la ciudad de las banderas, alcanzaba de esta manera su punto de simbolismo más sofisticado y se ofrecía a España, al mundo, como el recinto de una extraña, ideal y compleja suma de identidades colectivas. En el fondo, este había sido su objetivo, la más trabajada y fundamental de las imágenes que se había querido transmitir a sí misma y que había intentado proyectar. La explosión de la complejidad —ciudad de una nación y de otra nación, ciudad-Estado en ella misma: esta persistente vocación barcelonesa que la historia desmiente una y otra vez, pero que nunca acaba de evaporarse, ciudad, finalmente, de todas las naciones del mundo— se desarrolló con un automatismo convivencial feliz y liberado. Solo el estrépito de la antigua Yugoslavia, que no se avino a la tregua olímpica, recordaría a los presentes cuál era el mundo que esperaba después de la fiesta y el lapsus. Patria de patrias: todo el mundo tenía la certeza de que la ocasión de una alquimia icónica parecida no se volvería a presentar en la vida de quienes habían contribuido a destilarla. Tal vez por ello sobrevino el exceso, la confusión entre la realidad de una imagen y la realidad. Tal vez por ello se habló de la refundación de España —«¡solo son unos Juegos Olímpicos!», daban ganas de gritar, si un grito de este tipo hubiera podido oírse en medio del griterío optimista—, tal vez por ello hubo quien, ante el Camp Nou lleno de banderas españolas y catalanas, pensó que una página cruda de la historia estaba a punto de ser girada. La persuasión retórica llegó hasta este extremo. Meses después, la realidad de las cosas —que no la de las imágenes— situaba otra vez el pleito entre nacionalismos en la página cruda de la historia.

Madre

Ya avanzado el año 1993, cuando el latido de la explosión olímpica iba desacelerándose, ensordecido por la crisis, el Ayuntamiento de Barcelona ideó una muy significativa campaña publicitaria con la introversión como tema. «Barcelona y tú» era su título genérico. El recogimiento íntimo, la vuelta a casa, después del febril viaje. La campaña tenía un feto —nada, nada de metáforas, un feto con todos los líquidos— como motivo central. El feto daba a luz el aparato simbólico de la nueva Barcelona. Era evidente: la ciudad había llevado hasta el extremo posible —hasta un extremo semiótico colosal— su cariz femenino y singular. ¿Todo había acabado? Bien: se había acabado el acto de amor, no sus consecuencias expansivas. Masiva, mujer, aérea, arraigada, legendaria, pétrea, angelical, cosmopolita, limitada, mentirosa, abanderada... Y ahora, Barcelona, enardecida por la experiencia, meciéndose aún en la inercia del sueño, quería ser, como toda patria, madre.

Retrat de Barcelona, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, vol. 2, 1995