



Glolugares: espacios singulares de la glocalización. El caso de Valencia.

Gil-Manuel Hernández i Martí

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA · gil.hernandez@uv.es

Doctor en Geografía e Historia, Profesor Titular de Universidad, Departamento de Sociología y Antropología Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Valencia, ha trabajado en cuestiones de sociología de la fiesta y los rituales, del patrimonio cultural de las políticas culturales y de la globalización. Entre sus publicaciones destacan *Falles i franquisme a València*, Catarroja-Barcelona, Afers, 1996; *La condición global. Hacia una sociología de la globalización*, València, Obrapropia, 2012; *Sociología de la globalització. Anàlisi social d'un món en crisi*, València, Tirant lo Blanch, 2013.

RECIBIDO: 1 DE MAYO DE 2013

ACEPTADO: 11 DE NOVIEMBRE DE 2013

Resumen: En este artículo introducimos el concepto de *glolugar*, a modo de tipo ideal weberiano, para caracterizar lo que constituye un determinado espacio singular de la glocalización, complejo y relativamente novedoso, distinto de las categorías del lugar clásico o del no-lugar contemporáneo. Por ello, y para contextualizar nuestra propuesta, en primer lugar planteamos los conceptos de globalización, glocalización y grobarización. Posteriormente describimos las realidades que enuncian los lugares, los lugares de memoria y los no-lugares, para acto seguido argumentar la relevancia de lo que llamamos *glolugares*. Finalmente describimos algunos rasgos del área Ciudad de las Artes y las Ciencias-Puerto de Valencia que permiten interpretarla como un *glolugar*.

Palabras Clave: Glolugar, Glocalización, Globalización, Ciudad Global, Valencia

Abstract: In this article we introduce the concept of “gloplace” as a Weberian ideal type, to characterize what we believe is a unique space given glocalization, a complex and relatively new that does not get caught in the categories the place of non-classical or contemporary place. Therefore, and to theoretically contextualize our proposal, first will raise the concepts of globalization, glocalization and “growbarization”. Then describe the realities forth the places, places of memory and non-places, for immediately afterwards to present and argue the relevance of what we call “glolugares”. Finally we describe a features of the area Ciudad de las Artes y las Ciencias-Puerto de Valencia interpret it in terms that would allow a gloplace.

Key Words: Gloplace, Glocalization, Globalization, Global City, Valencia

DOI: 10.7203/KAM.2.3155

Glolugares: espacios singulares de la glocalización. El caso de Valencia¹

En el presente artículo pretendemos introducir el concepto de *glolugar*, a modo de tipo ideal weberiano, para caracterizar lo que a nuestro juicio constituye un determinado espacio singular de la glocalización, un espacio complejo y relativamente novedoso que no se deja atrapar en las categorías del lugar clásico o del no-lugar contemporáneo. Más bien se trata de espacio híbrido y muy característico de la plasmación glocal de los procesos globalizadores que a través de la desterritorialización cultural operan en los entornos urbanos e hipercapitalistas de la modernidad avanzada. Por ello, y para contextualizar teóricamente nuestra propuesta, en primer lugar abordaremos los conceptos de globalización, glocalización y globalización. Posteriormente describiremos las realidades que enuncian los lugares, los lugares de memoria y los no-lugares, para acto seguido presentar y argumentar la relevancia de lo que hemos dado en llamar *glolugares*. Finalmente describiremos una serie de rasgos relevantes del área Ciudad de las Artes y las Ciencias-Puerto de Valencia que permitirían interpretarla en términos de un *glolugar*. Insistimos en que nuestra propuesta es básicamente reflexiva y especulativa, lo que implica que para probar su validez debería ser puesta a prueba más adelante mediante investigaciones de campo.

1. Los paisajes de la globalización cultural

Para acercarse al concepto de *glolugar* debemos, previamente, trazar unas coordenadas teóricas acerca de la realidad social de la globalización. Esta podría ser definida como un macroproceso histórico (en el tiempo largo) que contiene diversos procesos históricamente conectados y convergentes (en el tiempo medio y corto) que han configurado lo que se conoce como globalización contemporánea durante el último medio siglo. Desde este planteamiento, la globalización en curso debe entenderse como una profunda transformación multidimensional y multicausada, que se expresa en términos de una conectividad compleja, dialéctica y crecientemente intensificada, en la organización espacio-temporal de las relaciones sociales. Dicha conectividad ha de ser valorada en relación con una progresiva extensión, intensidad, velocidad e impacto de los flujos transcontinentales e interregionales de actividad, comunicación, interacción y ejercicio del poder, los cuales circulan a través de estructuras reticulares cada vez más tupidas. Los flujos se refieren a los artefactos físicos, personas, símbolos, señales e información que se movilizan a través del espacio y del tiempo, mientras que las redes se refieren a soportes

¹ Este artículo está vinculado al proyecto de investigación “Metrópolis glocalizadas: el caso de Valencia. Espectacularización y precarización urbana en las ciudades medianas”, Plan Nacional I+D+i MICIN ref. CSO2009-10715.

flexibles de interacciones reguladas o modeladas entre agentes, nodos de actividad o núcleos de poder.

La modernidad globalizada implica una radicalización y transformación reflexivizada de las instituciones y rasgos constitutivos de la modernidad, lo que comporta la agudización tanto de la separación y compresión espacio-temporal como de los mecanismos de desanclaje. En última instancia, la globalización se plasma en un incierto, conflictivo y arriesgado horizonte global que define la nueva *condición global* humana (Hernández, 2012).

Si del plano general pasamos al plano específicamente cultural observamos que hay que prestar atención a un haz de procesos que, aunque en principio pueden parecer contradictorios, se complementan y se retroalimentan en torno al eje global / local. Así, cuando hablamos de globalización de la cultura, hay que atender tanto la homogeneización cultural, relacionada con el imperialismo cultural, la estandarización y la uniformidad forjadas dentro del molde de la cultura capitalista occidental, como los fenómenos de localización, de diversificación y de defensa de las identidades que todo el mundo proliferan y se contraponen a las presiones homogeneizadoras.

Más allá de la homogeneización y de la heterogeneización se sitúan los procesos de hibridación, de mezcla, de mezcla o de mestizaje, tan inherentes a un mundo cada vez más interdependiente y atravesado por flujos de todo tipo. Este nuevos productos culturales desafían las fronteras y son instalados en un espacio crecientemente transnacional, escenario de las llamadas “terceras culturas”, “culturas mixtas” o “cultura mundo” (Lipovetsky y Serroy, 2010).

Como ya se ha esbozado, la desterritorialización se inserta en el carácter dialéctico de la globalización, porque, lejos de implicar un proceso lineal o unívoco, provoca mecanismos contrarios y reflexivos de reterritorialización. Interesa, por tanto, trascender el debate que contraponen homogeneización a heterogeneización para mostrar cómo las dos tendencias coexisten y se implican mutuamente. De la mutua relación entre homogeneización, diferenciación e hibridación se deriva el establecimiento continuo de conexiones dialécticas que delimitan la fenomenología glocalizadora, la experiencia cultural desterritorializada (García Canclini, 1999; Tomlinson, 2001; Ortiz, 1997).

En el marco de la desterritorialización cultural, especialmente dentro del fenómeno de la hibridación, cobra pleno sentido la dialéctica entre lo global y lo local, lo que, utilizando la terminología de Robertson (1992, 1998, 2000), implica definir la globalización como *glocalización*. Robertson insiste reiteradamente en no contraponer lo local a lo global, en no presentar lo local como una reacción a lo global, sino en contemplar ambos ámbitos en un mismo plano integrado e interrelacionado.

El concepto de glocalización significa, pues, que mucho de lo que se declara a menudo como local (que se refiere a la apropiación de lo universal en contextos locales) no es sino la expresión de lo local en forma de recetas generalizadas de la globalidad. Es más, lo local aparece como un producto global en el cual lo particular aparece como un aspecto de la globalización más que como su opuesto complementario. De este modo, toda una serie de fenómenos locales y localizadores –etnicidad, nacionalismo, movimientos indígenas– pueden entenderse como productos globales, de modo que las mismas estrategias localizadoras son intrínsecamente globales. De manera que en el contexto global, la localidad es continuamente reinventada, imaginada y reconfigurada. Culturalmente, esto significa un aumento de la conectividad, la no diferenciación entre lo global y lo local, así como un escenario de creciente hibridación global (Appadurai, 2004; Hannerz, 1998).

La concepción de *glocalización* postulada por Robertson (2000) implica, en suma, tanto la reinención de la localidad como el doble fenómeno de la universalización del particularismo y la particularización del universalismo (lo local se manifiesta en lo global y viceversa)², lo que ubica a la glocalización como fenómeno característico de la hibridación cultural. Una postura similar sostiene Giddens (1993), para quien la dinámica entre las influencias universalizadoras (lo global) y las disposiciones personales (como concreción de lo local) pueden conducir tanto a la “transformación de la intimidad” como a una interconectividad donde nadie puede desentenderse de las consecuencias de la modernidad. De manera similar Tomlinson (2001) desarrolla los planteamientos de Robertson, al presentar la globalización como una profunda imbricación entre los aspectos globales y locales, universales y particulares, homogeneizadores y heterogeneizadores, cuyo efecto principal es la intensificación de la globalización subjetiva, a través de la constitución de un nuevo imaginario global vehiculado a través de la desterritorialización cultural.

Ritzer (2006) también cree que la glocalización se puede definir como la interpenetración de lo global con lo local, resultando de ello productos únicos para áreas geográficas diferentes. Sin embargo, introduce un concepto, el de *grobización*, que nos remite al carácter homogenizador de la globalización cultural. De este modo, pretende enfocar las ambiciones culturales imperialistas de las naciones, corporaciones, organizaciones y otras entidades, y su deseo de imponerse en varias áreas geográficas. Su principal interés es crecer (*grow*) a nivel planetario, tanto en intereses, influencias, como en ganancias. La grobización involucra varios procesos como la americanización, el

² En una línea muy similar se expresa el filósofo francés Jean-Luc Nancy: “La unidad del mundo no es una: está configurada por una diversidad que llega hasta la disparidad y la oposición. Se configura en ella, es decir, ni se añade a su evidencia ni tampoco la reduce. La unidad de un mundo no es más que su diversidad, que, a su vez, no es sino una diversidad de mundos. Un mundo es una multiplicidad de mundos, el mundo es una multiplicidad de mundos, y su unidad es la partición y la exposición mutua en este mundo de todos sus mundos” (Nancy, 2003: 145).

capitalismo y la mcdonalización, que son las fuerzas motrices centrales de la grobarización, y tienen que ver con la expansión mundial de una especie de cultura vacía o estandarizada, que Ritzer denomina “la nada”. La grobarización se puede considerar como una forma de expansión transnacional de códigos y prácticas comunes (homogeneidad), mientras que la glocalización implica la interacción de muchas influencias culturales locales y globales para crear una suerte de mestizaje, o una mezcla, que conduce a diversos híbridos culturales (heterogeneidad). La grobarización tiene que ver más con la tendencia hacia la uniformidad y la homogeneización, en gran medida promovida por la lógica neoliberal imperante, mientras que la glocalización tiene que ver más con la heterogeneización y la hibridación³.

Para Ritzer, si lo glocal aparece como una suerte de resistencia y alternativa a lo grobal, ¿qué papel tiene lo local? Teóricamente –y aquí nos internamos en un tema que tiene que ver con la diferenciación propia de la heterogeneización cultural, es posible pensar lo local existiendo con independencia de lo glocal y lo grobal- pero cada vez es más difícil identificar lo puramente local. Ritzer sostiene que lo local está siendo progresivamente transformado por lo grobal. Lo glocal es, por definición, alguna combinación de lo grobal con lo local. De modo que, dado que se camina hacia la desaparición de lo local, fuente primigenia de la diversidad, esta última se producirá, cada vez más, a raíz de la interacción entre diversas glocalidades. Ello significa que la dinámica fundamental de la globalización (cultural) se deriva del conflicto entre grobarización y glocalización. Hoy en día poco de lo local no ha sido ya tocado por lo global, de manera que mucho de lo que catalogamos como local es, en realidad, glocal. La principal alternativa se da entre lo que está inherente y profundamente globalizado –grobarización- y aquello que entremezcla lo global y los vestigios de lo local, es decir, la glocalización. De donde se deriva claramente el triunfo de lo global en el mundo, de modo que es concebible que lo glocal se convierta en una fuente potencial de mayor singularidad e innovación que lo estrictamente local.

2. Lugares, lugares de memoria y no-lugares

En el contexto de esa sociedad desterritorializada que Castells (1999) denomina “sociedad red”, y dentro de la dialéctica entre homogeneización y heterogeneización cultural (grobarización/glocalización) autores como Augé (1993, 1995, 1998), Ritzer (2006) o Jameson (2000) han planteado el desplazamiento de las localidades reales, con historia, memoria y tradición, por los “no lugares”, en tanto que ámbitos únicos en el paisaje cultural de nuestra época. Desde este punto de vista Augé contrapone los lugares, o espacios

³ Entre los espacios más característicos de la estandarización “grobal” Ritzer menciona los centros comerciales y mega-centros comerciales, los parques temáticos, así como los grandes casinos u hoteles-casino.

territorializados, a los “no lugares”, o espacios desterritorializados, caracterizados por ser ámbitos de circulación, consumo y comunicación. Sería el caso de “redes de autopistas, aeropuertos, supermercados, zonas de almacenamiento y a veces de venta, especialmente de productos que aceleran la circulación y la comunicación, a saber, automóviles, aparatos de televisión, ordenadores...” (Augé, 1998: 127). Posteriormente, el autor distingue dos tipos de “no lugares”, “los no lugares refugio (los de los campamentos, los de la migración, los de la huida) y los no lugares de la imagen (de la imagen que sustituye a la imaginación a través de los simulacros y de las copias)” (Augé, 2003: 70-71).

Para Augé (1993) los no-lugares son “instalaciones de tránsito acelerado”, o simplemente “espacios de tránsito”, que cumplen una importante función dentro de los modelos de relación propios de la globalización: permiten una transición eficaz entre los nodos de la red. Por ello los no-lugares son aquellos establecimientos de paso que conectan a las ciudades en red. Se trata de espacios “fríos”, cuya razón de ser es relativa, pues no consisten en poseer valor en sí mismos, sino en hacer posible una relación entre otros elementos más relevantes, estos sí con verdadero significado. El no-lugar es el espacio opuesto al lugar, el espacio de lo indiferente frente a lo determinado o diferenciado, de lo amorfo frente a lo simbolizado. Si el lugar se define como lugar de identidad, relacional o histórica, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico ha de ser necesariamente un no-lugar. Por ello, los no-lugares “tienen una doble relación de dependencia respecto de los flujos y de las ciudades que ponen en contacto y sin los cuales no tendrían razón de ser, y de los propios lugares como espacios de sentido, que constituirían su Némesis semántica” (Prieto, 2011: 110). En consecuencia, el no-lugar es el opuesto homogenizador y grobarizador al lugar antropológico, por definición diferenciador, pues, lejos de la identificación y socialización que el lugar permite, el no-lugar se concibe, por el contrario, como un espacio del anonimato y la enajenación.

Según Ritzer (2006) la distinción entre lugares y no-lugares tiene que ver bastante con la distinción que propone Castells (1999) entre los “espacios de los lugares” y los “espacios de los flujos”. Los primeros tienden a ser escenarios únicos caracterizados por vínculos geográficos ricos y un conjunto de características con profundos vínculos a zonas específicas de la historia local, mientras que los segundos tienden a ser genéricos, carecen de vínculos geográficos y tienden a ser intemporales y con una sociabilidad débil. Desde este punto de vista, Ritzer (2006) relaciona los espacios de los lugares con el algo y los espacios de flujos con la nada.

En el lado de los lugares antropológicos opuestos a los no-lugares, Nora (1984) ha desarrollado el concepto de *lieux de mémoire* (lugares de memoria). Estos aparecen como núcleos significativos y singulares (tanto materiales como inmateriales, de larga duración a través de las generaciones) para la activación de la memoria y la identidad colectivas. El

lugar de memoria se caracteriza por una fuerte carga histórica de simbolismo o de emoción, hallándose muy arraigado en las convenciones y costumbres sociales, culturales, y políticas. Se modifica, en todo caso, en la medida en que cambian las maneras de su recepción, apropiación, uso y tradición. Los lugares de memoria son estabilizadores de la memoria dentro del espacio geográfico dotado de sentido por los grupos humanos, muy especialmente en el caso de las ciudades. Así sucede con determinadas plazas, rincones, monumentos, altares urbanos, jardines, encrucijadas, pórticos o itinerarios, imbuidos de recuerdos y mitos colectivos, portadores de toda una carga simbólica que permite la intensificación de los sentimientos identitarios compartidos. Este concepto no está muy alejado de la localidad o *locally*, que Appadurai (2004) considera como una propiedad fenomenológica de la vida social, de carácter fundamentalmente relacional y contextual, con valor emocional o simbólico. La localidad y sus lugares se constituyen así como “una estructura de sentimiento”, generada por algunas formas de actividad intencional, que produce ciertos tipos de efecto material y se expresa en determinados modos de acción y de socialidad.

3. Los glolugares como escenarios de la glocalización

Frente a estas concepciones, que oscilan entre el no-lugar y el lugar o lugar de memoria, hay quien defiende que existe un término medio, un concepto mediador, “cada vez más importante en nuestro mundo globalizado y que, sin embargo, tiende a olvidarse de una manera harto paradójica: las ciudades, es decir, esos territorios que no se acotan al terreno pero que no se difuminan del todo en el tránsito, espacios a medio camino entre los lugares y los no-lugares” (Prieto, 2011: 119).

Para el autor el espacio de la ciudad es determinado y singular, se construye en torno a una identidad determinada; con respecto a los lugares, sin embargo, el espacio es indeterminado y abierto, susceptible tanto del anonimato como del proyecto social:

Lejos de acentuar la polaridad antitética entre lo más determinado y lo más genérico –entre el lugar y el no-lugar– entre lo más cerrado y lo más abierto –la comunidad orgánica y el régimen del solitario– el espacio los une, media entre ellos: es una construcción física y espiritual a la vez, a medio camino entre la teoría y la práctica (Prieto, 2011:120).

Ciertamente, tanto los lugares como los no-lugares se pueden ubicar en ciudades, pero lo interesante de la propuesta de Prieto (2011) es que determinadas derivas urbanas acentúan realidades híbridas, generando no solo espacios entre lugares y no-lugares, sino nuevos espacios con potencialidades que van más allá de la polaridad referida, que nosotros intentaremos identificar seguidamente.

Para ilustrar la ciudad como término medio entre los lugares y los no-lugares, Prieto habla del proceso de “astanización”, tomando para ello la referencia de Astaná, capital de Kazajstán, próxima a la realidad urbana de algunos espacios en ciudades como Shanghai, Las Vegas, Singapur, Macao o Dubai. El autor habla de Astaná como una ciudad *in vitro*, en la medida que es una ciudad surgida casi de la nada, fuera de la historia pero nacida de la voluntad de un poder supremo, o incluso de un líder personal⁴. Este tipo de ciudades no constituyen una novedad histórica, pero en Astaná y las ciudades afectadas por la “astanización” se detecta un nuevo monumentalismo, muy ligado a la imagen que quiere transmitir el poder, caracterizado por arquitecturas icónicas. Se trata de un monumentalismo mediático, programático e icónico, que pretende colocar a la ciudad “astanizada” (o a través de espacios “astanizados” en ciudades históricas) en el circuito de ciudades globales, en las megalópolis de la Red:

Su aspiración es llegar a una presencia global –es decir, a una omnipresencia- conseguida a través de la repetición y la difusión universal de sus imágenes más características, iconos de fácil consumo que, una vez replicados, son distribuidos por los omnímodos canales virtuales, multiplicándose sin descanso como si albergasen en su interior un juego de espejos enfrentados. Para que el efecto clonador sea efectivo, es necesario recurrir a aquellas imágenes (el rascacielos, la pirámide, las luces efectistas) cuyo efecto epatante esté garantizado. Por eso, Astaná, y en general las ciudades *in vitro*, necesitan de los servicios de aquellos – los arquitectos que, no en vano, se llaman ‘mediáticos’ – que ofrecen una imagen de marca, un producto reconocible y democrático, capaz de sorprender por igual al iletrado y al culto, al pobre y al plutócrata. El espíritu que alienta este proceso es semejante al que mueve a los nuevos ricos que erigen sus inmensas y pomposas mansiones: afirmar que *están aquí*, es decir, presentes en la Red (Prieto, 2011: 48).

El enfoque que pone el acento en la “astanización” y en las ciudades contemporáneas como híbridos entre lugares y no-lugares, nos interesa en la medida que nos acerca a un fenómeno urbano complejo, relativamente novedoso y en constante crecimiento, que hemos denominado como el *glo lugar* (*gloplaces, glocieux*). Lo designamos así porque describe un espacio urbano híbrido que conjuga aspectos del lugar (incluso del lugar de memoria) y del no-lugar, sin ser ninguno de los dos en concreto. Los glo lugares

⁴ De hecho, Astaná fue mandada levantar en 1994 por Nursultán Nazarbáyev, el dictatorial presidente de Kazajstán como corolario de su poderío. La ciudad, con grandes edificios icónicos diseñados por Norman Foster, fue declarada nueva capital del país en 1998, y desde entonces Nazarbáyev la ha utilizado como sede de grandes cumbres y eventos internacionales, aprovechando la posición estratégica de su país y de sus ricos recursos naturales (ver HIGUERAS, G: “Nazarbáyev, el faraón del frío”, *El País*, 2 septiembre 2012).

son otra cosa, una novedad de la modernidad globalizada donde la dialéctica entre glocalización y grobarización adquiere plena visibilidad, física y sólida, pero también virtual y líquida. En los glolugares, además, se dejan sentir los efectos de las políticas neoliberales sobre los tejidos urbanos, así como la lógica de la competitividad constante dentro de la red de ciudades mundiales con aspiraciones y sus efectos sociales dualizadores (Cucó, 2013; Díaz Orueta, 2013; Gaja, 2013). Los glolugares, por tanto, no son espacios ni política ni ideológicamente neutros, sino que sirven a un fin, a un imaginario, a un relato prescriptivo de la realidad, a un proyecto de dominación, que implica, en última instancia, una reformulación simbólica de la identidad ciudadana.

Los glolugares constituyen espacios singulares de la glocalización. Se trata de áreas especiales preferentemente urbanas caracterizadas por una orientación eminentemente glocal, en la medida que concilian un carácter singular local con la explícita voluntad de proyección global, a través de su inserción mediática en las principales redes de ciudades globales (Sassen, 2001), ya sean de primer o segundo rango. Para acentuar su conexión mundial suelen concentrar elementos arquitectónicos impactantes, rompedores o con rasgos de ultramodernidad y vanguardia (básicamente vía turística o mediática) y buscan, a través del cultivo de la espectacularidad y la exhibición mundial, dotarse de singularidad y distintividad. Dichos elementos se suelen encargar a arquitectos de prestigio internacional, de modo que el sello de un autor queda ligado al glolugar promocionado. Este, además, ocupa superficies considerables, en algunos casos en zonas urbanas nuevas y en otros en antiguas zonas degradadas o sin usos claros, que quedan así redefinidas, rediseñadas y reimaginadas en clave de modernidad cosmopolita. Ello significa que en el conjunto de la ciudad, e incluso al margen de su historia, los glolugares se presentan como islas de cosmopolitismo, en la medida en que tienden a subrayar dicho carácter en las ciudades que los acogen, para de este modo facilitar su inserción simbólica en la red de ciudades globales. Esta circunstancia puede significar que la singularidad histórica y patrimonial de la ciudad en la que se ha asentado el glolugar pase a un segundo plano respecto a este último, a modo de complemento “pintoresco” o *atrezzo* local de lo novedoso, vanguardista y cosmopolita que representa el glolugar (Torres y Hernández, 2013). Posteriormente, en los alrededores de los glolugares pueden emerger barrios de alto nivel residencial, así como zonas comerciales más exclusivas.

Aunque en un sentido amplio el cosmopolitismo evoca un sentimiento humanista de pertenencia universal, ya sea cargado con un ideal moral y político ilustrado, o con un ideal revolucionario o internacionalista, existe un cosmopolitismo elitista, que confiere distinción social y está muy ligado al neoliberalismo, en la medida que serían realmente cosmopolitas solo aquellos que sustentan, defienden y potencian la cosmovisión de las élites neoliberales en lo que respecta al funcionamiento de la economía, la sociedad y la cultura. Dicho

cosmopolitismo elitista, que es el que subyace en el discurso de justificación oficial de los glolugares desplegados desde el poder, se sustenta en una articulación del mercado, el consumismo, la tecnociencia, la individualización y las industrias culturales, del entretenimiento y de la comunicación. Aparece como una vanguardia universalista, que es presentada como dinámica e innovadora, que ha de marcar la pauta y servir como referente de modernidad, progreso y desarrollo.

El cosmopolitismo neoliberal que legitima la instauración de los glolugares participa de un hipercapitalismo en el cual el mercado aparece como cultura global, en la medida que se ha convertido en esqueleto estructurador del modelo dominante de organización y vida en sociedad. Dicha cultura global mercantilizadora aparece como el sistema de referencia dominante (una suerte de *zeitgeist* contemporáneo), un modelo imaginario social integral que lo domina e impregna todo, también la cultura y la configuración de las ciudades y sus espacios, que son valorados, como los glolugares, en términos de competencia y de mercado, de rentabilidad y éxito, de eficacia y beneficios (Lipovetsky y Juvin, 2011).

Con su despliegue en el tejido urbano los glolugares aspiran a crear un efecto de punto de inflexión histórico en la trayectoria de la ciudad donde se ubican. Un glolugar presenta rasgos de los lugares de memoria, pero en vez de que el pasado actúe como referente histórico del presente, que es lo que sucede con los lugares clásicos, en este caso es el presente el que actúa como referente histórico para el futuro. Así, el glolugar se convierte en un “lugar de memoria” para el futuro, un espacio que sirve para recordar un antes y un después, un punto de inflexión en la historia de la ciudad que acoge al glolugar como uno de sus nuevos símbolos de identidad, singularidad y prestancia mundial. Mientras en los lugares clásicos la sacralización del espacio contribuye a la construcción simbólica de una identidad colectiva local consolidada, en el glolugar el espacio sacralizado —preferentemente con mecanismos rituales y simbólicos propios de las religiones civiles modernas— contribuye a la construcción de una identidad promovida, en parte conectada con la consolidada, pero marcando una innovación simbólica respecto a ella. Por ello no debe sorprender que, como veremos en el ejemplo que comentaremos en el próximo apartado, el glolugar presente trazas de la identidad histórica local, inspirándose en ella, ya sea en su diseño, los nombres de sus instalaciones o en los discursos oficiales que lo sostienen y presentan como una síntesis globalista de tradición y modernidad. A su vez, el glolugar coloniza el imaginario local, redefiniéndolo, hasta el punto de desplazar a los hitos históricos de las narrativas locales y acabar ocupando el centro simbólico de la imagen de la ciudad. Así se advierte, por ejemplo, en el caso de los *souvenirs* turísticos, que a partir de la instalación de un glolugar en una ciudad, acabarán incorporándolo de una manera significativamente destacada.

Los glolugares pueden servir para el reforzamiento e incluso reelaboración de la identidad local, a la que pretenden enriquecer con su aporte simbólico. Los glolugares suelen ser interpretados en los relatos oficiales como un potente revulsivo y revivificador del orgullo local, un acicate para promover el sentimiento de pertenencia, que resulta reforzado en la medida que este se afirma mediante la constatación de una proyección destacada en lo global. Gracias al glolugar, la ciudad que lo promueve siente que deja atrás la mediocridad, el olvido, la postergación, la indiferencia y empieza a contar en el panorama mundial. A partir del advenimiento del glolugar, la ciudad “glolugarizada” se “brandifica”, se convierte en una “ciudad-marca” que intentará cotizar al alza en el mercado mundial de ciudades emergentes o consagradas. Con el glolugar la ciudad adquiere un nuevo prestigio, un halo de globalidad, prosperidad y modernidad sin parangón en su historia. Y en el caso de las ciudades emergentes, el glolugar concede a las recién llegadas a la arena global un plus de arrogancia, intrepidez y desparpajo, capaz de “ponerlas en el mapa” definitivamente, un poco a modo de lanzadera social mundial.

A partir de la instalación de un glolugar debidamente homologado y reconocido, una ciudad puede estar ya en disposición de desfilarse en la gran pasarela de ciudades globales, de obtener su cota de pantalla, sus momentos de gloria planetaria, puede ser un poco “centro del mundo”, y es justo esta calidad de centralidad mundial, por efímera o secundaria que sea, lo que relanza el sentimiento de orgullo entre los ciudadanos, que se ven ya formando parte de algo importante, de algo realmente trascendente. El glolugar les proporciona el pasaporte a la fama, y ellos se ven participando vicariamente de aquella, conmovidos por sus destellos y encantados, más bien re-encantados, por su numinosidad cosmopolita.

Los glolugares se caracterizan igualmente por una espectacularidad presencial y mediática, inseparable de su voluntad de proyección global. A su vez persiguen convertirse en nuevos polos de atracción turística, que pueden llegar a superar en visitas a los bienes culturales históricos de las mismas ciudades que han apostado por los glolugares. En consecuencia, el centro histórico se convierte en un destino secundario respecto al glolugar, debido a que este concentra atributos muy atractivos, como la novedad, la vanguardia y la singularidad.

Tampoco debe pasarse por alto que los glolugares sirven para albergar grandes eventos urbanos, hasta el punto de que algunos glolugares se construyen o acondicionan para ser el escenario de tales grandes eventos, que suelen ser de cuatro tipos: eventos de cultura contemporánea (festivales, grandes exposiciones, acontecimientos culturales), eventos temáticos (Exposiciones Universales, eventos científicos y de nuevas tecnologías) encuentros mundiales mediáticos (congresos y foros) y eventos deportivos globales (Olimpíadas, Campeonatos del Mundo, competiciones de alto nivel mundial). De esto se

desprende que los glolugares suelen concentrar una serie de rasgos como son la exaltación de la ciencia y la tecnología, la apelación a la cultura y el arte, la vocación de espectáculo (especialmente el deportivo), ocio y diversión, y su aspiración a convertirse en icono turístico y nuevo condensador de una identidad local redefinida por el propio impacto del glolugar.

Los glolugares, espacios urbanos desterritorializados, no son propiamente parques temáticos, parques tecnológicos, centros comerciales, palacios de congresos, escenarios artísticos, recintos deportivos, espacios de ocio y juego, museos o centros científicos, pero a su vez son una mezcla de todos estos espacios, una combinación que le confiere al glolugar un carácter híbrido, complejo, multiforme, multifuncional y muy adaptable a las diversas propuestas que sobre él se vayan planteando. Lo que todos los glolugares tienen en común es la voluntad de proyección mundial, de hacer ver que cada glolugar es un centro activo de cosmopolitismo que reclama siempre visibilidad y reconocimiento. Y no solo eso, pues los glolugares se presentan como concentrados de genuinidad, autenticidad, naturalidad, sentido y significado, aunque siempre están ligados a la red global.

Por su capacidad de concentrar grandes eventos, grandes proyectos y grandes infraestructuras, los glolugares contribuyen a propiciar oportunidades de grandes negocios, que en no pocas ocasiones van ligados a situaciones de corrupción y nepotismo en las administraciones públicas que los promueven y que, frecuentemente, los financian. De hecho, la mayor parte de la financiación de los glolugares sale de las arcas públicas, de una política cultural de grandes intervenciones espectaculares que buscan su rédito en votos o en reconocimiento popular. Para ello se obvian otro tipo de prioridades públicas, destinándose grandes sumas de dinero a unas obras que acaban beneficiando a grandes grupos del sector inmobiliario, y contribuyendo, además, a una acentuada segregación del espacio urbano.

Los glolugares suelen expresar, a través de la grandiosidad y pretenciosidad de sus artefactos arquitectónicos, la acción y afirmación de los poderes que los auspician. Tanto es así que su huella se aprecia también en los entornos, en el paisaje urbano de tantas ciudades glolugarizadas, con zonas privilegiadas y otras olvidadas, con intervenciones de difícil reversibilidad y considerables deudas en los presupuestos públicos. Una situación inseparable de la opacidad que suele acompañar al esclarecimiento de la gestión económica y política de los glolugares, que presenta considerables agujeros y da lugar a dudas razonables sobre su racionalidad (Gaja, 2009).

Los glolugares, como espacios escenográficos de la opulencia que son, se insertan en los circuitos globales de competitividad y mercantilización cultural, presentando por ello trazos de los no-lugares, en la medida en que también funcionan como espacios de circulación, consumo y presentan aspectos universalmente estandarizados. Con todo, y a

diferencia de los no-lugares, los glolugares presentan una vocación de continuidad y permanencia, de emoción e identidad que los liga más a los lugares clásicos, pues el glolugar pretende conferir solidez o solvencia antropológica a lo que son grandes hitos de la modernidad avanzada, atravesados por el culto a la novedad. Sin embargo, y precisamente por ello, el glolugar también es sinónimo de crecimiento y cambio, y depende mucho de la arquitectura y la redefinición de antiguos paisajes urbanos más o menos degradados que contribuye a reinterpretar y recodificar. Por esta razón, los glolugares también presentan rasgos de adaptabilidad y flexibilidad, en la medida que aspiran a ser referentes en el competitivo y brandificador mundo urbano del capitalismo tardío. No obstante, nada asegura, en función del carácter altamente líquido de la modernidad avanzada, de quienes son hijos los glolugares, que estos no puedan entrar en decadencia en un momento determinado. No hay más que observar los llamados “elefantes blancos”, por lo general pretenciosas edificaciones o ambiciosas infraestructuras, surgidas a consecuencia de la burbuja inmobiliaria, y destinadas a “colocar” una ciudad o pueblo en el mapa mundial, pero que a raíz de los efectos de la crisis económica desatada en 2008 se han visto inacabadas o abandonadas por falta de presupuesto para su realización o mantenimiento⁵.

Por todo ello bien se puede añadir una última característica de los glolugares, inherente a la propia condición líquida de la modernidad avanzada y del capitalismo contemporáneo (Bauman, 2003), y es que los glolugares, como productos globales y mercantiles que son, se ven obligados a redefinirse y a reinventarse continuamente. Debe considerarse que, aunque cada glolugar busca su propia especificidad, los glolugares no dejan de ser productos estandarizados y altamente grobarizados, donde la distinción y singularidad que poseen los lugares de memoria quedan muy desdibujadas por las directrices de modernidad y diseño mundialmente homologados que les caracteriza, lo que, a la postre, les confiere fragilidad, les expone a quedar obsoletos o desplazados por glolugares más novedosos, espectaculares y dinámicos.

4. Un posible glolugar en Valencia: el caso del área Ciudad de las Artes y las Ciencias-Puerto

Se podría intentar ilustrar el concepto de glolugar con diversos ejemplos, como las instalaciones de las Exposiciones Universales, las áreas deportivas construidas con motivo de los Juegos Olímpicos, determinados estadios de fútbol emblemáticos, o recintos como el *Futuroscope* de Poitiers. También resultaría pertinente citar el caso de los vanguardistas espacios edificados en las repúblicas ex-soviéticas enriquecidas con sus potentes recursos energéticos, como ha ocurrido en Rusia, Kazajistán, Uzbekistán, Turkmenistán y Azerbaiyán. En todas ellas se han levantado pretenciosos conjuntos diseñados por

⁵ Ver *El País*, 18 agosto 2012.

prestigiosos arquitectos de fama internacional. Uno de los casos más reseñables es el de Bakú, capital de Azerbaiyán, donde se ha construido el proyecto “Ciudad Blanca”, que combina hoteles, centros comerciales y numerosas obras públicas. Su obra estrella es el *Crystal Hall*, auditorio ultramoderno construido expreso para albergar el Festival de Eurovisión de 2012. Para realizar todas estas obras hubo que demoler viviendas, desalojar sin previo aviso a sus inquilinos y enfrentarse a las condenas de organizaciones defensoras de los derechos humanos. Y es que no es extraño que la construcción de los glolugares esté rodeada de polémicas, irregularidades económicas, maquinaciones urbanísticas y tramas corruptas que ligan intereses privados a grupos en el poder. En el caso de Bakú el gran emblema del complejo glolugar que ocupa una extensión de 250.000 metros cuadrados son las *Flame Towers*, tres torres que semejan llamas (pues Azerbaiyán significa “tierra de fuego”) y alcanzan todas ellas más de 200 metros de altura, y ocupan 25.000 metros cuadrados. En el caso de Bakú aparece claramente una de las características esenciales de los glolugares: la pretensión de colocar la ciudad y el país en el mapa global, atrayendo eventos mundiales y reclamando un carácter de modernidad y vanguardia para un país que se pretende “emergente”.

Se podrían citar más ejemplos de lo que entendemos que pueden ser considerados glolugares a lo largo y ancho del mundo, pero seguidamente, y para presentar mejor el concepto, nos centraremos en un caso más cercano, bastante representativo de lo que es un glolugar. Nos referimos al área que comprende la Ciudad de las Artes y las Ciencias (CAC) y el Puerto de la ciudad de Valencia, en la costa mediterránea española, un buen ejemplo de lo que se ha dado en llamar “proyectos-objeto” en la línea del “urbanismo del espectáculo”, y que en poco tiempo fue definido como “espacio de modernidad” y “referencia de la vanguardia europea e internacional” (Cucó, 2013). El área está ubicada en la zona de la desembocadura del lecho del río Turia, desecado tras la riada que asoló Valencia en 1957. Convertido en un extenso parque urbano (el Jardín Fluvial del Turia), conecta con el puerto moderno de la ciudad. En la última década esta zona se ha transformado en un destino turístico de primer orden nacional e internacional, además de atractor de grandes eventos transnacionales, al tiempo que ha transformado la fisonomía e imagen de Valencia, a la que ha conferido un aura de vanguardia, innovación, modernidad y globalidad⁶. El área CAC-Puerto se ha convertido en un glolugar destacado que ha

⁶ Como se ha señalado recientemente, en los últimos cincuenta años “Valencia ha ido modificando su naturaleza: de ciudad comercial, en menor medida industrial, y con una significativa presencia agrícola, a una ciudad cuyos gobernantes pretenden sustentar económicamente sobre la imagen, el espectáculo y la fiesta permanente”, lo que ha acabado generando toda una reformulación en las prioridades y actuaciones en el campo de la gobernanza urbana, eminentemente dirigista, vertical y sin apenas deliberación ni participación ciudadana (Alcalá-Santaella, Díaz Orueta, Ginés y Lourés, 2011).

colocado a Valencia en la geografía mundial del turismo, el ocio y el entretenimiento. Un símbolo emblemático convertido en “metáfora movilizadora”, en la medida “que ha adquirido la capacidad de conectar y apropiarse de los significados positivos, y de la legitimidad, que deriva de ciertos símbolos clave para el poder como son la modernidad, el interés público y el futuro” (Cucó, 2013). A continuación describiremos con mayor detalle el espacio estudiado y argumentaremos por qué puede ser catalogado como un glolugar.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias es un extenso complejo arquitectónico, cultural y de ocio en el cual han intervenido prestigiosos arquitectos valencianos como Santiago Calatrava y Félix Candela. El proyecto data de 1989, cuando el entonces gobierno socialista de la Generalitat Valenciana (máxima institución del gobierno autonómico) pensó en levantar un museo científico y una torre de telecomunicaciones que hubiera sido la tercera más alta de Europa. En 1991 se aprobó la cesión de los terrenos y las obras comenzaron en 1994. Pero en las elecciones autonómicas de 1995 los socialistas fueron desalojados por una coalición conservadora liderada por el Partido Popular, que desestimó la idea de la torre de comunicaciones y paralizó provisionalmente el proyecto. Lo retomó en breve pero cambiando su denominación inicial de “Ciudad de las Ciencias” por “Ciudad de las Artes y las Ciencias” y añadiendo los proyectos de un palacio de la ópera, un parque oceanográfico y un hemisférico. Este último fue el primer elemento inaugurado de todo el complejo, hecho que sucedió en 1998.

El proyecto de la CAC debe entenderse en el contexto derivado de los grandes eventos de 1992 en España, en el que destacaron mundialmente las Olimpiadas de Barcelona, la Exposición Universal de Sevilla y la Capital Cultural de Madrid. Valencia se quedó fuera de estos eventos, por lo que ya el gobierno autonómico socialista intentó que la ciudad también dispusiera de algún gran proyecto emblemático. Los objetivos eran generar un foco de oferta complementaria al turismo existente (básicamente de negocios y congresos y de sol y playa), activar una oferta local de ocio de alto nivel, aportar a Valencia una imagen de modernidad que articulara su “city marketing” (Rausell, 2004) y regenerar el espacio urbano de una amplia zona de la ciudad. Dicho de otra forma, a partir de 1995 las clases dirigentes valencianas optaron por una reelaboración cosmopolita de la imagen de la ciudad para convertirla en una “marca global”, es decir, en un activo potencialmente rentable desde la perspectiva globalista neoliberal, debido a su componente altamente espectacular. De este modo, Valencia transformó una parte nueva de sí misma en una superproducción cultural para el mercado global, lo que progresivamente iría dejando en un plano menos preferente a sus grandes referentes históricos y patrimoniales, ubicados en su viejo centro histórico, hasta entonces centrales en el imaginario de la ciudad (Martí, 2010; Monfort, 2010; Santamarina y Moncusí, 2013).

Mirándose en el espejo del éxito del Museo Guggenheim en Bilbao, la derecha valenciana continuó la apuesta por la modernidad, de manera incluso más desahogada que en la etapa anterior, lanzándose a la promoción de grandes eventos y contenedores culturales especialmente en sectores como las artes plásticas o el teatro (Rausell, 2006). Su objetivo, claramente explicitado, consistía en recolocar a Valencia en una red global de eventos culturales y turísticos, algo muy acorde con la intensificación a gran escala de los procesos de globalización y de conectividad cultural. De esta forma, el Partido Popular se lanzó a redefinir los perfiles culturales, urbanísticos y turísticos de la ciudad de Valencia, constituyendo la Ciudad de las Artes y las Ciencias, que ocupa una superficie de 35 hectáreas y 1.800 metros de longitud. Y con éxito, hasta el punto de que en muy poco tiempo se ha convertido en un marcador de la identidad valenciana al mismo nivel que la Valencia patrimonial y artística⁷.

Entre 1998 y 2008 este proyecto emblemático, tan complejo y diverso como la mayor parte de glugares, se fue consolidando mediante la transformación radical de todo el entorno urbano adyacente. El proyecto, que hoy ya es toda una realidad, consta de los siguientes elementos: *L'Hemisfèric*, donde se proyectan películas en formato IMAX y Laserium de última generación; el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe (inaugurado en 2000), con más de 30.000 metros cuadrados dedicados a la divulgación científica y tecnológica; *L'Umbracle*, que alberga en su interior un enorme aparcamiento y que en su exterior es un jardín central arbolado; *L'Oceanogràfic*, un *acuarium* de más de 110.000 metros cuadrados con representación de los principales ecosistemas marinos del planeta; y el *Palau de les Arts Reina Sofía* (inaugurado en 2006), un auditorio múltiple de cuatro salas que permiten la representación de arte clásico y contemporáneo de ópera, danza y teatro. La Ciudad de las Artes y las Ciencias (*Ciutat de les Arts i les Ciències*) ha relanzado mundialmente la imagen de Valencia insertándola en los grandes circuitos de turismo

⁷ La CAC está gestionada por la sociedad CACSA, con un 100 % de capital público. No se sabe el coste real del complejo, aunque estimaciones paraoficiales lo sitúan en 1.300 millones de euros, lo que supone un sobrecoste del 500 % respecto al presupuesto inicial. Lo que sí se sabe es que el precio del metro cuadrado de las zonas colindantes se disparó, hasta el punto de que dichas áreas se han revalorizado en 460 millones de euros en los últimos diez o quince años (Gaja, 2008). Si a ello se unen los costosos gastos de mantenimiento y explotación, así como la dudosa utilidad social de muchas de sus instalaciones, no extraña que la CAC, como también ha sucedido con la reforma del Puerto para adaptarlo a los grandes eventos deportivos, se ha convertido en una operación urbana muy controvertida. Con todo, la potencia del discurso oficial ha conseguido presentar la CAC-Puerto como algo imprescindible para Valencia, por lo que se ha sustraído al terreno de la discusión socio-política (Alcalá-Santaella, Díaz Orueta, Ginés y Lourés, 2011). Solo los desastrosos efectos de la crisis económica en la administración pública valenciana, ya en quiebra técnica desde 2011, han hecho que proliferen las críticas a los excesos, ocultaciones y aspectos turbios de la puesta en marcha de la CAC-Puerto.

cultural. Posteriormente se añadió el edificio del *Ágora*, sin uso concretado, y el puente del Assud d'Or, también obra de Santiago Calatrava, como el resto de edificios, menos el Oceanográfico (de Félix Candela).

En la CAC se han desarrollado en los últimos años grandes eventos de carácter mundial y muy mediáticos, caso de festivales de música como el *MTV Winters*, eventos deportivos como el *Masters ATP* de Tenis, la Global Champions Tour Hípica (2009), certámenes informáticos como el *Campus Party* o el Encuentro Mundial de las Familias de 2006, presidido por el papa Benedicto XVI. Además, a raíz de la concesión a Valencia de la celebración de la *America's Cup*, cuya primera edición se celebró en 2007, se remodeló el Puerto de la ciudad con la edificación de la Marina Real Juan Carlos I, que incluía edificios vanguardistas como *Veles e vents* o un puerto deportivo, instalaciones especializadas en regatas y una zona de ocio nocturno. El espacio estaba relativamente cercano a la CAC, y su relevancia todavía aumentó más cuando se construyó allí mismo el circuito urbano de la Formula 1, que tuvo su primera edición en 2008. Por si fuera poco, y a resultas de estos eventos, el puerto de Valencia se transformó en un amarradero de cruceros de lujo, de modo que la ciudad pasó a atraer a una selecta clientela de turistas, empresarios, profesionales y ejecutivos de alto nivel. Todo ello ha generado una completa transformación del frente marítimo norte, con una conexión con al antiguo lecho fluvial (lo que constituiría el delta del Turia), hasta alcanzar las proximidades de la ciudad histórica (Gaja, 2008; Benlloch, 2009)⁸.

La eclosión de la CAC y las actividades mediáticas del nuevo Puerto, prácticamente enlazados en lo que es la moderna “área global” de Valencia –tanto en términos simbólicos como económicos– hicieron algo muy propio de la puesta en marcha de los glolugares: consiguieron hacer recular los antiguos paisajes urbanos en decadencia (antiguas zonas industriales desmanteladas y una huerta menguante), desarrollándose, al abrigo del ciclo expansivo inmobiliario español (1995-2007), un nuevo entorno (barrio moderno de *Penya-roja*, articulado por la Avenida de Francia) caracterizado por complejos residenciales de alto *standing*, grandes torres de rascacielos, centros comerciales de diseño para un elevado poder adquisitivo y un centro de negocios subsidiario pero en crecimiento, justo al lado de la recién inaugurada Ciudad de la Justicia, enorme complejo arquitectónico donde se concentra toda la actividad judicial de la ciudad y la provincia. En sus alrededores, sin embargo, permanecerían espacios degradados y segregados cercanos a la huerta o a los barrios marítimos (Barrios de Natzaret o La Punta). De esta forma, en el lapso de apenas

⁸ Vinculadas a estas intervenciones en la fachada marítima se planearon otros proyectos como el Plan Valencia Litoral, el PAI del Grao, el Proyecto del Parque Central, Sociópolis o la apertura de la Av. Blasco Ibáñez hasta el mar, partiendo por la mitad el barrio popular del Cabanyal.

una década, quedaba constituido un glolugar en la zona este de Valencia, destinado a transformar radicalmente su posición en la red de ciudades globales medianas.

La puesta en marcha del glolugar CAC-Puerto es inseparable de los proyectos urbanos de la administración valenciana (tanto del Ayuntamiento de Valencia como del gobierno autonómico), que apostaron, como ya hemos señalado, por la confluencia entre Grandes Eventos y Grandes Proyectos⁹, muchos de ellos opacos y con ramificaciones corruptas en la administración pública, que han producido enormes transferencias de renta a sectores privados, especialmente grandes constructoras, sin ningún tipo de control público, lo que a la postre ha contribuido a arruinar las cajas de ahorro que invirtieron fondos generosamente y a las arcas públicas valencianas (Gaja, 2013)¹⁰. Dichos proyectos faraónicos, que imaginaban la ciudad como un icono mediático de gran relumbrón, están vinculados a las oportunidades de negocio derivadas del ya citado ciclo expansivo inmobiliario, en el que se volcaron prácticamente todas las administraciones públicas españolas, sin pensar en las consecuencias a medio y largo plazo¹¹. Especialmente en un contexto internacional de progresiva sustitución de la política urbana por el marketing urbano y un urbanismo "urbano" centrado en la lógica de grandes proyectos, eventos y "artefactos", realizados por lo general al margen de la planificación territorial urbana (Bellet, 2013). Como señala esta autora, el modelo se aplicó primero en las grandes áreas metropolitanas españolas (Madrid y Barcelona) o ciudades en fuerte declive industrial como Bilbao, y pronto le siguieron el resto de las grandes ciudades españolas, preocupadas de generar una nueva ciudad-espectáculo (Fernández Durán, 2006) o ciudad-mercancía.

En el caso de Valencia esta orientación resultó hiperbólica, no solo por la cantidad de recursos destinados a estos proyectos –caso del glolugar que nos ocupa– sino por los

⁹ En el ayuntamiento de Valencia existe una Concejalía de Grandes Proyectos y Grandes Eventos, una de las mejor dotadas económicamente y con más peso político en el seno del consistorio municipal.

¹⁰ Según Gaja (2013: 205-206), la clave “está en comprender el mega despilfarro de los megaproyectos, de las megainfraestructuras, de los megaeventos”, lo que ha supuesto “una transferencia de capitales públicos a sectores privados que se han enriquecido hasta extremos impensables, unas empresas que no podrían ni existir sin esa fuente de alimentación”. Tanto es así que al estallar el escándalo de la trama Gürtel en España, destapada en 2009, se ha ido descubriendo que en su ramificación valenciana existen evidentes vínculos entre los negocios de la trama de corrupción, implicada también en la financiación ilegal del Partido Popular, y la concesión y gestión de algunos grandes eventos y proyectos celebrados en la CAC-Puerto, como la visita del papa, la celebración de la Fórmula 1 o el sospechoso encarecimiento de los edificios más emblemáticos de la CAC, mucho más allá de los presupuestos iniciales. Actualmente la resolución de estos asuntos están en manos de los tribunales españoles.

¹¹ En la ciudad de Valencia el suelo no urbanizable se redujo entre 1988 y 2008 en casi 740 hectáreas, mientras que el suelo urbano se ha consolidado en unas 1.330 hectáreas (incluyendo el crecimiento del puerto de Valencia) (Boira, 2012).

esfuerzos que el discurso oficial hizo por resaltar la relevancia de estos iconos para la sociedad local. En opinión de Gaja (2013), el urbanismo de los Grandes Eventos “es una actividad mediática, con su *star system*, sus superproducciones, su difusión, su ranking de audiencia y refrendo. Un espectáculo que es la genuina representación de la cultura de la opulencia”, pues las ciudades compiten “para demostrarse a sí mismas y a los demás que son capaces del *citius, altius, fortius*, de ser las más rápidas, las más altas, las más fuertes”. Una lógica, la de la ciudad como icono mediático, que es la que anima a los glolugares, proyectándolos como nuevas referencias de las ciudades que compiten por hacerse un hueco en la gran pasarela mundial de artefactos simbólicos globales. En el caso de Valencia fue el Centro de Estrategias y Desarrollo (CEyD) el encargado de producir un relato en el que la apuesta por la innovación, la vanguardia, la excelencia, el liderazgo, la competitividad, el desarrollo y progreso en el seno de “la Sociedad del conocimiento y la Era Infoglobal” se fiaba casi enteramente a las instalaciones, propuestas y eventos desarrollados en la CAC-Puerto¹². Por ello el CEyD, que preconiza los Grandes Eventos como estrategia urbana, afirmaba en un documento publicado en 2009 que gracias a este glolugar “Valencia se ha situado en el mapa de las grandes urbes. Muestra de ello es su cada vez mayor presencia en los índices y *rankings* que valoran el posicionamiento de las ciudades más competitivas del mundo” (CEyD, 2009). Toda una declaración que se inserta en la corriente del cosmopolitismo neoliberal que hemos señalado que animan y justifican los glolugares en el mundo.

El glolugar CAC-Puerto presenta el ya referido carácter híbrido entre lugar, no lugar y lugar de memoria. Como señalan Santamarina y Moncusí (2013), se trata de

un objeto difícil de inscribir, situado entre el parque temático, el centro comercial, la nueva musealización y el deseo turístico (...) La amalgama de funciones y el vacío de las mismas son precisamente su rasgo definitorio, además el complejo puede ser visto como un no lugar. De ahí que haya una voluntad política y esfuerzo persuasivo por dotar de identidad, autenticidad y naturalidad a este espacio.

Se trata de presentar el objeto “como un producto genuino, verdadero y, paradójicamente, natural”, de dotarlo de sentido y significado, de mostrarlo como un organismo vivo. Por esta razón las guías turísticas lo describen con adjetivos como un “complejo único en Europa”, “espectacular”, “futurista”, “colosal”, capaz de atraer a

¹² Como ha indicado Gaja (2012): “Un potente aparato de persuasión/comunicación, con sus *keywords*, tótems del neoliberalismo, se encargaba de lograr un consentimiento social, apenas cuestionado: modernidad, progreso, crecimiento, riqueza, empleo, imagen. Una maquinaria perfectamente sincronizada y acoplada que ha funcionado a las mil maravillas, hasta que el modelo se ha derrumbado, produciendo en su caída un efecto rebote”.

“cientos de miles de turistas”. Paralelamente, el CEyD resalta que estos iconos reverdecen el Siglo de Oro valenciano (que fue el siglo XV), pues recuerda el sentido abierto, mediterráneo y emprendedor de Valencia. De modo similar, las guías turísticas insisten en que la CAC-Puerto tiene una relación directa con el agua como seña de identidad de lo valenciano, símbolo de la fertilidad de su histórica huerta y pasaporte para recuperarla, en un “salto milenarista”, la capitalidad perdida del Siglo de Oro (Santamarina y Moncusí, 2013). Ello muestra a las claras que uno de los rasgos del glocal es que se presenta como un punto de inflexión para el futuro, pero conectando con la historia y la identidad del lugar que lo acoge, por lo que intenta escapar de la atemporalidad y despersonalización del no-lugar para reivindicarse como anclado en ciertas reverberaciones de la tradición¹³. Pues el glocal pretende defender, también, una “estructura de sentimiento”. En la CAC-Puerto se detectan continuas alusiones en este sentido: las referencias al agua y a la luz mediterránea (el blanco deslumbrante de los edificios), la toponimia valenciana, las alusiones al mar y al pasado mercantil de la ciudad. Puede que se trate de unas referencias históricas e identitarias débiles, pues se pone el acento en lo moderno y lo global, pero se hacen presentes para conferir personalidad y cierto “sabor” local al glocal.

La orientación glocal del área CAC-Puerto se advierte en el hecho de que ha conseguido, como hacen los glocales, colonizar y reelaborar el imaginario local, confiriéndole una nueva sacralidad que, sin emerger de la historia, ha potenciado y revitalizado la identidad local valenciana y cierto orgullo de ciudad, en la medida que los ciudadanos han percibido que el glocal los rescataba de una suerte de injusto olvido histórico, devolvía a Valencia no solo sus añorados fulgores y confería a la ciudad moderna un plus de categoría y distinción, las mismas que sólo la visibilidad y reconocimiento de lo global pueden conceder. Así lo han manifestado ciudadanos entrevistados o que han participado en diversos grupos de discusión realizados para el proyecto de investigación donde se enmarca nuestro trabajo¹⁴. Con todo, la zona CAC-Puerto se halla sometida, como el resto de glocales, a la exigencia de la adaptación y revisión continuas, derivadas de los vaivenes del mercado del ocio mundial que le infunde sentido. Por ello pende, casi

¹³ Como ha señalado Alcaraz (2009), los espacios de grandes eventos como el CAC-Puerto participan de las características de los no-lugares, en la medida que no poseen memoria propia, tienen gran preocupación por la seguridad, procuran diferenciarse de su entorno, están ligados al cosmopolitismo vitalista de los ricos y son espacios de anonimato que hacen sentirse a sus visitantes a un tiempo comunes y extraños. Pero a su vez el glocal de la CAC-Puerto busca, como hemos comprobado, vínculos con la historia local para ganar en “personalidad” y “arraigo”. Quizás, y dada la proliferación y consolidación contemporáneas de los no-lugares, haya que empezar a caracterizar a estos como glocales potenciales.

¹⁴ No hemos trabajado explícitamente estos testimonios porque no constituía el objetivo de este artículo, que es más bien teórico y conceptual, pero los traemos a colación para reforzar el aspecto de amplia aceptación social que ha tenido el glocal presentado.

como una amenaza, la sombra de los “elefantes blancos”, la posibilidad de que el brutal impacto de la crisis económica que asola España y el País Valenciano pueda mermar o diluir el poderoso reclamo global que hasta ahora ostenta el espacio CAC-Puerto. Actualmente, algunos de sus más deslumbrantes edificios presentan deficiencias arquitectónicas estructurales (Museo de las Ciencias Príncipe Felipe y el Palau de les Arts Reina Sofía), o están inacabados (Ágora), o ha perdido el uso continuado y espectacular a que estaban destinados (Palau de les Arts Reina Sofía, *Veles e Vents*), y no pocos de los grandes eventos que allí se celebraban han desaparecido engullidos por la crisis (Fórmula 1, America's Cup, WTV Winters, Campus Party, etc.). Esa es una de las incertidumbres que acompañan a los glolugares, pues es justamente su vocación glocal la que los puede debilitar, implicados como están en una danza donde las fuerzas de la globalización centrifugan sin tregua las ciudades y todo lo que contienen.

Referencias Bibliográficas

- Alcalá-Santaella, Felipe *et alii* (2011). "Valencia". Subirats, J *et alii* (eds.) *Políticas urbanas en España. Grandes ciudades, actores, gobiernos locales*. Barcelona: Icaria: 201-227.
- Alcaraz, Manuel (2009). *De l'èxit a la crisi. Pamflet sobre política valenciana*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Appadurai, Arjun (2004). *Dimensões Culturais da Globalização*. Lisboa: Teorema.
- Augé, Marc (1993). *Los No Lugares, espacios del anonimato: Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Augé, Marc (1995). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa.
- Augé, Marc. "Llocs i no-llocs de la ciutat". *Revista d'Etnologia de Catalunya* 12 (1998): 8-15.
- Augé, Marc (2003). *El tiempo en ruinas*. Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Zygmunt (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Beck, Ulrich (2000). *Un nuevo mundo feliz. La precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Bellet, Carmen (2013). "¿De lo glocal a lo global? Las ciudades intermedias en los tiempos de la globalización". Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 23-50.
- Benlloch, Lluís (2009). *Abraçant la mar. Les narratives hegemòniques sobre el front marítim de València*, València: Memoria de DEA, Dept. de Sociologia i Antropologia Social, Universitat de València (inédita).
- Boira, Josep Vicent (2012). *València, la tormenta perfecta*. Barcelona: RBA.
- Castells, Manuel (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cucó, Josepa (2013). "Poniendo a Valencia en el mapa global. Políticas, desarrollos urbanos y narrativas sobre la ciudad" Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 157-179.
- Díaz Orueta, Fernando (2013). "Sociedad, espacio y crisis en la ciudad neoliberal" Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 201-228.
- Fernández Durán, Ramón. "[El tsunami urbanizador español y mundial](#)". *Ciudades para un futuro más sostenible* 38 (2006). Madrid: Universidad Politécnica de Madrid y Ministerio de Fomento. DOI: 10.3989/revmetalm.2006.v42.i4.27

- Gaja, Fernando. "Grandi Eventi, grandi progetti: una scommessa ad alto rischio". *Rivista Trimestrale del Dipartimento di Architettura e Pianificazione del Politecnico di Milano* 48 (2009): 91-98.
- Gaja, Fernando (2013). "Cui prodest? Grandes eventos/grandes proyectos. Una apuesta perdida" Cucó, J (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 201-228.
- García Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Giddens, Anthony (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- Hannerz, Ulf (1998). *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Madrid: Cátedra.
- Hernández, Gil-Manuel (2012). *La condición global. Hacia una sociología de la globalización*. Valencia: Obrapropia.
- Ianni, Octavio (2005). *La sociología y el mundo moderno*. México: Siglo XXI.
- Jameson, Fredric. "La globalització com a qüestió filosòfica". *L'Espill* 4 (2000): 25-44.
- Lipovetsky, Gilles y Juvin, Hervé (2011). *El Occidente globalizado. Un debate sobre la cultura planetaria*. Barcelona: Anagrama.
- Martí, Javier (2010). "Turismo y museos en la ciudad de Valencia". Arrieta, I (ed.) *Museos y parques naturales: comunidades locales, administraciones públicas y patrimonialización de la cultura y la naturaleza*. Bilbao: Universidad del País Vasco: 63-90.
- Monfort, Vicent (2010). "Valencia: turismo cubista". Sorribes, J. (ed.). *Valencia, 1957-2007. De la riada a la Copa del América*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València: 101-154.
- Nancy, Jean Luc (2003). *La creación del mundo o la mundialización*. Barcelona: Paidós.
- Nora, Pierre (1984). *Les lieux de mémoire*. Paris: Gallimard.
- Ortiz, Renato (1997). *Mundialización y cultura*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- Polanyi, Karl (1989). *La gran transformación*. Madrid: La Piqueta.
- Prieto, Eduardo (2011). *La arquitectura de la ciudad global. Redes, no-lugares, naturaleza*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Rausell, Pau (2004). "La ciudad de las Artes y las Ciencias y el turismo cultural". Font, Joan. *Casos de turismo cultural*. Barcelona: Ariel: 361-390.
- Rausell, Pau. "Consideraciones sobre el tránsito de Valencia hacia la Ciudad Global". *Ciudades. Políticas culturales para ciudades y ciudadanos* 71 (2006): 26-34.
- Ritzer, George (2006). *La globalización de la nada*. Madrid: Editorial Popular.
- Robertson, Robert (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.

- Robertson, Robert. "Identidad nacional y globalización: falacias contemporáneas", *Revista Mexicana de Sociología* 60 (1998): 3-19. DOI: 10.2307/3541253
- Robertson, Robert. "Globalización: tiempo-espacio y homogeneidad-heterogeneidad". *Zona Abierta* 92/93 (2000): 213-241.
- Santamarina, B. y Moncusí, A. (2013). "Manifiestos y latencias en la Valencia de las guías turísticas". Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 259-283.
- Sassen, Saskia (2001). *The Global City*. Princeton: Princeton University Press.
- Tomlinson, John (2001). *Globalización y Cultura*. México: Oxford University Press.
- Torres, Francisco y Hernández, Gil-Manuel (2013). "Estar en el mapa tenía un precio. El Centro Histórico popular en la Valencia glocalizada. Los barrios de El Mercat y El Carme". Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*. Barcelona: Icaria: 377-399.