

## DEBATE // LAS GRANDES INFRAESTRUCTURAS

El inicio del masivo bombardeo publicitario destinado a vender las bondades de la Exposición Internacional Zaragoza 2008, y la nueva presentación de la candidatura de

Madrid como futura sede olímpica, son jalones que nos vienen a recordar el destacado papel que los grandes eventos culturales –tipo Fórum, Juegos Olímpicos, Ejes

culturales, etc.– juegan en las vidas de las modernas metrópolis. El texto que sigue reflexiona sobre lo que dichos grandes eventos pueden suponer.

DEBATE@DIAGONALPERIODICO.NET

# Lille 3000: la ciudad espectáculo

REINON MUÑOZ

Periodista y escritor

Martine Aubry, la alcaldesa de Lille (Francia), ex ministra de Trabajo, acaba de presentar el programa de Lille 3000, evento económico-cultural que pretende establecer una continuidad con respecto a Lille 2004, Capital Europea de la Cultura. La nueva sesión 'cultural' tendrá lugar entre el 14 de octubre de 2006 y el 14 de enero de 2007, y girará en torno al tema de la ciudad india de Bombay. Se llevarán a cabo exposiciones, espectáculos de danza y teatro, cine, conciertos e instalaciones, con el objetivo, en palabras de la señora Aubry, de "interrogar" sobre múltiples temáticas: la economía y las nuevas tecnologías, el arte de vivir en una ciudad y la espiritualidad... Además, Aubry anuncia la extensión de las actividades a varias ciudades del extrarradio y a la Euroregión; y la organización de un nuevo evento multitudinario para el 2008, esta vez en torno al tema de Europa Oriental.

## Lavado de imagen

Uno de los objetivos declarados de Lille 2004, Capital Europea de la Cultura, era cambiar la imagen de la ciudad. Esta carrera debuta unos diez años atrás mediante la construcción del proyecto Euralille, uno de esos centros de negocios estériles, que contó con la participación de prestigiosos y caros arquitectos para atraer la pasta, ofreciendo la ciudad como un producto: enorme superficie de oficinas a un precio 40% más barato que en Londres o París; estación internacional de trenes; aeropuerto internacional; nuevo recinto ferial diseño Koolhaas; tupida red de autopistas; club de fútbol en Liga de Campeones, etc. El proyecto fue promovido por Pierre Maurois, ex primer ministro de Mitterrand. Se trataba de lavar la imagen de ciudad industrial, proletaria, miserable y peligrosa que muchos franceses tienen de Lille. En esta región se situó la mayor parte de la industria minera y textil del país, así como uno de los motores del movimiento obrero francés. Fue en un café de Lille donde se cantó por primera vez *La Internacional*. Ciudad de tradición y cultura proletaria, de corralas, fábricas ciclópeas, emigración argelina y catolicísima burguesía industrial en búnker, era necesario un lavado de cara radical. Por una parte, la infraestructura eco-



nómico-terciaria no es suficiente para el oficinista: es necesario que también sea *exciting*, es decir: clubes de techno, restaurantes tibetanos, música clásica, parques de atracciones, centros comerciales, *boutiques* de marca y artistas. El pobre P. Maurois,

## Lille es una ciudad industrial, miserable y peligrosa, de tradición y cultura proletaria, de corralas y fábricas ciclópeas

un obrero voluntarioso, no podía llevar a cabo la parte espectacular de la tarea. Hacía falta alguien con nuevas ideas, una persona de mundo.

## Otra cara

Martine Aubry es una enarca, una profesional del poder, una teórica del espectáculo meta-burgués. Mujer cosmopolita, parisina, su familia po-

seía una fábrica de tabaco en la ciudad. Éste era su principal lazo con Lille y por eso se pensó en ella. Aubry forma parte de una élite filantrópica que pretende la paz social a través del arte. Su equipo de técnicos se puso manos a la obra, venciendo poco a poco las resistencias de los palurdos locales, construyendo parques, apoyando a los artistas, multiplicando los mecanismos de concertación con la población. Para Aubry, es necesario superar la mera exclusión de las clases empobrecidas, para utilizar toda esa fuerza inerte como vector económico, asegurando por una parte su subsistencia material mínima mediante la ayuda social, y por otra, el engaño espectacular neutralizador de la capacidad de acción autónoma de las masas. En su campaña por Lille 2004, se propuso la participación ciudadana en la iniciativa, dada la necesidad de espectadores. Sin embargo, los grandes beneficiarios de la operación fueron los comerciantes, contentísimos con el fantástico aumento de los flujos de turistas adinerados que desembarcaron en la ciudad. La Cámara de Comercio, bastión de los riquísimos pa-

trones locales, la banca y los industriales, fue rápidamente seducida, para desespero de la derecha católica que perdía clientes. Así, no es de extrañar que Lille 3000 cuente con la participación de grandes empresas, que de paso se benefician de la lluvia de dinero necesaria para construir las infraestructuras.

## El espectáculo

Lille 3000 es una empresa político-espectacular que aspira a la transformación continua de la ciudad. He aquí la novedad del producto y su interés como nueva vuelta de tuerca del capitalismo. En el centro, la aspiración situacionista de transformar el espacio vital en espacio de juego, de transformación y de libertad. De hecho, la nueva recuperación capitalista de una buena idea, para tergiversarla y ponerla al servicio de los rentistas. Y quizás por esto –o quizás no, vete a saber– las primeras figuras en la estructura han comenzado a manifestarse. En primer lugar, el enorme apetito presupuestario de Aubry ha provocado la ruptura con Mauroy, el auténtico hombre

de terreno, el *capo di tutti i capi*. En segundo lugar, la creación de una camarilla artística afín, y de múltiples vasallajes en el seno del mundo artístico local, han provocado la furia y el rechazo de una fracción de los artistas que, queriendo participar en la superchería y viendo su financiación reducida, prefieren permanecer al margen.

## La Cámara de Comercio, la banca y los industriales fueron rápidamente seducidos, para desespero de la derecha católica

El resto, la masa de los 'intermitentes del espectáculo', favorable estatuto que asegura la subsistencia de muchos artistas, se apelotona para conseguir su parte del pastel. Los contactos, el dejarse ver en las fiestas, resultan pues imperativos. El análisis sociológico de estos nuevos proletarios espectaculares es de gran interés, ya que, en mi opinión, el esquema de Lille 2004, 3000, va a ser profusamente aplicado en las megalópolis del siglo XXI. Por un lado, una clase, cultivada y fresca, divertida y excitada, confortada en su bondad mediante mensajes humanitarios antisida o pro-infancia, consumidora; por otro, los obreros entre bambalinas, los actores brechtianos con contrato temporal cobrando las entradas en exposiciones *brut*. Para finalizar, la masa periférica que trabaja como una mula o que vive del paro, beneficiaria de billetes a mitad de precio. ¡Ah! Me olvidaba del aparato represivo-militar, para el que se construyen nuevas bases-fortaleza en el centro mismo de los barrios calientes, o de los militares de la Fuerza Europea de Intervención Rápida, con cuartel general en el centro del mayor parque urbano.

Y queda el tema de la India. Explicación. A Lille 3000 le importa un pijo la India, pero el Gobierno de Francia, ante la perspectiva de la emergencia de nuevas potencias mundiales, y siguiendo su política tradicional de cambio de lealtades en beneficio propio, ha decidido dedicar un año cultural a cada país. El año pasado fue el año del Brasil. El anterior, el año de China. Éste es el año de la India. Y en este marco se sitúa Lille 3000.

movimientos sociales y acción política en la red  
www.nodo50.org  
ayuda@nodo50.org  
915488348

Libérate de los productos desechables, cuida el planeta y tu cuerpo  
www.copadeluna.com  
la alternativa ecológica y económica a los tampones y compresas  
91-5287160 · 667048942

CACTUS SETAS Setas de MARIA  
SAN PEDRO  
YERBAS MÁGICAS  
Venta x correo  
L. O. A.  
Apartado 699  
2080 DONOSTIA  
lsh@euskalnet.net  
lsh@triviat.net  
94-332-21-25

bodegas LO MAXIMO  
C/ San Carlos, (Esq. Olivar)  
Lavapiés, Madrid  
91 539 00 70

creemos sinceramente que el mundo de la moda es super importante  
www.bonitacamiseta.com