



EURE

ISSN: 0250-7161

eure@eure.cl

Pontificia Universidad Católica de Chile
Chile

Sabaté, Joaquín; Tironi, Manuel
Rankings, creatividad y urbanismo
EURE, vol. XXXIV, núm. 102, agosto, 2008, pp. 5-22
Pontificia Universidad Católica de Chile
Santiago, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19610201>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Rankings, creatividad y urbanismo*

JOAQUÍN SABATÉ** Y MANUEL TIRONI***

** Departamento de Urbanismo en la Universidad Politécnica de Cataluña (Barcelona)

*** Instituto de Sociología, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago.

ABSTRACT *Competition among cities constitutes one of the main factors of urban renewal, and rankings have become instruments to indicate cities quality. Studying the transformation of an old industrial quarter into a “creative district” by the means of a large scale urban project we highlight three main conclusions. First, it asks us to reconsider the notion of urban innovation and how past, identity and memory should integrate the future development. Second, it shows that innovation and knowledge doesn’t yield per chance, but are the result of a large and complex grid of diverse knowledges, spaces, agents and institutions. Finally it forces us to reflect about the value attributed to the “local” in urban renewal processes.*

KEYWORDS: *urban renewal, city rankings, creative city*

RESUMEN La competencia entre ciudades constituye uno de los factores impulsores de procesos de renovación urbana y los *rankings* han devenido instrumentos de medida de la calidad de las ciudades. Nos detendremos en el caso de un antiguo barrio industrial hoy en vías de transformación en distrito “creativo” por medio de una intervención urbanística de gran escala. Su análisis nos descubre tres claves críticas. En primer lugar, nos obliga a plantearnos la definición de innovación urbana y cómo se integran el pasado, la identidad y la memoria en la construcción del futuro. Nos lleva a comprender que la innovación y el conocimiento no se “dan” casualmente, sino que son el fruto de una larga y compleja red en la que participan saberes, espacios, actores e instituciones diversas en naturaleza, escala y magnitud. Por último nos obliga a reflexionar sobre el valor que se le otorga a lo local en los procesos de renovación urbana.

PALABRAS CLAVE: renovación urbana, rankings, ciudad creativa

* Ambos autores desarrollan una versión previa a este artículo para el Seminario Internacional Permacity, celebrado en la Universidad de Delft (Holanda) en noviembre de 2007.

Recibido el 7 de septiembre de 2007, aprobado el 16 de mayo de 2008.

Correspondencia: Joaquín Sabaté Bel, Balmes 357, 2º, 3ª, 08006 Barcelona, España. E-mail: joaquin.sabate@upc.edu. Manuel Tironi, Av. Vicuña Mackenna 4860, Macul (Campus San Joaquín), Santiago, Chile. E-mail: manuel.tironi@upc.edu.

Introducción

Durante las últimas décadas, diversos estudiosos han vaticinado con elaborados argumentos la desaparición de la ciudad. Las alarmas han sido continuas: grandes urbes crecían hasta convertirse en colosos ingobernables; ciudades del tercer mundo se volvían inhabitables, y seguían alimentando el éxodo masivo de población rural que aún confiaba en encontrar en ellas un futuro mejor; pobreza en las áreas urbanas que, lejos de disminuir como prometía el sueño del progreso, aumentaba dramáticamente; polución que alcanzaba límites intolerables; infraestructuras de gran tamaño que devenían obsoletas al poco de inaugurarse; servicios públicos que no podían dar respuesta al ritmo de un crecimiento desmedido, desigualdad creciente, clases acomodadas que se refugiaban en barrios exclusivos y recintos protegidos.

Sumado a todo lo anterior, la nueva economía aumentaba la virtualidad de la actividad económica. El capital se deslocalizaba rápidamente, a la vez que nuevas regiones se incorporaban agresivamente en el mercado mundial (en tantas ocasiones gracias a la explotación laboral y a una absoluta permisividad ambiental). Las antiguas arquitecturas productivas, integradas verticalmente y amparadas en la figura del Estado-nación, se fragmentaban y las empresas optaban por retirarse a la tranquilidad suburbana de los parques científicos.

La ciudad se deshacía, y con ello el sueño de la urbanidad se rompía en añicos

Pero estas previsiones no parecen haberse cumplido, o al menos, no totalmente, y las ciudades han recuperado un notable protagonismo. Reputados geógrafos, urbanistas, sociólogos o economistas redescubren el poder de determinadas ciudades y regiones como polos de atracción de actividades singulares. Capitales, personas y bienes no circulan azarosamente por el mundo, sino que siguen una jerarquía determinada por aquellas ciudades que, dadas sus ventajas económicas, políticas o simbólicas, controlan su ritmo, magnitud e intensidad.

Sin embargo, si bien este giro ha revalorizado la vida urbana, también dio origen a una creciente y encarnizada competencia por captar aquellas empresas o inversiones más atractivas. Se crea, así, una fuerte dualización entre ciudades *premium*, que operan como nodos globales, y otras que tienen que contentarse con una posición subordinada, a la espera de desarrollar las condiciones necesarias y poder llegar a ser, a su vez, una ciudad global.

Convertirse en ciudad global devino una prioridad estratégica para muchas ciudades. Éstas no sólo debían resultar más atractivas para la inversión, el turismo y las empresas, sino que además debían transformarse lo más rápidamente posible. En esta parafernalia se desarrollaron un sinnúmero de indicadores y modelos para evaluar y comparar ciudades. El *ranking* se convirtió en herramienta política y técnica clave para evaluar el éxito de las ciudades, rankings que nos hablan asimismo de la ciudad creativa, de cultura, innovación y conocimiento. Pero paradójicamente su utilización práctica sigue estando mediada y girando en torno a las condiciones requeridas para avanzar en la jerarquía urbana global, sin cuestionar los principios y los supuestos profundos que las mueven.

Este artículo trata precisamente de la competencia como uno de los factores de renovación urbana, y de los *rankings* como mecanismo para evaluar la calidad de las ciudades. No nos interesa el ranking en sí mismo, sino las implicaciones que tiene. Defendemos que este modo de hacer ciudad, que no tiene en cuenta la historia, la diversidad y la riqueza de lo cotidiano, impide establecer los contornos de la buena ciudad.

Nos detendremos en el caso del Poblenou, antiguo barrio industrial barcelonés, hoy en vías de transformación en distrito creativo por medio de una intervención urbanística de gran escala. El caso del Poblenou, con su patrimonio social, arquitectónico y cultural por un lado, y la intervención *top-down* por el otro, permite identificar los conflictos que esconden algunos discursos urbanísticos actuales y las *falacias* que los alientan.

El fin de lo local, la ciudad global y el urbanismo del ranking

“There are not a few global cities but one global city... It is a transterritorial city, a space built by the linkage of many different spaces in one network of quasi-simultaneous interaction that brings together processes, people, buildings, and bits and pieces of local areas, in a global space of interaction. This global city is not a city, it is a new spatial form, the space of flows, characterizing the information age.” M. Castells, *The culture of cities in the Information Age*.

“The New Economy operates in a *space* rather than a place, and over time more and more economic transactions will migrate to this new space.” K. Kelly, *New rules for the New Economy*.

Estas citas de Castells y Kelly provienen de diferentes planteamientos teóricos, pero manifiestan, cada una a su manera, una opinión extendida en los años noventa; que la nueva economía de la información prescindiría del territorio, de la ciudad. Para Castells la ciudad se mantiene, pero como una metáfora espacial. Deviene un espacio virtual, un *space of flows*. Para Kelly la ciudad sencillamente desaparece. Internet, las modernas telecomunicaciones y los avances en materia de transporte son la causa.

Aun a pesar de estas profecías las ciudades son protagonistas del desarrollo económico en la nueva era global. Pero para ser justos con Castells, pareciera que lo son menos por sus características históricas, culturales o físicas, que por el rol que cumplen en la red, transnacional e inmaterial, de la economía postindustrial. Esta interpretación ha dominado los estudios urbanos durante las dos últimas décadas.

La producción teórica acerca de la ciudad global presenta notables y muy diversas aportaciones, aunque ha sufrido críticas igualmente considerables (ver Robinson, 2005 y Smith, 2003). Su rasgo más definitorio es la importancia que le otorga a las redes y a los flujos entre ciudades. La importancia geoeconómica de una ciudad estaría determinada ya sea por la cantidad de intercambios globales en los que participa (Beaverstock et al., 1999) o por su capacidad para controlarlos (Sassen, 2001). En ambos casos, los flujos considerados son aquellos que más fuertemente descansan en la virtualidad de las redes transnacionales y los que constituyen el corazón de la Nueva Economía: las finanzas, los servicios legales, la publicidad y los bancos (Robinson, 2005;

Taylor, 2004)². La importancia de los flujos globales se traduce a su vez en la concentración de una serie de servicios auxiliares, industrias complementarias y empresas soporte que satisfacen las necesidades de estos sectores. La clave de la ciudad global no está sólo en su posición dominante con respecto al conjunto de conexiones y flujos en la economía postindustrial, sino también en su capacidad de atraer capital, mercancías, información o personas.

Por ello parecía lógico, como en su momento planteó Peter Hall (1966), determinar la jerarquía de las ciudades en función de su posición en la red de flujos globales. Desde entonces se vienen elaborando diversos rankings que pretenden medir el nivel de globalidad del que gozan las ciudades.

En un primer momento se analizaron los elementos que hacían global a una ciudad: centros de decisión financiera, empresas transnacionales, grandes compañías de servicios avanzados, nivel de inversiones extranjeras o calidad e importancia de los nodos de transporte (Hall, 1966; Friedmann, 1986; Beaverstock et al., 1999; Sassen, 2001). Más adelante las clasificaciones se centraron en las redes que la ciudad establecía con el exterior (Taylor, 2004).

Sin embargo los resultados no mostraron grandes sorpresas (Robinson, 2005). Había un cierto acuerdo sobre aquellas urbes que encabezan la jerarquía de ciudades globales. En cambio se daban mayores discrepancias en los siguientes escalones, ciudades globales Beta y Gamma como las denominan Beaverstock et al., (1999). Esto último empuja a muchas ciudades a entablar una lucha encarnizada por atraer capital y vender sus atractivos, por localizarse en el mapa global, persiguiendo objetivos en ocasiones inalcanzables o controvertidos, y tantas otras contraproducentes.

Las políticas urbanas se plantean el reto de los rankings, atentas a los deseos del inversor, del gestor inmobiliario, o del turista (Moulaert, Rodríguez y Swyngedouw, 2003). Las políticas sociales y los criterios redistributivos se dejan de lado para favorecer la atracción de capitales, consumidores y empresas globales (Oatley, 1998) en base a la disponibilidad de terrenos, de grandes infraestructuras o de ventajas fiscales; de una masa de población crecientemente depauperada, pero presta a satisfacer la demanda de las nuevas empresas; de hoteles y centros de convenciones donde los ejecutivos globales puedan realizar sus negocios con efectividad y confort; de ganchos recreativos y culturales para satisfacer al inversor; y todo esto, en la medida que las arcas municipales lo permitan, materializado en artefactos urbanos grandilocuentes y firmados por arquitectos famosos para mostrar el nuevo (o deseado) estatus global (Hall, 1999). En definitiva, la ciudad tradicional parece disolverse para convertirse en un simple soporte de grandes infraestructuras, *headquarters*, aeropuertos, museos de autor, hoteles de lujo, oportunidades inmobiliarias, redes de fibra óptica y oficinas de alto standing.

La vuelta a la ciudad: luces y sombras

La perspectiva cuantitativa y funcionalista de la ciudad global fue cediendo terreno ante la evidencia de la importancia creciente del capital humano, la cultura local y la historia urbana

² Ver Abu-Lughod y Lippman, 1995; Gugler, 2004; Markusen y Gwiasda, 1994; Newman y Thornley, 2005 y White, 1998, para una crítica a esta definición.

en los procesos de desarrollo económico. Será el propio Friedmann (2005) el que, dos décadas después de haber planteado sus influyentes hipótesis sobre la ciudad global, defienda que aquella ciudad que invierta en su gente, más que en su estructura física, que atienda al impulso de lo local, que se fundamente en sus valores humanos, sociales, culturales o medioambientales, acabará desarrollándose más armónicamente. O incluso posicionándose mejor en los rankings globales, porque esta nueva visión le otorga una espesura cualitativa que había perdido ante el esquematismo de la ciudad global, sin resolver la problemática relación entre desarrollo económico, competencia global y proyecto urbano.

Los orígenes de esta vuelta a la ciudad podemos reconocerlos por ejemplo en el nuevo localismo de la geografía de los 90, línea de investigación que combina las consideraciones de la economía urbana sobre los efectos de la aglomeración y la urbanización, con la atención de la geografía económica al valor del territorio, el capital social y la cultura local en el desarrollo endógeno (Thrift y Amin, 2003). En base a esta convergencia de aproximaciones (Trullén, 2006), nacen una serie de modelos, como el del *milieu innovateur* (Maillat, 2006), que enfatizan la necesidad de concebir lo local como un fenómeno complejo donde intervienen factores económicos, sociales, culturales, físicos, históricos y políticos.

Cabe incluso remontarse al cuestionamiento del urbanismo basado en la más ramplona aplicación de los principios de la Carta de Atenas, tan denostado en los CIAM de los años cincuenta (1953, Aix-en-Provence; 1954, Doorn; 1956 Dubrovnik y 1959, Otterloo), o en diversos escritos de la década siguiente. Ello dará lugar a una renovada apuesta por la ciudad y por el resurgimiento de lo urbano por una parte, así como a una reacción frente a las diversas manifestaciones que suponen la disolución de la urbanidad tradicional, léase suburbanización, *sprawl* o explosión de la ciudad.

De este modo, el Urbanismo Moderno recupera en el último tercio de siglo un enfoque mucho más contextual, una preocupación por lo identitario, por el soporte de los análisis morfotipológicos y el énfasis en los valores formales de un proyecto urbano de escala intermedia. Otro discurso particularmente extendido será el de la recuperación de la ciudad, particularmente en Europa. Las principales operaciones urbanísticas desde los ochenta (Grands Travaux y ZACs en París; IBA en Berlín; Planes y Proyectos en Barcelona) mostrarán más afinidades que discrepancias: revalorización de la ciudad histórica del XIX y del XX; reivindicación del espacio público; visión integradora del urbanismo y la arquitectura; valor del proyecto urbano acotado como catalizador de transformaciones de mayor ambición espacial. Se trata en todos los casos de reacciones frente a la desregulación o frente a la claudicación ante la supuesta muerte de la ciudad.

A su vez, sociólogos y economistas urbanos, estimulados por las reflexiones de Jane Jacobs comienzan a defender la importancia del capital humano, la creatividad y la innovación para el desarrollo de las ciudades. La hipótesis de la ciudad creativa, elaborada por Richard Florida, es bien representativa de esta línea, aunque sus ideas han sido ampliamente criticadas (ver, por ejemplo Donald y Morrow, 2003; Glaeser, 2004; Peck, 2005).

De forma similar a como algunos estudiosos vienen defendiendo desde la década del 70, el punto de partida de Florida es que el motor de la nueva economía post-industrial ya no se encuentra en

el sector terciario, sino en el creativo, y que... “la creatividad, la habilidad de crear nuevas formas, como lo define el diccionario Webster, es hoy en día la fuente decisiva de ventaja competitiva. En casi cualquier sector, desde el automotriz al de la moda, alimentación y tecnologías de información, los ganadores en el largo plazo son aquellos que puede crear y seguir creando” (Florida, 2002, p. 7).

Para Florida la irrupción de la creatividad como motor de la nueva economía se evidencia en la meteórica expansión de un nuevo grupo laboral, la clase creativa. Define como clase creativa a aquellas “personas que agregan valor económico a través de su creatividad” (Florida, 2002, p. 68). Este grupo creativo se divide en dos subgrupos. El primero es el núcleo súper-creativo, compuesto por aquellos ocupados en el sector de alta tecnología y matemáticas, arquitectura e ingeniería, ciencias (biológicas, físicas y sociales), educación y arte, diseño, entretenimiento y medios de comunicación (Florida, 2002, p. 328), las personas que se ganan la vida directamente a partir de su imaginación y creatividad. El segundo subgrupo son los profesionales creativos, que trabajan en gestión y administración, en negocios y finanzas, o son abogados y médicos. Si bien las actividades de estas profesiones pueden tender hacia la rutina, requieren altos grados de innovación y creatividad para llevarlas a cabo con éxito.

Florida ha demostrado que las tendencias de esta clase creativa, tanto para EE.UU. como para Canadá, Inglaterra y otros países desarrollados, en términos de crecimiento, tamaño y creación de riqueza, la convierten en la locomotora del desarrollo económico actual. Pero lo básico, más que en la composición de esta clase creativa, está en la nueva relación que ésta establece con la ciudad y la actividad económica.

En base a una serie de investigaciones cualitativas, Florida indica que esta clase creativa comparte una misma caracterización socio-cultural. Se trata, a grandes rasgos, de las mismas características que definen a la llamada nueva clase media (Du Gay, 1998 y 2002; Featherstone, 1991; Jackson y Thrift, 1995): individualismo, alta capacidad de consumo, ansias de distinción cultural, alta movilidad y debilidad por la novedad y lo auténtico. Pero añade otra característica fundamental; en sus entrevistas descubre que este grupo, a la hora de elegir un trabajo, es más fiel a sus estilos de vida que a las empresas que los emplean. En otras palabras, para esta clase creativa es más importante que la empresa se encuentre en un lugar que sintonice con sus gustos y expectativas que los potenciales beneficios económicos directos.

Con ello da un paso más e identifica cuáles son los lugares a los que la clase creativa se siente atraída. Sus investigaciones deducen que se trata de lugares en los que se concentran tres características claves: mercados de trabajo gruesos donde existan muchas alternativas y posibilidades de empleos creativos; alta calidad en equipamiento (lugares donde exista calidad de vida, desde parques hasta un buen sistema educacional) y, sobre todo, densidad y dinamismo *cultural* (lugares ricos en actividades culturales y en vida vecinal, lugares tolerantes a la diferencia y ambientes innovadores).

En base a una serie de modelos estadísticos, establece un ranking de ciudades norteamericanas según estos atributos y demuestra que sistemáticamente las ciudades mejor posicionadas son aquellas en que la clase creativa está mejor representada y, consecuentemente, las que poseen mayores niveles de

innovación económica (presencia de sectores punta) y de riqueza (Florida, 2005 y 2008). Lo fundamental es como establece su ranking creativo, diseñando una serie de indicadores para determinar las condiciones que cualifican a las ciudades para que en ellas se desarrolle la creatividad. Así, por ejemplo, propone el índice *cool* para medir la tasa de juventud; el índice bohemio para determinar la densidad de artistas; el índice de diversidad para medir la composición multiétnica; y el índice gay para medir la tasa de población homosexual de las ciudades. Mide asimismo la proporción de áreas verdes de las ciudades, la cantidad de espacios para espectáculos e, incluso, los niveles de obesidad en éstas como forma de evaluar su calidad de vida. La hipótesis es que ciudades con más jóvenes, artistas, homosexuales y extranjeros, con más deportistas, espacios para la cultura y el recreo, son más tolerantes, dinámicas, ricas culturalmente, vanguardistas y con una mejor calidad de vida, y, por lo tanto, más atractivas para la clase creativa.

El impacto de los postulados de Florida en las políticas urbanas ha sido considerable. El panorama parece claro: para contar con agentes creativos, las ciudades deben hacer lo posible por crear espacios que los atraigan y retengan. La paradoja, sin embargo, es que si esta vuelta a la creatividad y la cultura reclama mayor atención a la dimensión local y al patrimonio cultural acumulado en las ciudades, la tentación por cuantificar atributos y construir jerarquías no desaparece. La ciudad creativa, lejos de implicar un giro cualitativo en la ciudad, parece derivar en un nuevo conjunto de rankings. Hoy, junto a la cantidad de hoteles, empresas transnacionales, aeropuertos, inversiones extranjeras y centros de convenciones, las ciudades también se evalúan por su creatividad, capital cultural o calidad de vida.

Esta situación queda en evidencia al ver cómo políticos, gurús económicos y urbanistas desarrollan proyectos para ver qué ciudad se encumbra en las primeras posiciones de los rankings creativos. A título de ejemplo, el Observatorio Barcelona, iniciativa conjunta entre el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio, que tiene como objetivo promocionar las ventajas competitivas de la ciudad, no se cansa de resaltar que en el 2002 Barcelona era la ciudad europea con mayor número de visitas a museos y de asistentes a espectáculos escénicos. O la revista *Businessweek*, que en su sección inmobiliaria de febrero del 2007 muestra un ranking de las ciudades estadounidenses más atractivas para los artistas, sugiriendo a gestores inmobiliarios, inversores y políticos locales que los barrios artísticos son *bohemian today, high-rent tomorrow*. La nominación de Capital Europea de la Cultura se ha convertido en una prioridad para muchas ciudades, tanto por los beneficios económicos directos (Herrero et al., 2004) como por la escalada que supone en el ranking global de ciudades creativas. Lo mismo puede decirse de la nominación como Patrimonio de la Humanidad; o del hecho de poseer un Gehry o un Foster, para demostrar sensibilidad estética y vanguardismo cultural (Evans, 2003; Hall, 1998; Zaera-Polo, 2006).

En suma, cambian los contenidos, pero no las formas. Hoy por hoy, para ser una ciudad global y competitiva, ya no basta con la frialdad de las infraestructuras y la abstracción de las finanzas; hoy se requiere ser ciudad dinámica, patrimonial, cultural y bella. Se ha dado un gran paso, la ciudad gana espesura, pero ésta se rigidiza y se ofrece a los *policy-makers* de igual forma a como se hacía con los indicadores de la ciudad global que se quiere dejar atrás: agregada en índices y rankings desprovistos de todo valor cualitativo. Esta ciudad se nos muestra poco atenta a los desafíos de la escala de barrio y a la vida cotidiana, ciega ante las desigualdades (económicas, educacionales, tecnológicas, de género, culturales) propias de la nueva economía que se quiere

propulsar y muda frente a los conflictos que surgen por las definiciones simplificadas que se hacen de cultura, patrimonio y creatividad.

Dudas similares a las que generaba el discurso de la ciudad global aparecen frente a este nuevo paradigma creativo: ¿quiénes son los protagonistas de la ciudad? ¿Qué modelo de desarrollo económico se está impulsando? ¿En qué cultura y qué patrimonio se está pensando? ¿Cómo se conjuga la cultura y la innovación con las fuerzas omnipresentes del mercado?

Busquemos algunas respuestas al hilo del estudio de lo que ha sucedido en el Poblenou.

El Poblenou o los límites de la ciudad creativa

El Manchester catalán

El territorio del Poblenou se caracteriza por su cota baja respecto al nivel del mar. A dos kilómetros de la costa apenas se levanta unos cinco metros, lo que durante siglos supuso grandes dificultades para ocupar unos terrenos inundables. Tanto es así que en el siglo XV se libró una pequeña batalla naval precisamente en lo que hoy es el cruce de la avenida Diagonal con la antigua carretera de Francia.

Figura 1. Superposición del Ensanche de Cerdà y los tejidos suburbanos del Poblenou hacia 1855



Fuente: Joaquín Sabaté y CCRS arquitectos

Figura 2. Fotoplano del sector hacia 1986.



Fuente: Propiedad del autor.

Pero la historia de la construcción de este territorio empieza mucho antes con importantes tareas de desecación, defensa y consolidación de marismas. Entre los años 954 y 966 el conde Miró impulsó la construcción de una enorme acequia con el objetivo de traer las aguas del río Besos a la vecina ciudad de Barcelona y de regar los campos atravesados. Esto posibilitó la bonificación de una extensión considerable de terrenos y confirió riqueza agrícola a un rico mosaico de parcelas de cultivo, orientadas según la traza de aquella acequia.

La carretera a Francia se construyó elevada atravesando aquellos campos para evitar las marismas a ambos lados, que se acabarán de desecar a lo largo del siglo XVIII. Su trazado atrajo numerosas construcciones y prados de indianas. Poco a poco todos ellos dan impulso a nuevas construcciones y a la implantación de numerosas industrias. Las posteriores líneas ferroviarias acabaron de configurar el carácter industrial del asentamiento, marginándolo a pesar de su centralidad. El tren a Mataró a lo largo de la costa (1848) y el de Granollers (1853-1880) rodean completamente el municipio de Sant Martí, y dibujan barreras difíciles de franquear para conectar con Barcelona y el resto de núcleos del llano.

En el plano topográfico levantado en 1855 por Ildefonso Cerdá se puede observar el conjunto de núcleos suburbanos alrededor de la ciudad de Barcelona, situados todos ellos a la distancia de una bala de cañón desde sus murallas. No tardan en producirse cambios importantes, acelerados por el ferrocarril. Numerosas construcciones se levantan atentas a aquel parcelario

agrícola irregular y a unos caminos tradicionales que Cerdá ignoró. Aquellos paisajes de campos de cultivo y molinos se convierten poco a poco en imágenes de naves y chimeneas. El contraste entre el orden del parcelario de origen medieval y el del modelo ortogonal supuso una dificultad añadida a los cambios que se han afrontado a finales del siglo XX, pero asimismo un valor a tener bien en cuenta. Lentamente, desde mediados del siglo XIX, se levantan algunas piezas residenciales ajustadas al proyecto Cerdá. Pero la mayor parte, y entre ellas grandes fábricas textiles, se asientan sobre la carretera de Francia y en los caminos que dan a ella.

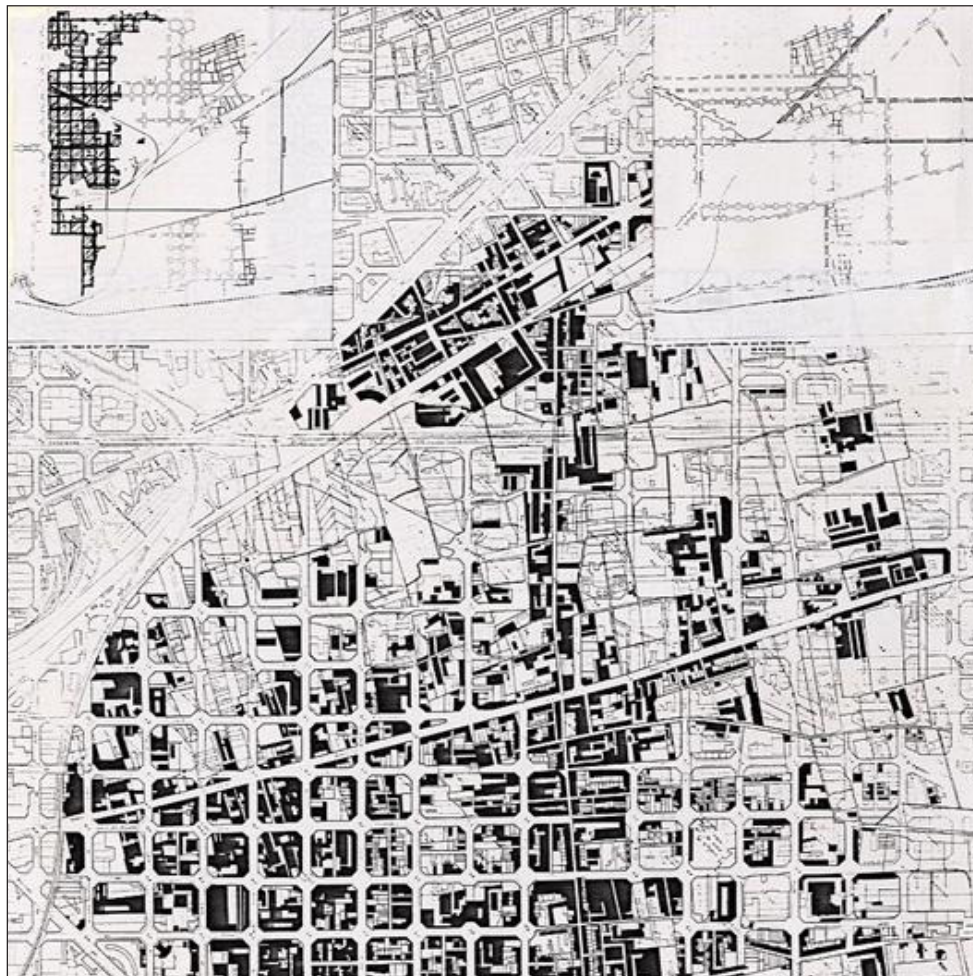
Cuando la malla ortogonal alcanza la plaza de las Glorias, aquellas tramas suburbanas del Poblenou ya habían consolidado un tejido irregular y menudo, al margen de las previsiones oficiales, construyendo nuevas alrededor de los ejes tradicionales; con ensanches menores; consolidando los caminos tradicionales; con la aparición de pequeñas plazas y equipamientos singulares (ayuntamiento, mercado...). El doblado de la línea de ferrocarril y el nuevo trazado sobre la avenida Meridiana contribuyen aun más a reforzar su aislamiento.

En el Plan Comarcal de 1953 todo el Poblenou queda calificado mayoritariamente como zona industrial. Los cambios que se van sucediendo en las décadas siguientes tienden a favorecer grandes enlaces viarios y a completar la estructura del Ensanche. Hacia 1960 y 1970 se urbanizan la Meridiana y la Gran Vía como grandes ejes de acceso a Barcelona, soterrando el ferrocarril. No es hasta mucho más adelante, con motivo de la construcción de la Villa Olímpica, que se entierra el resto del trazado ferroviario y con la construcción del cinturón litoral desaparece la línea de la costa. Todo ello contribuye a que el Poblenou, por su posición y urbanización, adquiera condición de ciudad central.

Aún hace un par de décadas el Poblenou mostraba un paisaje atiborrado de naves y chimeneas, de almacenes e hileras de construcciones residenciales que se habían ajustado paulatinamente a las pautas del Ensanche. Pero la irregularidad del parcelario rural sigue estando bien presente, y algunas grandes naves impiden el paso de numerosas vías. Si la camisa de fuerza de los trazados ferroviarios congeló unos terrenos relativamente centrales en la ciudad, las recientes obras de urbanización descubren la oportunidad de la remodelación. Las aberturas de Guipúzcoa y Gran Vía y la desaparición del obstáculo ferroviario rompen el aislamiento secular con la ciudad central. El Poblenou empieza de hecho a ganar centralidad y ofrece el último gran solar para el crecimiento de Barcelona, en parte casi vacío u ocupado por construcciones que se estiman obsoletas (Grau y López, 1973; Sabaté, 1987 y 1997).

La efervescencia productiva generó un rico tejido cultural y asociativo. Sindicatos, cooperativas y grupos artísticos surgen por doquier. A su vez la inmigración dinamizó la vida social. Pero desde mediados del siglo XX el sector industrial evidencia claros síntomas de agotamiento. Muchas empresas cierran y otras marchan a nuevas áreas industriales. El barrio cae en una espiral de deterioro físico y social interrumpida con las Olimpiadas, y sus cuantiosas inversiones en su perímetro (villa y puerto olímpicos). Comienza su revalorización, ayudada también por otras notables intervenciones públicas, como la Ronda Litoral, nuevos equipamientos culturales (Teatro Nacional de Catalunya y Auditorio Municipal) y fundamentalmente la apertura de la avenida Diagonal hasta el mar.

Figura 3. Desarrollo del Ensanche de Cerdà en el Poblenou hacia 1929.



Fuente: Dibujo de Joaquín Sabaté-CCRS.

La reacción vecinal crece con los derribos del rico patrimonio industrial y el desembarco de las grandes constructoras. Las obras del Forum Universal de las Culturas 2004, icono de la renovación urbana del sector levante de la ciudad, la aparición de centros comerciales, hoteles y viviendas de alto *standing* en la avenida Diagonal son el epígono momentáneo de un proceso de transformación acelerado (Muxí, 2004). Poco antes el Plan 22@ pretende capitalizar la centralidad del barrio con una apuesta tan singular como controvertida.

El 22@: innovación y competencia

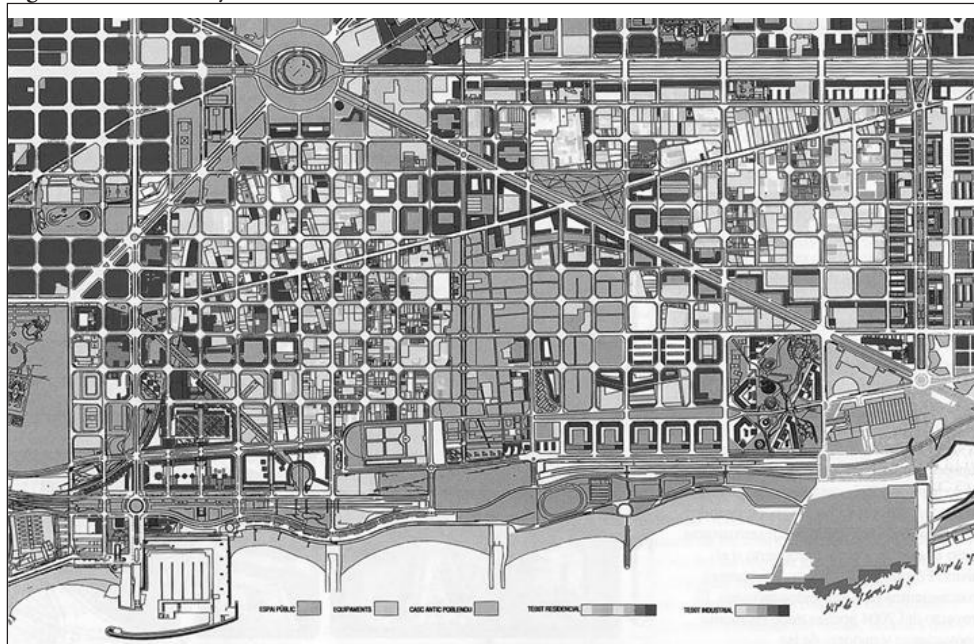
El Plan 22@ tiene una extensión de casi 200 hectáreas. La etiqueta 22@ nos remite a la previa calificación industrial (22a), que ahora admite actividades densas en conocimiento.

El proyecto pretende situar adecuadamente a Barcelona en dicha nueva economía atrayendo a este ámbito actividades tecnológicas, pero asimismo relacionadas con la cultura, la I+D, el sector audiovisual, la educación y el diseño.

Para ello propone una reurbanización completa y una substancial mejora de los servicios urbanos (energías renovables; climatización centralizada por manzanas; telecomunicaciones de banda ancha y WiFi; aprovechamiento de aguas freáticas; red de recogida neumática de residuos y galerías de servicios). A su vez se elabora un plan de movilidad que pretende reducir en diez años la proporción de transporte privado al 30%. Otro de los aspectos singulares del proyecto es que tras establecer las grandes magnitudes (3,5 millones de metros cuadrados de techo, 3,2 de ellos de actividades económicas; entre 3.500 y 4.000 nuevas viviendas; 7,5 Ha de zonas verdes y 14,5 de equipamientos; 130.000 nuevos puestos de trabajo), no se determina un uso, ni edificabilidad fijos por parcela, sino un volumen incrementable según su grado de usos @ o su contribución al interés público.

Pero la magnitud de la intervención conlleva el peligro de que el 22@ adquiera el carácter de un programa de renovación urbana convencional. El proyecto requiere de una narrativa que lo legitime y, al tiempo, lo haga atractivo a los ojos de inversores, empresas y gobiernos. Muy cercano a los argumentos de la sociedad de la información (Castells, 1999), de la economía del talento (Florida, 2002 y 2005), de la ciudad compacta (Rueda,

Figura 4. Plan 22@. Ayuntamiento de Barcelona.



Fuente: Ayuntamiento de Barcelona.

2002) y de los clusters de innovación (Camagni y Maillat, 2006; Porter, 1998), el 22@ se presenta como el vehículo que permitirá situar a Barcelona en la economía del conocimiento. El argumento es que de la mano de las nuevas tecnologías, un nuevo tipo de industria-servicios debe volver a la ciudad, a la nueva ciudad creativa (Ayuntamiento de Barcelona, 2005). Esta nueva ciudad debe apostar por un modelo urbano compacto, diverso y sostenible, que genere una ciudad más cohesionada y equilibrada, con más fuerza económica y ecológicamente más eficiente, para favorecer la interacción entre los diversos agentes urbanos y contribuir a generar la masa crítica necesaria para desarrollar economías de aglomeración. El Poblenou es el lugar llamado a acoger este nuevo maná, ya que se encuentra en el centro de Barcelona, en el lugar ideal para la concentración estratégica de actividades intensivas en conocimiento y favorecer la presencia en el sector de las denominadas actividades @, que se caracterizan por utilizar el talento como su principal recurso productivo (Ayuntamiento de Barcelona, 2005).

El 22@, en definitiva, recupera la ciudad y su urbanidad como la fuente básica para la inserción en la nueva economía. Se habla de volver a la ciudad, de ciudad compacta, de diversidad, de cohesión urbana y de eficiencia ecológica. No obstante, este discurso en torno a la economía del conocimiento y a la ciudad se pone siempre bajo la perspectiva de la competencia internacional. Para el 22@ el conocimiento, la aglomeración productiva y la cohesión urbana no son fines en sí mismos, sino ventajas comparativas; es decir, atributos que harán de Barcelona una ciudad competitiva en comparación con otras ciudades.

Esta alusión al ranking y a la competencia queda de manifiesto desde la primera página de otro de los documentos del Plan, donde se declara que el 22@ es una oportunidad única para transformar el Poblenou en una importante plataforma científica, tecnológica y cultural que convierta a Barcelona en “... *una de las ciudades más dinámicas e innovadoras en el ámbito internacional*. Se insiste que el 22@ consolidará el posicionamiento de Barcelona como *una de las principales plataformas de innovación y economía del conocimiento a nivel internacional*, que se posicionará como *un espacio de referencia a nivel europeo* en el marco de las Tecnologías de la Información y Comunicación (2005, p. 23) y que se convertirá en un “... *polo de atracción para emprendedores de todo el mundo*, a la vez que se instalará como *plataforma internacional de referencia* en la creación y desarrollo de empresas” (Ayuntamiento de Barcelona, 2005).

Este discurso que vincula el proyecto urbano a la competencia y la comparación internacional es multiescalar: mientras Barcelona compite contra el mundo, el Poblenou lo hace contra el resto de la ciudad, y para hacerlo el Plan desatiende las características históricas, sociales y urbanas del barrio. Nada se dice de su densidad asociativa, de su patrimonio industrial ni, como se verá más adelante, de su comunidad artística. Por contra se destacan las grandes inversiones en infraestructuras en el sector, en especial el Forum, que incluye el mayor centro de convenciones del Sur de Europa. También se resalta la centralidad urbana del Poblenou, donde el distrito 22@ goza de una excelente accesibilidad a toda la región metropolitana (Ayuntamiento de Barcelona, 2005).

En definitiva, el proyecto 22@ se hace eco de la tendencia a reconocer cultura, innovación, conocimiento y ciudad como base del desarrollo económico y social. Se trata de una visión que, en teoría, deja atrás las perspectivas de la *global city* que descansaban exclusivamente en su capacidad de comando y control.

No obstante, se sigue defendiendo el cambio urbano a través de una competencia agresiva y, de alguna manera, fratricida. Si no gana el Poblenou lo hará otra ciudad, u otro barrio de Barcelona. No interesa pues buscar la identidad del Poblenou en su propia historia y patrimonio, sino reelaborarla, como en un juego de espejos, mirando hacia fuera, hacia una competencia abstracta basada en la posesión de atributos funcionales comparables. Las transformaciones no surgen del territorio, ni de sus habitantes, sino de un balance estratégico de relaciones y posiciones, de la lucha por atraer capitales y personas cualificadas. En este marco lo que importa no es la historia, ni la memoria, no es la vida cotidiana, sus gentes y espacios, ni mucho menos, lo que éstas tengan que decir con respecto a la generación de innovación y conocimiento. Lo que importa es maximizar todos los elementos funcionales y técnicos para que el barrio devenga un referente de nivel internacional, aunque esto signifique desanclar este proceso de la escala local. Paradójicamente una intervención urbana que basa su discurso en una elegía de la ciudad, muestra a la vez un total desprecio por sus atributos.

Figura 5. Fotoplano del sector hacia 2006.



Fuente: Google Earth.

Memoria, cultura y el valor de lo local: las tensiones de un proyecto urbano

Esta paradoja se manifestará en sucesivos conflictos, y, en primer lugar, en los derivados de las agresiones al patrimonio. Muchas fábricas, testimonio del esplendor pasado en el desarrollo industrial de Catalunya y de España, resultan total o parcialmente afectadas por el 22@. Un caso paradigmático es Can Ricart, conjunto fabril levantado a mediados del siglo XIX. Se trata de la única pieza de diseño neoclásico que aún resta en pie. Can Ricart fue pionera en la introducción del hierro fundido en la construcción, y su repertorio de cubiertas, pilares y dinteles es único en Catalunya (Tatjer y Urbiola, 2005). También es remarcable su diseño modular, pensado para el crecimiento progresivo, tanto de las naves como de los espacios públicos del conjunto.

Pero el valor fundamental de Can Ricart reside en su naturaleza unitaria y en su emplazamiento urbano. La dimensión de la fábrica (casi 40.000 m²), uno de las tres grandes conjuntos industriales que quedan en Barcelona, la convierte en parte fundamental del paisaje vecinal. Su encaje en la trama le convierte en un elemento difícilmente separable de su entorno. A su vez la fábrica es un referente formal dentro de la estructura urbana, un hito para un gran Parque Central previsto, y conecta por la avenida Pere IV con el denominado eje patrimonial del Poblenou (conjunto de construcciones industriales de singular calidad). Pero además Can Ricart animó, y lo sigue haciendo, la vida social del Poblenou, dada la gran cantidad de vecinos vinculados a la fábrica.

El 22 ha reconocido el valor de alguna de las piezas de Can Ricart, pero no ha logrado comprender que éste reside en su dimensión unitaria y urbana. El Plan conserva solo piezas concretas (algunas naves y la Torre del Reloj) pero desfigura la estructura morfológica del conjunto y, con ello, el especial vínculo (formal, social y paisajístico) que la fábrica mantenía con el barrio. Diversas asociaciones sociales y vecinales se han movilizado para impedirlo. Lo que exigen no es la conservación a ultranza, sino el reconocimiento del valor social y físico que tiene Can Ricart, como unidad urbana, y no como pieza museificable.

Una de las mayores muestras del rechazo al tratamiento del 22@ al patrimonio físico y social del barrio (materializado en Can Ricart) fue su ocupación a fines del 2006 por parte del colectivo La Makabra, grupo de circo-teatro expulsado de otra nave afectada por el 22@. La ocupación evidencia otro de los conflictos que ha provocado el 22@: la expulsión de la comunidad artística del barrio.

El 22@ está destruyendo la red artística y cultural que se había formado en el Poblenou desde comienzos de los años 90. Muchos artistas, atraídos por los grandes espacios industriales en desuso y los bajos alquileres, se fueron instalando allí. Poco a poco el paisaje industrial se fue convirtiendo en elemento clave para la producción cultural de la ciudad. Muchas fábricas abandonadas eran reutilizadas y revalorizadas. Can Ricart alojaba al menos tres talleres colectivos y un centro de producción artística dependiente de la Asociación Catalana de Artistas Visuales; la fábrica La Escocesa daba cobijo a otros varios centros de creación (Nau21, Hiperespai, T45, MímicArt y la Associació d'Idees M); el conjunto de Palo Alto, de la mano del renombrado diseñador Javier Mariscal, se reconvertía en oficinas y espacios para distintas industrias

culturales y Can Felipa era restaurado para ser transformado en un dinámico centro cultural dependiente del distrito. Además, una serie de talleres colectivos e individuales se instalaban en otros espacios industriales.

El 22@ está afectando dramáticamente esta densidad creativa, tanto a través de derribos, como del incremento de alquileres que ha supuesto la intervención urbanística. Los propietarios de los espacios industriales, conocedores de la posibilidad de reconvertir sus inmuebles para atraer usos de mayor rentabilidad, están elevando los contratos a precios que los artistas no pueden pagar. Un informe elaborado por Hangar evalúa que entre el derribo de espacios industriales y la reconversión de usos, de los 12.000 m² de espacios y talleres artísticos existentes en el 2006 en el Poblenou, sólo quedarán 2.800 en el 2008. Pero además el 22@ está expulsando a los artistas al transformar el paisaje cultural que los atrajo originalmente. Los artistas buscan lugares que representen simbólicamente su *ethos* innovador y rupturista, por lo que generalmente optan por espacios marginales del *mainstream* económico pero ricos en carácter urbano y en dinamismo social (Ley, 2003; Lloyd, 2006). El 22@, con su urbanismo a base de *headquarters* y a una definición de futuro que no incluye la identidad histórica del barrio, está homogeneizando y banalizando el paisaje del Poblenou. Y los artistas optan por marchar en busca de lugares que mantengan su autenticidad.

La destrucción del tejido artístico del Poblenou por parte del 22@ es sumamente grave, ya que denota la paradoja estructural que caracteriza al proyecto: una intervención que se funda en la innovación, en la cultura y en la ciudad, pero que en la práctica las ignora. Con la desaparición de la comunidad artística, por antonomasia fuente de innovación y vanguardia (Markusen y King, 2003), el 22@ no sólo está afectando a un importante grupo social del barrio. Posiblemente se le esté condenando a convertirse en un CBD, una dinámica área de negocios y consumo en tecnología, cultura y conocimiento, pero difícilmente incubadora potente de nuevas ideas, que es aparentemente lo que la intervención y el modelo Barcelona pretendían.

Conclusiones

El caso del Poblenou y el 22@ nos enseña que no basta con reconocer la importancia de atributos antes despreciados, como la cultura o la innovación, sino que es necesario repensar qué entendemos por estos conceptos y cómo los introducimos en planes de intervención urbana.

En este contexto, la noción de permacultura resulta fundamental. El término permacultura fue introducido por Bill Mollison y David Holmgren en un texto seminal en 1978. Si bien inicialmente su uso se restringió a una agricultura basada en criterios ecológicos, bien pronto se extendió a una interpretación más general sobre el diseño urbano. Hoy se ha difundido por todo el mundo, se ha enriquecido con un complejo sistema de pautas de diseño, atentas a las condiciones naturales, y se aplica al proyecto de comunidades locales y ciudades. En un escenario de alta complejidad económica, política, territorial y social, puede parecer utópico defender la vida colectiva en torno a pequeñas comunidades o aplicar los principios ecológicos de la permacultura a programas de renovación urbana. Pero la permacultura, antes que un

conjunto de principios prácticos, es una llamada a reflexionar sobre los entornos en los que vivimos, sobre cómo pretendemos habitarlos y qué esperamos de ellos. En otras palabras, aún estamos a tiempo de reflexionar sobre qué ciudad deseamos y para quiénes: la permacultura (o la *permacity*) nos recuerda que no podemos, y no debemos, renunciar a la construcción de la buena ciudad.

Desde esta perspectiva, el caso del Poblenou señala al menos cuatro puntos críticos.

En primer lugar, la gravedad del impacto que el 22@ está teniendo sobre el tejido industrial del barrio no nos remite a la preservación de piezas arquitectónicas discretas, sino a la valoración de la larga historia de innovación industrial del barrio. En otras palabras, nos obliga a plantearnos qué definición de innovación tiene el 22@, y cómo se integran el pasado, la identidad y la memoria en la construcción del futuro. Es fundamental que el proyecto urbano, y sobre todo aquel que pretende construirse sobre la innovación y el conocimiento, reconozca el valor del territorio, no como una hoja en blanco en la que delinear una nueva propuesta, sino como una elaboración cultural construida a través de sucesivas capas de significados.

Este caso, y otros diversos en Barcelona y en tantas otras ciudades, nos obligan a reflexionar sobre el valor de los *rankings*, sobre el sometimiento de las ciudades a unos supuestos indicadores de éxito, para supuestamente atraer a inversores, turistas, empresas o clases creativas, olvidando en cambio valorar el bienestar de sus ciudadanos, su historia, diversidad y riqueza de lo cotidiano.

Asimismo, debe comprenderse que la innovación y el conocimiento no se dan casualmente, sino que son el fruto de una larga y compleja red en la que participan saberes, espacios, actores e instituciones diversas en naturaleza, escala y magnitud. Esto hace de la innovación y la cultura fenómenos eminentemente espontáneos, flexibles, azarosos y, sobre todo, democráticos. La cultura no es un objeto, sino una fuerza creativa alimentada por numerosos actores. No obstante, el 22@ define la innovación como un proceso de elite y normalizado que es llevado a cabo en despachos de I+D, a la vez que confunde cultura con consumo, y conocimiento con profesionalismo. La noción holística de la permacultura en la que el todo es mayor que las partes y en la que cada elemento está conectado con el resto, es fundamental. Nadie sobra en la construcción de la ciudad creativa. Por el contrario, es indispensable que los diversos actores del territorio sean reconocidos como agentes creativos, para que la innovación se incube, fluya y se desarrolle.

Por último el 22@ obliga a reflexionar sobre el valor que se le otorga a lo local en los procesos de renovación urbana. Las intervenciones urbanísticas deben estar ancladas en las comunidades que las acogen y deben dirigirse prioritariamente a ellas. Ya conocemos los nefastos resultados de las intervenciones que apostaban por estrategias *trickle-down* que solo dan lugar a fragmentación, deslegitimación y mayor empobrecimiento (Otley, 1998). Sólo a través de una concepción participativa de la ciudad, en la que se reconozca el valor de todos los actores urbanos, incluso de aquellos que han perdido en la nueva economía global, o que no se ajustan a los parámetros patrimoniales e inmobiliarios convencionales, el proyecto urbanístico podrá generar sostenibilidad, significado y permanencia.

Referencias bibliográficas

- Abu-Lughod, J. (1995). Comparing Chicago, New York and Los Angeles: testing some world cities hypothesis. En P.L. Knox & P.J. Taylor (Eds), *World cities in a world system*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ayuntamiento de Barcelona (2000). *Districte d'activitats 22@ BCN*. Barcelona: (s.n).
- Ayuntamiento de Barcelona (2007). *22@Barcelona, el districte de la innovació*. Barcelona: (s.n).
- Beaverstock, J.G.; Taylor, P. & Smith, R. G. (1999). A roster of world cities. *Cities*, 16, 445-58.
- Camagni, R. & Maillat, D. (2006). *Milieux innovateurs. Théorie et politiques*. París: Economica-Anthropos.
- Castells, M. (1999). *The culture of cities in the information age. Frontiers of mind in the twenty-first century*. Washington DC: Library of Congress.
- Evans, G. (2003). Hard-branding the cultural city: from Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*, 27, 2.
- Florida, R. & Tinagli, I. (2004). *Europe in the creative age*. London: Demos.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work. Leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- Florida, R. (2008). *Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. New York: Basic Books.
- Friedmann, J. (1986). The world city hypothesis. *Development and change*, 17, 69-83.
- Friedmann, J. (1995). *Where we stand: a decade of world city research. World cities in a world system*. New York: C. U. Press.
- Friedmann, J. (2005). *China's urban transition*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gertler, M., Florida, R., Gates, G. & Vinodrai, T. (2002). *Competing on creativity: Ontario cities in North American context. A report to the Institute for Competitiveness and Prosperity, and Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation*. Toronto: (s.n).
- Gertler, M., Florida, R., Gates, G. & Vinodrai, T. (2002). *Competing on creativity: Ontario cities in North American context. A report to the Institute for Competitiveness and Prosperity, and Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation*. Toronto: (s.n).
- Grau, R.; & López, M. (1973). Vells suburbis fora de la ciutat. Sant Martí, un Manchester Catalán. *Serra d'Or*, Octubre.
- Gugler, J. (2004). *World cities beyond the west*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hall, P. (1966). *The world cities*. London: Widenfeld and Nicolson.
- Hall, T. (1999). *Urban Geography*. London: Routledge.
- Holmgren, D. & Mollison, B. (1978). *Permaculture one*. Australia: Transworld Publishers.
- Kelly, K. (1999). *New rules for the new economy*. New York: Penguin.
- Ley D. (2003). Artists, aestheticisation and the field of gentrification. *Urban Studies*, 40, 12.
- Lloyd, R. (2006). *Neo-bohemia: art and commerce in the postindustrial city*. New York: Routledge.
- Maillat, D. (2006). Components spatiaux et milieux innovateurs. En R. Camagni, & D. Maillat, *Milieux innovateurs: théorie et politiques* (pp. 65-74).