



OBJECTIUS DEL PEMB

L'any 2008 es va iniciar un nou procés de planificació que aportés una visió de futur en la perspectiva dels propers deu anys. Cal dir que aquesta visió de futur careix d'una reflexió profunda davant la **greu crisi econòmica, social i cultural**. Objectius:

- Consolidar la posició exterior i la globalització de la economia.
- Crear un projecte comú que ajudi a les empreses a aprendre i a donar respostes ràpides als canvis.
- Posar en valor allò que ens diferencia: les xarxes socials regionals i les economies d'aglomeració.
- Reforçar la cooperació públicoprivada.

La **marca Barcelona** ha de donar presència i visibilitat exterior. La proposta estratègica o visió 2020 és la de consolidar l'AMB com una metrópolis world class: una de les regions europees més atractives i influents per al talent global innovador, amb un model d'integració i cohesió social de qualitat, segons les paraules del PEMB.

L'objectiu, en última instància, és situar l'AMB com a referent en el nou marc global: major presència en els països que lideren el món i capitalitat del Mediterrani.

MARC ECONÒMIC ABANS I DESPRÉS LA CRISI GLOBAL ACTUAL

Es planteja l'hipòtesi de què les economies de localització, potencial d'extensió de l'estratègia del 22@, s'ampliï cap al districte de Sant Andreu.

L'estudi econòmic parteix de l'evolució de la producció durant 1995-2009: fort creixement i convergència amb la UE-15. El centre de Barcelona és el principal generador d'economies externes a Catalunya.

L'alta velocitat i les transformacions urbanístiques a La Sagrera modificaran l'accessibilitat i generaran suficient volum d'economies d'aglomeració i xarxa per generar canvis de gran magnitud local i supralocal:

- Configura una nova polaritat econòmica i dos nous eixos d'alt valor afegit a la ciutat (Sagrera-Eixample i Sagrera-Poble Nou).
- Consolida el canvi d'escala de la metròpoli de Barcelona: cap a Catalunya - Ciutats (7 milions) i la megaregión de Barceloní (25 milions).

Les inversions en infraestructures orientades a millorar la posició competitiva de BCN i les prestacions econòmiques amb les que es pot atreure empreses o retindre les a les ciutats, són una forma de subvenció als consumidors rics i les grans companyies. Es planteja la continuació del model econòmic que s'està realitzant al districte 22@.

El projecte de l'estació de La Sagrera i el seu àmbit urbà parteix d'aquesta lògica on els programes d'usos careixen d'una planificació que incorpori un estudi previ de l'**actual crisi econòmica** (que també és una crisi política, social, cultural, urbana, de valors...). El projecte aprovat defensa el creixement econòmic i la planificació urbanística que segueix el model que l'ajuntament està realitzant a l'àmbit 22@ on l'economia del coneixement i noves tecnologies sembla ser la capçalera principal. Hauria de continuar doncs l'àmbit de La Sagrera aquest ideal, ja material i encara incert, del 22@?

MODEL EN QUESTIÓ

Estem parlant del Model BCN o de la Marca BCN?

La operació de marketing per promocionar la ciutat ha sigut la estratègia principal desde els JJOO de 1992. Després del 92 hem viscut un èxit pervers, on el preu del sòl i de les vivendes s'ha disparat, independentment dels salaris reals (que ha baixat respecte al cost de la vida a Barcelona). El patrimoni urbà s'ha anat venent a promotors privats, i hi ha varies operacions materials (Diagonal Mar, Fórum 2004), és a dir, un urbanisme orientat a la demanda externa, globalitzat. Com deia el lema d'aquella promoció de marketing, **"La millor botiga del món"**.

Aquest model, defensat i criticat, ha portat a Barcelona a ser un node al sistema de ciutats europees, acumulant marques de distinció, anant progressivament a una homogeneïtzació que portarà a una amnèsia col·lectiva.

EL DRET A LA CIUTAT

Deia H. Lefebvre: *"Una sola ley rige este crecimiento urbano y no urbano a la vez: la especulación del suelo. Los intersticios dejados por este crecimiento sin vacíos han sido colmados por los grandes conjuntos. A la especulación del suelo, mal combatida, se añadió la especulación de pisos. De este modo se aseguraba dentro del valor de cambio la entrada del alojamiento en la riqueza inmobiliaria y del suelo urbano, una vez desaparecidas las restricciones"*.

Aquests darrers anys hem vist com aquest desenvolupament econòmic, polític i urbanístic ha caigut, fruit d'una bombolla immobiliària, d'especulació del sòl.

A propòsit del llibre *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*, David Harvey i Neil Smith reflexionen sobre el model de ciutat actual, **ciutat neoliberal**, i comenten alguns conceptes interessants:

- Informatització: modificació de la noció espai-temps.
- Ciutat de ciutats.
- El capital dominant és avui financer i no productiu.
- L'àmbit local-regional ha estat històricament el de la reproducció social (educació, sanitat, vivenda, etc.), avui afectat per la crisi de l'estat de benestar, al mateix temps que hi ha demandes que es multipliquen (formació continuada, envelliment, reducció tanany nucli familiar, col·lectius pobres o marginals...).
- El poder públic ha de reorientar les seves funcions cap a la producció social.
- Hem arribat a una societat urbana més complexa, més individualitzada, més multicultural (temps, mobilitats, relacions socials, etc.).
- Les polítiques urbanes no poden ser simplement una oferta massiva dirigida als grans col·lectius sopsosadament homogenis.

Ara mateix hi ha un pla econòmic que defensa un discurs globalitzador on les ciutats són "nodes" amb una sèrie d'objectius:

- Prioritat de les institucions públiques de posicionar la ciutat a les xarxes globals.
- Projecció a l'exterior.
- Pla estratègic amb un discurs "hipercompetitiu".
- Pla que afavoreix unes cúpules polítiques i econòmiques.

Acceptar com a eix vertebrador d'una política urbana la competitivitat significa acceptar una posició dependent als mecanismes excludents que dominen la vida financera i comercial internacional, amb les següents conseqüències: més desigualtat i més dualitat social i territorial de la ciutat.

EL FÓRUM DE LES OMBRES

Ens trobem davant d'un projecte de grans inversions i qualitat edificatòria que no va ser capaç de respondre a les demandes de la ciutat i per tant, de la ciutadania, sinó que responia a la economia i el mercat, on es va acabar per canviar un urbanisme ciutadà que tants encert va oferir per un altra urbanisme associat al màrqueting, l'especulació immobiliària i els negocis que van portar incerteses. En aquesta última fase també estem assistint al continu moviment en l'àmbit de la conservació entre la gestió pública i la iniciativa privada, on els potents operadors privats estan guanyant més importància i poder de decisió a les polítiques urbanes.

