

LES POLÍTIQUES URBANES DE FOMENT D'INDÚSTRIES  
CULTURALS I CREATIVES AL DISTRICTE 22@ I EL SECTOR  
ARTÍSTIC DEL POBLENOU

---



TREBALL FINAL DE GRAU  
HUMANITATS

ALUMNA: PILAR VIDAL RUEDA  
DIRECTOR: JARON ROWAN

CURS 2012-2013  
UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA

# ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ .....</b>	<b>2</b>
1.1. Objecte d'estudi, àmbit de la recerca i objectius .....	5
1.2. Metodologia .....	6
<b>2. MARC TEÒRIC .....</b>	<b>8</b>
2.1. Les polítiques públiques.....	8
2.2. La governança urbana i territorial .....	9
2.3. Les indústries culturals i creatives en les polítiques públiques .....	12
2.4. Les ciutats creatives i la nova classe creativa.....	18
<b>3. ANÀLISI: EL PROJECTE 22@ BARCELONA .....</b>	<b>23</b>
3.1. Els antecedents històrics del Poblenou abans del Pla 22@ .....	23
3.2. La Modificació del Pla General Metropolità del 22@Barcelona .....	28
3.3. Les polítiques urbanístiques: el discurs i la governança .....	30
- El conflicte de Can Ricart .....	31
3.4. Les polítiques culturals .....	35
3.5. Les polítiques de promoció econòmica .....	41
<b>4. CONCLUSIONS .....</b>	<b>47</b>
<b>5. EPÍLEG .....</b>	<b>50</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>51</b>
<b>7. ANNEXOS .....</b>	<b>57</b>

# 1. INTRODUCCIÓ

Aquest projecte d'investigació ve motivat pel meu interès acadèmic envers els diversos discursos, apareguts a finals del segle XX i a principis del XXI, que situen la cultura i la creativitat, i per extensió les indústries culturals i creatives com a factors de desenvolupament econòmic de la ciutat.

Tal com esmenta el “Pla Estratègic de Cultura de Barcelona” de l’any 2006:

*“La cultura, considerada sovint com un complement més o menys decoratiu en relació amb la resta de dominis d’intervenció pública, ha passat a ser un factor clau per el desenvolupament de les ciutats”<sup>1</sup>*

Així doncs, aquesta investigació se centra sobre la **relació entre cultura i territori**. La cultura entesa en la seva dimensió econòmica com la producció i distribució de bens i serveis culturals, a finals del segle XX i principis del XXI esdevé un excel·lent recurs en el desenvolupament territorial de la ciutat – regeneració urbana i creixement econòmic-. D'altra banda, el concepte de creativitat, que ha estat tradicionalment una de les característiques essencials de la producció cultural, es consolida en la societat postindustrial o del capitalisme avançat com a matèria prima de l'economia.

En aquest context, en un primer moment les **polítiques urbanes fomenten el model de les anomenades indústries creatives** o economia creativa com a estratègia de recuperació de les ciutats immerses en una crisi pels processos de desindustrialització i que presenten zones en estat d'abandonament. Tanmateix, aquest paradigma desdibuixa en gran mesura la distinció entre les activitats pròpiament culturals, particularment les subjectes a subvencions públiques, i les activitats creatives més adreçades al mercat.

Més endavant, **les polítiques urbanes connecten** l'esmentat model amb **la teoria de les classes i les ciutats creatives** que advoca per establir un ecosistema favorable al desenvolupament de les múltiples formes de creativitat, tot i que genera nombrosos debats entre els urbanistes, sociòlegs i economistes. Per revitalitzar les àrees degradades de les ciutats i alhora transformar les ciutats en centres competitiu globals, es defensa la importància del capital humà i de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC). La creativitat, entesa com la producció de noves idees, serà l'activitat humana a potenciar amb objectius socials, culturals i, sobretot, econòmics. Per això l'objectiu de les polítiques públiques és la d'atraure mà d'obra qualificada que generi aquesta

---

<sup>1</sup> Institut de Cultura (2006). *Pla Estratègic de Cultura - Nous Accents 2006*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona <[http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/pla\\_visio.html](http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/pla_visio.html)>

creativitat. Tanmateix, aquestes estratègies basades en tota la literatura dels discursos gerencials, produïts en gran part per cercles acadèmics de les escoles de negocis i en els consultors de les polítiques urbanes de *branding*<sup>2</sup> urbà, tendeixen a oblidar el teixit creatiu previament existent en l'entorn i els actors que l'omplen de contingut: els artistes.

L'estudi de cas de la recerca serà el **barri del Poblenou**, tradicional districte industrial barcelonès i cas paradigmàtic per estudiar *in situ* el procés d'implantació de l'economia creativa o economia del coneixement aplicat a les ciutats. En efecte, el Poblenou ha estat transformat pel Pla 22@Barcelona, programa urbanístic, econòmic i cultural que té com objectiu convertir el barri en un nucli de "l'economia del coneixement", que segons nombrosos autors s'inclou dins l'economia creativa. No obstant, aquest projecte presenta algunes contradiccions amb algun dels seus objectius. En nombroses ocasions el Pla 22@Barcelona ha actuat contra un dels agents clau de l'economia creativa, el sector artístic.

Per tal d'acotar la investigació a un **Treball Final de Grau d'Humanitats**, expliquem les estratègies de les polítiques urbanes de foment d'indústries culturals i creatives al districte 22@, amb una visió mercantilista de la cultura, i valorarem si aquestes estratègies han afavorit els centres de producció artística assentats al barri del Poblenou.

Aquesta recerca s'enquadra en l'àmbit de l'Economia de la Cultura<sup>3</sup> dins de l'itinerari de Gestió Cultural, però també beu d'altres disciplines teòriques dels estudis d'Humanitats i té, per tant, un **caràcter interdisciplinari**. Haurà d'incorporar elements de la Geografia, la Sociologia, l'Economia, els Estudis Culturals, la Història i de la Ciència Política. Els autors de referència en l'elaboració del marc teòric sobre cultura i economia (o desenvolupament territorial) són: David Trosby, Anna Carla Fonseca i Reis, George Yúdice, David Harvey, Allen J. Scott. Pel que fa a la crítica al model de les indústries culturals i creatives com una de les formes d'economització de la cultura (o culturització de l'economia), serà cabdal les aportacions de Jaron Rowan, director d'aquest treball i autor de nombrosos tractats sobre el tema. Així mateix seran de gran

---

<sup>2</sup> La traducció de l'anglicisme "*branding*" al català seria aproximadament "creació de marca registrada"

<sup>3</sup> A la dècada del 60s, amb l'aparició incipient del que coneixem com a **economia de la cultura** es va a considerar el paper central que la cultura ha tingut i té com a veritable motor de bona part dels processos econòmics. La consagració dels *mass media* i de les indústries culturals que els alimenten com a fet central del consum cultural del nostre temps tenen un paper destacat en aquest procés. A Miralles, Eduard. *Els contextos de l'acció cultural*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (pàg.22)

importància les tesis doctorals de Marc Martí i Costa i de Nicolàs Barbieri i Muttis, ambdós investigadors de l'Institut de Govern i Polítiques Públiques adscrit a la Universitat Autònoma de Barcelona.

**L'estructura del treball** s'organitza en dos grans apartats: el marc teòric i l'anàlisi de cas al districte 22@ en el barri del Poblenou de la ciutat de Barcelona.

En el marc teòric general, en primer lloc, cerquem una genealogia de les polítiques culturals que han deixat de concebre la cultura com un dret per concebre-la com un recurs. Les polítiques culturals generen força externalitats, entre elles la renovació urbana, per la qual cosa tenen fortes vinculacions amb les polítiques econòmiques i urbanístiques. En segon lloc, els canvis estructurals a nivell global també han comportat canvis en les formes de govern de les polítiques de regeneració de l'espai urbà: la governança urbana i territorial. Per tant, expliquem com els discursos polítics, utilitzen el model de l'economia creativa, o de les indústries creatives, vinculat posteriorment amb la teoria de les ciutats creatives i les classes creatives com a motors del desenvolupament territorial urbà.

En el següent apartat, ens endinsem en l'anàlisi de cas de la recerca: el barri del Poblenou afectat pel Pla 22@Barcelona. A l'inici realitzem una breu contextualització històrica per comprendre les raons de l'abandonament d'aquest barri industrial fins l'any 2000, moment en què s'aprova el projecte. L'abandonament de les fàbriques comporta l'aparició de nous usos en les antigues naus: els centres de producció artística independent. Analitzem a continuació el nou planejament urbanístic basat en el discurs de l'economia del coneixement o economia creativa. Observem com la societat 22@Barcelona de l'Ajuntament de Barcelona, encarregada de la governança en la implementació del Pla, prescindeix d'un dels actors claus del regim urbà, els centres o tallers de producció artística. S'explica un cas paradigmàtic, el conflicte de Can Ricart, centrant la nostra mirada en l'expulsió dels tallers artístics assentats a l'esmentada fàbrica. Estudiem les estratègies de les polítiques culturals a la zona del Poblenou afectada pel Pla 22@Barcelona així com les accions de suport als artistes en el conflicte de Can Ricart. En el darrer punt es descriuen les polítiques de promoció econòmica de la societat 22@bcn fonamentades en els discursos hegemònics de l'economia creativa. Aquests discursos es concreten en la creació i organització de clústers (innovadors o creatius) com a forma d'incentivar la implantació d'uns actors nous al barri, les indústries creatives. Paral·lelament, analitzem si les esmentades

polítiques han establert mecanismes de governança, és a dir, si han tingut en compte el teixit creatiu prèviament existent i han establert sinergies i polítiques de col·laboració amb el sector artístic del Poblenou.

Finalment, establim unes conclusions on a partir de tota la informació i totes les dades recopilades en el treball, aportem les nostres reflexions sobre les repercussions del Pla 22@Barcelona en els centres de producció artística del Poblenou.

### **1.1. Objecte d'estudi, àmbit de la recerca i objectius**

El 22@Barcelona és un projecte que vol regenerar la zona industrial del Poblenou amb activitats de nova creació sota l'estratègia simbòlica del discurs de l'economia del coneixement o economia creativa. El sector de l'audiovisual, com a sector cultural, des del punt de vista empresarial, és una de les activitats que es vol potenciar. L'estratègia socio-econòmica que segueix la societat municipal 22@bcn és la creació del *Clúster Media* per tal de fomentar la implementació d'indústries creatives de nova creació a la zona. Però, el projecte 22@ no es desenvolupa en un terreny erm, a l'espai del Poblenou hi ha un sector artístic, sector clau de l'economia creativa, que pot esdevenir objecte d'interès de la societat 22@bcn. Per tant, la pregunta analítica proposada en la recerca és:

*Les polítiques urbanes de foment d'indústries culturals i creatives al districte 22@ han inclòs dins els seus objectius el sector artístic independent assentat al barri del Poblenou?*

L'**objecte d'estudi de la recerca** és analitzar si les polítiques urbanes d'implantació d'indústries culturals i creatives en el districte 22@, han tingut en compte el sector artístic independent assentat al barri. Centrarem especial atenció en el centre de producció d'arts visuals Hangar i en els tallers artístics assentats a Can Ricart abans de la seva expulsió. El període històric de la investigació abraça des del 1999, moment en què es publica el primer Pla Estratègic de Cultura de Barcelona, fins l'any 2012.

L'**àmbit de la recerca**, per tant, se situa al barri del Poblenou de Barcelona (districte de Sant Martí) que inclou l'àrea anomenada districte d'innovació 22@. En la recerca el

Poblenou queda delimitat per la plaça de les Glòries, Avinguda Meridiana, Carrer Marina, Ronda Litoral, Carrer Maresma, Josep Pla i Gran Via.



Àmbit d'estudi. Barri del Poblenou. En blau Pla 22@

Font: [www.bcn.es](http://www.bcn.es)

**Els principals objectius** de la recerca són:

- 1) Identificar quines han estat les estratègies de les polítiques urbanes per tal de fomentar indústries culturals i creatives al districte 22@ al barri del Poblenou: les de la societat municipal 22@bcn i les de l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB)
- 2) Identificar quins actors estan inclosos dins d'aquestes polítiques i quins resten exclosos
- 3) Analitzar les repercussions de les polítiques urbanes (urbanístiques, culturals, econòmiques) al districte 22@ en el col·lectiu artístic assentat al Poblenou

## **1.2. Metodologia**

**La metodologia de treball**, en el present projecte de recerca, és qualitativa i utilitza la via inductiva. Les tècniques de recerca per a la recollida d'informació consistiran, en un primer moment, en l'observació sobre el terreny, fonts bibliogràfiques i documentals i, posteriorment, en fonts directes provinents de conferències, entrevistes a la premsa escrita dels responsables de la societat 22@bcn i entrevistes a responsables del centre de producció audiovisual Hangar i de l'espai artístic Niu.

- En l'elaboració del marc teòric utilitzem llibres i estudis d'autors especialitzats en cultura i desenvolupament territorial a la ciutat que ens proporcionen diverses perspectives sobre el tema. En aquest sentit, es treballen els següents conceptes: “creativitat”; “economia creativa” amb els seus quatre enfocaments (“indústries creatives”, “ciutats creatives”, “nova classe creativa”, “clústers creatius”); “les polítiques públiques” i la “governança” a les ciutats en el context de l'economia creativa.
- Per tal de contextualitzar i descriure la gènesi del projecte districte 22@ recorrem a la investigació documental (llibres, estudis, vídeos, articles de revistes i programes de televisió que versen sobre el tema.)
- La governança i els conflictes entre la societat 22@ i el col·lectiu d'artistes al barri del Poblenou són analitzats a partir de la consulta d'informació disponible mitjançant documents existents (tesis doctorals, premsa escrita, programes de televisió amb declaracions dels actors afectats pels conflicte).
- Les polítiques culturals al Poblenou són estudiades a partir dels Plan Estratègics de Cultura elaborats per l'ICUB, el del 1999 i el del 2006. També recollim les opinions dels principals actors del sector artístic afectat pel Pla 22@ en relació a les actuacions de l'ICUB així com declaracions dels responsables d'aquest òrgan de govern. Atès que no hi ha cap cens d'activitats artístiques al barri, utilitzarem el mapa de centres de creació artística elaborat pels Tallers Oberts Poblenou en l'edició del 2006 i el mapa creatiu elaborat pel Districte de Sant Martí al 2010.
- Les polítiques d'implantació d'indústries creatives a través de la creació de clústers urbans són explicades a partir dels documents i pàgina web de la societat 22@bcn. Les sinergies i col·laboracions establertes entre els diferents programes dels clústers i el sector artístic independent del Poblenou, són descrits i analitzats a partir d'entrevistes en profunditat amb representants del centre de producció artística Hangar i l'espai de creació artística Niu, ambdós situats al bell mig del districte 22@.



## 2. MARC TEÒRIC

### 2.1. Les polítiques públiques

Tal com hem assenyalat, l'objecte d'estudi d'aquesta investigació és analitzar si les polítiques públiques d'implantació d'indústries creatives al districte 22@ han tingut en compte el sector artístic independent assentat al barri del Poblenou.

**Les polítiques urbanes** (culturals), concepte clau en la recerca, es defineixen com un conjunt interrelacionat de decisions formals adoptades per les institucions públiques que tenen com a focus un àrea o sector determinat. Amb l'adveniment del paradigma de la creativitat com a estratègia de desenvolupament de les ciutats postindustrials, les polítiques urbanes (culturals) des de fa dues dècades han acumulat objectius i instruments d'intervenció vinculats no només al desenvolupament dels anomenats sectors de les arts i la cultura sinó també en la transformació de l'espai urbà.

Si cerquem una genealogia de les polítiques culturals observem com el principi de democratització de la cultura guia i legitima la majoria de polítiques culturals europees a partir de la dècada dels 60 del segle XX, amb l'arribada de l'Estat del Benestar, i la cultura es concep com un dret. Però, la dècada de 1980 és l'inici del qüestionament de la idea de cultura com a dret fonamental que necessita ser garantit com a servei públic<sup>4</sup>. Es produeix una instrumentalització de la idea de cultura per la qual cosa **l'art i la cultura són un producte** més i han de demostrar la seva utilitat social i, sobretot, la seva utilitat econòmica. Les institucions públiques veuen llavors modificat el seu paper i la relació públic-privat viu una nova reconfiguració significativa.

En aquest context comença a legitimar-se el concepte "**indústries culturals**" on la política cultural busca donar suport a l'activitat artística i professional i el desenvolupament dels anomenats sectors culturals. Però la política pública dirigida a la indústria cultural s'ocupa més d'aquella part de la indústria que es redueix al mercat i menys d'aquella que té moltes i fortes contradiccions amb aquest<sup>5</sup>. Els valors econòmics

---

<sup>4</sup> Barbieri Muttis, Nicolás (2011). "Polítiques culturals com a polítiques urbanes? Una mirada sobre el valor públic i els límits de la cultura". A *Eines per a l'esquerra nacional* (núm 14) (pàg. 28). Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO). <<http://www.raco.cat/index.php/Eines/article/view/233940>>

<sup>5</sup> Barbieri Muttis, Nicolás (2012). *¿Por qué cambian las políticas públicas? Una aproximación narrativa a la continuidad, el cambio y la despolitización de las políticas culturales. El caso de las políticas culturales de la Generalitat de Catalunya (1980-2008)*. Tesis doctoral presentada al Departament de Ciències Polítiques i de Dret Públic. Facultat de Ciències Polítiques i de Sociologia. Universitat Autònoma de Barcelona. (pàg. 289)

acaba primant sobre els valors socials i culturals a l'hora de decidir o potenciar unes activitats sobre d'altres<sup>6</sup>.

D'altra banda, a escala local s'imposa la perspectiva de les externalitats de les polítiques culturals. El paper de les polítiques culturals en la transformació de l'espai urbà és un dels aspectes més controvertits i complexos, i per tant més significatius de l'anàlisi d'aquesta tendència general de les polítiques culturals a escala local. Sota la pressió del creixent nivell de competència entre ciutats basat en criteris de desenvolupament econòmic, les polítiques culturals s'han convertit en una peça significativa d'estratègies globals de regeneració urbana.

Val a dir que la regeneració urbana és un primer pas, és un instrument, per a la regeneració econòmica. Per aquesta raó, les polítiques culturals (urbanes) tenen una forta vinculació amb d'altres polítiques urbanes, com per exemple les d'urbanisme i les de promoció econòmica.

## 2.2. La governança urbana i territorial

Per tal d'analitzar les noves polítiques urbanes (urbanisme) és necessari entendre les condicions estructurals on s'insereix el projecte 22@ i com funcionen els mecanismes de governança i les relacions de poder en les polítiques públiques de les societats postindustrials.

En el context de la “nova economia”<sup>7</sup> **les polítiques urbanes** de regeneració de la ciutat no s'aconsegueixen a partir de les estructures i processos de les polítiques tradicionals sinó que requereixen d'uns canvis fonamentals en la seva implementació<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Per a la teoria econòmica neoclàssica el valor econòmic d'un bé cultural (tangibles o intangibles) es tradueix en els beneficis econòmics que genera en el mercat. En altres paraules, és el que els consumidors estan disposats a pagar per un objecte cultural. Des de la teoria cultural el valor cultural no té cap unitat de mesura, no respon al que el consumidor està disposat a pagar en el mercat, i depèn del context social. Es pot descompondre en: valor estètic, valor espiritual, valor social, valor històric, valor simbòlic, valor d'autenticitat. Vegeu Throsby, David (2001). “Las teorías del valor”. A *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press. (pàg 33 a 56)

<sup>7</sup> Seguint a Manel Castells, la nova economia té les següents característiques: es basa en la informació i en el coneixement, ja que en aquesta nova etapa del capitalisme avançat la productivitat i la competitivitat depèn principalment de generar, processar i aplicar amb eficiència el coneixement basat en la informació; és una economia globalitzada (mercats financers interconnectats i organització de bens i serveis a nivell planetari); i s'organitza a través de les TIC. Castells, Manuel (2001). “La ciudad de la nueva economía”. A *Papeles de Población* (núm. 27). México: Universidad Autónoma del Estado de México

<sup>8</sup> La definició d'implementació de les polítiques abraça aquelles accions efectuades per individus (o grups) públics i privats amb miras a la realització d'objectius prèviament decidits. Van Meter, D.; Van Horn, C. *El proceso de implementación de las políticas. Un marco conceptual*. A Aguilar Villanueva, LLuís. La implementación de las políticas públicas. < [www.inap.org.mx/portal/images/RAP/la%20implementacion%20de%20las%20politicas.pdf](http://www.inap.org.mx/portal/images/RAP/la%20implementacion%20de%20las%20politicas.pdf)>

Les polítiques públiques associades al territori urbà es tradueixen en la forma política de la **governança a la ciutat**. Així, el concepte de governança és defineix com la fórmula de govern que es fonamenta en la interrelació entre els organismes que ostenten la direcció política d'un territori i els múltiples actors de la societat civil, de manera que els elements socials poden exercir poder, autoritat i influència sobre les decisions que afecten a la vida pública. Tanmateix, malgrat aquesta definició, en els darrers anys s'han produït uns canvis en les formes de govern de les ciutats.

Hi ha una clara connexió entre els canvis en les polítiques urbanes i els canvis estructurals de l'economia mundial. Segons el geògraf David Harvey, hi ha una tendència a la transformació dels governs locals des de formes més "gerencials" o "dirigides" en el fordisme<sup>9</sup> a un urbanisme més "empresarial" o "emprenedor" en el post-fordisme<sup>10</sup> on la iniciativa privada té un paper destacat. Segons l'autor, aquests canvis comencen amb la recessió econòmica del 1973 i la crisi de la ciutat industrial que comporta el renaixement del neoconservadurisme, la racionalitat del mercat i la privatització. Es produeix una negociació més directa entre el capital financer i els poders locals que comencen a desenvolupar estratègies per potenciar l'atractiu del lloc amb l'objectiu d'atreure inversions.

Però l'urbanisme empresarial de les polítiques públiques va més enllà de la pròpia localitat. En el context de la **globalització**<sup>11</sup>, significa que les ciutats entren en competició entre elles per captar capitals a nivell global – és el que alguns autors anomenen com a *glocal*-. En aquest context, es defineixen tres aspectes relacionats amb la governança:

- a) La implicació en l'acció política d'un número creixent d'actors públics, privats i semipúblics, que impliquen la redefinició del paper que exerceixen les autoritats locals.

---

<sup>9</sup> El *fordisme* és el sistema de producció capitalista a gran escala que està vinculat al cultiu de mercats de massa (Giddens, 2001: 289). Aquest model s'imposa després de la segona guerra mundial i dura aproximadament uns 30 anys. És defineix com el "passat estable" enfront del "capitalisme flexible" actual caracteritzat pel treball a curt plaç amb contractes circumstancials i on els acomiadaments no estan regulats per normes clares i fixes (Sennet, 1998: 22).

<sup>10</sup> Alguns observadors descriuen el concepte del *postfordisme*, sorgit als anys 80, com a una nova era de la producció econòmica capitalista en la que la flexibilitat i la innovació es maximitzen amb l'objectiu de respondre a les demandes del mercat, caracteritzat per productes diversos, fets a la mida del client. (Giddens, 2001: 491).

<sup>11</sup> El concepte paradigma de la globalització es refereix als 4 macro-processos que s'estan produint en les societats modernes en els darrers 25-30 anys: 1) ràpida internacionalització dels mercats; 2) forta intensificació de la competència gràcies a la desregulació dels mercats laborals, la privatització i la liberalització en el sí dels estats-nació; 3) la difusió accelerada del coneixement i la propagació de xarxes a escala mundial que connecten tota classe de mercats mitjançant les TIC; 4) la creixent importància dels mercats i la seva dependència de xocs i crisi impredecibles que s'esdevenen arreu del planeta. (Serracant, 2008: 12). Segons Manel Castells la globalització també inclou el món de la comunicació, amb la inter-penetració i concentració dels mitjans de comunicació al voltant de set grans grups multimèdia, connectats per diverses aliances a uns pocs grups dominants en cada país (Castells, 2001).

- b) La major importància en les polítiques locals en les estratègies de desenvolupament pro-actiu orientades a definir el paper competitiu de les ciutats, que les situen en la jerarquia internacional.
- c) La progressiva importància de les polítiques econòmiques i la necessitat de dur-les a terme a través de modalitats d'intervenció en les que intervenen diferents sectors<sup>12</sup>.

En aquest context, la governança a les ciutats no es produeix de manera simètrica entre els diferents actors implicats, sinó que hi ha unes determinades relacions de poder. Segons la **teoria dels règims urbans** de Clarence Stone, el règim urbà es defineix:

*“Los acuerdos informales a través de los cuales los organismos públicos y los intereses privados funcionan conjuntamente con el objetivo de formular y emprender decisiones de gobierno”<sup>13</sup>*

La teoria del regim urbà considera que existeix una coalició relativament estable encara que desigual que permet una continuïtat en la presa de decisions:

*“el poder de gobernar se reúne a través de actores que cooperan, no como iguales, sino normalmente contribuidores desiguales por un conjunto de propósitos compartidos”<sup>14</sup>*

Dins el règim urbà, segons Stone, hi ha tres sectors claus per exercir el poder de manera efectiva: l'administració local, l'elit empresarial (amb un pes cada vegada més important) i la xarxa d'organitzacions i associacions civils. Una de les funcions més importants del règim urbà, i la raó perquè esdevingui hegemònic, es el paper de lideratge que exerceix la classe política. Els polítics són els que ostenten el poder-producció, creadors i animadors del règim, són els principals interessats en liderar la producció d'una determinada visió de la ciutat. Aquest paper de lideratge, es traduirà en la força de produir una visió sobre el que és possible, incidint en el debat públic i en la comprensió de les accions polítiques a desenvolupar i els seus resultats, tant per aconseguir la participació activa de l'elit econòmica com per aconseguir la legitimitat social.

El procés de governança en els règims urbans, on la classe política exerceix el lideratge de la producció davant l'elit empresarial i les associacions civils, es concreta en el

---

<sup>12</sup> Martí, Marc. “El proyecto 22@bcn: glocal governance, renovación urbana y lucha vecinal en Barcelona”. VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración: Democracia y Buen Gobierno. Barcelona Insostenible. Departamento de Economía y Historia Económica. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona (2005) (pàg. 90)

<sup>13</sup> *Ibid* (pàg.91)

<sup>14</sup> *Ibid* (pàg. 91)

concepte “**solution-sets**” de Jones i Bachelor (1993)<sup>15</sup>. Els “solution-sets” són la guia en l’exercici del poder-producció que permet delimitar els problemes locals i alhora proposar les línies generals de les seves solucions. Els polítics que ostenten el poder utilitzen els “solution-sets” per construir els discursos hegemònics que expliquen el “significat” del seu model de ciutat, on se sintetitzen les necessitats socials generals, els interessos particulars i els mecanismes de governança i funcionament del règim urbà. Aquestes idees polítiques dominants no només serveixen per entendre el règim, sino que integren les tendències del desenvolupament econòmic a nivell nacional i “transnacional”, incidint especialment en el que és factible i apropiat.

A continuació expliquem com a finals del segle XX i principis del XXI la regeneració urbana, en un primer moment, ha trobat en el paradigma de les indústries culturals i creatives i, posteriorment, en la teoria de les ciutats i les classes creatives un bon aliat estratègic-discursiu per aquests “solution-set”. Val a dir que en aquest context el valor de la cultura com a element instrumental, o en paraules de George Yúdice “com a recurs”, s’ha expandit d’una manera sense precedents<sup>16</sup>.

### **2.3. Les indústries culturals i creatives en les polítiques públiques**

Les “**indústries culturals**” o “**indústries creatives**”, com a motors de desenvolupament econòmic, són els altres conceptes clau de la recerca.

Les indústries culturals, segons David Trosby, es defineixen com:

*“certes activitats empreses per persones, i els productes d’aquestes activitats, que estan relacionades amb els aspectes intel·lectuals, morals i artístics de la vida humana. Aquestes activitats tenen les següents característiques: fan referència a la generació i comunicació de significat simbòlic; impliquen alguna forma de creativitat en la seva producció; i el seu producte representa, al menys en potència, una forma de propietat intel·lectual”<sup>17</sup>*

Per tal d’entendre la recent importància de la cultura i per extensió de les indústries culturals en les agendes de les polítiques públiques, necessitem començar des de la perspectiva històrica. El concepte “indústria cultural” (en singular) apareix per primera vegada en els treballs, d’orientació marxista, de Theodor Adorno (1903-1969) i Max Horkheimer (1895-1973), dos autors paradigmàtics de l’Escola de Frankfurt. L’any 1944, publicaren la *Dialèctica de la Il·lustració*, obra fonamental de la Teoria crítica, on

---

<sup>15</sup> *Ibíd* (pàg. 92)

<sup>16</sup> Vegeu Annex 1. Diversitat de comprensions de la cultura segons George Yúdice.

<sup>17</sup> Trosby, David (2001). *Economia y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press. (pàg. 18)

mostraren les seves inquietuds sobre el procés d'economització que estava patint la cultura als EUA. La raó instrumental i tecnològica s'havia convertit en racionalitat econòmica. Els pensadors observaren com la producció cultural s'havia subordinat als interessos del capital de les grans corporacions mediàtiques: els grans estudis de Hollywood, del sector discogràfic, la ràdio i la televisió. Així, la cultura s'havia "serialitzat", massificat i convertit en un divertiment per a les masses. Dificilment aquests autors podien pensar que quaranta anys més tard aquest model seria adoptat per les polítiques públiques per al desenvolupament de les economies urbanes.

Posteriorment, a finals dels anys setanta i inicis dels anys vuitanta, la denominació d'"indústries culturals" (ja en plural) fou reconeguda progressivament, especialment a França i a una gran part dels països de l'Europa continental, i també per organitzacions internacionals com la UNESCO. Es considerava que les indústries culturals no eren un sector monolític, sinó un conjunt de pràctiques similars que seguien patrons de funcionament diferenciats entre sí. Aquestes indústries comprenien la televisió per cable i satèl·lit, la ràdio, el cine, l'edició de premsa, llibres i revistes, el sector discogràfic, la publicitat i les arts escèniques<sup>18</sup>.

Val a dir que aquest canvi de concepció de les indústries culturals respon a les condicions estructurals del context econòmic. Tal com hem esmentat en l'apartat anterior, amb la crisi de l'any 73, l'adveniment de l'època postfordista i la crisi de l'Estat del Benestar, als anys vuitanta el corrent de pensament polític-econòmic neoliberal considera que tots els àmbits de la societat són susceptibles de tenir un valor econòmic. Apareix una visió més funcional de la cultura i per primera vegada es reconeixen les indústries culturals com a motors de dinamisme econòmic i transformació social<sup>19</sup>. A partir d'aquest moment s'introdueix la idea que la cultura pot esdevenir un element de creixement econòmic davant de la crisi del sistema capitalista.

En aquest sentit, el sociòleg Andrew Ross, explica que creix un consens polític-cultural sobre la idea de que les indústries culturals poden promocionar-se com a motors de desenvolupament econòmic de les ciutats, immerses en una crisi pels processos de desindustrialització. En aquest moment s'inicia un procés de terciarització de les grans ciutats occidentals acompanyat per un discurs que valoritza la cultura i que fa del

---

<sup>18</sup> Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, Traficantes de Sueños (pàg. 33)

<sup>19</sup> Trosby, David (2001). *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press. (pàg. 162)

disseny i l'arquitectura o l'art uns excel·lents recursos de transformació de les ciutats. En aquest procés moltes ciutats aposten per potenciar la indústria del turisme cultural, la indústria que esdevé més paradigmàtica del canvi en les estratègies per concebre, projectar i governar les ciutats contemporànies.

Però és a la dècada dels 90s, amb l'arribada massiva de la globalització i de les TIC, el que coneixem com a “nova economia”<sup>20</sup>, quan s'introdueix el concepte “**sector creatiu**” per primera vegada en el projecte *Creative Nation* d'Austràlia (1994). Aquest document defensa la importància del treball creatiu, la seva aportació a l'economia del país i el paper de les tecnologies com aliades de la política cultural, possibilitant la posterior inserció de sectors tecnològics en el rol de les indústries creatives<sup>21</sup>.

El sector creatiu engloba a totes aquelles micro-empreses, treballadors autònoms i agents independents que treballen als marges de les indústries culturals i que, malgrat, no tenir una grandària considerable, són d'extrema importància a l'hora de computar el valor total que aporta la cultura a les ciutats. Aquest text polític-cultural considera tant la necessitat de valorar el patrimoni com de saber atreure el turisme cultural. En aquest sentit, defineix la idea de cultura com a forma d'identitat col·lectiva però també com actiu de mercat però, sobretot, situa la creativitat en un lloc privilegiat dins de la cadena de producció de la cultura<sup>22</sup>.

Mes tard, al 1997, el govern britànic de Tony Blair, definitivament, genera una **cultura de la creativitat** amb l'objectiu estratègic d'aconseguir el creixement econòmic del país. De manera que dóna gran importància a les indústries culturals fins al punt que canvia el terme “cultural” pel de “creatiu”, introduint el concepte “**indústries creatives**”, concepte més “modern” i amb una forta càrrega de sentit econòmic. Així es dissenya un pla de promoció de la cultura i de la creativitat com a motors econòmics de la nació (contribució al PIB, generar llocs de treball, regeneració urbana) per tal que el Regne Unit esdevingui una de les economies basades en el coneixement<sup>23</sup> més importants del món. Posteriorment, aquest pla és traduït i convertit en un dels pilars bàsics de les indústries culturals i creatives de gran part dels països de tot el món.

---

<sup>20</sup> Vegeu nota a peu de pàgina número 7

<sup>21</sup> Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural (2008) (pàg. 21)

<sup>22</sup> Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, Traficantes de Sueños (pàg. 35)

<sup>23</sup> Vegeu nota a peu de pàgina número 7

Chris Smith, aleshores ministre de cultura, impulsa l'elaboració del "Creative Industries Mapping Document" on s'assenyalen unes línies estratègiques de desenvolupament. Paral·lelament es creen organismes com la "Creative Industries Task Force" amb l'objectiu de coordinar activitats entre els diferents departaments del govern per tal d'estimular la generació de riquesa i treball a través de les indústries creatives. S'identifiquen tretze sectors: publicitat, l'arquitectura, l'art i les antiguitats, l'artesanía, el disseny gràfic, el disseny de moda, el cine i el vídeo, el software interactiu, la música, les arts escèniques, l'edició, el software i els serveis informàtics i per últim, la televisió i la ràdio. Les indústries creatives queden definides de la següent manera per al Departament for Culture, Media and Sport del Regne Unit (DCMS):

*"Les industrias creativas son aquellas industrias basadas en la creatividad individual, las habilidades y el talento. También tienen el potencial de crear beneficios y empleo a través de la explotación de la propiedad intelectual"*<sup>24</sup>

De manera que el concepte indústries creatives, segons la classificació del DCMS, implica un conjunt d'activitats més ampli que les indústries culturals, però, a més inclou "sectors creatius" com l'arquitectura, la publicitat, el disseny, la moda i el programari. Ara bé, també, sota el radar econòmic se situen disciplines com l'artesanía, el disseny gràfic, les arts escèniques o l'art contemporani, que abans no havien estat identificades com un sector industrial<sup>25</sup>.

Una de les principals crítiques a aquesta ampliació de la producció cultural en el seu conjunt és que ha desdibuixat en gran mesura la distinció de les activitats pròpiament culturals, particularment les subjectes a subvencions públiques, i les activitats creatives més adreçades al mercat (valor econòmic). En aquest sentit, observem com la definició d'indústries creatives ja no es fonamenta en la creació i comunicació de significat simbòlic, característica dels productes culturals, sinó que la variable que les caracteritza és el talent, la habilitat i la creativitat individual com a factors per generar riquesa.

Per altra banda, a partir de l'aparició del model de les indústries creatives al Regne Unit organismes com la **UNCTAD** (Conferència de les Nacions Unides sobre Comerç i Desenvolupament) o autors com l'economista brasilera Ana Carla Fonseca i Reis (2008)

---

<sup>24</sup> Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, Traficantes de Sueños (pàg. 37)

<sup>25</sup> No hi ha una classificació única dels sectors culturals i creatius. Per exemple dins dels organismes internacionals hi ha: a) el model de la UNESCO de les estadístiques culturals b) Delimitació del sector cultural de l'Euroestat c) Enfocament de l'OCDE sobre el "sector dels continguts" d) la classificació proposada per la UNCTAD. Vegeu Baró, Ezequiel (2009). *Les indústries creatives. Estat de la reflexió i de l'avaluació del seu pes econòmic a escala internacional*. Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.



introdueixen el concepte d' "economia creativa" (indústries creatives) com a mecanisme de desenvolupament a través de la cultura<sup>26</sup>. Segons l'informe de l'UNCTAD sobre economia creativa (2008) les indústries creatives es defineixen com:

*“Los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumo primario. Ellas comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado”*<sup>27</sup>

Això no obstant, hi ha diverses interpretacions conceptuals al concepte “economia creativa”. Per exemple, l'economista Richard Caves entén per indústries creatives les relacionades amb les arts, la cultura i l'entreteniment en general. Per a John Howking el punt d'inflexió de l'economia creativa seria el potencial de generar drets de la propietat intel·lectual, expandint els drets d'autor cap a dissenys industrials, marques registrades i patents<sup>28</sup> (indústries del copyright). Sota questa definició es fa difícil dir el que no integraria l'economia creativa en la societat contemporània.

Ana Carla Fonseca considera que l'economia creativa quan esdevé **economia del coneixement** pren l'èmfasi en el trinomi tecnologia, mà d'obra capacitada i generació de drets de la propietat intel·lectual, explicant perquè per a alguns autors els sectors de l'economia creativa integren l'economia del coneixement, encara que aquesta no dona a la cultura l'èmfasi que l'economia creativa li confereix<sup>29</sup>.

Una altra aportació és la del geògraf Allen J. Scott que considera que el concepte “economia creativa” defineix la nova economia, aquella vinculada a la indústria de les TIC, la producció cultural (on s'inclouen els mitjans de comunicació), una renovada producció artesana dirigida a la moda i els serveis financers i a les empreses<sup>30</sup>. Per a Scott aquests sectors no representen en forma alguna la totalitat del sistema capitalista actual, però estan a l'avantguarda del creixement i la innovació en la majoria de les

---

<sup>26</sup> Vegeu l'Annex 2. Classificació de les indústries creatives segons la UNCTAD.

<sup>27</sup> UNCTAD (2008). *Informe sobre la economia creativa 2008*. < [http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf)> (pàg. 12)

<sup>28</sup> Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural (2008) (pàg. 21)

<sup>29</sup> Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural (2008) (pàg. 24)

<sup>30</sup> Scott, (2006) citat per Martí i Costa, Marc (2010). *Economía del coneixement i noves polítiques urbanes. Conflictos, participación i aprenentatges en el cas del 22@bcn*. Tesis doctoral. Institut de Govern i Polítiques Públiques: Universitat Autònoma de Barcelona. (pàg. 15)

economies avançades<sup>31</sup>. De fet, una creixent literatura ha anat insistint en el fet que les indústries creatives actuen com a motors de la innovació. És a dir, es definarien com unes activitats que faciliten que els processos de generació de nous continguts (culturals, però també científics, tecnològics, organitzatius) contribueixen al canvi econòmic i al desenvolupament social<sup>32</sup>.

En definitiva, observem que en els diversos enfocaments no hi ha una definició única d'economia creativa però, en canvi, sí hi ha la coincidència en situar la “**creativitat**” com a característica essencial. Tradicionalment la creativitat ha estat definida com una de les dimensions de la producció artística. Però en les societats contemporànies, certament, no hi ha una definició senzilla i unívoca de “creativitat” que abasti, satisfactòriament, les diverses dimensions del concepte. Des d'una perspectiva ampla, la creativitat s'entén com la formulació de noves idees i l'aplicació d'aquestes idees per produir obres originals i productes culturals, creacions funcionals, invencions científiques i innovacions tecnològiques<sup>33</sup>. Es pot diferenciar, doncs, una creativitat cultural o artística<sup>34</sup>, una creativitat científica i una creativitat econòmica. Des de la teoria econòmica es considera que totes les formes de creativitat intervenen- de forma específica- en en el desenvolupament de la creativitat tecnològica. Segons un estudi del MIT Massachusetts en la “creativitat individual” intervenen variables cognitives com: coneixement, intel·ligència, habilitats tècniques i talents especials<sup>35</sup>.

Amb una perspectiva crítica amb els discursos hegemònics envers el paradigma de l'economia creativa, David Hesmondhalgh explica que l'adopció del terme “creativitat” en les polítiques públiques de finals del 1990 i principis del 2000 no és accidental. Hi ha un gran interès en el concepte entre els mànagers, “gurus” econòmics i acadèmics de les escoles de negocis perquè la **innovació** és la base de l'èxit en els negocis i la innovació depèn de la creativitat<sup>36</sup>. En aquesta línia Scott considera que estem davant

---

<sup>31</sup> Scott, Allen. *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave?. La dimensión cognitivo-cultural*. <[http://www.revistatabularasa.org/numero\\_seis/scott.pdf?iCve=39600609...](http://www.revistatabularasa.org/numero_seis/scott.pdf?iCve=39600609...)>

<sup>32</sup> (Metcalfe i Potts, 2008 citats per Baró, E 2009). Baró, Ezequiel (2009). *Les indústries creatives. Estat de la reflexió i de l'avaluació del seu pes econòmic a escala internacional*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació

<sup>33</sup> UNCTAD. *Resumen Informe sobre economía creativa 2008*. <[http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf)>

<sup>34</sup> Per una ampliació del concepte “creativitat artística”, vegeu Trosby, David (2001). “L'economia de la creativitat”. *A Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press. (pàg. 107 a 122)

<sup>35</sup> Hans J. Eysenck, “The Measurement of Creativity”. A: Margaret A. Boden (ed.) *Dimensions of Creativity*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1996 (pàg. 208 i 209)

<sup>36</sup> Hesmondhalgh, David (2007). *The cultural Industries*. London: SAGE Publications (pàg. 143)

del capitalisme cognitiu cultural que utilitza la cultura i la creativitat com una estratègia de desenvolupament econòmic<sup>37</sup>.

Seguint amb aquesta perspectiva crítica, per alguns autors, el discurs associat a l'economia creativa esdevé una eina de conscienciació social que serveix per a fomentar una sèrie de valors i la construcció d'un nou imaginari econòmic basat en termes com la creativitat, la imaginació, el coneixement, o la innovació<sup>38</sup>. Segons Jeremy Rifkin, economista americà, en el "hipercapitalisme" de l'economia en xarxa i de les TIC el que es valora és el capital intel·lectual i, per tant, és lògic que en aquest context es defensi que la imaginació i la creativitat són les autèntiques fonts de riquesa<sup>39</sup>.

## 2.4. Les ciutats creatives i la nova classe creativa

Tal com acabem d'explicar el paradigma de les indústries creatives o de "l'economia creativa" ha esdevingut un bon aliat estratègic-discursiu en les polítiques de desenvolupament de les ciutats postindustrials. Però, a finals del segle XX i principis del XXI, apareix un nou discurs que connecta l'esmentat paradigma de les indústries creatives amb les noves teories de les "ciutats creatives" i de la "nova classe creativa". Aquestes teories, centren la seva atenció en la importància del capital humà en el desenvolupament de les ciutats.

L'introduïdor del concepte "**ciutat creativa**" és Charles Landry. Landry, que ha estat director de Comedia, un think-tank dedicat a promoure polítiques de desenvolupament urbà i autor del llibre "The Creative City" (2000), usa constantment aquesta noció d'innovació i creativitat, per una banda, per parlar del nou potencial de creixement i transformació que tenen les ciutats i, per l'altra, com adveniment d'una nova era econòmica en què la creativitat o la innovació són els recursos principals.

Per a Landry la **competitivitat** en la nova economia no resideix en els recursos naturals que pugui tenir un país sinó que el nou "manà" és la **creativitat**. Per tant, es necessari fer creure a la gent en el poder de les seves idees perquè pensin que poden ser creatius i innovadors. Si ho creuen, segons Landry, ho acabaran sent. L'autor trasllada aquesta filosofia a pobles i ciutats per tal de mobilitzar a les seves gents perquè esdevinguin més

---

<sup>37</sup> Allen J. Scott (2010). "Ciudades Creativas: aspectos conceptuales y cuestiones de política pública" (ponència en línia). A *Ciudades Creativas* (2010: Saragossa). Fundació Kreanta.

<<http://www.globbtv.com/30/microsite/550/conferencia-de-allen-j-scott>>

<sup>38</sup> A YProductions (2008). *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogia y usos del concepto*. (pàg. 81) <[http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion\\_en\\_cultura\\_YProductions.pdf](http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion_en_cultura_YProductions.pdf)>

<sup>39</sup> Ibid (pàg. 81)

creatiu amb la qual cosa s'aconseguirà un canvi econòmic que afavorirà de manera positiva a les ciutats<sup>40</sup>.

Richard Florida, polèmic economista nord-americà, incorpora les tesis de Charles Landry però introdueix la idea de que el factor decisiu perquè una ciutat esdevingui “ciutat creativa” és que incorpori la “nova classe creativa”, destacant d'aquesta manera la importància del factor del capital humà per explicar el creixement de les empreses més innovadores. Per aquest autor les polítiques públiques necessiten promoure el que s'anomena una estructura social de la creativitat, que afavoreixi l'establiment d'un ecosistema on les múltiples formes de creativitat puguin desenvolupar-se la qual cosa comporta el desenvolupament econòmic.

La classe creativa és un nou grup laboral que Florida defineix com aquelles persones que agreguen valor econòmic a través de la seva creativitat. L'autor considera que la nova economia postindustrial o economia creativa ja no es troba en el sector terciari sinó en el creatiu i que la creativitat és avui en dia la font decisiva d'avantatge competitiva. L'argument de Florida és:

*“La clave para el crecimiento económico está no sólo en la capacidad de atraer a la clase creativa, sino de traducir esa ventaja subyacente en resultados económicos creativos, bajo la forma de nuevas ideas, nuevos negocios de alta tecnología y crecimiento regional”<sup>41</sup>*

Entendre la geografia econòmica de la creativitat d'avui i els seus efectes en els resultats econòmics és el que Florida va denominar “les 3Ts” del desenvolupament econòmic: Tecnologia, Talent i Tolerància. Aquestes tres condicions són necessàries per atreure persones creatives, generar innovació i estimular el creixement econòmic<sup>42</sup>.

Per establir el ranking creatiu dissenya un sèrie d'indicadors que determinen les condicions necessàries per tal que a les ciutats es desenvolupi la creativitat. Florida constata que aquelles ciutats amb major densitat artística incorporen més quantitat d'empreses tecnològiques. Per altra banda, mesura, també, una sèrie d'indicadors que avaluen la qualitat de vida de les diverses ciutats. La hipòtesi és que ciutats amb gent jove, artistes, homosexuals, estrangers, esportistes, i espais per a la cultura i l'esbarjo

---

<sup>40</sup> *Ibid* (pàg. 82)

<sup>41</sup> Raj Isar, Yudhishtir. “Visión Global: de las inquietudes conceptuales a una agenda de investigación”. A Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural (2008) (pàg. 88)

<sup>42</sup> *Ibid* (pàg. 88)

són més tolerants, dinàmiques, riques culturalment, avantguardistes i amb una millor qualitat de vida i, per tant, més atractives per a la classe creativa<sup>43</sup>.

Val a dir, que l'obra de Richard Florida ha estat força criticada entre els diferents agents polítics i acadèmics. Entre les crítiques principals, es considera que implica a la ciutadania en projectes de regeneració superficials on només se centra l'atenció en els efectes del que es considera una dinàmica de mercantilització dels recursos culturals i de la mateixa idea de convivència<sup>44</sup>. En aquesta línia, Allen J. Scott argumenta que en el capitalisme cognitiu-cultural s'utilitza el discurs de la creativitat en nombrosos dominis de l'activitat humana. Segons Scott, un dels discursos va dirigit a la política urbana que per Scott representa el model de la "nova ciutat de consum" i de l'entreteniment cultural per a l'elit urbana ("nova classe creativa") que defensen Florida i Landry amb els conceptes "ciutat creativa" i "nova classe creativa"<sup>45</sup>.

Tanmateix, la influència de Landry i Florida és notòria, molts gestors culturals i polítics urbans han incorporat les seves tesis o arguments per tal d'articular un relat en el procés de renovació d'entorns urbans degradats, però, també, per posicionar la ciutat amb la marca "ciutat creativa" en el ranking global<sup>46</sup>. Avui en dia les ciutats s'avaluen per la seva creativitat, capital cultural<sup>47</sup> o qualitat de vida.

Una altre característica que ha de tenir la ciutat creativa o del coneixement és la promoció de "clústers creatius" o "clústers d'innovació" concepte clau en les estratègies espacials de les polítiques públiques de promoció econòmica. Així, la idea de "clúster d'innovació" deriva del concepte de "clúster empresarial" introduït per l'economista Michael Porter. Aquest autor defineix un clúster de la següent manera:

---

<sup>43</sup> Sabaté, J.; Tironi, M (2008). "Rankings, creativitat i urbanisme". A *Revista Eure* (nº 102). Santiago: Instituto de Sociologia, Pontificia Universidad Católica de Chile. <[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612008000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612008000200001&script=sci_arttext)>

<sup>44</sup> Barbieri Muttis, Nicolás (2011). "Polítiques culturals com a polítiques urbanes? Una mirada sobre el valor públic i els límits de la cultura". A *Eines per a l'esquerra nacional* (núm 14) (pàg. 28). Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO). (pàg. 31) <<http://www.raco.cat/index.php/Eines/article/view/233940>>

<sup>45</sup> Vegeu Allen J. Scott (2007). *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave?. La dimensión cognitivo-cultural*. Revista tabula rasa (nº 6) [online]. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.(195-217) <[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892007000100010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892007000100010&script=sci_arttext)>

<sup>46</sup> Un clar exemple de la forta influència de Richard Florida, com analitzarem en el proper capítol, la trobem en la gran quantitat de discursos sobre la renovació del barri del Poblenou.

<sup>47</sup> actius de patrimoni cultural acumulat tangible (museus, institucions culturals, edificis històrics, teatres, estudis d'artistes, i les persones que treballen en aquests centres); i intangible (el desenvolupament cultural de la identitat que dona sentit a la comunitat urbana i fomenta la cohesió). Vegeu Trosby, David (2001). *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press. (pàg. 59)

*“Un clúster és una concentració d’empreses i d’institucions que es dediquen al mateix negoci, amb múltiples relacions entre elles i amb d’altres agents de la indústria, les quals comparteixen trets comuns i complementarietats”<sup>48</sup>*

Porter, defensor de l’emprenedoria innovadora i competitiva, segons David Hesmondhalg conceptes de la nova economia neoliberal, considera que el fet de trobar-se amb d’altres empreses del mateix negoci permet la millora de la competitivitat global<sup>49</sup>. Des d’aquesta perspectiva, sens dubte, un punt d’inflexió ha estat l’estudi dels motius d’èxit de Silicon Valley que mostren la importància dels lligams entre treballadors i diferents empreses d’un sector com el tecnològic, la importància de la recerca i la transferència de coneixement entre universitats i empreses, així com una força de treball altament formada. La proximitat espacial és el que facilita l’intercanvi d’idees i coneixements entre diverses empreses i institucions alhora que es redueixen costos de les empreses per la capacitat de promoció conjunta i per fàcil accés a serveis avançats, treballadors qualificats i innovacions en el sector. Aquests elements fa que el conjunt de les empreses situades en el clúster esdevinguin més competitives respecte aquelles que no hi són.

A part de les estratègies cooperatives que estableixen les empreses del clúster, s’ha destacat també la importància de les universitats per facilitar els processos d’innovació d’aquestes. Les universitats produeixen treballadors qualificats i també ofereixen programes de reciclatge formatiu però, alhora, també esdevenen centres de recerca per empreses per tal de millorar la seva competitivitat<sup>50</sup>. Un dels paradigmes més estesos per explicar les relacions sinèrgiques entre les empreses, les institucions públiques i les universitats és el de la **Triple Hèlix (govern, empresa, universitat)**<sup>51</sup>.

Per concloure, en l’apartat de marc teòric hem analitzat com les polítiques culturals generen externalitats, entre elles la regeneració urbana de les ciutats postindustrials caracteritzades per un urbanisme empresarial. De manera que en un primer moment impulsen les indústries culturals com a un instrument econòmic de desenvolupament de les ciutats. No obstant això, a finals de la dècada dels 90, en l’anomenada societat del

---

<sup>48</sup> (Porter, citat per Chevallard; Duch (2011:61). Diversos autors (2011). “Economia del coneixement i territori”. A *Revista econòmica de Catalunya* (nº 64). Barcelona: Col·legi d’Economistes de Catalunya (pàg. 61)

<sup>49</sup> Hesmondhalg, David (2007). *The cultural Industries*. London: SAGE Publications (pàg. 143)

<sup>50</sup> Per una anàlisi crítica amb aquest model vegeu: “El I+D, la Universidad y la Cultura”. A YProductions (2008). *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*.

<[http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion\\_en\\_cultura\\_YProductions.pdf](http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion_en_cultura_YProductions.pdf)>

<sup>51</sup> Martí i Costa, Marc (2010). *Economia del coneixement i noves polítiques urbanes. Conflictes, participació i aprenentatges en el cas del 22@bcn*. Tesis doctoral. Institut de Govern i Polítiques Públiques: Universitat Autònoma de Barcelona. (pàg. 14)

coneixement i de les TIC, sorgeix el paradigma de la creativitat. La creativitat, entesa fins aleshores com una de les característiques de la creació artística que combina imaginació i inventiva, esdevé el nou patró del model d'innovació i de creixement econòmic de les ciutats. En aquest procés d'economització de la cultura, on només es prioritza el valor econòmic que genera, el sector cultural s'amplia fins a convertir-se en sinònim del sector creatiu, i les indústries culturals s'integren dins el conjunt de les indústries creatives. Aquest canvi afectarà negativament a la producció artística no competitiva en el mercat però generadora de valor cultural i social i que necessita del suport de les polítiques culturals.

### **3. ANÀLISI: EL PROJECTE 22@BARCELONA**

Un cop vist l'apartat de marc teòric analitzarem el cas del territori afectat pel Pla 22@Barcelona (districte 22@) situat al barri del Poblenou de Barcelona.

Analitzarem si les polítiques urbanes, fonamentades en els discursos de l'economia creativa o del coneixement com a solution-set, han permès la inclusió o integració del sector artístic independent, actor clau de l'economia creativa, existent en l'esmentat territori. Com exemples paradigmàtics, en un primer moment, centrarem la nostra mirada en els espais existents a Can Ricart (Hangar i Can Font/Nau 21) i La Escocesa fins l'any 2006. Posteriorment, a partir de l'any 2007, analitzarem les sinergies establertes entre la societat municipal 22@bcn i alguns actors del col·lectiu artístic (Hangar i Niu).

Tanmateix, en primer lloc, realitzem una breu contextualització històrica del barri del Poblenou i el nou planejament urbanístic a la zona.

#### **3.1. Els antecedents històrics del Poblenou abans del Pla 22@**

El Poblenou<sup>52</sup> es part del districte de Sant Martí, en l'extrem oriental de Barcelona, i esdevé un pilar fonamental de la industrialització catalana i espanyola. Així, el Poblenou va arribar a ser conegut com "El Manchester Català".

El Poblenou era una zona humida i pantanosa on poca gent s'hi atrevia a viure perquè era una zona insalubre on abundaven les malalties com el paludisme. A l'època medieval quan es constitueix la parròquia de Sant Martí de Provençals els aiguamolls s'hi inclogueren dins el seu terme. Però, Sant Martí i l'àrea del Poblenou eren força diferents: mentre el nucli del municipi era eminentment agrícola, al Poblenou s'hi desenvolupaven altres tipus d'activitats, tot i que de manera encara poc intensiva: pescadors, terrissaires i rajolers que aprofitaven l'abundància de joncs que convivien amb les salines de la riba del mar i l'amarament del lli, per la gran disponibilitat d'aigua i d'espai per assecar els teixits<sup>53</sup>.

Després de la construcció de la Ciutadella que ordenà construir Felip V al final de la guerra de Successió (1714), la zona era coneguda com "la que hi havia al darrera de la

---

<sup>52</sup> El Poblenou és un barri de Barcelona situat a l'est de la ciutat de Barcelona. Els seus límits actuals serien: per l'oest el parc de la ciutadella i la Avinguda Meridiana fins la plaça de les Glòries, la Gran Via pel nord, el litoral pel sud i la Rambla Prim per l'est.

<sup>53</sup> Oliva, Antoni (2003). *El districte d'activitats 22@bcn*. Quaderns de gestió (nº15). Barcelona: Aula Barcelona; Fundació CIDOB. (pàg. 12)



Ciudadella”. D’aquest segle és la construcció del primer cementiri fora muralles i l’aparició de les fàbriques d’indianes –teixits inspirats en l’Extrem Orient-<sup>54</sup>.

La revolució industrial a Sant Martí començà el primer terç del segle XIX. Aïllada de la resta de la ciutat per la fortalesa de la Ciutadella, l’abundància d’aigua, la proximitat al port i al barri de la Barceloneta, així com la comunicació del ferrocarril de la costa, va convertir la zona en un emplaçament excel·lent per a la indústria. El desenvolupament industrial comportà un paral·lel creixement demogràfic i amb ell la construcció de més cases. A la dècada de 1840 al 1850 la concentració d’habitatges sorgides al sur del terme municipal de Sant Martí fou batejada com a “Teulat” o “Pueblo Nuevo”. Al 1855 Ildefons Cerdà es referí al barri com a Icària influït per companys que intentaven crear una societat socialista utòpica.



*Plànol del districte de Sant Martí i Poblenou. Pla Cerdà (segle XIX)*

Font: Ajuntament de Barcelona/Barcelona Regional

Els inicis de la indústria tèxtil se situen al 1846 1860 (per exemple Ricart, Escubós-Aranyó, Jaumandreu). Però amb l’enderroc definitiu de la Ciutadella al 1868 s’accelera el desenvolupament industrial del barri. L’antiguitat de les fàbriques es pot distingir encara actualment segons la seva orientació: les que són anteriors al Pla Cerdà (1860) segueixen el traçat de l’antiga carretera de França, l’actual carrer Pere IV, mentre que les posteriors ja s’adeqüen a la distribució en illes que defineix el nou planejament.

---

<sup>54</sup> ARXIU HISTÒRIC DEL POBLENOU. *Història del Poblenou*. <<http://www.arxiuhistoricpoblenou.es/historia-poblenou.html>>



### *Poblenou, el Manchester Català*

Font: Ajuntament de Barcelona/Barcelona Regional

Així, fins el 1904 es produeix l'explosió liderada per l'esmentada indústria tèxtil ja que moltes fàbriques del centre de la ciutat es traslladen al Poblenou buscant un localització més favorable. Ara bé, el barri queda desvinculat de la zona de la costa per la presència de les vies del ferrocarril al costat del mar, seguint el litoral en direcció nord-sud. En aquesta època Sant Martí de Provençals ja forma part de la ciutat de Barcelona, a la qual s'integra l'any 1897 juntament amb d'altres municipis.

Entre 1905 i 1939 es produeix la consolidació de l'àrea, de la mà de la primera generació d'indústria metal·lúrgia i les primeres fàbriques de cotxes (Hispano- Suiza, Ford, General Motors). Més endavant, de l'any 1940 a l'any 1964, esdevé un nou impuls, afavorit per un període expansiu de la indústria mecànica i automobilística. A aquest període corresponen els assentaments d'Hispano Olivetti, Pegaso-ENASA o Montesa.

Finalment, al 1965, comença el període de decadència industrial motivat entre d'altres raons per la promoció dins el terme municipal de Barcelona de nous polígons industrials, com la Zona Franca, però també en nombrosos municipis de la primera i la segona corona metropolitana.

Pel que fa a la part urbanística, en el Pla Comarcal de 1953 el Poblenou queda qualificat majoritàriament com a zona industrial. Al 1976 es produeix la revisió del Pla Comarcal i l'aprovació del Pla General Metropolità (PGM). El PGM aportà elements importants per al desenvolupament urbanístic de l'àrea:

-El refermament de la plaça de les Glòries, com a nus d'autopistes, i de la reserva ferroviària de la costa

-El manteniment de les zones industrials del Pla Comarcal de 1953

Així doncs, quan arriben les grans transformacions de finals dels vuitanta les coses estaven així: un barri eminentment productiu però amb símptomes importants de decadència, amb nombroses fàbriques abandonades degut a l'emigració de la indústria del barri, una situació d'alegalitat de quasi 5000 habitatges, un nucli urbà al voltant de la Rambla, urbanísticament complex però també degradat i aïllat de Barcelona per les infraestructures viàries i ferroviàries, i un moviment veïnal reivindicatiu i solidari<sup>55</sup>.



*Fàbriques abandonades al Poble Nou a finals del s.XX*

Font: Ajuntament de Barcelona/societat 22@bcn

La situació del barri del Poble Nou canvia a partir de la designació de Barcelona com a seu dels Jocs Olímpics de 1992. La construcció de la Vila Olímpica transforma una de les seves àrees industrials, la Nova Icària, que es converteix en lloc d'allotjament dels atletes i posteriorment en un barri residencial. Un seguit de projectes complementen aquesta intervenció: el trasllat de les vies costaneres a l'interior, la construcció de la ronda del Litoral, la recuperació de les platges, la creació dels parcs del Litoral i del Poble Nou cobrint la ronda i la millora i el cobriment del col·lector del Bogatell<sup>56</sup>.

<sup>55</sup> Oliva, Antoni (2003). *El districte d'activitats 22@bcn*. Quaderns de gestió (nº15). Barcelona: Aula Barcelona; Fundació CIDOB (pàg. 17)

<sup>56</sup> *Ibid*: (pàg. 18)

A la dècada dels noranta s'afegeixen altres projectes que afecten a l'entorn del Poblenou i li atorguen un caràcter més central, tot confirmant la voluntat de transformació de tota l'àrea de llevant de la ciutat. Grans equipaments públics com l'Auditori, el Teatre Nacional de Catalunya i la Universitat Pompeu Fabra a les antigues casernes de Jaume I (prop de la Ciutadella); la conversió de l'antiga fàbrica Olivetti en el centre comercial de Glòries (Modificació del Pla General a l'illa Hispano-Olivetti al 1990); l'extensió de la Rambla fins a la Gran Via i, més recentment, l'obertura de la Diagonal fins al mar (Modificació del Pla General Metropolità del sector Diagonal-Poblenou al 1993), una idea ja planificada des del Pla Cerdà.

Simultàniament a aquest procés d'operacions urbanístiques municipals apareixen nous usos que també marquen l'orientació de les zones industrials.

Per una banda, es rehabiliten algunes fàbriques per allotjar-hi diferents activitats com és el cas de Vapor Lull i la seva reconversió en "lofts" i la rehabilitació de Can Canela com a seu de l'Institut Català de Tecnologia. Al voltant de Pere IV i Almogàvers també comencen a instal·lar-se grans bars i discoteques aprofitant les antigues instal·lacions industrials.

Per l'altra, i com a fet remarcable per als objectius d'aquesta recerca, els nous tallers d'artistes que emigren cap aquesta zona. Des dels anys vuitanta sorgeixen grups d'artistes que s'instal·len a les antigues fàbriques atrets per la funcionalitat i el preu dels espais que les antigues naus industrials els proporcionen. Un clar exemple és el taller de **Palo Alto**, al carrer de Pellaires, amb què el dissenyador Xavier Mariscal aterra al Poblenou. Palo Alto és el referent en el trasllat de molts tallers d'artistes al Poblenou i també com a model de fàbrica cultural: per salvaguardar-la es necessita que les institucions es facin amb la propietat de la fàbrica i atorguin després la concessió de la seva gestió de manera privada.

Altres espais i col·lectius, des de diferents disciplines artístiques, que s'instal·len a les antigues fàbriques i les naus del barri industrials són: **Hangar i Can Font, Flea – Taller, Nau 7 a Can Ricart, El Submarí, Can Saladrigas, Taller Caminal, Palo bajo, La Escocesa, Makabra, Dacks, Risina Tòxica, Winchester School of Arts**, entre d'altres. Val a dir que d'aquests espais inicials actualment només resten actius Hangar i La Escocesa.

### 3.2. La Modificació del Pla General Metropolità del 22@Barcelona

Tal com hem explicat l'Ajuntament va anar aprovant plans urbanístics a diferents parts del Poblenou. Però a partir de l'any 2000 la resposta de l'Ajuntament, per aquelles àrees industrials a l'interior del Poblenou que no havien estat regenerades, va ser el Pla 22@Barcelona (en endavant, Pla 22@). Dos documents clau van definir el corpus conceptual de la nova proposta per al Poblenou. El primer, realitzat per l'economista Joan Trullen<sup>57</sup> *Criteris, objectius i solucions generals de planejament de la renovació urbana de les àrees industrials del Poblenou*, tret a exposició pública el maig de 1998, estableix les bases de la conveniència d'un planejament que inclogui la convivència d'usos mixtes (residencial i d'activitat econòmica/industrial). El segon document, *Ciutat Digital* publicat la primavera de 1999, fou creat per analitzar la proposta del document de "Criteris" i les seves conclusions van en el sentit d'apostar per l'economia del coneixement i en les noves tecnologies de la comunicació i informació (TIC). L'estudi *Ciutat Digital*, base conceptual del projecte 22@, fou dirigit per Miquel Barceló, aleshores director de l'Institut Català de Tecnologia i coordinat per Antoni Oliva especialista en gestió ambiental.

A partir d'aquí, l'Ajuntament de Barcelona assumeix aquestes propostes i elabora el Pla 22@ com a resposta per aquelles àrees industrials a l'interior del Poblenou que no havien estat regenerades<sup>58</sup>. Amb una durada prevista d'entre 10 i 20 anys, reivindica la regeneració urbana d'una part del barri industrial del Poblenou -200ha d'un total de 590ha- en un districte d'activitats "intensives en coneixement" que esdevindran un motor productiu de la regió metropolitana en l'anomenada "nova economia".

La principal novetat del Pla 22@ és la requalificació de les àrees industrials, de la clau urbanística 22a del PGM del 1976 a la clau 22@ de la MPGM. Així, on anteriorment només es podien ubicar exclusivament activitats industrials, ara es permeten una gran varietat d'usos: habitatge, indústria no contaminant, oficines, comerç, hotels, residències. Però, el principal objectiu que es planteja el Pla és la d'atreure "activitats @" que són definides a la memòria de la MPGM com aquelles activitats relacionades

---

<sup>57</sup> Joan Trullen era l'economista membre de l'equip redactor del document de *Criteris, objectius i solucions generals de planejament de la renovació urbana de les àrees industrials del Poblenou* i hi aportava la visió de desenvolupament econòmic i urbà

<sup>58</sup>La subcomissió d'Urbanisme de l'Ajuntament va aprovar el 27 de juliol de l'any 2000 la Modificació del Pla General Metropolità (MPGM) del 22@bcn.

amb el sector de les **TIC, la investigació, el disseny, la cultura i el coneixement**<sup>59</sup>. En paraules dels responsables del 22@bcn:

*“Les activitats @ són totes les que utilitzen el talent com a principal recurs productiu, amb independència del sector econòmic al qual pertanyin: poden estar relacionades amb la recerca, les ciències biològiques, el disseny l’enginyeria, la cultura, l’edició o l’activitat multimèdia, i es caracteritzen per fer un ús intensiu de les tecnologies de la informació i la comunicació”*<sup>60</sup>

La segona gran novetat de la MPGM són els equipaments 7@ de titularitat pública (un 10% del sòl), destinats a activitats vinculades a la formació, la investigació i l’empresa, fent un especial èmfasis en la localització de pràctiques relacionades amb la col·laboració entre Universitat i empresa seguint el model de la Triple Hèlix. Segons els seus responsables:

*“Aquesta mesura garanteix la disponibilitat d’una àmplia oferta de capital humà altament qualificat i afavoreix alhora, la col·laboració dels seus equips de recerca amb les empreses instal·lades al districte 22@Barcelona”*<sup>61</sup>

El Pla 22@ es presenta com una resposta complexa i innovadora a “l’obsolescència funcional” del que havia estat el “Manchester català” i una aposta de futur d’avantguarda. Com a pla global està en la línia del que demana l’Associació de Veïns i Veïnes del Poblenou (AVVP) que reclama un tractament pel barri des de principis dels anys 90, i després de les reformes de la Vila Olímpica, Front Litoral i Diagonal Mar que no havien aportat cap cohesió al territori.

Per exercir la governança tant de les funcions de planejament, de gestió urbanística i d’infraestructures (primera fase, del 2000 al 2006) com de les de promoció econòmica (segona fase, 2006 al 2012), l’Ajuntament de Barcelona crea la societat privada municipal 22@Barcelona S.A., amb capital íntegrament municipal<sup>62</sup>.

Tanmateix, les polítiques culturals a la zona romanen en el Departament de Cultura de l’Ajuntament de Barcelona.

---

<sup>59</sup> Aquest canvi expulsarà de la zona activitats productives assentades al barri per no complir amb els requisits necessaris de les activitats “@” i per l’enderroc de les fàbriques on estan instal·lats. Vegeu Dot Jugla, Esteve *et al* (2012). “Gentrificació productiva, desindustrialització i relocalització industrial.” A *Treballs de la Societat Catalana de Geografia* (núm 73) (pàg. 72-52). <<http://revistes.iec.cat/index.php/TSCG>>

<sup>60</sup> Ajuntament de Barcelona (2009). *22@ Barcelona. Estat d’execució 2009*. Barcelona: Societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona. (pàg. 8)

<sup>61</sup> *Ibid* (pàg. 9)

<sup>62</sup> Vegeu la pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona. <<http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/27/391/lang.ca/>>





### *Àmbit de la MPGM 22@Barcelona*

Font: Ajuntament de Barcelona

Per analitzar l'impacte de l'execució del Pla 22@, des de la seva aprovació l'any 2000, en el foment de les indústries culturals i creatives i en el sector artístic independent, hem dividit les actuacions realitzades al barri en tres tipus de polítiques:

- Les polítiques urbanístiques i la governança en la seva implementació (societat 22@bcn).
- Les polítiques culturals (Departament de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona: Plans Estratègics de l'ICUB del 1999 i del 2006).
- Les polítiques de promoció econòmica de foment de les indústries culturals i creatives (societat 22@bcn).

### **3.3. Les polítiques urbanístiques: el discurs i la governança**

Tal com explica Joan Trullen<sup>63</sup> després de l'esgotament del gran impuls olímpic *calia construir un nou relat que permetés articular el conjunt de l'estratègia de ciutat. I aquest relat definirà un nou projecte de ciutat: Barcelona Ciutat del Coneixement*"<sup>64</sup>.

De manera que l'alcalde de Barcelona Joan Clos, escollit en substitució de Pasqual

---

<sup>63</sup> Joan Trullen, doctor en ciències econòmiques, era aleshores comissionat de l'alcalde de Barcelona (Joan Clos) per al disseny del projecte Barcelona Ciutat del Coneixement. Posteriorment, del 2004 al 2008 va ser secretari general d'Indústria del Ministeri d'Indústria Comerç i Turisme.

<sup>64</sup> Trullen, Joan (2011). *El projecte Barcelona Ciutat del Coneixement i el 22@Barcelona*. A Revista Econòmica de Catalunya (núm 64)

Maragall al setembre de 1997, estableix el concepte “ciutat del coneixement” com a fil conductor fonamental de l’acció del govern municipal

En la renovació de la zona industrial del Poblenou es crea un nou “**solution-set**” que va molt més enllà de donar resposta a la regeneració del barri i se cerca crear un nou model de ciutat. Es tracta de potenciar Barcelona sota la idea de “ciutat del coneixement” que, a més de resoldre els problemes locals de regeneració, seguint els arguments del geògraf David Harvey, catapulta a Barcelona dins el ranking competitiu global de les ciutats.

Els discursos o narratives d’aquest “solution-set” del Poblenou no són originals, sinó que es basen, en un principi, en utilitzar com estratègia el paradigma de l’economia creativa, sobretot en el seu vessant d’economia del coneixement, posant tot l’èmfasi en el desenvolupament de les TIC . Més tard, durant la renovació econòmica del barri (al 2006) s’incorporen, entre d’altres, les teories de les ciutats i les classes creatives (Landry, Florida) sobre l’economia del talent, la creativitat i la innovació; i les teories de Michel Porter, sobre els clústers innovadors<sup>65</sup>.

En un primer moment, el Pla 22@ va generar un gran consens de tots els actors del règim urbà (AVV, propietaris del sol, promotors, partits polítics), però aquest projecte és un projecte econòmic, pensat a una escala metropolitana i amb una visió sobre el territori basada en la disponibilitat de sòl en un lloc central, per la qual cosa les polítiques més socials o culturals no queden ben definides ni en la MPGM ni són objectiu de la societat municipal 22@bcn. A més, en aquest període el focus de les polítiques públiques (que actuen com a promotores) se centra en el creixement econòmic i en la col·laboració amb el sector privat (propietaris del sòl, immobiliàries,) més que en la cerca d’un consens en l’esfera pública<sup>66</sup>. Així que, la pau social dura poc i es generen tot un seguit de conflictes.

## **El conflicte de Can Ricart**

Tot i que aquesta recerca no pot abastar tots els conflictes sorgits, si que volem fer esment al conflicte de l’antiga fàbrica de Can Ricart (entre 2004 i 2007).

L’origen del conflicte s’origina perquè el Pla 22@ estableix un marc de transformació del sòl industrial i al setembre del 2001 s’aprova el PERI Parc Central (Diagonal-Pere

---

<sup>65</sup> Vegeu la pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona.  
<<http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/42/144/lang.ca/>>

<sup>66</sup> D’un sòl inicial 100% privat, amb la transformació, un 30% del sòl es convertirà en sòl públic per crear zones verdes, equipaments i habitatge social.



IV), un dels diversos Plans de Reforma Interior. Però una de les conseqüències del PERI Parc Central és l'enderroc de la fàbrica Can Ricart -amb l'excepció de la nau on es troba Hangar, la torre del rellotge, i la xemeneia- l'expulsió de les empreses assentades a la fàbrica i la reurbanització del sector.

Per altra banda, efectivament el 22@ és un pla d'iniciativa pública, tal com explica Antoni Oliva<sup>67</sup>, però que actua en sòl públic i privat. El sistema de gestió en aquest últim és la reparcel·lació, que significa que són els propietaris els que promouen i financen l'operació. L'administració, en aquest cas l'Ajuntament i la societat municipal 22@bcn, ha de tutelar-la i supervisar-la. Això explica que si bé la renovació de l'àrea sigui d'iniciativa pública, el pagament de les indemnitzacions correspongui al propietari, que és el beneficiari principal de les plusvàlues que genera l'operació<sup>68</sup>.

Així que, a partir d'aquest moment el propietari de la fàbrica, Federico Ricart, Marquès de Santa Isabel, a través de la seva immobiliària (Ricart Parc Central S.L.), inicia un seguit d'accions legals contra els llogaters de les diferents naus, petites empreses i centres artístics com Can Font, agrupats més tard en el col·lectiu Nau 21, i Hangar<sup>69</sup> amb l'objectiu d'expulsar-los sense haver de pagar cap indemnització. Tanmateix, aquests darrers (Can Font i Hangar) consideren que la seva activitat pot encaixar amb les activitats de producció i transmissió de coneixement i noves tecnologies previstes al projecte 22@<sup>70</sup>. Per tant, s'oposen als desnonaments dictats al llarg de l'any 2004 amb el suport d'altres actors assentats al barri.

Aquest és l'inici de la Plataforma Salvem Can Ricart (abril del 2005) composta per un grup molt heterogeni de col·lectius (treballadors, empresaris, veïns, defensors del patrimoni, okupes, artistes, professors universitaris) i de gran repercussió mediàtica. Per alguns autors, el conflicte de Can Ricart es planteja com un cas simptomàtic de la crisi del "model Barcelona" massa compromès amb la pressió del mercat i del sòl<sup>71</sup>.

---

<sup>67</sup> Oliva, Antoni (2003). *El districte d'activitats 22@bcn*. Quaderns de gestió (nº15). Barcelona: Aula Barcelona; Fundació CIDOB (pàg . 41).

<sup>68</sup> Marrero Guillamón, Isaac (2008). *La fàbrica del conflicte. Terciarització, lucha social y patrimonio en can Ricart, Barcelona*. Tesis doctoral defensada 13 de novembre del 2008 a la facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona. Departament d'Antropologia Cultural i Història d'Amèrica i Àfrica (pàg. 61)

<sup>69</sup> Jordà, Jordi (2004, 1 d'octubre). "Hangar, obligado a dejar Poblenou". *La Vanguardia*

<sup>70</sup> Vegeu Plataforma Can Ricart, 25/02/2006. *Can Ricart. Proposta de Pla d'usos i d'altres activitats*.

<<http://www.docstoc.com/docs/1277163/Can-Ricart-Proposta-de-Pla-dUso-i-Activitats>>

<sup>71</sup> El "model Barcelona", entre d'altres aspectes, es caracteritza pel consens i la participació ciutadana. Vegeu Annex 3

Tal com explica Pedro Soler<sup>72</sup>, ex- director d'Hangar, a la memòria del centre del 2009:

*“Les forces combinades d'aquests diversos grups van aconseguir, a finals de 2005, aturar la demolició dels edificis, però no van aconseguir evitar que els negocis i els artistes que hi treballaven perdessin el seu espai. Això va suposar la pèrdua de 255 llocs de treball. Només Hangar, que comptava amb el suport de l'ICUB (Ajuntament de Barcelona), va aconseguir quedar-se a Can Ricart, malgrat els plets i altres hostilitats del propietari, Federico Ricart”<sup>73</sup>*



*Hangar a les naus laterals de Can Ricart*

Font: Pilar Vidal

En efecte, al desembre de 2005 es revoca la llicència d'enderroc de Can Ricart i a l'abril del 2006 l'Ajuntament de Barcelona presenta la nova proposta urbanística per a Can Ricart: el 67% dels edificis construïts fins al 1930 serien dedicats en la seva majoria a equipaments públics (79%). Entre aquests equipaments destaca la Casa de les Llengües, un projecte de museu i centre d'estudis derivats de l'exposició “Veus del Fòrum 2004”. La resta de sòl públic es reparteix entre un Centre de Barri i l'ampliació d'Hangar<sup>74</sup>. Val a dir que Hangar des d'aleshores es consolida com una institució de servei públic i és objecte de suport per part de diverses administracions. Els artistes de

---

<sup>72</sup> Pedro Soler és escollit director d'Hangar al desembre del 2005. La posició d'Hangar en la primera fase del conflicte no havia estat clara. Aquesta indefinició va provocar, de fet, una crisi en Hangar que fou declarat en procés de refundació. Una refundació que afavoreixi la seva participació en les xarxes de producció cultural en el territori de Catalunya, així com la definició del seu paper en un context més proper, el de Can Ricart i el barri del Poblenou. < <http://e-barcelona.org/index.php?name=News&file=article&sid=6439>>

<sup>73</sup> Memòria de Hangar (2009). Centre de Producció d'arts visuals. Fundació Associació d'Artistes Visuals de Catalunya.

<sup>74</sup> Pel que fa al sòl privat dins el recinte, es reparteix entre vivenda social, vivenda no convencional o *lofts* i espais productius 22@. La resta de sòl d'aprofitament privat es concentra al voltant del recinte, en un edifici de dotze plantes amb façada al Parc Central.

Nau 21, malgrat les al·legacions presentades a la modificació del Pla inicial de Reforma Interior del Sector Parc Central, es queden sense espai per treballar i han de tancar la seva activitat<sup>75</sup>.

*“(…) volem recordar que “nau 21” té com finalitat la creació i posta en marxa de la nau 21 de Can Ricart, com un centre de producció (...) un centre de recursos i trobada per a totes les disciplines entorn de la Ciència, l’Art i la Tecnologia. La proposta municipal, en lloc de tenir en compte aquesta reivindicació cultural d’arrel ciutadana, suprimeix un centre de producció cultural (...) per un equipament cultural com el que significa l’anomenat Museu de les Llengües sortit del Fòrum 2004. Entenem que per garantir la riquesa cultural de la ciutat, s’ha de mantenir l’equilibri entre les iniciatives ciutadanes i els recursos i l’oferta cultural de l’Administració Pública”<sup>76</sup>*

Finalment, al 2007 part de l’edifici de la fàbrica és declarat Bé Cultural d’Interès Nacional (BCIN). I, pels efectes de la crisi econòmica, al desembre del 2011 el projecte Casa de les Llengües es dissolt després de la sortida de la Generalitat del projecte. Així, al gener del 2012, el regidor d’Habitat Urbà de l’Ajuntament de Barcelona anuncia la intenció d’oferir la nau principal de Can Ricart com a seu barcelonesa del Museu Nacional d’Arquitectura i Urbanisme al Ministeri de Foment<sup>77</sup>.



*A l’esquerra, actualment espais sense ús al recinte Can Ricart*

Font: Pilar Vidal

<sup>75</sup> “Artistes de la Nau 21. Què faran ara sense Can Ricart”. TV Sant Martí (12/04/2006)

<sup>76</sup> Nau 21, (12 de juliol de 2006). *Al·legacions a la “Modificació del Pla de millora urbana de la Unitat d’Actuació 1 del Pla especial de reforma interior del sector del Parc Central. Preservació del recinte de Can Ricart”*. <[http://nau21.net/media/print/0607\\_nau21\\_al.legat\\_per\\_can\\_ricart.pdf](http://nau21.net/media/print/0607_nau21_al.legat_per_can_ricart.pdf)>

<sup>77</sup> Xabier Barrena (2012, 17 de gener). “Barcelona ofereix Can Ricart a Foment com a seu del Museu d’Urbanisme”. *El Periodico*. <<http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/barcelona/barcelona-ofereix-can-ricart-foment-com-seu-del-museu-durbanisme-1329941>>

Per altra banda, Soler explica que:

*“Després d’anys de militància per part de l’Associació d’Artistes Visuals de Catalunya (AAVC), van servir perquè els responsables municipals se sensibilitzessin amb la necessitat d’afavorir una cultura artística activa a la ciutat i possessin a l’abast espais de treball, la qual cosa servia per apaivagar la protesta social, visible i perillosa. Així va néixer el projecte Fàbriques de Creació, del qual Hangar és el model (edifici i fons públic i gestió privada a través de fundacions i associacions)”<sup>78</sup>*

En el següent capítol analitzem l’evolució de les polítiques culturals al barri del Poblenou fins arribar al projecte *Fàbriques de Creació* que esmenta Soler.

### 3.4. Les polítiques culturals

Paral·lelament a la redacció del document *Ciutat Digital*, base conceptual del projecte 22@, l’Ajuntament de Barcelona a través de l’Institut de Cultura de Barcelona<sup>79</sup> (ICUB) impulsa el primer Pla Estratègic de Cultura de 1999 de Barcelona, que es caracteritza per dos elements bàsics: la intenció de que la cultura ocupi un espai de centralitat en el marc de l’estratègia de la ciutat i el reconeixement de la relació entre cultura i desenvolupament econòmic i tecnològic.

Tal com hem explicat en l’apartat anterior, l’alcalde de Barcelona Joan Clos, estableix el concepte “ciutat del coneixement” com a motor de desenvolupament de la ciutat i en el que la cultura té un rol important. Així ho afirma en el Pla Estratègic de Cultura de 1999, “La cultura, motor de la ciutat del coneixement”:

*“(…) una sèrie de canvis estructurals concorren en l’entorn de les ciutats. La denominada societat de la informació, apareguda a cavall de la globalització de l’economia planteja nous reptes on la cultura pot esdevenir una de les claus essencials per donar-hi resposta”<sup>80</sup>*

El Pla Estratègic de Cultura defineix el concepte “cultura” des d’una visió transversal i molt ampla on tenen cabuda diversos sectors i institucions. El sector cultural abraça les indústries culturals i les creatives:

*“El concepte de cultura s’entén no només com “les arts i el patrimoni” sinó que s’estén a les universitats, a les divisions de recerca, i de desenvolupament*

---

<sup>78</sup> Memòria de Hangar (2009). Centre de Producció d’arts visuals. Fundació Associació d’Artistes Visuals de Catalunya.

<sup>79</sup> Creat al 1996, com a òrgan únic de totes les funcions municipals en matèria de cultura a partir de la fusió de l’Àrea de Cultura de l’Ajuntament, de l’Institut Municipal Barcelona, Espectacles i del Centre gestor de museus. Lidera les polítiques culturals i que, posteriorment, promou el Pla Estratègic del Sector cultural.

<<http://barcelonacultura.bcn.cat/institut-de-cultura>>

<sup>80</sup> Institut de Cultura (1999). *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona. La cultura, motor de la ciutat del coneixement (1999)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona (pàg. 1)

*d'empreses, als nous sectors econòmics emergents vinculats al coneixement i a les tecnologies, a l'àmbit de les associacions i ONG, al conjunt d'indústries i empreses culturals que abasten l'àmbit discogràfic, editorial o de les arts escèniques, però també els del disseny, multimèdia o l'arquitectura i, òbviament, al conjunt d'institucions públiques i les seves àrees de cultura.*"<sup>81</sup>

La primera línia estratègica del Pla és "Enfortir Barcelona com a factoria de producció de continguts culturals", orientant les accions cap a la millora de la capacitat de la ciutat com a productora de continguts culturals a través del suport a la creació, el suport a la indústria cultural en la producció i difusió i l'optimització dels sistemes de finançament i gestió de la cultura<sup>82</sup>.

Una altra línia estratègica (la sisena) és "Projectar Barcelona com a plataforma de promoció internacional". Una de les actuacions previstes és "Generar totes les condicions per tal que Barcelona atregui creadors". En aquest punt ja es fa esment a "Poble Novíssim" tot i que encara la MPGM del 22@ al Poblenou no està aprovada:

*"Creació d'un espai de referència de noves formes de producció cultural al món. El procés de reurbanització del Poblenou ofereix l'oportunitat de repensar els usos industrials tradicionals de la zona i permet el desenvolupament de noves indústries, entre les quals destaquen les produccions culturals. Es proposa la creació d'uns espais –d'oferta pública i privada- adequats per a la creació cultural i el desenvolupament de productes culturals. Aquest territori ha de disposar de les tecnologies i infraestructures més avançades per oferir un espai connectat amb el món, de gestió flexible i atractiu per a creadors i productors d'arreu. S'ha de crear una imatge de territori cultural pilot.*"<sup>83</sup>

La renovació del Poblenou s'inclou, per tant, dins la línia estratègica que té com objectiu la projecció internacional de Barcelona i l'atracció de talent exterior i no com una mesura de suport als creadors de la ciutat que s'inclouria en la primera línia, "Enfortir Barcelona com a factoria de producció de continguts culturals". En cap moment es fa referència als espais ja existents a la zona. Aquesta línia estratègica, segons la nostra opinió, està en consonància amb la influència creixent de les teories de les classes i les ciutats creatives amb un objectiu competitiu: situar Barcelona en el mapa global.

---

<sup>81</sup> *Ibid.*, (pàg. 5)

<sup>82</sup> Al balanç 2003 del Pla Estratègic de Cultura, al Poblenou únicament es fa menció de dos espais creatius: Hangar - Associació d'artistes visuals de Catalunya i Ciutat de l'audiovisual o Ca l'Aranyó

<sup>83</sup> Institut de Cultura (1999). *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona. La cultura, motor de la societat del coneixement.* (1999). Barcelona: Ajuntament de Barcelona (pàg. 34)

En la revisió del Pla Estratègic de Cultura del 2006-Nous Accents es consolida aquesta idea central de la política cultural a Barcelona, i per tant al districte 22@, d'atreure personal creatiu (talent) exterior:

*“La urbanització del món i l’obertura dels mercats econòmics han comportat una accentuació de la competència entre ciutats per atreure inversions econòmiques i humanes. Les ciutats malden per acollir institucions, organitzacions i esdeveniments internacionals, per captar fluxos de turisme, per seduir personal qualificat, etc. Les ciutats volen mostrar les millors condicions, amb una “oferta cultural rica”, vinculada a una “qualitat de vida”, i la millor imatge per atreure capital i personal.”*

Així mateix, una tercera estratègia del Departament de Cultura de l’Ajuntament de Barcelona és la d’impulsar la transformació urbana i el posicionament en el mapa de la ciutat a partir d’una cooperació amb els agents socials i econòmics, i en les bones relacions d’aquests amb la “classe creativa” – artistes, arquitectes, urbanistes, investigadors-, tal com expressava a l’any 2005 Jordi Pascual, responsable de Relacions Internacionals de l’ICUB<sup>84</sup>.

Per tant, els objectius centrals són la transformació urbana, potenciar la marca Barcelona a nivell internacional i l’atracció de talent (classe creativa), tots ells desenvolupats a través d’un consens. No obstant això, cal veure si en aquest consens s’ha tingut en compte el col·lectiu dels artistes independents assentats al Poblenou a l’hora de la implantació d’aquests objectius.

Un informe elaborat per Hangar al 2006 posa de manifest davant l’opinió pública que entre el 1994 i el 2006 s’ha produït la desaparició de 18 espais artístics, per un total de 6.783 metres quadrats i 133 artistes perduts. L’informe d’Hangar també assenyala l’expulsió del barri al 2007 d’uns altres 188 artistes i la desaparició 9670 metres dedicats a la creació<sup>85</sup>.

En aquesta línia, en el context dels Tallers Oberts del Poblenou (TOP) 2006 la pàgina web de La Escocesa mostra un mapa on es palesa la desaparició dels esmentats espais creatius.

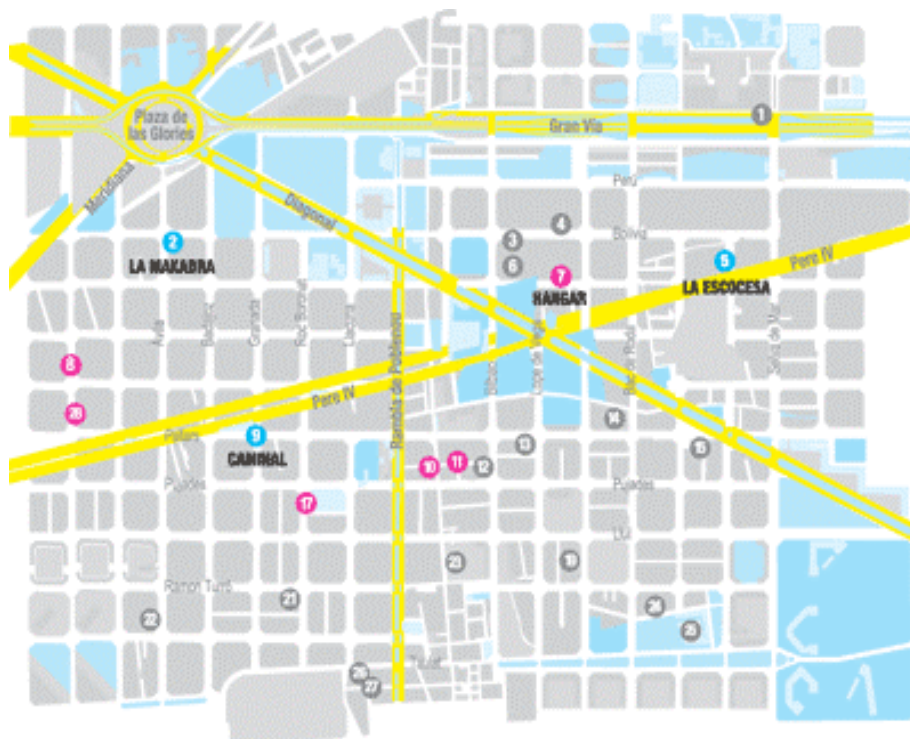
---

<sup>84</sup> Barbieri Muttis, Nicolás (2012). *¿Por qué cambian las políticas públicas? Una aproximación narrativa a la continuidad, el cambio y la despolitización de las políticas culturales. El caso de las políticas culturales de la Generalitat de Catalunya (1980-2008)*. Tesis doctoral presentada al Departament de Ciències Polítiques i de Dret Públic. Facultat de Ciències Polítiques i de Sociologia. Universitat Autònoma de Barcelona. (pàg. 134)

<sup>85</sup> Bosco, Roberta (2007, 29 de gener). “Poblenou perderá unos 200 artistas en 2007”. *El País*. Secció Catalunya (pàg. 29)



Podem observar 16 punts grisos que corresponen a espais desapareguts. El punts blaus, tres en total, són els espais en perill de tancament, que a 2012 n'hi ha dos que ja han tancat (La Makabra i Caminal). El punts roses són els espais actius<sup>86</sup>.



*Mapa d'espais creatius 2006*

Font: <http://www.laescocesa.org/top2006/espais.html>

Uns anys més tard, al 2010, la iniciativa institucional del Districte de Sant Martí “Mapa Creatiu del Poblenou” també constatarà aquesta pèrdua d’espais creatius del sector artístic independent<sup>87</sup>.

Davant d’aquesta situació, l’Ajuntament de Barcelona mitjançant l’ICUB promou en el marc del Pla Estratègic 2006 el programa “Barcelona Laboratori”. Així, la primera línia d’aquest programa és “més oportunitats per a la creació artística” on s’inclou el projecte “Fabriques per a la Creació”.

*“Barcelona laboratori és un programa per potenciar totes aquelles condicions que fan possible ampliar la base creativa de la ciutat, en tots els àmbits de*

<sup>86</sup> 1 Guatemala 11. 2 La Makabra. 3 Flea Taller. 4 Nau 7. 5 La Escocesa. 6 Can Font. 7 Hangar. 8 F Alejandro+ V. Bico+ J.L. Quintana M. Renes. 9 Taller Caminal. 10 Taller Re. 11 Laboratorio Symbolon. 12 taller col·lectiu. 13 taller col·lectiu. 15 Risina Toxica. 17 Mireia Maso+ Tamara Zaitseva. 19 Palo Bajo. 21 Dacks. 22 Avila 24-28. 23 Can Saladrigas (tallers col·lectius). 24 Tallers dels Pellaires. 25 Winchester School. 26&27 El Submari. 28 Zamora 99

<sup>87</sup> Jordi Ribes és el coordinador del Mapa Creatiu, Tere Badia (directora d’Hangar) i Joan Soler (AVV) coordinen les taules de treball. De la creació de la pàgina web s’encarrega Kike Bela director de La Escocesa. Vegeu Mapa creatiu del Poblenou. Districte de Sant Martí (2011). *Mapa Creatiu del Poblenou. Entitats artístiques del Poblenou de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona, Districte de Sant Martí. <<http://mapacreatiupn.org/ca>>

*l'expressió artística i del pensament. Barcelona pretén incrementar el suport a la creació com a condició necessària per a un millor desenvolupament cultural de la ciutat*"<sup>88</sup>.

*"Un del projectes de Barcelona laboratori són les "fàbriques per a la creació" que consisteixen en unes xarxes d'espais orientats a l'assaig i la creació en els diferents àmbits artístics de la ciutat: arts visuals, música, teatre, dansa, circ, literatura i audiovisuals. S'han d'ubicar a recintes industrials en desús, com la Fabra i Coats (Sant Andreu)<sup>89</sup> i l'Escocesa (Poblenou)"*<sup>90</sup>

Ara bé, el Pla Estratègic no menciona que molts dels espais ja estan en marxa i es veuen seriosament amenaçats. És el cas de l'Escocesa (Pere IV, 345) amb 75 artistes i 3.950 metres quadrats i el Taller Caminal (Pallars, 172) amb 23 artistes i 720 metres quadrats<sup>91</sup> tal acabem d'observar en l'anterior quadre.

El projecte "Fàbriques per a la Creació" és una aposta que inclou, entre d'altres accions:

*"Ampliació dels espais i dels serveis a Hangar en un marc de cooperació amb l'Associació d'Artistes Visuals de Catalunya"*<sup>92</sup>

Jordi Martí, aleshores director de l'ICUB, ratifica amb aquestes paraules el suport de l'Ajuntament envers Hangar:

*"La capacitat d'Hangar de generar iniciatives i propostes més enllà de la pròpia producció artística, la idea de laboratori, la vocació pública i la implicació amb l'entorn, el converteixen en un referent"*<sup>93</sup>

Així mateix, l'ICUB des del 2009 dona suport també a l'Escocesa – Associació d'idees en un nou model de Fabrica de Creació que dona espai de treball a artistes i a la vegada genera un programa d'activitat en paral·lel<sup>94</sup>. Així que, actualment tant Hangar com l'Escocesa són dos centres de creació més institucionals.

Malgrat tot, el Pla Estratègic admet la desaparició dels artistes al Poblenou però en fa responsable a la pressió immobiliària:

---

<sup>88</sup> Institut de Cultura (2006). Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona – Nous Accents (2006). Barcelona: Ajuntament de Barcelona. <[http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa\\_laboratori.html](http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa_laboratori.html)>

<sup>89</sup> La Fàbrica de Creació Fabra i Coats es va inaugurar el 29/09/2012

<sup>90</sup> Institut de Cultura (2006). Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona – Nous Accents (2006). Barcelona: Ajuntament de Barcelona. <[http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa\\_laboratori.html](http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa_laboratori.html)>

<sup>91</sup> Bosco, Roberta (2007, 29 de gener). "Poblenou perderà unos 200 artistas en 2007". *El País*. Secció Catalunya (pàg. 29)

<sup>92</sup> Institut de Cultura (2006). Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona – Nous Accents (2006). Barcelona: Ajuntament de Barcelona <[http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa\\_laboratori.html](http://www.bcn.es/plaestrategicdecultura/catala/programa_laboratori.html)>

<sup>93</sup> Roberta Bosco (2007, 28 de juny). "Hangar, de prototipo a model". *El País*, Secció Cultura. <[http://elpais.com/diario/2007/06/28/quaderncat/1182991517\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/06/28/quaderncat/1182991517_850215.html)>

<sup>94</sup> A l'any 2006 la immobiliària Renta Corporación va comprar la fàbrica per tal de construir oficines i habitatges. Renta Corporació va pactar amb els artistes el desallotjament de la fàbrica que va quedar buida al 2007 després del pagament de les corresponents indemnitzacions. Aquest mateix any l'Ajuntament de Barcelona va catalogar com a Patrimoni Industrial dos naus del complex (2400 metres quadrats de fàbrica)



*“Pel que fa a les arts visuals els mecanismes de suport i acompanyament a la creació són encara febles. Hi ha espais i institucions que donen primeres oportunitats a creadors emergents (en aquest sentit, la posada en marxa d’Hangar com a espai de suport a la creació marca una fita significativa). Però la pressió immobiliària està fent desaparèixer tallers d’artistes i espais de residència de creadors vinguts d’arreu.”<sup>95</sup>*

Laia González, responsable de l’estudi d’Hangar i primera coordinadora del centre, manifesta que la requalificació de més de 200 hectàrees de sòl industrial del Poblenou per implantar empreses, oficines i habitatges posa de moda el barri i la pressió immobiliària va deixant als artistes sense locals. Només hi ha locals molt petits a preus molt alts i amb contractes curts que no donen cap tipus de seguretat cosa que provoca la **desaparició** definitiva del **teixit creatiu** al Poblenou<sup>96</sup>. *“Barcelona utilitza la cultura com a marca, però si no es decideix a cuidar-la, només quedarà el cartell publicitari”<sup>97</sup>*

En definitiva, es produeix una manca de governança i suport per part de les polítiques culturals de l’Ajuntament envers el sector artístic independent del Poblenou amb l’excepció d’Hangar i posteriorment, al 2009, a La Escocesa- Associació d’idees. Les polítiques culturals de l’Ajuntament actuen sota l’estratègia, per una banda, d’atracció de la classe creativa que defensa Florida (artistes, arquitectes, dissenyadors, entre d’altres) generadora de nous continguts orientats al mercat i, per l’altra, potenciar la marca Barcelona al món.

Per tant, molts artistes són expulsats de les naus que ocupen a les antigues fàbriques del Poblenou, en primer lloc, per la manca d’unes polítiques culturals que donin suport a la creació artística; en segon lloc, per l’especulació immobiliària que provoca l’urbanisme empresarial i, alhora per l’increment dels preus dels lloguers al Poblenou, fruit de la requalificació urbanística del Pla 22@.

Per acabar, una altra línia del Pla estratègic 2006 adreçada al “Suport municipal a les indústries creatives”, inclou pel que fa al barri del Poblenou: *“Projectes com el 22@ que aposta per les indústries creatives i culturals amb la ciutat audiovisual de Ca l’Aranyó”<sup>98</sup>*. Aquesta iniciativa de foment de les indústries culturals i creatives del sector audiovisual està, tot i el suport de l’ICUB, liderada per la societat 22@bcn, tal com explicarem en el següent apartat.

<sup>95</sup> Institut de Cultura (2006). Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona – Nous Accents (2006). Barcelona: Ajuntament de Barcelona. < [www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/pdf/Pla\\_Estrategic\\_CulturaBCN.pdf](http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/pdf/Pla_Estrategic_CulturaBCN.pdf) > (pàg. 38)

<sup>96</sup> Vegeu Annex 4. Evolució de preus de lloguer del pisos de segona mà al Poblenou

<sup>97</sup> Ollés, Albert (2006, 18 d’abril). “La presión inmobiliaria deja al Poblenou sin talleres de artistas”. *El Periodico* <<http://campobert.wordpress.com/2011/07/22/la-creacio-artistica-al-poblenou/>>

<sup>98</sup> Institut de Cultura. *Balanç 1999-2003*. Ajuntament de Barcelona. (pàg. 47)

### 3.5. Les polítiques de promoció econòmica

La societat 22@bcn inicia a partir del 2006 una segona fase amb un focus prioritari en la promoció econòmica on inclou un seguit d'actuacions en nom de la cultura, especialment adreçades al foment de les indústries culturals i creatives. Tal com comenta Josep Miquel Piqué, ex-conseller delegat de la societat 22@bcn: “Des de l'inici del projecte a l'any 2000 fins al 2005, la societat municipal 22@Barcelona va portar a terme un projecte de renovació urbana (...). Després d'aquesta fase el projecte 22@Barcelona va iniciar una nova etapa d'intensa renovació econòmica i cultural”<sup>99</sup>.

Les polítiques econòmiques de la societat municipal 22@bcn estan orientades a situar diversos sectors estratègics en una posició de lideratge internacional. Entre aquests sectors destaquen el de les TIC, les tecnologies mèdiques, l'energia i també, el sector audiovisual. El darrer esmentat, segons els responsables del 22@, està vinculat directament amb el sector de la cultura. Més endavant s'incorpora el sector disseny que també es concep com a sector cultural.

Montse Charle, ex-directora del departament de xarxes i talent de la societat 22@bcn, argumenta que la promoció econòmica s'estableix per mitjà del model de clústers i el rol de les entitats governamentals per al bon desenvolupament d'aquest és el següent:

*“Els clústers, tal com els defineix Michel Porter<sup>100</sup>, són realitats empresarials, i com a tals es considera part del clúster tot el teixit econòmic sectorial existent al territori (...).Es poden identificar quines són les estratègies empresarials més interessants, amb vista a privilegiar, mitjançant els mecanismes de suport (subvencions o altres) les empreses que s'encaminin cap aquestes estratègies i rendibilitzar així al màxim l'ús d'uns recursos públics limitats”*

Però en el terreny de la renovació econòmica també s'incorpora el discurs basat en el paradigma de les indústries culturals i creatives com a mecanisme de desenvolupament econòmic a través de la cultura. Així, Charle defineix el sector *media*:

*“El sector media, també denominat dels continguts, de la comunicació, de les indústries creatives i culturals o de les indústries basades en els drets d'autor, agrupa, entre d'altres totes aquelles empreses dedicades a la producció, creació, publicació, distribució, explotació i gestió de la informació i de les experiències tenint com objectiu comú la comunicació.”<sup>101</sup>*

---

<sup>99</sup> Piqué, Josep Miquel (2008). *El projecte 22@Barcelona. Present i futur*. Barcelona: Cambra de Comerç de Barcelona

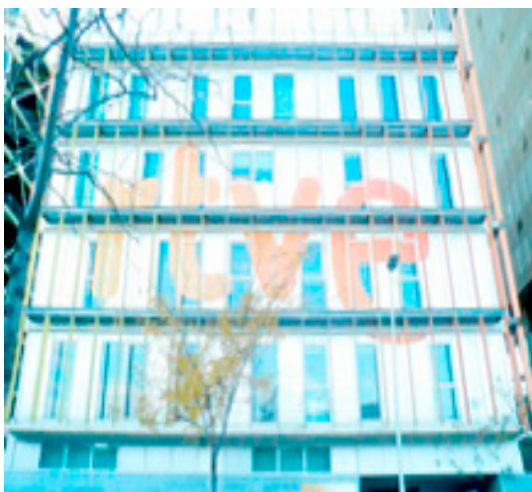
<sup>100</sup> Vegeu la definició de clúster de Porter a la pàgina 22 d'aquest treball.

<sup>101</sup> Charle, Montse. “El model 22@Barcelona: una ciutat ordenada per clústers”. A *Revista Econòmica de Catalunya* (núm 64) (pàg 67)

De manera que les estratègies del 22@bcn segueixen fil per randa totes aquelles condicions per tal de promoure l'èxit dels clústers urbans, tal com els defineix Michel Porter, (i seguint la metodologia de la Triple Hèlix), si bé hi ha també un important esforç en l'atracció i la creació de noves indústries creatives.

En el cas de les polítiques públiques de foment de la indústria cultural i creativa, la societat municipal 22@bcn promou i impulsa especialment les indústries de l'audiovisual perquè és una opció estratègica de la ciutat de Barcelona, tant pel seu dinamisme econòmic com pel seu interès cultural<sup>102</sup>. Aquestes polítiques es concreten a través de la creació del clúster *media*.

Així, en el clúster audiovisual (o clúster *media*) es vol crear un mix empresarial que inclou la creació de noves petites empreses, així com la re-localització de grans empreses nacionals i internacionals que exerceixen d'empreses "tractores" (motor d'atracció de noves empreses).



*Seu de RTVE i Radio Nacional de Espanya*

Font: Pilar Vidal



*Edifici Imagina Mediapro*

Font: BEMsite

Algunes de les més representatives són Ràdio Nacional d'Espanya, i Barcelona Televisió, pel que fa al sector públic, i Mediapro (que actualment lidera el Parc Barcelona Media en la producció audiovisual i el servei a la indústria), Lavinia, Internacional Sound Studio, ADN, Cromosoma, Canonigo Films, Cuatro, Garage Films, Spmpblok, Vistaprint, el grup editorial RBA, Miraveo, Apeer o BMAT, entre d'altres, pel que fa al sector privat.

---

<sup>102</sup> Vegeu la pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona.  
<<http://www.22barcelona.com/content/view/38/149/lang.ca/>>

Però, al clúster també s’hi instal·len institucions de referència: el Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC), o la Fundació Barcelona Media. La darrera esmentada és a la vegada gestora d’aquest clúster, i té com a objectius, *“la connexió i la interrelació entre els actors que configuren el clúster, així com impulsar iniciatives que reforcin la competitivitat de les empreses del sector i millorin el posicionament de Barcelona com a referent en aquest àmbit”*.

Pel que fa a la Universitat s’hi ubica el Campus de la Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra que lidera la formació i la investigació del Parc Barcelona Media.



*Universitat Pompeu Fabra*

Font: Pilar Vidal

Per altra banda, per fomentar les sinergies i augmentar la competitivitat econòmica de les empreses i dels professionals s’impulsen projectes de coordinació als nous clústers, tot co-organitzant trobades i sessions de networking que afavoreixen el desenvolupament dels ecosistemes productius en cada sector; podem destacar la creació de l’associació 22@Network, les Jornades de Clústers Urbans o els 22@Update Breakfast, entre d’altres<sup>103</sup>.

Val a dir que a partir del 2008 els elements culturals vinculats al sector artístic independent s’incorporen cada cop més en els continguts d’aquestes activitats de interrelació i creació de xarxes. En aquest sentit, en la tercera convocatòria de la

---

<sup>103</sup> L’Associació 22@Network es constitueix el 29 de juliol del 2004 i estableix un punt de trobada per a les empreses i institucions ubicades al districte que desenvolupen activitats “@”. Les Jornades de Clústers Urbans consisteix en una programació de conferències i trobades empresarials. El 22@Update Breakfast se celebra des de l’any 2004 i és el punt de trobada i d’intercanvi d’idees innovadores que té lloc cada mes al districte.

Jornada de Clusters Urbans l'any 2009, es pren com a tema central el concepte "ciutats creatives" paradigma hegemònic del desenvolupament de les ciutats<sup>104</sup>. Per exemple Luciana Lazzeretti, professora de Cultural Economics de l'Universitat de Florència, exposa en aquesta jornada:

*"quan parlem de clústers i de ciutats creatives, hem de preguntar-nos on vivim, ser conscients de les potencialitats del territori, connectar els diferents actors i aquells que hi poden tenir un paper de pont, i partir d'aquí començar a parlar d'economia."*<sup>105</sup>

De fet, segons la nostra opinió, la societat 22@bcn emprèn diverses iniciatives amb un doble objectiu: a) en resposta als successius conflictes amb el col·lectiu d'artistes independents del Poblenou; b) per tal d'augmentar la competitivitat de les empreses del clúster incorpora diversos actors vinculats a l'art.

Al febrer del 2008 en el marc del 22@Update Brekfast, la trobada gira al voltant de la idea "l'art i l'empresa: una aliança que potencia la innovació". Hi participen com a ponents per part institucional Josep Miquel Piqué, conseller delegat de la societat 22@Barcelona, i Jordi William Carnes regidor de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Barcelona; per part dels artistes hi participen Pedro Soler, aleshores, director d'Hangar i Sergi Bueno, coordinador general de l'espai artístic Niu. La idea de la trobada és la següent: un ambient artístic pot comportar innovació al sector empresarial, seguint els arguments que defensa Richard Florida. En aquests termes s'expressa la pàgina web del 22@Update Brekfast:

*"La innovació és indispensable per a ser competitiu dins d'un context cada vegada més globalitzat. En aquest sentit, l'art pot esdevenir un factor clau per a generar noves idees i potenciar la creativitat. Per això, és essencial superar la distància que hi ha entre el món empresarial i l'artístic i crear sinergies que permetin la col·laboració i l'intercanvi entre empresaris i artistes."*<sup>106</sup>

Tanmateix, tot i que aquesta trobada mostra una voluntat de col·laboració, la presència del col·lectiu artístic no s'ha consolidat en els anys posteriors, com s'ha pogut copsar en les entrevistes realitzades. L'única experiència digne de remarcar és que Hangar comença a treballar amb el departament de Nous Talents de la societat 22@bcn amb el

---

<sup>104</sup> Però, també, la societat 22@Barcelona al novembre del 2010 participa a les segones jornades sobre ciutats creatives organitzades per la fundació Kreanta i al seminari europeu Creative Clash (Disonancias)<sup>104</sup>, dues jornades on la creativitat i la innovació són els elements claus.

<sup>105</sup> Vegeu la pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona <<http://www.22barcelona.com/clusters2009/sessio.php?id=2>>

<sup>106</sup> Vegeu la pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona <<http://www.22barcelona.com/content/view/424/720/lang.ca/>>

projecte pilot Hybrid Playground de Lalalab al 2009<sup>107</sup> però sense continuïtat des d'aleshores<sup>108</sup>.

Aquell mateix any, al novembre del 2008, la iniciativa institucional es concreta en el festival “22@Inside”. Aquest esdeveniment s’organitza a través de 22@Network<sup>109</sup>, i amb col·laboració amb el Districte de Sant Martí i l’espai artístic Niu<sup>110</sup>. L’event és una mostra d’arts visuals i músiques contemporànies amb espectacles i concerts de diferents tipologia que tenen lloc a diversos espais del Poblenou. La idea es aproximar els ciutadans a la “nova realitat creativa”.



*Niu, espai de creació artística contemporànea*

Font: Pilar Vidal

El festival 22@Inside és una primera proposta d’apropament o nova governança entre la societat municipal 22@bcn amb el sector artístic independent del Poblenou. Segons el responsable de l’espai artístic Niu, tot i els antecedents de “manca de sensibilitat”, la societat 22@bcn assumia els costos del festival i es tractava d’incloure a tothom que hi volgués participar. Però, en aquell moment encara existia una forta oposició entre alguns actors del col·lectiu artístic, com a conseqüència dels conflictes anteriors, que

---

<sup>107</sup> Soler, Pedro (2009). *Memòria de Hangar (2009)*. Barcelona: Fundació Associació d’Artistes Visuals de Catalunya.

<sup>108</sup> Entrevista a Clara Piauelo, centre de producció artística Hangar el 19/11/2012

<sup>109</sup> programa per establir sinergies -o punts de trobada- entre les diferents empreses i institucions del districte 22@Barcelona. <<http://www.22barcelona.com/content/view/76/167/lang.ca/>>

<sup>110</sup> L’espai Niu és responsable de la direcció artística del festival “22@Inside”. Niu s’incorpora al panorama artístic independent a l’any 2006. Va ser fundat per Sergi Bueno, nascut al barri del Poblenou, i reivindica un impuls més gran per a la creació artística independent del 22@Bracelona. <<http://www.niubcn.com/activitats.htm>>

exercien una oposició sistemàtica a tot el que provingués de la societat municipal 22@bcn<sup>111</sup>. Aquests grups organitzen paral·lelament el festival 22@Outside.

Després del Festival 22@Inside (que no ha tingut continuïtat), a l'any següent (2009) s'organitza el festival "Wip Poblenou 09", en què la direcció artística corre a càrrec del centre de producció Hangar, l'espai artístic Niu i el festival Escena Poblenou. La mostra té altra vegada el suport de l'associació 22@Network, diverses empreses del 22@ (Focus, UPC, UPF, Can Framis), l'Ajuntament de Barcelona a través de l'ICUB, el Districte de Sant Martí i l'empresa municipal 22@Barcelona. El Wip Poblenou 09 es defineix de la següent manera:

*"Art, tecnologia i espai públic, son els eixos principals del Wip, la mostra d'arts innovadores generades pel talent creatiu i tecnològic del territori que se celebrarà en diferents espais del districte del coneixement 22@Barcelona com ara la Universitat Pompeu Fabra, Hangar, IAAC o Niu."*<sup>112</sup>

En aquest festival institucional s'intenta reunir els termes propis del clúster 22@ (tecnologia i empresa) amb la tradició artística independent del barri. En aquest esdeveniment ja no varen sorgir divergències entre el col·lectiu artístic però novament la iniciativa no té continuïtat<sup>113</sup>.

En resum, pel que fa al sector cultural, les estratègies de les polítiques econòmiques al districte és la implantació d'indústries culturals i creatives a través de la creació de clústers d'innovació (o creatius), en una estratègia de planificació de dalt a baix (top-down), en especial en el campus audiovisual. Es considera que canviant les condicions del territori (clústers) i establint relacions sinèrgiques transversals es generen noves idees (creativitat) la qual cosa comporta un ecosistema productiu basat en la innovació. Aquesta estratègia ha permès l'arribada d'empreses tractors i indústries creatives (PIMES) en l'àmbit audiovisual basades en una concepció de la cultura com a mercaderia orientada a generar beneficis<sup>114</sup>.

No obstant, el sector artístic independent no s'ha integrat en aquesta dinàmica mercantilista i, per tant, no s'han generat sinèrgies. Únicament en els darrers anys s'han iniciat mecanismes de networking a través dels festivals en què sí que hi ha presència d'alguns actors d'aquest col·lectiu (per exemple Hangar o Niu) però sense continuïtat.

---

<sup>111</sup> Entrevista a Sergi Bueno, responsable de l'espai Niu el 20/11/2012

<sup>112</sup> Pàgina web de la societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona  
<<http://www.22barcelona.com/content/view/735/89/lang.ca/>>

<sup>113</sup> El grup La Nau Espacial, hereder de La Makabra, organitza des del 2010 el Festival PobreNou

<sup>114</sup> Vegeu Annex 5. Gràfic, segons un estudi de Martí Parellada i Elisabet Viladecans, de l'increment de les empreses culturals al 22@



## 4. CONCLUSIONS

Amb l'adveniment de l'època postfordista i la crisi de l'Estat del Benestar – anys setanta- el corrent de pensament polític-econòmic neoliberal – anys vuitanta- considera que tots els àmbits de la societat són susceptibles de tenir un valor econòmic i s'introdueix la idea que la cultura (les indústries culturals) pot esdevenir un element de creixement econòmic davant la crisi del sistema capitalista. A partir d'aquest moment les polítiques públiques utilitzen uns discursos que situen la cultura, entesa com a recurs, com a motor de transformació econòmica de les ciutats postindustrials.

Observem tres fases en el procés d'instrumentalització de la cultura per part de les polítiques urbanes (culturals, urbanístiques i econòmiques):

- 1) Primera fase: dècada dels anys vuitanta del segle XX. La cultura o les indústries culturals com a motors econòmics (turisme) per al desenvolupament econòmic de les ciutats.
- 2) Segona fase: dècada dels anys noranta del segle XX. Adveniment de la “nova economia”: globalització i creixent importància de les TIC. Paradigma de la creativitat. Implementació d'indústries creatives per regenerar àrees urbanes en crisi a causa dels processos de desindustrialització i crisi econòmica.
- 3) Tercera fase: a principis del segle XXI. Paradigma de la creativitat i la innovació. La importància del capital humà “creatiu” i les economies d'aglomeració per aconseguir la “innovació” que és el principal factor de l'èxit econòmic i desenvolupament urbà. Tesis de la nova classe creativa, ciutats creatives i clústers creatius.

Aspecte essencial és l'articulació del mecanisme de governança en les noves polítiques urbanes en un context caracteritzat per l'urbanisme empresarial i per la competència de les ciutats en el mercat global. L'economia creativa o economia del coneixement esdevé un nou solution-set de planejament estratègic de les ciutats. Paradoxalment, en la implantació d'aquest paradigma econòmic no s'estableixen mecanismes de governança ni de consens amb el teixit creatiu i artístic de l'entorn que no es portador de valor econòmic en el mercat.

Exemple de les contradiccions del discurs de l'economia creativa o economia del coneixement és el Pla 22@, estudiat en el present Treball Final de Grau. Les polítiques



urbanes (urbanístiques, econòmiques, culturals) aplicades en aquest territori per l'Ajuntament de Barcelona inclouen el foment de la presència d'indústries culturals i creatives, però prioritzant aquelles que aporten una contribució a l'economia competitiva de Barcelona i a la internacionalització de la ciutat. Hem constatat, tanmateix, que un dels resultats de les esmentades polítiques ha estat que no s'ha articulat el teixit creatiu del col·lectiu artístic i que les diferents actuacions han anat en contra del seu ecosistema prèviament existent al Poblenou. Els valors econòmics s'imposen als valors socials i culturals en la planificació estratègica del Pla 22@ i en les diferents actuacions de regeneració urbana, econòmica i cultural al districte.

Des de la visió de les polítiques urbanístiques, el projecte 22@Barcelona és el resultat de l'urbanisme empresarial i, a causa de la pressió immobiliària, han desaparegut molts dels tallers d'artistes independents atès que han estat desnonats de les naus o espais on treballaven. A més, la requalificació urbanística derivada del Pla22@ incrementa els preus dels lloguers al Poblenou essent no sostenibles econòmicament per als artistes.

Les polítiques culturals a la zona estan orientades a la captació de talent exterior (classe creativa) per situar Barcelona en el ranking competitiu de ciutats i reforçar la marca Barcelona. No obstant, també s'inclouen algunes iniciatives dirigides al sector artístic, en bona mesura induïdes per algunes repercussions mediàtiques, com és el cas del conflicte de Can Ricart a partir del qual es dona suport a Hangar que esdevé el model de referència del projecte Barcelona Laboratori / Fàbriques de la Creació. Tanmateix, aquestes polítiques culturals de l'Ajuntament de Barcelona a través de l'ICUB es mostren insuficients per contrarestar la destrucció del teixit creatiu que comporta la renovació urbanística del Poblenou, com ha quedat palès en l'àmbit de Can Ricart, on tots els espais són expulsats (Can Font -més tard Nau 21-) essent Hangar l'únic centre de creació artística amb suport institucional.

Pel que fa a les polítiques de promoció econòmica, actuen sota l'estratègia del paradigma hegemònic de la creativitat i la innovació incloent uns actors, les indústries creatives competitives des del punt de vista econòmic i enfocades al mercat, i exclouent d'altres, els tallers d'artistes independents. La societat 22@bcn impulsa especialment les indústries del sector media a l'anomenat "cluster audiovisual" com a opció estratègica de la ciutat de Barcelona, desenvolupant un mix empresarial amb presència de noves petites empreses, així com la relocalització d'empreses "tractores".

Això no obstant, a partir del 2008 esdevé un apropament entre la societat municipal 22@bcn i el col·lectiu artístic, per tal d'assolir una nova governança en unes relacions sempre basades en el conflicte. Però, les iniciatives endegades d'apropar art i empresa, sota la influència, al nostre entendre, dels treballs seminals de Charles Landry o Richard Florida, no han tingut continuïtat atès que aquestes tesis entenen la cultura i l'art com un recurs que fomenta la creativitat orientada a generar beneficis en els processos d'innovació empresarial.

Finalment, tot i que el Pla 22@ ha suposat una millora necessària per al Poblenou (infraestructures, transport, espai públic, entre d'altres) el projecte no ha tingut mai una base cultural fora dels objectius del mercat (local i internacional) i, per això, el sector artístic independent assentat al barri, no competitiu en el mercat, mai ha esdevingut un dels objectius de la societat municipal 22@bcn en relació a la planificació estratègica d'implantació d'indústries culturals i creatives. L'interès per la cultura o l'art per part de l'Ajuntament de Barcelona va dirigit essencialment a empreses que aporten una contribució a l'economia competitiva de la ciutat de Barcelona com és el cas del sector audiovisual.

## 5. EPILEG

Després de 32 anys de governs d'esquerres i alcaldes d'afiliació socialista a la ciutat de Barcelona, al maig del 2011 Convergència i Unió guanya per primera vegada l'alcaldia a la ciutat de Barcelona i Xavier Trias esdevé el nou alcalde. Aquest fet representa el final d'un cicle al bell mig d'una crisi econòmica iniciada a la tardor del 2008 fruit de l'esclat de la bombolla immobiliària i la crisi financera. Amb el canvi de govern la societat 22@bcn s'extingeix ja que es absorbidada per la societat municipal BIMSA (Barcelona d'Infraestructures Municipals, Societat Anònima). Aquesta decisió és ratificada en el Consell Municipal del 9 de juliol del 2012.

L'àmbit cultural dins l'organigrama municipal, s'inscriu en la comissió de "l'Àrea de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació" que unifica les competències de cultura i educació sota la mateixa Tinència d'Alcaldia. El tinent d'alcalde d'aquesta àrea és alhora el Regidor de Cultura, Jaume Ciurana. Ciurana es referma en el discurs que la "cultura, el coneixement, la creativitat i la innovació", constitueix el pilar fonamental des del qual la ciutat s'ha de construir vers el futur. Considera que Barcelona és una ciutat creativa i destaca que la creativitat és "el petroli del segle XXI" i que per aquest motiu l'ICUB vol potenciar i afavorir el reconeixement i la projecció del talent submergit i ajudar-lo a tenir una oportunitat per brillar i ser reconegut<sup>115</sup>.

---

<sup>115</sup> Barcelona cultura, Ajuntament de Barcelona. "*BCN CREA, l'entramat artístic d'una ciutat al descobert.*" Barcelona: Ajuntament de Barcelona. <<http://barcelonacultura.bcn.cat/tinformem/bcn-crea.-lentramat-artistic-duna-ciutat-al-descobert>>

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Adorno, T; Horkheimer, M. *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas*. A *Dialéctica de la Ilustración*. PDF de l'apartat recursos de l'assignatura "Teoria de la cultura".
- Diversos autors. "Economía del coneixement i territori". A *Revista econòmica de Catalunya* (nº 64). Barcelona, Col·legi d'Economistes de Catalunya
- Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Sao Paulo: Itáu Cultural (2008)
- Giddens, A. (2001). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Harvey, David.; Smith, Neil. *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: MACBA-UAB (2005)
- Hesmondhalgh, David (2007). *The cultural Industries*. London: SAGE Publications
- Muñoz, Francesc (2008). *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili S.L.
- Rowan, Jaron (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid, Traficantes de Sueños
- Trosby, David (2001). *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press.
- Vallès, Josep M. (2000). *Ciència Política. Una introducció*. Barcelona: Ed: Ariel

## WEBGRAFIA

- Ajuntament de Barcelona (2009). *22@Barcelona participa en les segones jornades sobre ciutats creatives*. Barcelona: Societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona  
<<http://www.22barcelona.com/content/view/740/90/lang.ca/>> [Data de consulta: 21 de febrer de 2012]
- Ajuntament de Barcelona. *Clip: 22@Barcelona*. Barcelona: Societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona <<http://www.youtube.com/watch?v=EyPD5vOtzrY>> [Data de consulta: 31 de març de 2012]

- Ajuntament de Barcelona (2009). *22@ Barcelona. Estat d'execució 2009*.  
Barcelona: Societat 22@bcn, Ajuntament de Barcelona
- “Artistes de la Nau 21. Què faran ara sense Can Ricart”. *TV Sant Martí*  
(12/04/2006)  
<<http://www.tvclot.com/barris/provencals-del-poblenou/article/925-artistes-de-la-nau-21-que-faran-ara-sense-can-ricart>> [Data de consulta: 2 de setembre de 2012]
- Arxiu històric del Poblenou. *Història del Poblenou*.  
<<http://www.arxiuhistoricpoblenou.es/historia-poblenou.html>> [Data de  
consulta: 2 de setembre de 2012]
- Balibrea, Mari Paz (2005). “Barcelona: del Modelo a la Marca”. A *Desacuerdos 3. Sobre Arte, Políticas y Esfera Pública en el Estado Español*. Eds. Jesús Carrillo y Ignacio Estella Noriega. Barcelona: Arteleku-MACBA-Universitat Internacional de Andalusia  
<<http://e-barcelona.org/index.php?name=News&file=article&sid=5932>> [Data de consulta: 3 d'abril de 2012]
- Balibrea, Mari Paz (2007). *La marca i el passat: estratègies de lluita per l'espai social a la Barcelona postindustrial*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.  
[http://www.academia.edu/1076395/Producta\\_50\\_catalan](http://www.academia.edu/1076395/Producta_50_catalan) [Data de consulta: 1 d'octubre de 2012]
- Barbieri Muttis, Nicolás (2011). “Polítiques culturals com a polítiques urbanes? Una mirada sobre el valor públic i els límits de la cultura”. A *Eines per a l'esquerra nacional* (núm 14). Revistes Catalanes amb Accés Obert (RACO).  
<<http://www.raco.cat/index.php/Eines/article/view/233940>> [Data de consulta: 10 d'agost de 2012]
- Barbieri, Nicolás. *Polítiques culturals a Catalunya: crònica d'una deslegitimació anunciada*. Institut de Govern i Polítiques Públiques. Universitat Autònoma de Barcelona  
<<http://uab.academia.edu/NicolásBarbieri>> [Data de consulta: 10 d'agost de 2012]

- Barbieri Muttis, Nicolás (2012). *¿Por qué cambian las políticas públicas? Una aproximación narrativa a la continuidad, el cambio y la despolitización de las políticas culturales. El caso de las políticas culturales de la Generalitat de Catalunya (1980-2008)*. Tesis doctoral defensada al Departament de Ciències Polítiques i de Dret Públic. Facultat de Ciències Polítiques i de Sociologia. Universitat Autònoma de Barcelona.  
<<http://uab.academia.edu/NicolásBarbieri>> [Data de consulta: 5 d'agost de 2012]
- Baró, Ezequiel (2009). *Les indústries creatives. Estat de la reflexió i de l'avaluació del seu pes econòmic a escala internacional*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. [Data de consulta: 5 d'agost de 2012]
- Bosco, Roberta (2007, 29 de gener). “Poblenou perderá unos 200 artistas en 2007”. *El País*. Secció Catalunya. [Data de consulta: 2 de setembre de 2012]
- Roberta Bosco (2007, 28 de juny). “Hangar, de prototipo a model”. *El País*, Secció Cultura. [Data de consulta: 2 de setembre de 2012]  
<[http://elpais.com/diario/2007/06/28/quaderncat/1182991517\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2007/06/28/quaderncat/1182991517_850215.html)>
- Castells, Manuel (2001). “La ciudad de la nueva economía”. A *Papeles de Población* (núm. 27). México: Universidad Autónoma del Estado de México. [Data de consulta: 15 de juny de 2012]
- “Destruir i construir, història d'una fàbrica”. *El documental* (2012). Televisió de Catalunya (24/02/2012)  
<<http://www.tv3.cat/videos/3959690/Destruir-i-construir-historia-duna-fabrica>>  
[Data de consulta: 24 de febrer de 2012]
- Dot Jugla, Esteve *et al* (2012). “Gentrificació productiva, desindustrialització i relocalització industrial.” A *Treballs de la Societat Catalana de Geografia* (núm 73) <<http://revistes.iec.cat/index.php/TSCG>> [Data de consulta: 23 d'octubre de 2012]
- Institut de Cultura (1999). *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona. La cultura, motor de la ciutat del coneixement*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona [Data de consulta: 27 d'abril de 2012]

- Institut de Cultura. *Balanç 1999-2003*. Ajuntament de Barcelona [Data de consulta: 30 d'abril de 2012]
- Institut de Cultura (2006). *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona – Nous Accents*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.  
<[http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/catala/programa\\_laboratori.html](http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/catala/programa_laboratori.html)>  
[Data de consulta: 30 d'abril de 2012]
- Districte de Sant Martí (2011). *Mapa creatiu del Poblenou. Estat de la qüestió i propostes de col·laboració entre les entitats artístiques del Poblenou*. Direcció de servei a les persones. Ajuntament de Barcelona, Districte de Sant Martí  
<[http://issuu.com/marconoris/docs/dossier\\_mapa\\_creatiu](http://issuu.com/marconoris/docs/dossier_mapa_creatiu)> [Data de consulta: 3 d'abril de 2012]
- Districte de Sant Martí (2011). *Mapa Creatiu del Poblenou. Entitats artístiques del Poblenou de Barcelona*. Ajuntament de Barcelona, Districte de Sant Martí  
<<http://mapacreatiupn.org/ca>> [Data de consulta: 3 d'abril de 2012]
- Marrero Guillamón, Isaac (2008). *La fàbrica del conflicte. Terciarització, lluita social y patrimoni en can Ricart, Barcelona*. Tesis doctoral defensada el 13 de novembre del 2008 a la facultat de Geografia i Història de la Universitat de Barcelona. Departament d'Antropologia Cultural i Història d'Amèrica i Àfrica  
<[http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/722/IMG\\_TESI.pdf?sequence=1](http://tdx.cat/bitstream/handle/10803/722/IMG_TESI.pdf?sequence=1)> [Data de consulta: 12 d'octubre de 2012]
- Martí, Marc (2005). “*El proyecto 22@bcn: glocal governance, renovación urbana y lucha vecinal en Barcelona*”. VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración: Democràcia y Buen Gobierno. Barcelona Insostenible. Departamento de Economía i Historia Económica. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona  
<[http://www.aecpa.es/uploads/files/congresos/congreso\\_07/area03/GT08/MAR TI-Marc\(IGOP-UAB\)](http://www.aecpa.es/uploads/files/congresos/congreso_07/area03/GT08/MAR TI-Marc(IGOP-UAB))> [Data de consulta: 31 de març de 2012]
- Martí i Costa, Marc (2010). *Economia del coneixement i noves polítiques urbanes. Conflictes, participación i aprenentatges en el cas del 22@bcn*. Tesis doctoral presentada al Departament de Ciència Política i Dret Públic de la Universitat Autònoma de Barcelona.

<[http://www.academia.edu/1190467/Economia\\_del\\_coneixement\\_i\\_noves\\_politiques\\_urbanes\\_Conflictes\\_participacio\\_i\\_aprenentatges\\_en\\_el\\_cas\\_22\\_at\\_bcn](http://www.academia.edu/1190467/Economia_del_coneixement_i_noves_politiques_urbanes_Conflictes_participacio_i_aprenentatges_en_el_cas_22_at_bcn)>

[Data de consulta: 3 d'abril de 2012]

- Oliva, Antoni (2003). *El districte d'activitats 22@bcn*. Quaderns de gestió (nº15). Barcelona: Aula Barcelona; Fundació CIDOB [Data de consulta: 31 de març de 2012]
- Ollés, Albert (2006, 18/04). “La presión inmobiliaria deja al Poblenou sin talleres de artistas”. *El Periodico*. < <http://campobert.wordpress.com/2011/07/22/la-creacio-artistica-al-poblenou/>> [Data de consulta: 1 d'abril de 2012]
- Parellada, Martí; Viladecans Elisabet (2008). “*Cultura i ordenació: entorn del 22@Barcelona*”. A revista *Cultura* (nº2). Barcelona: Generalitat de Catalunya <<http://cultura2.gencat.cat/revistacultura/article.php?ida=22>> [Data de consulta: 1 de març de 2012]
- Piqué, Josep Miquel (2008). *El projecte 22@Barcelona. Present i futur*. Barcelona: Cambra de Comerç de Barcelona [Data de consulta: 2 de setembre de 2012]
- Plataforma Can Ricart, 25/02/2006. *Can Ricart. Proposta de Pla d'usos i d'altres activitats*. <<http://www.docstoc.com/docs/1277163/Can-Ricart-Proposta-de-Pla-dUsos-i-Activitats>> [Data de consulta: 23 de setembre de 2012]
- Sabaté, Joaquín; Tironi, Manuel (2008). “Rankings, creativitat y urbanismo”. Revista *Eure* (núm. 102, p.5-23). Barcelona: Departament d'Urbanisme de la Universitat Politècnica de Catalunya. <[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612008000200001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0250-71612008000200001&script=sci_arttext)> [Data de consulta: 2 de juny de 2012]
- Scott, Allen J. (2010). “Ciudades Creativas: aspectos conceptuales y cuestiones de política pública” (ponència en línia). A *Ciudades Creativas* (2010: Saragossa). Fundació Kreanta. <<http://www.globbtv.com/30/microsite/550/conferencia-de-allen-j-scott>> [Data de consulta: 10 d'agost de 2012]
- Scott, Allen J. (2007). *¿Capitalismo y urbanización en una nueva clave?. La dimensión cognitivo-cultural*. Revista *tabula rasa* (nº 6) [online]. Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.(pàg. 195-217)



- <[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892007000100010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892007000100010&script=sci_arttext)> [Data de consulta: 11 d'agost de 2012]
- Soler, Pedro (2009). *Memoria de Hangar (2009)*. Barcelona: Fundació Associació d'Artistes Visuals de Catalunya. [Data de consulta: 15 de juny de 2012]
- Tironi, Manuel. Poblenu (Re)inventado. Paisajes creativos, regeneración urbana y el Plan 22@Barcelona. Sabate, J. (2010). A revista *Identidades: territorio, cultura, patrimonio* (núm. 2, pàg. 86-109). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- <[http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/10726/1/ID2\\_Tironi.pdf](http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/10726/1/ID2_Tironi.pdf)> [Data de consulta: 2 de juny de 2012]
- UNCTAD (2008). *Informe sobre economía creativa 2008*.
- <[http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/docs/ditc20082ceroverview_sp.pdf)> [Data de consulta: 19 de juliol de 2012]
- Van Meter, D.; Van Horn, C. *El proceso de implementación de las políticas. Un marco conceptual*. A Aguilar Villanueva, LLuís. *La implementación de las políticas públicas*.
- <[www.inap.org.mx/portal/images/RAP/la%20implementacion%20de%20las%20politicas.pdf](http://www.inap.org.mx/portal/images/RAP/la%20implementacion%20de%20las%20politicas.pdf)> [Data de consulta: 3 de setembre de 2012]
- YProductions (2008). *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogia y usos del concepto*.
- <[http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion\\_en\\_cultura\\_YProductions.pdf](http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Innovacion_en_cultura_YProductions.pdf)> [Data de consulta: 30 d'abril 2012]
- Yúdice, George. *El recurso de la cultura*.
- <<http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/El%20recurso%20de%20la%20cultura.pdf>> [Data de consulta: 16 de febrer de 2012]

## 5. ANNEXOS

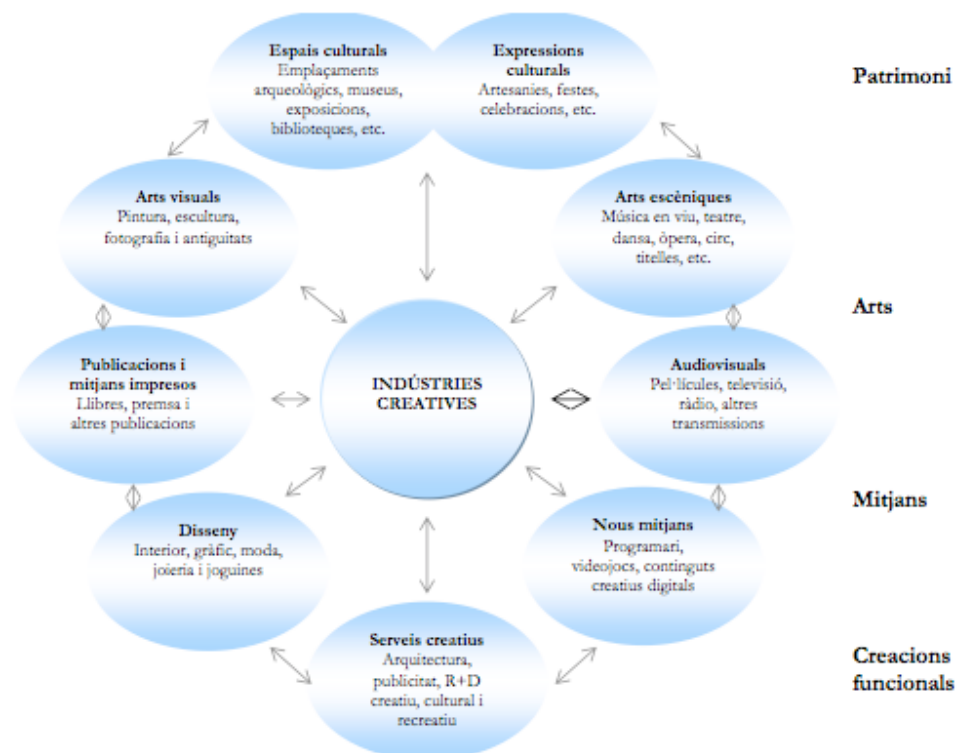
### ANNEX 1. Diversitat de comprensions de la Cultura segons George Yúdice

<b>DIVERSIDAD DE COMPRESIONES DE LA CULTURA</b>	
<b>Histórico-universal, evolutiva</b>	Conjunto de conocimientos y saberes acumulados por la humanidad
<b>Idealista-esteticista</b>	La cultura es el medio de enaltecimiento y trascendencia (Kant;Hegel)
<b>Esencialista</b>	Riqueza de la diversidad humana que caracteriza al genio de cada pueblo (Herder)
<b>Epifenómeno</b>	La cultura es simplemente un reflejo de la posición de clase (Marx)
<b>Integracional</b>	La cultura es el medio de integración de grupos heterogéneos, cuyo encuentro en un país se debe a las migraciones. (Mestizaje de Park; funcionalismo estructural de Parsons)
<b>Conflicto ideològico</b>	La oposición de la cultura hegemónica por culturas contrahegemónicas de grupos subalternos o residuales
<b>Industria cultural</b>	Sometida a la lógica de la mercancía e industrializada en los medios del siglo 20 (radio, cine, fonografía, televisión), la cultura se vacía y convierte al ciudadano en espectador y consumidor. (Adorno)
<b>Antropología</b>	La cultura como “modo integral de vida” (Williams). Las representaciones, símbolos, valores y prácticas mediante las cuales una comunidad se reproduce (UNESCO)
<b>Distinción</b>	Las clases pudientes acumulan “capital cultural” para distinguirse de las otras clases sociales (Bourdieu)
<b>Recurso</b>	El reconocimiento y empoderamiento de la diversidad cultural conduce al desarrollo humano, la paz y la ciudadanía efectiva (Sen; UNESCO)
	La diversidad cultural es un factor catalizador de la creatividad, sobre todo volcada al desarrollo económico y laboral en las industrias creativas (Florida; Landry; Castells; Rifkin; etc.)

Font: < <http://www.slideshare.net/ccesv/politicas-culturales-george-yudice>>

## ANNEX 2

Gràfic elaborat per Ezequiel Baró (2009)



Font: UNCTAD (2008).

## ANNEX 3

El “model Barcelona”, defineix una estratègia de regeneració urbana que la ciutat experimenta des de la meitat de la dècada dels setanta i que ha estat àmpliament avalada en els cercles nacionals i internacionals per urbanistes, arquitectes, geògrafs, sociòlegs, polítics municipals i experts en polítiques culturals. **Barcelona és un model de regeneració d'un espai urbà** que, articulat històricament segons la lògica d'una estructura industrial (ara esgotada), ha estat capaç de reinventar-se ell mateix amb bellesa, amb més èxit econòmic (terciarització econòmico-social) i amb més justícia social. Les resolucions urbanístiques de disseny i arquitectura considerades d'alta qualitat formal i estètica, com les polítiques que el donen suport i l'impacte de tot això en la ciutadania i en l'economia de la ciutat esdevé un model a elogiar i imitar<sup>116</sup>.

Però, el model Barcelona a banda de definir un model de regeneració de l'espai urbà, també defineix una estratègia per part de l'Ajuntament de Barcelona caracteritzada per unes formes de govern: la cerca d'un consens general i la col·laboració entre els agents

<sup>116</sup> Balibrea, Mari Paz. *La Marca i el passat: estratègies de lluita per l'espai social a la Barcelona postindustrial*. [http://www.academia.edu/1076395/Producta\\_50\\_catalan](http://www.academia.edu/1076395/Producta_50_catalan)

públics i privats, dit amb d'altres paraules amb **la governança** urbana i territorial. L'autèntica particularitat del model Barcelona és l'extensió de la transformació i la manca de conflicte, el que s'ha vingut a anomenar el seu "èxit". Seria impossible entendre el conflictes i la pèrdua de consens en la implementació del Pla 22@Barcelona sense tenir en compte aquest passat proper.

Per a l'urbanista Jordi Borja, l'anomenat "model Barcelona" que caracteritza les polítiques urbanístiques de la ciutat en els inicis de la democràcia espanyola (anys setanta), està marcat per un "urbanisme ciutadà" clarament dirigit des dels ajuntaments: la construcció d'espais i equipaments públics, la millora de les infraestructures i l'imatge física de la ciutat i el consens cívic al voltant dels grans projectes. Els Jocs Olímpics és el gran projecte de transformació amb un gran sentit de projecte global.

Però, segons Borja, aquesta situació a mitjans dels noranta ha canviat. La ciutat s'ha enriquit i la inversió privada a la ciutat s'ha fet molt rentable. El govern local, pel contrari, s'ha empobrit, tant en el pla econòmic com en el cultural, i necessita fer de l'etiqueta Barcelona un factor d'atracció de capitals i turistes. Les polítiques urbanes anteriors en part es mantenen, però en una dura i quasi sempre desigual competència amb les noves polítiques més acords amb les condicions de la globalització i del mercat. El punt d'inflexió, segons Borja, és l'exposició *Barcelona New Projects* i la cessió de la immobiliària Hines en l'operació de Diagonal Mar que porta a un urbanisme de negocis (empresarial Segons Harvey): *parcial i fragmentat, opac, fet a partir d'objectes autònoms de firma, sense interlocutors locals, prepotent i tecnocràtic, importat e imposat*. L'absència d'un autèntic projecte metropolità hauria derivat en la victòria de l'arquitectura sobre l'urbanisme: *la arquitectura s'imposa a l'urbanisme de la mateixa forma que el formalisme urbanístic s'imposa als continguts i als usos socials*". Les operacions vinculades al Fòrum de les cultures 2004 serien l'emblema i l'apoteosi d'aquest urbanisme-espectacle-especulació<sup>117</sup>.

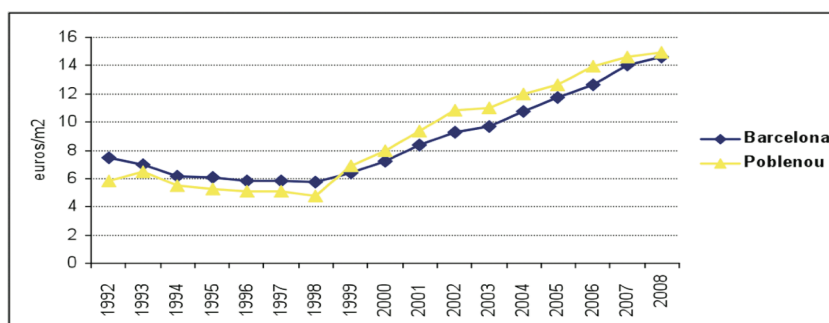
---

<sup>117</sup> Borja, Jordi. "Revolución y contrarrevolución en la ciudad global". Harvey, D.; Smith, N. *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Barcelona: MACBA-UAB (2005) (pàg. 25)

## ANNEX 4

En el següent gràfic elaborat per Marc Martí podem copsar l'increment de preus de l'habitatge de lloguer de segona mà.

Evolució dels preus de lloguer d'habitatge de segona mà al Poblenou i Barcelona



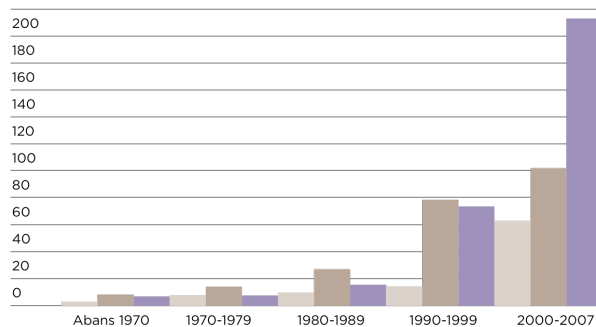
Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Font: Martí i Costa, Marc (2010). *Economia del coneixement i noves polítiques urbanes. Conflictos, participación i aprenentatges en el cas del 22@bcn*. Tesis doctoral presentada al Departament de Ciència Política i Dret Públic de la Universitat Autònoma de Barcelona.

## ANNEX 5

Segons l'*Estudi de l'Activitat Econòmica del Districte 22@Barcelona*, encarregat per l'empresa municipal 22@Barcelona S.L. i realitzat per l'Institut d'Economia de Barcelona (Universitat de Barcelona) s'observa un increment d'empreses del sector de la cultura a la zona, seguint l'objectiu estratègic (econòmic) del Pla 22@Barcelona.

Gràfic 1  
Evolució de la presència d'empreses vinculades al sector de la cultura al districte 22@Barcelona



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del cens d'empreses de 22@Barcelona de Parella et al. (2008)

● Activitats recreatives, culturals i esportives  
● Edició i arts gràfiques ● Altres activitats empresarials de serveis

Font: Parellada, M.; Viladecans, E (2008). *Cultura i ordenació del territori: entorn del 22@Barcelona*. Barcelona: Institut d'Economia de Barcelona, Universitat de Barcelona