



Universitat de Girona
Facultat de Turisme

Màster Tesi

Nom del treball: Les fàbriques de creació com a revulsiu turístic. Els casos de la Escocesa i la Fabra i Coats

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria: setembre 2014

Autora: Montse Visa i Sàrries

Director/a: Lluïsa Faxedas i Saida Palou

Data de lliurament: 03/09/2014

Agrair a totes les persones que m'han ajudat en la realització del treball, en especial a les meves tutores per la seva guia i acompanyament, a la Yolanda Jiménez i a la Núria Benaiges.

En algún momento, alguien apagó el interruptor, cerró la puerta o simplemente se fue para siempre de su lugar de trabajo. Atrás quedaron las herramientas, máquinas e instalaciones que durante décadas fueron sus compañeras.

Ángeles Lucas. *Una vuelta de tuerca a lo industrial*, El País, 1 de juliol del 2014

ÍNDIX

1.	Motivació personal	6
2.	Introducció	7
3.	Hipòtesi i definició d'objectius	8
4.	Metodologia	9
5.	Estat de l'art	12
6.	Patrimoni industrial	
6.1.	Antecedents	13
6.2.	Valoració del patrimoni industrial	17
6.3.	Concepte i protecció	19
6.3.	Nous usos	25
7.	El turisme cultural i industrial	27
8.	Casos d'aprofitament del patrimoni industrial	33
8.1.	Ironbridge, el naixement de la Revolució Industrial	33

8.2.	Vall del Ruhr, el nucli de la Ruta Europea del patrimoni industrial	35
8.3.	El MNACTEC I XATIC, dos casos locals	37
9.	El Model Barcelona	
9.1.	Context turístic de la ciutat	40
9.2.	Polítiques de gestió	46
10.	Les fàbriques de creació	51
11.	Anàlisi i diagnosi de dues fàbriques de creació	
11.a.	La Fabra i Coats	59
11.b.	L'Escocesa	64
12.	Anàlisi DAFO	68
13.	Propostes	70
14.	Conclusions	76
15.	Bibliografia i webgrafia	81

1. MOTIVACIÓ PERSONAL

Quan era adolescent, sovint em preguntaven què estudiaria quan acabés l'institut. Amb el cap encara ple de dubtes, jo sempre responia que no ho sabia però que estudiaria a Barcelona. A la meua ment, Barcelona era la ciutat on podies anar caminant fins al mar, on havia trepitjat per primer cop un teatre de veritat, on trobaves música en qualsevol racó i on els diumenges podies anar als museus.

Penso que aquesta idea de Barcelona plena de vida i cultura, de quan encara era una nena, no s'allunya massa de la idea que poden tenir els turistes que visiten la ciutat a diari. I de fet, a mesura que he viatjat i visitat altres ciutats, m'adono que tot i l'encant que cadascuna d'elles pugui posseir, Barcelona és la conjunció perfecta entre tots els elements que fan que estimis una ciutat. És per això, que tenia clar que el meu treball havia de centrar-se en ella.

Per altra banda, a través del màster he descobert la importància del patrimoni industrial al nostre país que no és més que un reflex del caràcter emprenedor que sempre hem tingut els catalans, i per tant, part de la nostra història. Penso que cal treballar per recuperar la seva rellevància després d'anys d'oblit en favor d'un llegat més lluminós que ha deixat enrere un intens passat obrer.

És per això que aquest treball uneix aquests dos factors, el patrimoni industrial a la ciutat de Barcelona. Com que aquest és molt ampli m'he centrat en les fàbriques de creació, uns espais no explotats turísticament, que mantenen l'encant del passat a les seves parets i que actualment estan plens d'art i cultura. Uns espais que encara tenen un llarg camí per recórrer.

2. INTRODUCCIÓ

En els últims anys, el turisme ha patit una sèrie de transformacions que s'han deixat sentir en els territoris més turístics i han afectat les formes de vida de les ciutats. La de Barcelona és un exemple de transformació que es va fer més intensa a partir dels anys noranta, moment en que la ciutat és exposada al món i es converteix en el que definiríem com una ciutat turística. Un fet que ha transformat els seus carrers, l'arquitectura i les formes de vida dels seus ciutadans i ha portat a les institucions a dur a terme polítiques per crear un model de ciutat més adaptat a les persones que la visiten a diari.

En sintonia amb les noves formes de turisme, que sovint es relacionen amb el turisme cultural, Barcelona s'ha convertit en una ciutat de museus, centres culturals, festivals, Modernisme, disseny, ... i en aquest sentit, entre les accions que s'han dut a terme per tal de convertir-la en una urbs cultural i del disseny, hi trobem el programa Fàbriques de Creació que va idear l'Ajuntament de Barcelona per tal d'aprofitar vells recintes fabrils i dotar de nous espais la creativitat dels artistes barcelonins. Alhora, el programa donava resposta a una reivindicació ciutadana de conservar els antics edificis de la ciutat, no només els que reflecteixen el passat esplendorós del país, sinó també els que van esdevenir espais de treball.

El programa, encara molt jove, està en fase de desenvolupament en molts casos i els espais encara estan buscant el seu encaix en els barris on es troben i en la seva relació amb els veïns.

Paral·lelament, algunes zones i nodes de Barcelona estan arribant a nivells de saturació a causa d'un model de ciutat turística basat en espais molt concrets que fan perillar el seu èxit i la relació entre turista i ciutadà. Per això, és necessari explorar nous espais on desenvolupar també nous productes turístics per tal que els beneficis i les molèsties del turisme s'ampliïn a barris més perifèrics.

El treball aquí present planteja conèixer si les Fàbriques de Creació, en concret La escocesa i la Fabra i Coats, funcionen com a revulsiu turístic, i per extensió, la

possibilitat de fer ús de les Fàbriques de Creació per aquest fi, de manera que aquestes funcionin a ple rendiment i trobin una autèntica connexió amb la ciutat, atraient un turista implicat, que ja existeix, i que busca quelcom més que l'observació passiva.

Per a fer-ho possible, però, és important conèixer d'on prové el patrimoni industrial de la ciutat i com es transforma per donar-li un nou ús; com s'ha creat allò que avui coneixem com a model Barcelona i en quins atractius es basa; com la ciutat treballa per diversificar els seus atractius, i com podem potenciar el valor turístic, en aquest cas, de les fàbriques de creació.

A través d'aquestes pàgines, doncs, intentarem fer visible el procés que ha portat la ciutat en el punt on es troba actualment i com funcionen les fàbriques de creació, i alhora donar resposta a algunes qüestions relacionades amb aquests espais.

3. HIPÒTESI I DEFINICIÓ D'OBJECTIUS

Hipòtesi: les fàbriques creatives de Barcelona no es troben a l'ideari turístic dels turistes i visitants de Barcelona i no actuen per tant, com a revulsiu turístic dels barris on es troben.

Objectius:

- Conèixer fins a quin punt les fàbriques de creació de Barcelona són un focus d'atracció turística en si mateixes, analitzant els casos concrets de la fàbrica Fabra i Coats i la fàbrica la Escocesa.
- Conèixer la importància de les fàbriques de creació en el marc del nou mapa turístic de la ciutat de Barcelona

- Valorar si aquestes tenen voluntat de ser turístiques i per tant, duen accions concretes per fer-ho.
- Conèixer l'origen de la seva creació dins un nou context de revalorització del patrimoni industrial.
- Analitzar si podrien encaixar amb el model turístic de Barcelona.
- Desplegar un catàleg de propostes per augmentar la projecció turística d'aquests espais.

4. METODOLOGIA

El treball que aquí es presenta requeria una primera base teòrica que havia de tenir diverses vessants. En una primera instància, la recerca de dades i fets històrics que atenen a la Revolució Industrial que calien per tal de situar el lector ja que aquesta fase de la història és l'origen del patrimoni industrial fabril que aquí ens ocupa. Per a fer-ho s'han utilitzat articles en paper i documents de la xarxa, així com a blogs amb materials històrics.

Posteriorment, hem revistat la bibliografia referent al patrimoni industrial, la seva conservació i protecció, així com turisme aquell relacionat amb el turisme cultural i algunes teories al respecte, i per extensió, el turisme industrial, que va estretament relacionat amb les fàbriques.

La part teòrica també s'ha ampliat a aquells temes relacionats amb els nous usos d'aquests espais, especialment en els usos turístics. En aquest sentit, hem seleccionat alguns dels casos més representatius de turisme industrial pel fet de ser pioners en la seva manera de concretar-se i pel seu impacte en el territori, així com també per ser exemples locals i que ens poden donar una idea global de les actuacions que es duen a terme sobre aquest patrimoni.

Una segona part d'aquest treball se centra en la ciutat de Barcelona, ja que és en aquesta ciutat on es troben les fàbriques de creació estudiades. Per conèixer l'impacte d'aquestes i si, efectivament, formen part de l'entramat turístic de la ciutat, calia conèixer el context turístic de Barcelona, la seva oferta i demanda, polítiques municipals que s'hi ha dut a terme i canvis que ha sofert la ciutat.

En aquest sentit, hem seguit una fase de selecció de dades, estudis i xifres oficials, així com d'articles que analitzaven diferents aspectes de la ciutat com ara el model Barcelona o les fases de canvi de la ciutat. Una tercera fase ha tingut a veure amb les Fàbriques de Creació en si mateixes. Dins d'aquesta, hem realitzat una tasca d'investigació sobre les fàbriques i obtenció de dades sobre aquestes per tal de conèixer el programa a través de les seves pàgines web, articles que en parlen i documents oficials.

Després, hem decidit centrar-nos en dues fàbriques en concret per fer una anàlisi més intensa. Per a fer-ho, hem triat dos exemples molt diferents entre ells. Una que ja es va conformar a si mateixa com a viver d'artistes abans i que fa anys que funciona de manera autònoma com és la Escocesa; i la Fabra i Coats, que forma part d'un gran recinte on conflueixen diferents usos, alguns per determinar, i que ha estat la última incorporació al programa de l'ICUB de les Fàbriques de Creació. Els espais entre sí també són molt diferents. Tot i així, les dues tenen en comú que formen part d'una zona de Barcelona poc turística i que per tant, poden ajudar a dinamitzar la zona.

A través del contacte directe amb aquestes, hem pogut obtenir informació més àmplia i de qualitat ja que les pàgines web i articles tan d'autors com de premsa, ens ofereixen informació molt limitada, en especial de la Fabra i Coats. Per una banda, hem establert contacte amb la coordinadora de la Fabra i Coats, la Maria Masoliver, i amb l'adjunta de coordinació de l'Escocesa, la Yolanda Jiménez. En aquest últim cas, se'ns ha facilitat la memòria d'activitats del 2013 que contenia dades útils per a la investigació. El cas de la Fabra i Coats ha estat més problemàtic ja que no compta amb cap document de l'estil ni tampoc xifres de visitants, pla de comunicació, etc, cosa que ha dificultat la tasca. En aquest cas, la informació disponible se m'ha facilitat a través de converses amb la coordinadora. De fet, s'han mantingut converses telefòniques amb les dues responsables tot i que no han estat

localitzables durant tot el mes d'agost, mes en que s'ha desenvolupat la part d'anàlisi i de propostes de les fàbriques i que ha limitat la investigació.

La informació obtinguda en relació a les dues fàbriques ha estat seleccionada per al treball que ens ocupa segons uns criteris dissenyats amb anterioritat i que ens interessen per respondre les preguntes d'investigació. Aquestes són:

- Introducció: història de la fàbrica.
- Funció que exerceix la fàbrica actualment
- Context geogràfic: en especial, característiques del barri on es troba.
- Model de gestió
- Oferta d'activitats
- Usuaris
- Estratègies de comunicació
- Pla turístic o activitats que hi tinguin relació

També hi ha hagut una fase d'observació a través de la visita als dos espais fabrils seleccionats ja que l'observació directa ens dóna una perspectiva real dels espais que estem estudiant i del seu potencial turístic a nivell subjectiu. Durant aquestes visites, hem pogut veure la zona on es trobaven les fàbriques, les característiques de l'edifici, les instal·lacions o l'afluència d'usuaris i així ajudar-nos a l'hora de visualitzar les propostes que s'hi podrien aplicar.

Per últim, ha tingut lloc una etapa més creativa, que és la de realitzar propostes pròpies a través de la informació obtinguda i les lectures realitzades, juntament amb les meves percepcions personals, així com les conclusions obtingudes de tota la investigació. Per a la realització de propostes, també ens hem basat en casos existents d'aprofitament del patrimoni industrial, fixant-nos especialment en el cas

d'Alemanya, amb àmplies zones industrials reconvertides així com altres casos recollits a Barcelona, Nova Zelanda o els Estats Units. Algunes propostes es poden adequar a les dues fàbriques i d'altres, només a una d'elles, segons les seves característiques i el potencial turístic que hi veiem.

5. ESTAT DE L'ART

Les fàbriques de Creació de Barcelona són un fenomen recent i per això, encara no existeixen gaires treballs acadèmics centrats en aquest tema concret. Tot i així, és cert que l'assumpte escollit es pot associar a altres sectors com ara el patrimoni industrial, el desenvolupament turístic de Barcelona o l'aprofitament turístic dels antics espais fabrils; així com la transformació de diversos barris obrers de la ciutat com ara Sant Andreu i el Poble Nou, on es troba la base de la nostra investigació.

En aquest sentit volíem destacar la tesi doctoral d'Isaac Marrero, “La fábrica del conflicto. Tercialización, lucha social y patrimonio en Can Ricart, Barcelona” (2008), que descriu el procés de lluita veïnal per salvar l'espai fabril conegut com a Can Ricart, a través d'un minuciós treball d'investigació sobre tots els fets que s'hi van desenvolupar per a salvar-lo. Si ens fixem en el desenvolupament del model turístic de Barcelona, també trobarem diversos treballs que aprofundeixen en aquest tema. Per una banda, la tesi doctoral de Saida Palou, “Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat” (2011), que analitza la construcció del model turístic de Barcelona des d'una perspectiva històrica i antropològica; o el treball de final del grau de Publicitat i Relacions Públiques de Jordi Serra Simón, “L'impuls de la marca-ciutat Barcelona com a mecanisme de reactivació econòmica” (2013), que ens apropa al tema des d'un punt de vista més mercantil.

Els nous usos del patrimoni industrial al nostre país i les seves formes de musealització han estat estudiats per Marta Terés López en el treball “El patrimoni industrial: conservació i musealització. El cas català” (2008), com a treball d'investigació per al màster de Gestió del Patrimoni Cultural de la UB. Així mateix,

Les Fàbriques de Creació han estat estudiades des d'un punt de vista arquitectònic i d'urbanització de la ciutat en l'estudi "Producció cultural como motor de desarrollo urbano. El caso del programa Fábricas de creación de Barcelona" (2011) que María G. Aparicio Puentes va realitzar pel Màster Oficial en Disseny Urbà: Art, Ciutat, Societat, de la Universitat de Barcelona.

A l'Estat, podem destacar la tesi doctoral "Metodología para la recuperación y puesta en valor del patrimonio industrial arquitectónico. Antiguas fábricas del Grao de Valencia" (2012) que Diana Sánchez Mustieles va realitzar per la Universitat Politècnica de València i on es proposa una metodologia per determinar si és necessari conservar i recuperar exemples de patrimoni industrial valencià. A nivell europeu, Noemí Fernández Sánchez va dedicar la seva tesi doctoral a "La recuperación de baldíos minero-industriales en el Valle del Ruhr" (2007) de la Universitat d'Oviedo, que analitza la recuperació del sòl industrial de la Vall del Ruhr per a nous usos.

Tot i així, fins al moment, no hem trobat indicis que les fàbriques de creació hagin estat estudiades com a possibles espais d'atracció turística fins al moment en que ens trobem.

6. PATRIMONI INDUSTRIAL

6.1. ANTECEDENTS

El segle XIX va ser una etapa de canvis profunds en molts països europeus a causa del pas de societats agràries a societats industrials que va comportar una sèrie de transformacions a nivell social, econòmic i cultural, i que van deixar enrere les estructures feudals de l'Edat Mitjana i van donar lloc a una nova organització social (Moreno Cullell, n.d.).

A Catalunya i al País Basc, el procés d'industrialització que sofria Europa, iniciat a la Gran Bretanya, va arribar al segle XVIII (Checa Artasu, 2007), situant els dos territoris al capdavant del procés industrialitzador a l'estat.

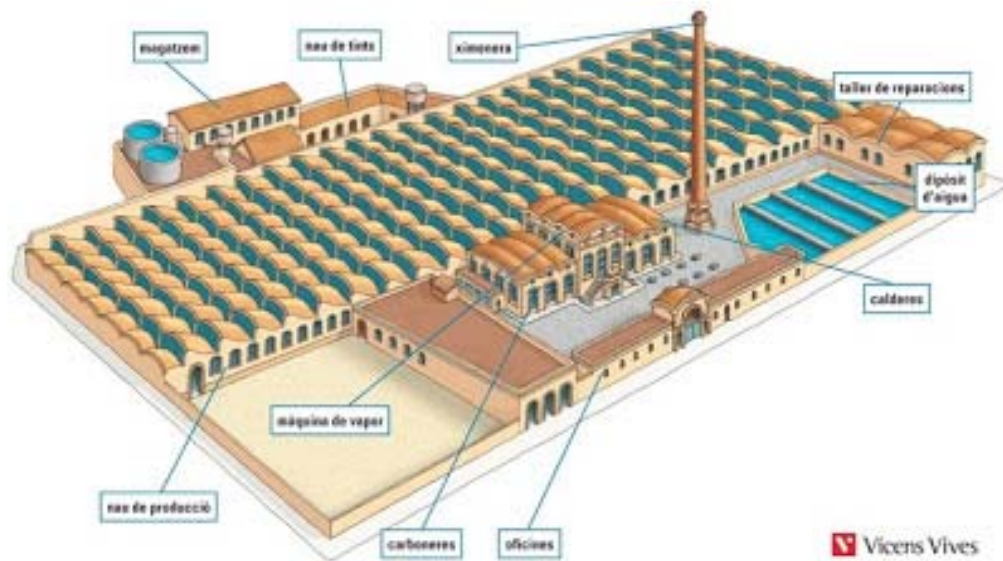
Si al País Basc la industrialització va anar lligada a la siderúrgia, a Catalunya ho va fer al sector tèxtil, especialment el cotó. A mitjans del segle XVIII de fet, a Catalunya ja existia una important producció manufacturera d'indianes. La prohibició, l'any 1802, d'importar cotó filat va estimular la proliferació de filatures i el naixement de la indústria tèxtil moderna. Va ser cap a la dècada de 1830 que aquesta indústria va iniciar un procés de mecanització (Pitarch, 2010). L'energia hidràulica va ser una de les grans responsables de l'inici d'aquest procés d'industrialització i es va convertir en l'energia predominant fins que la màquina de vapor es va imposar (Pitarch, 2010).

De fet, el símbol de l'inici de la industrialització és la inauguració de la fàbrica Bonaplata de Barcelona, la primera en utilitzar la màquina de vapor (Moreno Cullerell, n.d.). Les noves indústries utilitzaven energia externa, mecanitzaven les diferents tasques per reduir el treball manual, concentraven els obrers a l'edifici fabril on hi havia una divisió de la feina i produïen per proveir uns mercats més amplis que els locals. Així, es van construir fàbriques a diversos punts del país; les unes anaven a vapor i les altres, amb l'energia de l'aigua (Generalitat de Catalunya, n.d.).

Així és com es desenvolupen els conjunts fabrils que es concentren al voltant d'aquestes màquines i que es coneixeran com a "vapors industrials".

“La màquina de vapor, amb la seva energia difícilment transmissible a distància i la seva major productivitat a gran escala, va determinar, com és sabut, el naixement de la fàbrica. Les exigències d'aquest instrument energètic van imposar, per minimitzar els problemes de transmissió, al construcció d'edificis compactes, de varis pisos, amb façanes simples, que seguien en allò essencial les pautes aplicades en els edificis de vivendes ... “ (Capel, 1996: 22).

Les fàbriques de creació com a revulsiu turístic



Imatge 1: exemple d'un conjunt fabril.¹

Per altra banda, l'opció d'aprofitar els cabals dels rius van afavorir l'aparició de nous nuclis de treball a prop de les fonts d'energia. A Catalunya aquest fenomen va tenir lloc especialment al costat dels rius Ter i Llobregat on trobem la major part de colònies de l'època. De fet, les colònies van anar proliferant fins al punt que a finals del segle XIX ja hi havia a la vora dels rius Ter i Llobregat unes 74 colònies (Fraguell Sansbelló, Llussa Torra, & Ribas Palom, 2003), de manera que aquesta es va convertir en una de les zones més explotades enèrgicament d'Europa.

Al segle XX, es va iniciar una segona etapa d'industrialització que va tenir com a símbol l'ús de l'electricitat (Moreno Cullell, n.d.). El gran avantatge d'aquesta nova energia era que es podia transportar i, per tant, les fàbriques es podien localitzar a qualsevol lloc del país. Gràcies a l'electricitat produïda amb l'aigua dels llacs dels Pirineus, o bé per la dels nous embassaments, es va obtenir una nova energia barata que va facilitar la creació d'una indústria pesant com la del ciment, la producció

¹ La imatge procedeix del blog dedicat a materials de Ciències Socials de Toni Pitarch. Es pot trobar a <http://ccsocials.blogspot.com.es/2010/12/tema-5-industrialitzacio-i-societat-en.html>

d'acers, les construccions metàl·liques i l'explotació minera (Generalitat de Catalunya, n.d.). Però com és evident, l'etapa de la industrialització va acabar especialment amb l'arribada de les noves tecnologies i els canvis econòmics que van fer que les fàbriques perdessin la seva raó de ser. Són diversos els autors que apunten els motius que van portar a l'abandonament de les fàbriques.

“L'impacte de la crisi industrial, de caràcter estructural i vinculada a la irrupció de les anomenades noves tecnologies es va deixar sentir amb força a les regions de l'antiga industrialització, on la ciutat-fàbrica o regió-empresa havia determinat l'evolució econòmica i social d'extensos territoris. En totes elles es va desencadenar un procés de declivi dominat per la desindustrialització i acompanyat, en el millor dels casos, per un procés de periferització de la indústria que combinats van tenir un efecte de buidar d'indústries la ciutat” (Benito del Pozo, 2002: 215).

Totes aquestes raons estan relacionades amb la irrupció de les noves tecnologies i els sistemes de producció. Amb el final de l'etapa de la industrialització, va venir la de l'abandonament i destrucció de les fàbriques i les colònies.

“Les raons de la pèrdua de la primitiva funció de les instal·lacions industrials poden ser moltes. De forma especial, els canvis en els sistemes de producció i emmagatzematge han donat lloc a l'enderrocament de velles fàbriques no adaptades a les noves exigències. El que també ha pogut afavorir per raons d'imatge és el desig de les empreses de donar una imatge moderna, dinàmica i de renovació tecnològica, construint nous edificis fabrils i destruint els vells” (Capel, 1996: 26)

A més, l'autor també al·ludeix a la responsabilitat de les institucions públiques a l'hora de mesurar l'impacte d'aplicar les ordenances municipals o normes legals sobre la perillositat de les instal·lacions, així com la política pública de vivenda que condueix a reestructurar els barris morfològicament degradats i en relació amb aquest fet, al tancament de velles fàbriques.

És cert doncs, que les institucions es mostren més preocupades en aprofitar els espais per al boom immobiliari que per mantenir i recuperar els espais industrials.

Un fet que dona lloc a la desaparició de nombroses fàbriques a tot Catalunya però molt especialment a Barcelona, que des del segle XVIII (Checa Artasu, 2003) havia estat, una ciutat fonamentalment industrial. I és que de fet, tal com veiem, la destrucció d'indústries es va allargar en el temps fins gairebé els nostres dies a causa de la falta de conscienciació en la valoració d'aquests espais i el seu valor històric i cultural per part, en massa casos, de les institucions.

“Pels governs locals i regionals, el tractament de les ruïnes industrials no es plantejava com un fi en si mateix, és a dir no es pensava en ella com patrimoni a conservar per ser tributàries de valors intrínsecs (històric, estètic, cultural) sinó més bé com a recurs- sòl, fonamentalment- al servei de la política de reconversió industrial” (Benito del Pozo, 2002: 216).

Una de les últimes actuacions en aquest sentit és la de la construcció de la Vila Olímpica de Barcelona. Una zona que a finals dels anys vuitanta va patir la major destrucció de patrimoni industrial de l'època contemporània als terrenys de l'antic barri industrial Icària (Checa Artasu, 2007).

L'abandonament de les velles fàbriques, doncs, dóna lloc a una sèrie d'edificis abandonats als quals cal donar resposta i obre nous interrogants en l'ús dels espais. I és que, tal com explica Pardo Abad (2004), les pèrdues han estat nombroses a causa de la incomprensió cap a aquest patrimoni i l'especulació exercida en l'àmbit urbà.

6.2 VALORACIÓ DEL PATRIMONI INDUSTRIAL

La recuperació del patrimoni industrial va començar a finals de la dècada del 1950 i principis del 1960 a Gran Bretanya però en la major part dels països es va retardar fins als 1970, entre ells a Espanya (Checa Artasu, 2007; Abad, 2004; Gallego Valiña, 2011) coincidint amb la reestructuració industrial motivada per la crisi econòmica. Va

ser llavors quan es va generalitzar l'interés pels edificis en desús i les àrees de la vella industrialització (Abad, 2004).

Les primeres manifestacions en defensa de la conservació d'aquest patrimoni a la Gran Bretanya es remunten als anys seixanta juntament amb una sèrie d'investigacions i estudis en varies universitats del país que serveixen per crear una nova disciplina que es va denominar Arqueologia Industrial (Pardo Abad, 2002). De fet, és a Ironbridge, a la Gran Bretanya, on va tenir lloc la primera conferència internacional sobre patrimoni industrial el 1973, d'on va sorgir la creació del *The International Comitee forthe Conservation of the Industrial Heritage* (Abad, 2004). Aquest esdeveniment dóna embranzida al procés, de manera que el 1975 va tenir lloc una altra conferència entorn a aquest tema a Bochum, Alemanya, i el 1978 a Suècia, a partir de la qual la TICCIH es va convertir en una associació permanent (Abad, 2004). A l'estat espanyol aquest moviment acadèmic es va retardar una mica més però també va arribar, tal com ho mostra la celebració de les *las Jornadas sobre la Protección y Revalorización del Patrimonio Industrial* celebrades a Bilbao el 1982, *las Jornadas Ibéricas del Patrimonio Industrial y la Obra Pública* celebrades a Sevilla el 1990, o *las Jornades d'Arqueologia Industrial de Catalunya* organitzades a L'Hospitalet de Llobregat el 1991 (Benito del Pozo, 2002). També es va celebrar el *VII Congreso Internacional para la Conservación del Patrimonio Industrial*, que va tenir lloc a Madrid el 1992 a instàncies del *Comité Internacional para la Conservación del Patrimonio Industrial* (Abad, 2004).

Gràcies a aquestes iniciatives es comença a donar valor acadèmic i patrimonial al llegat fabril i per això, encara conservem alguns equipaments i complexos fabrils que potser haurien desaparegut. A Barcelona però, la salvaguarda d'aquest patrimoni va molt lligat als moviments ciutadans i és gràcies a ells que gran part de les antigues fàbriques s'han salvat.

Sense anar més lluny, Checa Artasu (2007) recorda com el procés de salvaguarda del patrimoni industrial a Barcelona va començar amb les reclamacions veïnals. Concretament, destaca la defensa d'alguns símbols de la ciutat com El Vapor Vell de Sants o la fàbrica de la Sedeta entre els anys setanta i vuitanta. En el primer cas, a través de la campanya "Recuperem el Vapor Vell: cap a un barri millor" que va acabar amb la construcció d'una biblioteca i un centre escolar gairebé 25 anys

després; i en el segon cas, entre els anys 1975 i 1985, el veïnat va reivindicar la conversió de la fàbrica tèxtil en centre cívic i institut, que s'acabaria concretant l'any 2000. També va ser un moviment veïnal el que va salvar el recinte fabril de la Fabra i Coats, on avui hi ha ubicada una fàbrica de creació, tal com veurem més endavant.

És davant aquestes reivindicacions que les classes dirigents i els experts es veuen obligats a plantejar-se la conservació d'aquests espais així com la seva protecció i més, endavant, endeguen un procés de transformació per donar-los nous usos.

6.3 CONCEPTE I PROTECCIÓ

Les primeres definicions del patrimoni industrial com a tal les trobem als anys 2000 aproximadament, quan comencem a trobar literatura on es dóna nom a tot allò (edificis, eines, espais, xemeneies), que ha format part de la cultura del treball.

Una de les definicions més representatives sobre Patrimoni Industrial la trobem a la **Carta Nizhny Tagil sobre Patrimoni Industrial** que es va aprovar pels membres del TICCIH (*The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*) el 17 de juliol del 2003 a Moscou i que suposa un dels documents més clars i específics al respecte.

“El patrimoni industrial es compon de les restes de la cultura industrial que posseeixen un valor històric, tecnològic, social, arquitectònic o científic. Aquestes restes consisteixen en edificis i maquinària, tallers, molins i fàbriques, mines i llocs per processar i refinar, magatzems i dipòsits, llocs on es genera, es transmet i s'usa energia, mitjans de transport i tota la seva infraestructura, així com llocs on es desenvolupen les activitats socials relacionades amb la indústria tals com l'habitatge, el culte religiós o l'educació” (TICCHI, 2003).

A més, la carta també destaca que el període històric de principal d'aquest tipus de patrimoni s'estén des de principis de la Revolució Industrial, la segona meitat del segle XVIII fins a l'actualitat, aquesta inclosa. Per tant, el patrimoni industrial no és propi d'una època concreta, formant un precedent que ens avisa que cal conservar allò que avui no té cap valor aparent però que pot interessar a les generacions futures.

Una altra de les definicions més destacades sobre Patrimoni Industrial és la que forma part del **Plan Nacional del Patrimonio Industrial**, posat en marxa pel Ministeri de Cultura del Govern espanyol l'any 2000. Segons aquest text, s'entén per patrimoni industrial “el conjunt d'elements d'explotació industrial, generat per activitats econòmiques de cada societat. Aquest patrimoni respon a un determinat procés de producció, a un concret sistema tecnològic, caracteritzat per la mecanització, dins d'una manifestació de relació social capitalista” (Govern d'Espanya, 2011). Aquest Plan Nacional és revistat i re elaborat el 2011 on s'inclouen categories per al patrimoni industrial que es divideix segons el tipus de bé industrial definit com cadascun dels elements o conjunts que componen el Patrimoni Industrial, distingint-se entre béns immobles, mobles i immaterials.

Els béns immobles, dividits en quatre tipus:

- **Elements industrials:** per la seva naturalesa o per la desaparició de la resta dels seus components, però que pel seu valor històric, arquitectònic, tecnològic, etc, siguin testimoni suficient d'una activitat industrial a la que exemplifiquen.
- **Conjunts industrials** en els que es conserven els components materials i funcionals, així com la seva articulació; és a dir, constitueixen una mostra coherent i representativa d'una determinada activitat industrial, com és, per exemple, una factoria.
- **Paisatges industrials,** són de caràcter evolutiu i en ells es conserven al territori els components essencials dels processos de producció d'una o varies activitats industrials, constituint un escenari privilegiat per

l'observació de les transformacions i els usos que les societats han fet dels seus recursos.

- **Sistemes i xarxes industrials** per al transport d'aigua, energia, mercaderies viatgers, comunicacions, etc, que constitueixin per la seva articulació complexa i els seus valors patrimonials un testimoni material de l'ordenació territorial, de la mobilitat de persones, idees o mercaderies o de l'art de construir l'obra pública del període contemporani.

Entre els béns immobles es poden distingir:

- **Artefactes**, compostos per mecanismes destinats a l'obtenció, transformació i conducció de substàncies, a la producció d'energia o al transport i la comunicació.
- **Utillatges**, eines necessàries per dur a terme els procediments tècnics associats a les activitats econòmiques.
- **Mobiliari i accessoris** de l'entorn social del treball. S'inclouen també els béns d'equipaments moble dels espais de residència, gestió, assistencial o d'oci relacionats amb els establiments industrials, vestimentes...
- **Arxius**, compostats pels documents escrits o iconogràfics generats per les activitats econòmiques i les relacions industrials. S'inclouen en aquest apartat els fons bibliogràfics relacionats amb la cultura del treball. El registre de les fonts orals i visuals es considera prioritari degut a la seva fragilitat i perill de desaparició.

I per últim els béns immaterials, entre els quals es troben

- **Entitats de memòria d'indústria**, aquells testimonis, institucions o col·leccions unitàries que per la seva rellevància suposen part integral de la memòria històrica associada a un sistema de treball, disciplina científica o activitat investigadora relacionada amb la Cultura del Treball.

Una de les institucions pioneres en el reconeixement del patrimoni industrial a nivell mundial és la UNESCO, que el 1978 (UNESCO, 1978) declara patrimoni de la humanitat les Mines de Sal de Wieliczka i Bochnia, a Polònia. Es tracta del primer cas de patrimoni industrial reconegut a la llista i que marca un precedent a tot el món (Casanellas, 2007). Tot i així, no és fins al 1992 en que el Comitè de Patrimoni estableix una verdadera política de reconeixement dels llocs industrials com a llocs de reconegut valor patrimonial industrial (Benito del Pozo, 2002).

La UNESCO distingeix quatre tipus de llocs dins el patrimoni industrial: els llocs de protecció, les mines, els mitjans de comunicació i els llocs d'enginyeria arqueològica (Benito del Pozo, 2002). Aquesta definició però, deixa fora del concepte de patrimoni material bàsic com ara les eines emprades o patrimoni immaterial com ara les formes de treball i producció, que creiem, tenen tant valor com els béns materials.

A diferència de la UNESCO, el *Plan Nacional del Patrimonio Industrial*, com podem veure, inclou sistemes i xarxes, documents i béns immaterials, dotant el patrimoni industrial d'una definició més àmplia, i que l'aproxima al patrimoni cultural en general, que també inclou béns immaterials. Per altra banda, el Pla considera que cal elaborar un catàleg amb els béns susceptibles de ser intervinguts. A partir d'aquest inventari, es pot determinar quins elements mereixen la declaració de **Bé d'Interès Cultural (BIC)** com a mesura immediata de protecció (Abad, 2004). Aquest està protegit mitjançant la **Llei 16/1985 del 25 de juny, del Patrimoni Històric Espanyol dins del Patrimoni Cultural**, on el Patrimoni Industrial rep el mateix tractament que el patrimoni cultural amb la redacció i concretament en els articles següents:

Artículo 1.2. “Integran el Patrimonio Histórico Español los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico. También forman parte del mismo el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques que tengan valor artístico, histórico o antropológico”.

Artículo 40.1. “Conforme a lo dispuesto en el artículo 1.º de esta Ley, forman parte del Patrimonio Histórico Español los bienes muebles o inmuebles de carácter histórico susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, hayan sido o no extraídos y tanto si se encuentran en la superficie o en el subsuelo, en el mar territorial o en la plataforma continental...”
(Govern d’Espanya, 2012)

La Generalitat de Catalunya, d’acord amb el seu Estatut i sense afectar les competències que la Constitució assigna a l’Estat, té competència exclusiva en matèria de patrimoni cultural i regula la seva protecció i gestió mitjançant una legislació pròpia². La legislació vigent avui dia és la llei de 9/1993 del 30 de Setembre. En concret, l’Article 1 concreta la definició de patrimoni cultural on podem veure la integració dels elements tècnics:

“El patrimoni cultural català és integrat per tots els béns mobles o immobles relacionats amb la història i la cultura de Catalunya que per llur valor històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic, etnològic, documental, bibliogràfic, **científic o tècnic** mereixen una protecció i una defensa especials, de manera que puguin ésser gaudits pels ciutadans i puguin ésser transmesos en les millors condicions a les generacions futures”.

La llei catalana, alhora, té la seva inspiració en la definició proposada per la UNESCO des de 1982, segons Terés López (2008). De fet, segons la UNESCO, en un principi van ser considerats patrimoni cultural els monuments, conjunts de construccions i llocs amb valor històric, estètic, arqueològic, científic, etnològic i antropològic.³

² LLEI 9/1993, de 30 de setembre, del patrimoni cultural català (DOGC núm. 1807, d’11.10.1993) que es pot trobar a l’enllaç:

http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SID/Documents/Arxiu/LLEI%209_1993,%20de%2030%20de%20setembre,%20del%20patrimoni%20cultural%20catal%C3%A0.pdf

³ Definició aportada per la UNESCO, que es pot trobar a:
<http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm>

A nivell europeu, una de les primeres accions proteccionistes va ser el **Polo Europeo de Desarrollo (PED)**, que va néixer el 19 de juliol del 1985 amb motiu de la firma de la Declaració Comú a Luxemburg (Benito del Pozo, 2002). Es tracta d'un projecte pilot de cooperació internacional que pretenia resoldre els problemes creats per la reconversió industrial a les zones mineres, siderúrgiques i tèxtils més afectades de França, Luxemburg i Bèlgica a través de la promoció d'un Parc Internacional d'Activitats.

A Catalunya, la preservació, defensa, documentació i difusió del patrimoni cultural és competència de la **Direcció General del Patrimoni Cultural**, que actualment depèn del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. En aquest sentit, sota el Govern Tripartit, el juliol del 2009 es va presentar el **Pla Integral per a l'Arqueologia a Catalunya (PIACAT)** per tal d'aplicar un nou model de gestió del patrimoni arqueològic català, en el qual s'inclou l'industrial. Aquest, entre d'altres, havia de servir per establir un codi deontològic, un registre d'empreses d'arqueologia i paleontologia i d'un col·legi professional d'arqueòlegs de Catalunya.

Adonem-nos doncs, que el fet de posar nom al patrimoni industrial ha facilitat una normativa al respecte, que assenta les bases per a la conservació del llegat del passat i planteja la conservació d'allò que avui, per ser fruit del dia a dia, no té valor, però que algun dia conformarà el passat de les futures generacions.

Capel (1996) creu que és necessari establir els criteris de conservació i que per això no es pot tenir només en comte els edificis amb clars valors arquitectònics, sinó que també cal tenir en compte les raons històriques, culturals i educatives i per tant, cal conservar les construccions que mostrin processos productius obsolets i que poden haver desaparegut.

La valoració i la necessitat de conservació dels espais, però, obren nous interrogants com ara com reutilitzar aquests espais arquitectònics quan han perdut la seva raó de ser com és el cas de les velles fàbriques de la ciutat de Barcelona.

6.4 NOUS USOS

Davant les possibilitats d'aprofitament dels vells espais fabrils, és necessari que aquesta transformació es faci de manera que conservin la memòria del seu passat i siguin, novament, útils. En aquest sentit, diversos autors es plantegen com donar una segona vida a aquests espais de manera, sovint, turística.

Capel (1996), per exemple, explica com, davant el creixent abandonament dels espais fabrils, es presenten diverses opcions en relació al patrimoni que ens lleguen. Una d'elles és la destrucció; l'altra, la conservació parcial que tindria per cas les xemeneies que s'han conservat a Barcelona i per últim la conservació. Així, Pardo Abad (2004) destaca que a banda de la reutilització dels espais, cal que aquests reinterpretin el passat tècnic, econòmic i social de l'espai. Cal trobar doncs, un punt intermedi de manera que els aquests espais no perdin la seva essència i conservin la memòria del passat. Per la seva banda, Hernández Martínez parla d'un repte de difícil solució: "el de compatibilitzar els usos entre l'edifici històric i la nova utilitat ja que en nombrosos casos, la rehabilitació d'arquitectura industrial s'assumeix reduint aquesta arquitectura en un mer contenidor en el que paradoxalment, s'elimina allò més característic, la maquinària" (Hernandez Martínez, 2007: 30).

De fet, la pràctica de la conservació cobra importància als anys noranta, quan apareixen diferents propostes basades en la idea de conservar aquests espais pel seu valor testimonial, a banda del valor patrimonial, tal com recorda Benito del Pozo (2002). Dins les opcions de conservació i aprofitament de l'espai, la majoria d'antigues fàbriques i reductes industrials han apostat per les següents opcions, totes elles relacionades amb el camp de la cultura i que han col·laborat a desenvolupar el turisme a les zones on s'han ubicat.

- Espais musealitzats
- Ecomuseus
- Instal·lacions de caràcter cultural

La musealització dels espais representa l'opció més comú, convertint-se en la manera més estesa de conservar i utilitzar el patrimoni de manera important però sense el caràcter de peça única i excepcional que tenen les “obres d'art” (Abad, 2004:15).

Pardo Abad (2004: 26) creu que “els museus industrials són una de les innovacions museístiques més importants dels últims anys i que s'han convertit en centres de revitalització cultural i econòmica per molts llocs concrets i de forma activa i oberta en els motors d'una creixent atracció turística de tipus cultural”. Tot i així, la dificultat rau en la dificultat de mostrar peces, a vegades de grans dimensions que havien format part de velles indústries.

Per altra banda, una altra de les alternatives és l'opció dels ecomuseus, que pretenen convertir un determinat paisatge, conformat per diferents indústries i el seu entorn, en museu. Els ecomuseus tenen en el territori i els seus elements patrimonials els principals suports, ja que aquest projectes recreen activitats passades, rescaten la memòria social i productiva local i generen nous elements de valor per dinamitzar zones deprimides” (Benito del Pozo, 2002: 224). A més, a diferència dels museus, no tenen grans col·leccions d'obres com els museus i cal desplaçar-se sobre el terreny per descobrir els vestigis del passat, com ara mines, forns, cases d'obres o ferrocarrils, tal com apunta Pardo Abad (2004).

“El concepte d'ecomuseu va néixer en un congrés celebrat a França el 1971 sobre patrimoni industrial i estableix que l'objectiu principal d'un ecomuseu és mantenir al visitant en contacte amb la informació i oferir-li pautes d'interpretació que li permetin interactuar amb el medi extern, es a dir, transcendeix l'àmbit de l'edificació on es desenvolupa. A més, els museus són instruments molt vàlids de desenvolupament regional ja que, en general, el treball és exercit en col·laboració amb la població local i les institucions públiques” (Pardo Abad, 2002: 79).

De fet, també és Pardo Abad (2002) qui explica com a les ciutats franceses de Le Creusot i Montceau-les Mines es va pensar en recuperar els espais industrials abandonats (*friches industrielles*) després que l'activitat industrial disminuís i les xifres d'atur augmentessin a causa del tancament de les mines de carbó i les plantes

siderúrgiques. El nou projecte havia de preservar la memòria productiva de la regió i involucrar els habitants davant una massiva migració.

Part del patrimoni industrial també s'ha utilitzat per a fer-hi instal·lacions de caràcter cultural. Aquests inclouen espais culturals com ara centres cívics, teatres, biblioteques, escoles o fàbriques de creació. A Barcelona en tenim alguns exemples com ara la fàbrica tèxtil Batlló, reconvertida en Universitat Industrial, l'antiga impremta Thomás convertida en centre de disseny o la impremta Montaner i Simón, que ara acull la Fundació Tàpies, tal com apunta Capel (1996). En aquest sentit, després dels Jocs Olímpics, l'Ajuntament de Barcelona redacta el Pla estratègic del sector cultural el 1999 que ha de marcar les línies estratègiques de la política cultural de la ciutat (Checa Artasu, 2007) i que ja té en compte el patrimoni industrial. Més endavant, en la seva revisió el 2006 sota el nom *Nous Accents*, inclou totes les activitats econòmiques que es basen en la generació o distribució de coneixement i també en els processos de creativitat i innovació com a processos fonamentals en la seva activitat.

A banda de la reconversió en aquestes tres tipus d'espais culturals, els espais industrials també han estat utilitzats per altres usos. En alguns llocs s'han transformat en vivendes o hotels o com a seus d'empreses o edificis públics com el cas del Parlament alemany a Bonn (Capel, 1996). A Barcelona, tenim exemples com l'antic vapor Lull, convertit en *lofts* a Sant Martí, que va guanyar el Premi Ciutat de Barcelona d'arquitectura el 1998; o els magatzems de la Seat a Plaça Cerdà, convertits en vivendes (Checa Artasu, 2007).

7. EL TURISME CULTURAL I INDUSTRIAL

Diversos autors apunten canvis de mentalitat del consum que han portat a una nova forma de fer turisme que ja no és limitada als béns materials, sinó que també inclou els serveis, la cultura, l'espai i la història.

Durant el segle XVIII el turista viatjava principalment per motius culturals o educatius en el que s'anomenava el Grand Tour, en el qual els nobles es dedicaven a recórrer les ciutats europees (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013). Després de la segona Guerra Mundial, el turisme es massifica i canvia la perspectiva convertint-lo en una forma de descans i relació social de manera que el turisme de sol i platja passa a ser el més comú (Capel, 1996), liquidant del tot l'interès per les indústries (Abad, 2004). Aquest model de sol i platja es va desenvolupar a Espanya durant la dictadura franquista, que va explotar aquest model mitjançant la declaració de Zones d'Interès Turístic Nacional per atraure els turistes estrangers i permeten la construcció de zones residencials de vacances (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013). Tot i així, quan aquest tipus de turisme comença a mostrar signes d'esgotament es produeixen diversos processos que donen lloc a una nova manera de "fer turisme".

Per la banda de l'oferta, els destins receptors senten la necessitat de redescobrir i enfortir la identitat cultural i ressignificar el patrimoni com factor d'unitat. Per la part dels visitants, s'evidencia la sensibilitat pel respecte del medi ambient i l'interès per la diversitat cultural (Toselli, 2006:176). A més, el nivell de renda de les famílies i la popularització de les vacances, així com l'augment del nivell d'estudis que estimula les ganes de conèixer noves cultures, són factors que contribueixen a aquest canvi (Bonet, 2003).

Aquest nou turisme que complementa el ja existent, ja que el model sol i platja continua vigent avui en dia de manera que una mateixa persona pot ser consumidora dels dos tipus de turisme, es basa, segons Forga i Canovez-Valiente, "en realitzar visites a museus, monuments i centres històrics (turisme patrimonial), també altres manifestacions de la cultura tradicional (jornades, fires i festes, festivals de cine, teatre, dansa i música), així com una extensa programació d'exposicions i representacions escèniques" (Prat Forga & Canovez-Valiente, n.d.: 131).

És cert que hi ha autors que defensen que el turisme cultural ja existia, referint-se al Grand Tour, tal com hem comentat, però el turisme cultural tal com el coneixem ara és un procés impulsat també per la pròpia indústria, que davant l'estancament del model sol i platja i el sorgiment d'altres destins més competitius han de buscar

noves alternatives per oferir als seus clients. En aquest sentit, Bonet assegura que el model basat en l'explotació massiva d'uns centres d'atracció turística limitats no permeten continuar amb els mateixos ritmes de creixement i competitivitat i és per això que l'oferta cultural es converteix en una bona opció per donar resposta a aquestes necessitats alternatives (Bonet, 2003). Tot i així, el turisme cultural es troba amb la dificultat de limitar el seu propi camp d'acció. Això es deu, creiem, a la dificultat de definir el perfil del turista cultural. Com valorar qui és un turista cultural? Hem de tenir només en compte xifres numèriques o la motivació que el porta a visitar un museu, un edifici de valor arquitectònic, etc?

Font Sentias (2003), per exemple, considera els turistes culturals aquells que realitzen visites culturals, bastant-se doncs en accions i no en motivacions. Tot i així, pensem que així es deixa de considerar que hi ha molts visitants de llocs "culturals" que no tenen interès per fer-ho, i hi van per diferents raons: perquè el "tour" contractat hi passa, per acompanyar algú, o perquè alguns d'aquests espais s'han convertit en visites obligades gràcies als mecanismes de màrqueting de les ciutats i les agències turístiques.

Respecte al perfil del turista cultural, Richards explica com l'estil "postmodern" de consumir oci és cada cop més important pel turisme cultural, ja que un estudi elaborat per *The Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS), indicava que el 64% dels enquestats van assegurar que un dels motius principals per visitar un lloc era l'ambient. Per tant, el turisme cultural s'està convertint en un producte per experimentar" (Richards, 2001: 6). Aquesta nova tipologia turística mostra un creixent interès social per conèixer el passat i present de les diferents civilitzacions, la cerca d'una major implicació amb el destí, la realització d'activitats durant el viatge i el gust per la preservació de les cultures i l'entorn (Castro León, 2003:3). L'autor destaca com el nivell de vida i d'educació de les persones ha canviat, alternant a la vegada el comportament dels turistes a viatjar. Els turistes tenen un nivell educatiu més alt i per això les referències històriques, culturals i de paisatge s'han transformat, afegint elements que fins llavors passaven desapercebuts.

És un turista doncs, que no es limita a mirar, sinó que vol conèixer, saber, interaccionar i experimentar.

Així, si el turisme cultural sembla una alternativa “més culta” al turisme de masses que es va desenvolupar als anys setanta, també hi ha autors crítics que veuen els impactes negatius d'aquesta nova activitat. Un d'ells és Capel, que assegura que el “patrimoni històric i monumental es converteix en pura mercaderia per ser consumida massivament i la gestió d'aquest consum la realitzen les agències turístiques”. En aquest sentit, l'autor creu que “les rutes se seleccionen i no sempre per criteris artístics, la publicitat actua per destacar certs monuments i itineraris i no altres” (Capel, 1996: 46). Aquesta teoria ens portaria a pensar que el turisme cultural no s'allunya tant d'altres tipus de turisme de masses. Aquest també provoca una lluita entre destinacions turístiques per obtenir el major nombre de turistes, que es quantifiquen quantitativament; i tindria efectes devastadors en l'entorn que s'acabaria amollant a les demandes del mercat. De fet, Bonet (2003) assegura que el turisme cultural es una estratègia d'especialització adequada que respon a les tendències actuals de la demanda.

Una altra visió també crítica, especialment amb les xifres que es donen relacionades amb els turistes culturals és la de Richards (2001) quan explica que el fet que hi hagi cada cop més gent que viatja durant les vacances fa inevitablement que hi hagi més visitants als centres culturals. Aquestes dades provinents d'un estudi d'ATLAS, també indiquen que la demanda s'està concentrant cada cop més en termes espacials i temporals, cosa que produeix la il·lusió de creixement. És a dir, que aquest creixement s'ha produït només en llocs i moments concrets. En aquest cas podríem referir-nos als “llocs que s'han de veure”, com el museu del Louvre o el Guggenheim, que augmenten les seves xifres de visites cada any, mentre que altres espais culturals, com els petits museus, no ho fan.

A banda d'aquesta il·lusió de xifres, hi ha altres autors que destaquen altres efectes que el turisme cultural pot tenir per la població receptora. Toselli (2006), per exemple, indica que el turisme cultural pot provocar un procés de desculturalització del destí, la mercantilització extrema de les tradicions locals o fins i tot pot generar un sentiment de rebuig per part de les comunitats visitades quan no es respectes els llocs o costums de cada lloc.

Avui en dia, el **turisme industrial** forma part d'aquest sector que anomenem turisme cultural. A partir del moment en que es comença a valorar el patrimoni industrial,

sorgeix per part de molts investigadors la idea d'utilitzar aquest llegat com a reclam cultural i per tant, per a fins turístics. Aquest plantejament dóna lloc a una sèrie de situacions noves, com ara la que afecta la percepció d'aquests vells espais industrials, tal com asseguren Fraguell, Llussà i Ribas (2003:5): “allò que abans era considerat lleig, imperfecte, degradant i deforme ara és vist com a singular i diferent. Les noves demandes reivindiquen conèixer la història i la identitat locals”. Aquest canvi de mentalitat dóna pas al turisme industrial:

“Els vells espais industrials es perceben com a potencials productes turístics, de qualitat, capaços de qüestionar la primacia la lògica i el contingut del turisme fordista. Sens dubte, hi ha una nova geografia turística que requereix noves reflexions i estudis” (Fraguell, Sansbelló et al., 2003: 6).

De fet, l'auge del turisme industrial representa la recuperació del passat i la memòria del treball, que de fet, són la base de totes les experiències de reutilització turística d'aquest patrimoni (Abad, 2004).

Si volguéssim definir el turisme industrial podríem remetre'n s a Capel, tal com fan García i Badillo, que el defineix com “una rama de l'activitat turística que ha conduït a una rama de la geografia del turisme. Aquest tipus de turisme no només consta de les visites a les instal·lacions industrials sinó també de les visites a les instal·lacions que estan en ús, es relaciona amb la tecnologia i el treball”. (García & Badillo, n.d.). Així mateix, hi ha autors que descriuen subcategories i alhora defineixen el perfil d'aquest turista:

“El turisme industrial pot ser de dos tipus en funció del tipus de centres visitats. El primer és el de **tipus fabril o productiu** i consisteix en la visita a les indústries en actiu on es mostra la fabricació d'un determinat producte. L'interés és bàsicament tècnic per observar la maquinària en ús. El segon és el turisme industrial de **tipus patrimonial o històric**. Les visites se centren en fàbriques abandonades, amb reutilització museística o amb instal·lacions d'algun centre artístic o interpretatiu. S'inclouen també peces soltes conservades com màquines de vapor, xemeneies o territoris més o menys amplis caracteritzats per l'activitat en altres fases de la industrialització. En aquest turisme industrial l'interés és bàsicament cultural” (Abad, 2004: 29).

Els dos han donat lloc, com hem vist amb anterioritat, a diferents productes com els museus, ecomuseus o les rutes turístiques.

Per la seva banda, Donaire (2003) explica com l'àmbit laboral ha passat la frontera, que l'oposava a l'oci, amb la reconversió d'espais industrials, per exemple. "El turisme entra en els espais productius i la industrialització es mercantilitzada i integrada en l'oferta de nous productes recreatius" (Donaire, 2003:6).

En aquest sentit, el turisme industrial, per altra banda, ha donat lloc al turisme urbà, que ha registrat un gran creixement al llarg del segle XX (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013). Aquest fet es deu, per una banda i segons les mateixes autores, a l'evolució de les ciutats, especialment aquelles que eren industrials, on, amb la reducció de l'activitat productiva, el sector terciari i el turisme es van convertir en estratègics per potenciar el desenvolupament econòmic. D'aquesta manera, el turisme ha superat els límits dels espais turístics. L'espai urbà s'ha turistificat (Donaire: 2003). I en aquesta turistificació, la cultura hi ha jugat un paper fonamental. Conscients de l'atractiu de la cultura per tal d'atraure el turisme, les ciutats han intentat no només oferir millors serveis als seus residents, sinó sobretot, atraure viatgers exteriors que portin diners a la ciutat a través de la potenciació d'equipaments culturals i lúdics de tot tipus (Capel, 1996).

Tal com hem vist, el turisme cultural cau, sovint, en la mercantilització de la cultura, i no satisfà les expectatives d'un turista exigent que busca experiències úniques. És per això, que ja hi ha noves formes que podrien completar el turisme cultural tal com s'entén avui en dia. En aquest sentit, Richards ja indicava que el turisme cultural ha de donar pas al turisme creatiu, ja que pot ajudar els destins a superar l'actual enfocament del turisme cultural orientat sobretot, als productes culturals (Richards, 2001).

Aquesta podria ser, doncs, la base del nou turisme cultural i podria encaixar amb l'ús turístic de les fàbriques de creació.

8. CASOS D'APROFITAMENT DEL PATRIMONI INDUSTRIAL

A continuació citarem alguns exemples de casos de turisme industrial que mereixen ser considerats per ser pioners i arriscats en les seves propostes i per l'impacte que han produït en els seus territoris. Segons Jornet, de fet, el desenvolupament turístic d'aquestes experiències han propiciat quatre tipus d'impactes sobre els seus territoris: la millora de l'entorn; noves possibilitats de generar guanys; el restabliment de noves expectatives d'ocupació i de revalorització territorial i per tant, de fre territorial, i la millora de la percepció cap enfora a partir de la valorització del passat (Jornet, n.d.)

Si tal com hem comentat la Gran Bretanya a ser pionera a l'hora d'emprendre la Revolució Industrial i de protegir el seu patrimoni, també ho ha estat a l'hora d'impulsar l'aprofitament del seu patrimoni industrial per a fins turístics. Un d'aquests espais, que va entrar la llista l'any 1986, és l'*Ironbridge Valley of Invention*, que ha estat reutilitzat i convertit en un espai turístic.

8.1 IRONBRIDGE, EL NAIXEMENT DE LA REVOLUCIÓ INDUSTRIAL

Com el seu nom indica, la zona deu el seu nom a un pont de ferro que s'ha convertit en una de les principals atraccions de la zona. Aquest fet no és casual, ja que Ironbridge és considerat un dels llocs on va començar la Revolució Industrial ja que és on va fondre ferro amb carbó mineral per primera vegada l'any 1709 (Pardo Abad, 2002).

El lloc es troba al centre d'Anglaterra, a la vall del riu Severn, on el 1779 es va construir el primer pont de ferro fos del món, fet que li va valer canviar el nom de Coalbrookdale a Ironbridge (Pardo Abad, 2002). La zona té estatus de Patrimoni de la Humanitat des del 1986 (Ironbridge Gorge Museum, 2014) que "reconeix la

contribució única de la regió al naixement de la Revolució Industrial al segle XVIII i l'impacte que va tenir a tot el món”.

Entre les seves atraccions hi destaca el Gorge Museum, que és considerat el primer museu de patrimoni industrial i que dona lloc a aquest complex que aplega un conjunt de museus i recursos turístics situats en antics edificis industrials que s'apleguen al llarg de 10 km al voltant del pont que li dona nom i que li valdrà el reconeixement d'Ironbridge Valley. Un espai que cada any rep entre 250.000 i 300.000 visitants (Ironbridge Gorge Museum, 2014). L'Ironbridge Gorge Museum és administrat per la fundació local Ironbridge Gorge Museum Trust i es tracta del museu més gran del Regne Unit, que no rep finançament regular del govern central ni local i funciona amb fins educatius. El lloc patrimonial, per la seva banda, està gestionat per un Grup Estratègic conformat per ens públics i privats que inclouen les autoritats locals i els propietaris del terreny. En total, la vall inclou deu museus, una biblioteca per investigació, centre d'informació turística, dos hostals per joves, llocs arqueològics, boscos històrics, vivendes, dos capelles i antics cementiris de quàquers.

El d'Ironbridge és un projecte que aglutina museus de patrimoni industrial que s'uneixen per afavorir la seva projecció turística amb estratègies de màrqueting i difusió conjuntes. A banda del patrimoni industrial, també compta amb hotels de diverses categories, *bed&breakfast*, càmpings, albergs i tot tipus d'ofertes d'oci per a nens, famílies o escoles (Jornet, n.d.).

Tot plegat, sembla més un parc d'atraccions amb el reclam de lloc Patrimoni de la Humanitat, que a més, compta amb zona de compres, de picnic, activitats a l'aire lliure, etc.

8.2 LA VALL DEL RUHR, AL NUCLI DE LA RUTA EUROPA DEL PATRIMONI INDUSTRIAL

La Vall del Ruhr va ser sinònim de progrés a Alemanya gràcies a les seves mines de carbó i les empreses siderúrgiques fins que, a partir dels anys 60, una davallada continuada va afectar el que en el seu moment havia estat el símbol del miracle alemany. La regió del Ruhr va anar veient com aquell miracle s'anava convertint en el fantasma de l'atur i la crisi econòmica (Jornet, n.d.) Un cop més doncs, l'era post industrial va deixar paisatges abandonats i amb la revalorització del patrimoni industrial, es busca un nou ús per la Vall del Ruhr que passa pel turisme industrial.

L'actuació duta a terme a la conca del Ruhr consisteix en la recuperació de canals i zones d'interès ecològic, la creació de nous espais de gran atractiu destinats a empreses de nova creació i la confecció d'un entramat d'espais culturals (museus i sales d'exposicions preferentment) (Terés López, 2008). El gran tamany d'algunes fàbriques, la seva estructura de ferro i acer i els elevats costos han obligat a fer-ne una selecció de les més representatives per a la seva història industrial. En qualsevol cas, la zona s'ha convertit en una de les regions europees que millor ha sabut orientar la conservació i l'explotació turística d'un riquíssim patrimoni industrial, superar la depressió econòmica i regenerar un paisatge afectat per la ruïna i l'abandonament (Abad, 2004).

Avui en dia, es poden visitar més de 50 obres de caràcter monumental de la indústria pesada. Entre elles, la mina Zollverein, Patrimoni de la Humanitat des del 2001, que avui en dia s'ha convertit en un centre per la cultura, el teatre i el disseny. A la seva sala de calderes, avui s'hi troba la seu del Centre pel Disseny de Renania del Nord Westfàlia, que a més ha remodelat l'arquitecte Norman Foster. També es pot visitar el gasòmetre (dipòsit de gas de 117 metres d'alçada), que es troba a Oberhausen. A través d'un ascensor es pot accedir al punt més alt des d'on es té

una bona vista de tota la regió oest del Ruhr, i que és a més, una sala d'exposicions⁴.

A la Conca del Ruhr és també on es va plantejar el naixement de l'**Itinerari europeu del Patrimoni Industrial (ERIH)**. Una xarxa que uneix una sèrie de punts clau del patrimoni industrial europeu a través dels quals es desenvolupen una sèrie de rutes. La idea sorgeix el 1999 i la primera fase s'allarga fins al 2001. La creació concreta de la ruta ERIH té lloc el 2002 amb la inclusió de les regions alemanyes de Sarro i Renania del Nord-Westàlia; així com altres zones de la Gran Bretanya i Holanda (Pardo Abad, 2002). Actualment la ruta inclou més de 1.000 llocs a 43 països europeus arreu dels quals trobem uns vuitanta punts d'anclatge (*anchor points*) que són els que conformen la ruta principal i que es troben dividits en 16 rutes regionals (ERIH). Els punts d'àncora vertebrèn la ruta i presenten el producte al turista de manera atractiva i localitzada.

L'ERIH determina les rutes regionals i temàtiques segons la tipologia de les seves indústries: tèxtils, mineres, de ferro i acer, paperera, de sal, manufactura, energia, transports i comunicació, aigua, vivenda i arquitectura, indústria de serveis i temps lliure i paisatges industrials. Totes elles tracten qüestions relatives a la història industrial europea i revelen lligams entre diferents monuments industrials arreu d'Europa (ERIH). El resultat és un circuit per les rutes industrials més comuns d'Europa. Estaríem parlant d'un itinerari, en aquest cas industrial, que tal com explica Donaire, "són recorreguts textuals per un espai, identificat amb un argument,... permeten connectar diverses peces del territori en un discurs espacial" (Donaire 2003: 116).

Al seu llistat s'hi troben representats nombrosos elements patrimonials de l'estat. Entre ells, el Museu Agbar de les Aigües i el Museu de la Ciència i la Indústria de Terrassa. De fet, és aquest últim el que articula a Catalunya la Xarxa de Museus de Patrimoni Industrial.

⁴ Informació extreta del document *La cuenca del Ruhr, región alemana invitada de ITB Berlín* elaborat el 2009 per aquesta fira on la conca del Ruhr era la convidada i que es pot trobar a http://www.itb-kongress.de/media/itbk/itbk_media/itbk_image/itbk_apps/itbk_dlc/ITB_La_cuenca_del_Ruhr.pdf

8.3 EL MNACTEC I LA XATIC, CASOS LOCALS

Situat a l'antic vapor Aymerich, Amat i Jover, la idea del Museu de la Ciència i la Tècnica de Catalunya neix al 1976 de la mà de l'Associació d'Enginyers que en va impulsar la seva creació per donar a conèixer la industrialització de Catalunya. (MNACTEC, 2012). El 1979 es constitueix l'Associació del Museu de la Ciència i de la Tècnica i d'Arqueologia Industrial de Catalunya i el 1982 la Generalitat de Catalunya assumeix el projecte. El Vapor, tal com se l'anomenava perquè utilitzava la màquina de vapor com a força motriu, acollia tot el procés industrial de transformació de la llana. La Llei de Museus de 2 de novembre de 1990, el va declarar Museu Nacional i el va constituir com a entitat autònoma (MNACTEC, 2012).

Els objectius preferents del Museu per a l'any 201, s'estableixen en el seu Contracte-Programa amb la Direcció General de Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya. Aquests són: "Incrementar, documentar, conservar i gestionar amb cura i eficàcia la col·lecció nacional de patrimoni científic i tècnic, i fomentar el coneixement i la difusió tant d'aquesta col·lecció, com del patrimoni industrial català i la història de la industrialització a Catalunya, tant a nivell nacional com internacional" ⁵. Actualment i tal com marquen els seus Estatus, la missió del museu és la de "mostrar permanentment la implantació i l'evolució dels avenços científics i tècnics a Catalunya i, particularment, la seva aplicació industrial".

El fons museogràfic del MNACTEC està format per més de 18.000 objectes tècnics, industrials i científics que tracten de reflectir l'evolució de la ciència, de l'ús de la tècnica i de la indústria a la nostra societat. La diferència del MNACTEC amb altres museus és que aquest no es concep com un museu centralista, sinó que aposta per un model descentralitzat que pretén explicar la industrialització de Catalunya a través de diferents museus, situats en aquells llocs que van ser protagonistes de la revolució industrial catalana (Terés López, 2008:87).

⁵ La informació relativa als estatuts i objectius del museu, està extreta de la pàgina web del Mnactec, disponible a <http://www.mnactec.cat/info/museu.php?idioma=0>

A partir dels anys vuitanta (Generalitat de Catalunya, n.d.) i a causa de la diversificació industrial i l'especialització territorial, el MNACTEC crea una xarxa de museus anomenada Sistema territorial del MNACTEC que actualment consta de 25 museus. La seu que actua com a centre coordinador a Terrassa i tres centres d'interpretació més (Museu Colònia Sedó d'Esparraguera, el Museu del Ciment Asland de Castellar de N'Hug i la Farga Palau de Ripoll) són propietat de la Generalitat, mentre que els altres 21 museus pertanyen a diferents titulars, tant públics com privats (Terés López, 2008 i Mnatec, 2014).

Paral·lelament, a Catalunya, el 2006 es va crear una associació que agrupa l'oferta de turisme industrial de Catalunya i que aplega museus, centres d'interpretació, antigues fàbriques i mines del país sota el nom de XATIC. Amb seu a Terrassa, la **Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya** té l'objectiu de generar una línia d'actuació comuna com a eina de projecció, atracció de visitants i creació d'activitat econòmica i cultural en l'entorn del turisme industrial⁶.

La xarxa es va crear gràcies al finançament del Pla de Dinamització Turística (PDT), un programa que té l'objectiu d'afavorir el desenvolupament de nous productes turístics en destinacions emergents (Valiente & Prat Forga, 2012). Avui en dia, l'associació agrupa més de 25 localitats que tenen llegat industrial que permet conèixer a fons el procés de la Revolució Industrial i la transformació que va suposar en el territori i la societat.

Entre els seus objectius hi trobem (Valiente & Prat Forga, 2012: 52):

- Promoure el concepte de turisme industrial i generar la seva demanda.
- Valoritzar turísticament el patrimoni industrial
- Posicionar Catalunya com a destí de turisme industrial de referència.
- Augmentar el número de visitants dels recursos de turisme industrial

⁶ Informació extreta de la seva pàgina web: <http://www.xatic.cat/>

- Fer del truíisme industrial un element de dinamització del territori
- Establir un nou model de promoció turística.

Entre les activitats que proposa la XATIC entre els seus visitants, s'hi troben recórrer les galeries d'una mina de carbó o d'una muntanya de sal, contemplar el modernisme d'una antiga colònia tèxtil, viure en primera persona el procés d'elaboració del cava o del paper, acompanyar en el seu viatge un gra de blat des del camp fins al sac de farina, o viatjar en el primer tren del país. De fet, la xarxa va crear el programa anomenat Indústria Viva, a través del que qualsevol empresa pot mostrar els seus processos productius amb finalitats educatives i professionals, però també per donar-se a conèixer als seus clients i al públic en general, establint així una corrent de confiança i fidelització i obrint una línia de negoci innovadora: la visita turística a l'empresa en actiu.

D'aquesta manera, tan el XATIC com la xarxa del MNACTEC es basen en les xarxes per tal de potenciar i posicionar els seus productes. Una ho fa basant-se en el model dels museus, el MNACTEC; mentre l'altra inclou altres tipus de productes de turisme industrial. Tot i així, potser podrien buscar una manera de col·laborar plegades i crear un únic producte, més fort, que els ajudi a promocionar-se conjuntament.

9. EL MODEL BARCELONA

9.1. CONTEXT TURÍSTIC

Barcelona ha viscut un gran desenvolupament turístic, especialment des de l'impuls que li van donar els Jocs Olímpics del 1992 i que li van servir per donar-se a conèixer al món. Conscient que calia projectar la seva imatge exterior, la ciutat va crear l'organisme Turisme de Barcelona el 1993. Un conglomerat públic-privat responsable, en gran part, del desenvolupament turístic que ha tingut la ciutat en els últims vint anys donant lloc al conegut "Model Barcelona", basat en part, en "grans i prestigioses actuacions públiques que atreguin el sector privat, actuant l'administració pública com a promotora de la inversió privada i acompanyant aquesta tasca amb una dedicada estratègia de màrqueting i promoció" (Marrero, 2003). Un model que últimament s'ha vist qüestionat per diversos motius.

És cert que la ciutat compta amb un conjunt de característiques que la fan molt atractiva: mediterrània, entre el mar i la muntanya, amb bon clima, valor arquitectònic i històric, vida cultural o gastronomia, factors que li donen un gran valor turístic. A més, la seva situació geogràfica li permet comptar amb un turisme diversificat ja que els visitants que tenen com a destí la ciutat, poden gaudir també del turisme de sol i platja de la Costa Brava o Daurada i de l'interior o els Pirineus d'altres zones de Catalunya. Entre el seu patrimoni, la província de Barcelona compta amb un total de 9 béns catalogats com a Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO (Turisme de Barcelona, 2013) als que podem sumar els castellers i la dieta mediterrània, declarats Patrimoni Immaterial de la Humanitat per la mateixa organització.

Així doncs, els visitants de la ciutat valoren especialment la seva arquitectura, història i oferta cultural, tal com s'aprecia en les enquestes fetes per Turisme de Barcelona el 2013, on veiem les valoracions dels visitants de la ciutat.

Valoració de Barcelona per part dels turistes

1 Oferta arquitectònica Oferta arquitectònica - <i>Architecture</i>	9,21
2 Oferta cultural Oferta cultural - <i>Culture</i>	8,82
3 Platges Playas - <i>Beaches</i>	8,75
4 Caràcter dels ciutadans Carácter de los ciudadanos - <i>Character of the local people</i>	8,71
5 Oferta comercial Oferta comercial - <i>Shopping</i>	8,60
6 Oci i entreteniment Ocio y entretenimiento - <i>Leisure and entertainment</i>	8,51
7 Infraestructures Infraestructuras - <i>Infrastructures</i>	8,50
8 Senyalització i informació Señalización e información - <i>Signage and information</i>	8,50
9 Oferta hotelera Oferta hotelera - <i>Hotels</i>	8,44
10 Oferta de restaurants Oferta de restaurantes - <i>Restaurants</i>	8,44

Font: Turisme de Barcelona. Enquesta elaborada per Institut DYM. Resultats: 2013.

Podríem dir doncs, que el turisme de Barcelona té una sòlida base cultural. D'entre tota aquesta oferta cultural però, hi ha dos noms que destaquen i que s'han convertit en una marca en si mateixos. Es tracta de Gaudí i Picasso. El primer és tot un símbol de la ciutat a nivell turístic tal com ho mostra el fet que la Sagrada Família sigui el monument més visitat de l'estat amb 3.176.970 visitants el 2013 (Turisme de Barcelona, 2013). Altres projectes dissenyats per l'arquitecte, com el Park Güell o la Pedrera, també es troben entre els més visitats de la ciutat. Per la seva banda, el Museu Picasso és un dels museus més visitats de Catalunya registrant 915.226 visites el 2013 (Turisme de Barcelona, 2013).

Barcelona compta, de fet, amb més de 70 espais culturals conformats per la xarxa de museus i sales d'exposició (Turisme de Barcelona, 2013). A aquesta xarxa

d'espais culturals s'hi han de sumar sales de música o concerts com ara el Gran Teatre del Liceu, el Palau de la Música Catalana o l'Auditori i l'oferta de teatres i sales on s'hi fan representacions musicals o esportives. Barcelona també acull diferents esdeveniments al llarg de l'any que la fan més atractiva i atrauen grans nombres de visitants concentrats en dies i espais concrets. Ens referim a les Festes de la Mercè, la recent inaugurada festa de Cap d'Any, que s'ha celebrat per primer cop el passat 31 de desembre, o les Festes de Gràcia; així com el Festival Grec o festivals com el Sónar, que enguany va atraure uns 110.000 visitants (Europa Press, 2014b) o el Primavera Sound que va reunir 190.000 espectadors (Europa Press, 2014a), i que deixen un impacte econòmic més que considerable a la ciutat.

Tota aquesta oferta i equipaments tenen una gran importància si tenim en compte les dades de l'Organització per la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic OCDE, que assegura que la combinació entre turisme i cultura és un dels grans motors econòmics del sector. Així, l'OCDE assegura que el turisme cultural internacional representa el 40% del total del turisme: la qual cosa implica que 360 milions de viatges tenen una motivació bàsicament cultural (Madrid Flores, n.d.). Potser per això, Barcelona va entrar el 2013 en la llista de les deu ciutats més visitades del món, segons un informe de Global Destination Cities Index 2013 de Mastercard (Hedrick-Wong & Choog, 2013). I és que el 2013 la ciutat va rebre un total de 7.571.766 turistes i fins a 27 milions de visitants (Turisme de Barcelona, 2013) superant qualsevol rècord anterior en aquest sentit. Aquest augment de turistes, com és evident, s'ha deixat notar en les pernoctacions als hotels, que van créixer un 3,4% l'últim any (Turisme de Barcelona, 2013) essent els francesos, els anglesos i els americans els que més visiten Barcelona.

Turistes segons nacionalitat

	2011%	2012%	2013%	2013
Estat espanyol / Spain	23,6	21,8	20,0	1.517.378
Catalunya / Catalonia	5,8	5,7	5,6	422.116
Madrid	5,6	4,7	4,4	336.073
Andalusia / Andalucía	2,2	1,9	1,7	130.727
País Valencià / Valencia	2,0	1,7	1,6	123.626
Altres / Others	8,0	7,8	6,7	504.836
Europa* / Europe*	51,2	51,5	53,1	4.014.199
França / France	8,0	7,7	8,4	636.903
Regne Unit / United Kingdom	7,2	8,0	8,3	629.969
Alemanya / Germany	5,4	5,6	6,0	453.102
Itàlia / Italy	7,6	6,6	5,9	447.721
Altres Europa / Other Europe	23,0	23,6	24,5	1.846.504
Altres països / Other countries	25,2	26,7	26,9	2.040.189
Estats Units / USA	8,2	8,5	8,3	627.412
Resta d'Amèrica / Rest of America	7,7	7,4	6,6	501.721
Japó / Japan	2,1	2,2	2,2	170.092
Resta del món / Rest of the World	7,2	8,6	9,8	740.964
Total	100,0	100,0	100,0	7.571.766

Font: Turisme de Barcelona. Quadre fet amb dades de l' IDESCAT l'Enquesta d'Ocupació hotelera de l'INE.

Al llarg d'aquests anys, la ciutat ha anat creant i desenvolupant diferents productes turístics i diversificant la seva oferta per tal d'oferir diferents productes a diferents perfils. D'aquesta manera, Barcelona ha quedat dibuixada segons l'espai turístic tradicional, segons l'Atles de Turisme a Catalunya (López Palomeque, n.d.), conformat sobretot pel Centre Històric i l'Eixample, que inclouen les icones més visibles de la ciutat com ara la Rambla, el Passeig de Gràcia o la Sagrada Família. López Palomeque però, també parla d'un nou espai turístic, que se superposa sobre el tradicional i que incorpora nous espais i icones com podrien ser la zona del Fòrum, el Port Olímpic, la Barceloneta, la zona de la Diagonal i el Futbol Club Barcelona.

Els visitants de Barcelona viatgen atrets pel seu *mediterranean style of life*, al que són inherents valors com la modernitat, la innovació, la creativitat i la capacitat per atraure talent (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013). De fet, la majoria dels

seus visitants són turistes de vacances i d'entre aquestes, tendeixen a ser joves i amb escassos recursos econòmics.

Turistes segons motiu de viatge:

Turistes segons motiu de viatge

Turistas según motivo del viaje

Tourists according to purpose of visit

	1990%	2000%	2010%	2012%	2013%	2013
Vacances						
Vacacional - <i>Vacation</i>	22,7	51,5	50,1	50,4	50,6	3.831.314
Professional						
Profesional - <i>Professional</i>	69,1	45,7	42,0	41,0	40,9	3.096.852
Personal i altres						
Personal y otros - <i>Personal and others</i>	8,2	2,8	7,9	8,6	8,5	643.600
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	7.571.766

Font: Turisme de Barcelona.

En l'últim quadre veiem també l'augment dels viatges professionals. I és que no podem oblidar que a la ciutat se celebren 55 fires i salons anualment (Turisme de Barcelona, 2013). De fet, si ens fixem en el nombre de reunions anuals celebrades a Barcelona entre congressos jornades i convencions, aquest ha passat de 1.380 l'any 200 a 2.039 el 2013 (Turisme de Barcelona, 2013), cosa que demostra com s'està convertint en un important nucli de negocis i congressos.

Tot aquest augment de xifres forcen la ciutat a oferir places d'allotjament per tal de poder acollir tots aquests nous turistes. I és que les pernoctacions en hotels han augmentat estrepitosament en els últims anys. Aquest augment es fa notar en tots els sectors de l'economia de la ciutat. En relació a la gastronomia, també s'aprecia un augment del nombre de comerços de restauració, que el 2007 arribava a 5.000 restaurants que s'han de sumar a més d'uns 85000 establiments com cafeteries, bars, cocteleries, xocolateries o altres establiments que donen servei a la ciutat (Ajuntament de Barcelona & Turisme de Barcelona, 2011). Aquest fet ens porta a destacar també la creixent importància de la cuina d'autor a Catalunya i la publicitat

que comporta aquest fet. De fet, només a Barcelona hi ha fins a 24 restaurants amb una o dues estrelles Michelin (Fernández, 2013), sense mencionar l'atracció que ha exercit Ferran Adrià i el seu restaurant el Bulli, fins fa poc, i que actualment exerceixen els germans Roca a tot Catalunya. La cuina catalana s'ha convertit en una marca i per tant, el nostre país, en un destí de referència per al turisme gastronòmic.

Un altre dels sectors que ha augmentat a Barcelona és el sector dels creuers, convertint el port en un important centre receptor de creuers internacionals.

Tot i que l'augment de xifres és espectacular, cal plantejar-nos si l'augment de l'oferta i la demanda genera beneficis positius pel conjunt de la ciutat. En el sector dels creuers, per exemple, estaríem parlant d'un turisme que només passa unes hores a la ciutat, sovint per visitar alguna icona de la ciutat o fer compres, de manera que el sector hotelier o la restauració no se'n beneficiarien, per no parlar dels barris més allunyats dels nuclis turístics. Però en canvi, aquestes visitants afegeixen més pressió a les zones turístiques. Per altra banda, cal analitzar si el perfil del turista que té Barcelona és el que la ciutat necessita. Si bé l'oferta cultural està molt ben valorada, la diferència de xifres de visitants entre els museus i monuments més populars i la resta és estrepitosa, cosa que fa pensar que molts d'ells, tot i fer visites culturals, no estan interessats realment en la cultura sinó que visiten a la Sagrada Família o al Museu Picasso perquè "toca".

També cal estar atents als debats sobre el repartiment del turisme entre els barris de Barcelona. En una ciutat relativament petita, aquests milions de turistes i visitants es concentren en àrees molt reduïdes, exercint una pressió molt gran sobre aquests espais que ha portat a diferents conflictes entre els veïns que veuen com les "formes de vida" tradicionals desapareixen de manera proporcional a l'arribada de turistes, que requereixen de serveis propis. El conflicte s'amplia al terreny urbanístic. La construcció de nous hotels ha provocat el sorgiment de plataformes veïnals per tal de protegir edificis d'alt valor arquitectònic, com el conflicte amb l'Hotel del Palau de la Música, un projecte actualment parat. Paral·lelament, els pisos turístics proliferen a al ciutat de manera incontrolada davant un buit legal i la dificultat de control. En aquest sentit, actualment hi ha un intens debat al barri de la Barceloneta.

8.2 POLÍTIQUES MUNICIPALS

El fet que Barcelona hagi arribat on és no és fruit de la casualitat sinó d'un intens treball que ha transformat moltes zones de la ciutat, que juntament amb una intensa feina de màrqueting i comunicació ha aconseguit situar-la com una de les més visitades i valorades del món. Una de les actuacions més importants a nivell turístic i de regeneració d'un barri va tenir lloc durant els anys noranta, quan el Raval va patir un rentat de cara que va suposar la regeneració de l'àrea amb la implantació de l'anomenat "cluster cultural" (Manito, 2008) amb la construcció del MACBA, el CCCB o el Centre d'Estudis i Recursos Culturals de la Diputació de Barcelona, i que ha culminat amb la nova Filmoteca de Catalunya.

L'exemple de Barcelona no és únic. Aquestes accions obeeixen a les polítiques de desenvolupament econòmic i regeneració urbana que es van iniciar als anys vuitanta a moltes ciutats (Richards, 2001: 5) i que ha implicat que els "centres de les ciutats s'hagin convertit en escenaris de projectes d'atractives imatges urbanes i armes essencials en la lluita pel desenvolupament econòmic". En aquest sentit, Richards ja es va referir el 2001 Barcelona com una de les "ciutats amb futur" gràcies a les atraccions culturals amb que compta.

Una altra de les accions de regeneració va ser el projecte del 22@, que amb una inversió pública de 180 milions d'euros, ha volgut transformar 200 hectàrees de sòl industrial al barri del Poblenou, on trobem la Fàbrica de Creació L'Escocesa. Fins al moment s'ha dut a terme la renovació del 70% de les àrees industrials del Poblenou, segons l'Ajuntament de Barcelona, i 4.500 empreses ja s'han instal·lat al districte des de l'any 2000, cosa que ha empleat més de 56.000 treballadors⁷. L'objectiu del projecte ha estat l'atracció d'empreses i inversions per tal de transformar aquesta antiga àrea industrial en un espai per empreses que permeti convertir una antiga zona industrial en una zona activa econòmicament. Segons Checa Artasu (2007), es

⁷ Dades del web 22@Barcelona de l'Ajuntament de Barcelona <http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/49/280/lang,ca/>

tracta d'un projecte d'èxit relatiu que no s'ha consensuat amb la ciutadania. En aquest sentit, el fet de no tenir en compte el valor social del patrimoni industrial de la zona ha provocat tot tipus de conflictes entre els veïns i la política municipal.

Sigui com sigui, des de la celebració dels Jocs Olímpics, Barcelona ha millorat la imatge d'alguns dels seus barris com el Centre Històric o al Vila Olímpica, que va reconstruir per la celebració dels Jocs Olímpics i que va suposar la recuperació del litoral marítim des de Ciutat Vella fins a la Platja del Bogatell (Marrero, 2003). Però juntament amb aquesta millora estètica, s'ha emportat també vestigis del passat i moltes persones s'han vist forçades a abandonar els seus barris per la pressió immobiliària. Però les institucions són conscients que els turistes no busquen només elements tangibles a l'hora de decidir visitar un destí, sinó que els intangibles cada cop cobren més importància. Per això, Barcelona s'ha volgut associar a valors atractius com la creativitat. Per fer-ho, s'han creat diferents productes turístics, organismes, o esdeveniments relacionats amb el disseny i les noves tecnologies.

Per sobre de tot, Barcelona s'ha volgut convertir en la "ciutat del disseny". En aquest sentit, la ciutat està enllestint el futur Museu del Disseny de Barcelona, que reunirà les col·leccions del Museu d'Arts Decoratives, el Museu de Ceràmica, el Museu Tèxtil i d'Indumentària i el Gabinet de les Arts Gràfiques en un edifici Disseny Hub (ICUB, 2013). L'edifici, conegut com la grapadora, és un exemple d'arquitectura moderna que podria ser un focus d'atracció per si mateix. A més, l'Ajuntament, a través de l'Institut del Paisatge Urbà, Foment de les Arts Decoratives (FAD) i el Col·legi d'arquitectes va elaborar el 2003, amb motiu de l'Any del Disseny, diverses rutes dels millors llocs relacionats amb el disseny i l'arquitectura de la ciutat (Ajuntament de Barcelona, Institut del Paisatge Urbà i la qualitat de vida, FAD, & Col·legi d'Arquitectes, 2003). Un altre exemple és la creació de la Barcelona *Film Comission*, que promou la ciutat entre les productores audiovisuals. No oblidem que l'aparició d'escenaris concrets a les pantalles és un potent instrument de màrqueting i són molts els turistes que visiten els escenaris de la seva sèrie o pel·lícula preferida. A més, els rodatges audiovisuals tenen un impacte econòmic notable en forma de pernoctacions i dietes. Un altre d'aquests elements intangibles és la cultura culinària. En aquest sentit, la ciutat ha creat els *walking tour gourmet*, que consisteixen en recorreguts per restaurants, botigues o mercats emblemàtics e

Barcelona (Manito, 2008). Aquesta iniciativa està complementada per múltiples accions privades.

Es tracta d'un model que podria encaixar amb un millor aprofitament de les Fàbriques de Creació, que podrien ajudar a intensificar aquesta imatge creativa i artística.

Tal com hem comentat amb anterioritat, les actuacions de regeneració del centre històric de Barcelona l'ha convertit en la zona més visitada de la ciutat i on conflueixen un gran nombre de turistes amb la Rambla com a eix principal. L'avinguda és transitada per 78 milions de vianants a l'any (Ajuntament de Barcelona & Turisme de Barcelona, 2011). Tants, que la seva presència ha provocat algunes incomoditats als ciutadans i ha obert nous reptes per la ciutat. Per donar resposta als nous reptes del turisme, Turisme de Barcelona va idear l'any 2008 (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013) el Pla Estratègic de Turisme 2015. Entre els reptes que ja llavors es volia aconseguir, hi trobem el fet que Barcelona esdevingui una ciutat on el turisme està inserit en la dinàmica de la ciutat i els ciutadans reconeixen els visitants com a uns ciutadans temporals més. Per altra banda, també destaca la ciutat com un espai sense guetos ni barris exclusivament turístics.

A hores d'ara, el recel cap als turistes i el fet que aquests estiguin concentrats en zones molt concretes és un dels assumptes no resolts i que està creant controvèrsia entre la ciutadania i l'opinió pública. "Quan predomina el turisme cultural resulta difícil distingir els espais pels visitants d'aquells espais locals, donat que els sectors d'oci, entreteniment i cultura són considerats com a crucials tant pels veïns com pels visitants forasters" (Crespí Vallbona & Domínguez Pérez, 2013:17).

El fet que Barcelona sigui una ciutat relativament petita fa que aquesta concentració sigui encara més evident i provoqui més conflicte entre veïns. En aquest sentit però, és cert que s'estan duent a terme accions per tal de deslocalitzar el turisme, com ara l'última campanya de l'Ajuntament, sota el lema "Barcelona, viu una ciutat descobreix-ne deu". Aquesta campanya de comunicació és doncs, la punta de llança d'uns plans per posar en valor zones de la ciutat desconegudes pels visitants i descongestionar així, les zones més turístiques. A través d'un procés

participatiu als diferents districtes de la ciutat per identificar els actius i potencialitats de cada zona, s'ha desenvolupat un full de ruta per tal que cada districte desenvolupi les seves estratègies d'impuls del seu territori. El resultat d'aquest procés són 6 programes que engloben 54 actuacions diferents⁸:

- Informació i difusió. Per donar a conèixer els barris i districtes des d'una perspectiva turística.
- Desenvolupament de l'activitat turística. Per posar en valor els atractius i recursos potencials del territori, afavorint el desenvolupament i creació de producte turístic
- Projectes territorials estratègics. Iniciatives que incorporin la vessant turística en els projectes claus per a la desconcentració
- Ordenació i regulació. Establir normatives per tal de minimitzar els efectes de l'activitat turística i vetllar pel seu compliment
- Foment de l'activitat econòmica. Aprofitar el turisme com a generador d'activitat econòmica i ocupació
- Gestió turística. Potenciar les estructures administratives necessàries per tal d'ordenar i gestionar el sector.

Per tal de dur a terme aquesta acció l'Ajuntament ja ha posat en marxa, segons el seu departament de premsa, algunes accions com nova senyalització turística a la via pública amb els nous punts d'interès; la potenciació de la xarxa de transport públic per part dels turistes, amb l'abonament turístic "Hola BCN" i l'impuls a nous itineraris i punts d'interès com "Horta de Cinema" que recorre el districte d'Horta-Guinardó seguint un relat cinematogràfic, entre d'altres. Tot i així, aquestes accions

⁸ Informació extreta de la nota de premsa "Barcelona desplega els Plans de Turisme de districte per descobrir als visitants i veïns tots els secrets de la ciutat", del departament de Premsa de l'Ajuntament de Barcelona, emesa el 19 de desembre del 2013.

arriben una mica tard tenint en compte que el Pla Estratègic es va fer amb vistes al 2015. Ja fa anys que la premsa recull les queixes dels veïns: aquells que pateixen els impactes del turisme i aquells que no es beneficien de l'impacte econòmic que produeixen en la ciutat. A més, la ciutat ha d'evitar les massificacions en determinats espais culturals i potenciar-ne d'altres, ja que les xifres de visitants entre aquests espais són completament dispars. Si bé s'ha aconseguit la valoració del patrimoni de Barcelona, especialment el modernista, “cal racionalitzar les visites i diversificar-les”, explica Giralt-Miracle, primer director de la Pedrera⁹. A més, cal que aquests espais estiguin també disponible pels locals.

Per altra banda, l'Ajuntament de Barcelona sota el Pla estratègic Metropolità 2020, es planteja esdevenir una de les regions europees més atractives per al talent innovador. Entre els seus reptes es planteja convertir-se en un “hub” d'emprenedors a través de “promoure i difondre les oportunitats de Barcelona com a ciutat d'interès per atraure emprenedors innovadors i crear empreses, i configurar així la regió emprenedora d'Europa”. En aquest sentit, el Pla Estratègic del 2006 proposava el programa Barcelona Laboratori per tal de potenciar “totes aquelles condicions que fan possible ampliar la base creativa de la ciutat, en tots els àmbits de l'expressió artística i del pensament” i pretenia convertir Barcelona en una ciutat laboratori de les arts i la creativitat. Dins dels projectes de Barcelona laboratori s'hi troba, per primer cop, el projecte de les fàbriques de creació.

Una aposta que incloïa:

- ◆ **Manteniment i major impuls** a la línia de cessió d'espais públics a col·lectius, companyies o grups de creació, a través de contractes programa.
- ◆ **Suport, protecció i acompanyament** de totes aquelles iniciatives ja existents que, des de la base social (comunitària, associativa, privada, etc.), estan creant condicions d'emergència creativa i que, en definitiva, estan creant condicions per a la riquesa i la complexitat de l'ecosistema creatiu de la ciutat.

⁹ Declaracions recollides a l'article “Barcelona reforça la marca modernista”, publicat al diari Ara el 10/07/2014

- ◆ **Articular un conjunt de mesures** per facilitar l'accés a espais que puguin ser emprats per creadors, amb condicions més assequibles que les que el mercat ofereix.
- ◆ **Consolidació de les Golfes de Can Fabra** com a espai de producció d'arts escèniques.

L'any 2009, es presenten els projectes arquitectònics de les Fàbriques de Creació amb la participació d'arquitectes bàsicament locals. Segons el mateix ICUB, aquest treball sobre l'arquitectura de les fàbriques es basa en la conservació de la closca existent, l'emfatització de l'estructura portant o el contrast nou-vell per tal d'aconseguir una valorització de la petja històrica, l'ús narratiu del pas del temps, la presència i relació amb el barri i un vast diàleg amb els usuaris i els serveis municipals. La proposta arriba després d'intenses lluites veïnals per salvaguardar el patrimoni industrial en diferents zones de la ciutat com Sant Martí o Sant Andreu, que van aconseguir salvar recintes com Can Ricart o la Fabra i Coats.

Per tant, les fàbriques estaven cridades a ser un nexa entre els ciutadans i la cultura. Espais de creació que donessin sentit a la voluntat creativa de Barcelona i ajudessin a impulsar aquesta imatge a l'exterior.

10. LES FÀBRIQUES DE CREACIÓ

Les Fàbriques de Creació són el resultat de dues situacions. Per una banda, Barcelona compta amb un seguit de fàbriques, que són patrimoni de la ciutat i que cal conservar dotant-les de nous usos. Per altra banda, artistes i creadors de la ciutat mostren la necessitat de disposar d'espais per desenvolupar les seves disciplines.

Si ens fixem en el Pla Estratègic de Cultura 2006 Nous Accents, aquest ja parla de “polítiques que posen l’accent en la democratització de la cultura, en l’accés de la ciutadania a les activitats culturals i en la descentralització del poder municipal” (Ajuntament de Barcelona, 2006). En aquell pla, i de la mà de l’ICUB, es dibuixa el programa Fàbriques de Creació, per tal de transformar antics espais de caràcter industrial en desús en equipaments públics destinats a incentivar la creació i la producció culturals i que tal com hem comentat, forma part del programa Barcelona Laboratori. L’elecció dels edificis destinats a ser Fàbriques de Creació es va dur a terme amb una estreta relació amb les entitats i col·lectius representatius dels diferents àmbits de la creació, agafant com a base les experiències estudiades en les principals ciutats europees de referència on s’han desenvolupat amb èxit experiències similars. Els criteris que van determinar l’elecció dels espais van ser (Aparicio Puentes, 2011):

- Titularitat municipal
- Espais amb dimensions properes als 2.000 metres quadrats capaces de permetre la possibilitat d’una intervenció important tant a nivell d’espacialitat interna com envolvent.
- Un estat de conservació adequat.
- Intervenció en espais diàfans que possibilitaran una flexibilitat espacial i aïllament acústic.
- Accessibilitat i bona connexió amb les xarxes de transport públic.

D’aquesta manera, es dona lloc al mapa de fàbriques de creació actual, que compta amb nou espais distribuïts per la ciutat.

Mapa de les fàbriques de Creació a Barcelona



Imatge 2: fàbriques de creació a Barcelona. Font: www.fabriquesdecreacio.bcn.cat

Aquest no és un procés tancat, i de fet, les fàbriques s'hi han anat afegint paulatinament. A hores d'ara i segons l'ICUB, està previst que el recinte on es trobava l'antic cinema Renoir Les Corts es converteixi en una Fàbrica de Creació dedicada a la dansa i les arts escèniques. Entre altres, l'espai oferirà programes de residència a creadors de totes les edats, formació continuada per a professionals i comptarà amb laboratoris de recerca i interacció amb altres disciplines. Evidentment, per a posar-les en marxa va caler un procés de conservació i reconstrucció dels espais que es va iniciar el 2009 i que va comptar amb la col·laboració de diversos arquitectes.

Per dur a terme el projecte a més, es van analitzar casos ja existents, com els que hem anomenat de la ciutat però també alguns casos internacionals de referència com ara (Aparicio Puentes, 2011):

Kaapelitehdas, Helsinki (Finlàndia)

Es tracta d'una antiga fàbrica de cables que produïa línies per telègrafs, electricitat i telèfon fins a l'any 1985. Quan va deixar de funcionar, els artistes van començar a llogar espais fins que el 1991, que passa a titularitat pública.

Actualment, la fàbrica ofereix espais de caràcter local i permanent de qualsevol disciplina artística, acull uns 250 artistes i dona feina a unes 800 persones.

Ufa Fabrik, Berlín (Alemanya)

Aquest complex fabril albergava els estudis de cinema UFA-Fabrik des del 1917 fins als anys setanta en que els estudis deixen de funcionar. El 1979 el lloc és ocupat per centenars de persones que decideixen utilitzar-lo com a espai de creació fins avui en dia, que acull tot tipus de projectes com ara exposicions, cursos de ball, teatre, circ per a nens, música, tallers, a més de residència d'artistes, estudi de gravació, i ofereix educació amb persones amb discapacitats. Actualment és de propietat municipal.

Complex Cultural de la Friche Belle, Marsella (França)

L'espai, una antiga manufactura de tabac, és des del 1991 un centre d'imatge, so i multimèdia gestionat per l'associació Système Friche Théâtre (SFT). Aquesta acull unes 400 persones entre companyies, artistes, tècnics i formadors, a més d'uns seixanta operadors culturals.

D'aquesta manera la ICUB va establir els eixos al voltant dels quals ha de regir el sistema de fàbriques:

- **Qualitat.** El projecte té la voluntat d'assolir la màxima qualitat possible en els treballs que es desenvolupen a les Fàbriques, així com garantir el rigor i la professionalitat de tots els implicats.
- **Integració en les xarxes professionals.** Les fàbriques han de ser agents d'enllaç amb altres xarxes professionals (educatives, socials, empresarials, acadèmiques), afavorint d'aquesta manera el desenvolupament de noves iniciatives.
- **Multidisciplinarietat.** El disseny mateix del projecte convida de forma implícita a la multiplicitat de llenguatges, disciplines i aproximacions, aportant una mirada oberta i la flexibilitat necessària per afavorir la creativitat.
- **Internacionalització.** Les fàbriques només seran motor de desenvolupament local si propulsen projectes en els circuits internacionals, que fomentin el posicionament i projecció d'una determinada identitat, visió i segell propi.
- **Hibridació en la gestió públic/privat.** La sostenibilitat del projecte passa necessàriament per la gestió híbrida i la complicitat entre el sector públic i el privat, on cadascú assumeixi els seus respectius rols.

La majoria d'aquests espais estan especialitzats en disciplines concretes, tot i que Fabra i Coats funciona com a gran contenidor d'iniciatives de tota mena.

A Barcelona, els espais que formen part del **programa Fàbriques de Creació de Barcelona actualment** són:

Nau Ivanow

Districte: Sant Andreu

Data de creació:1998

Disciplina: arts escèniques

Gestionat per: Fundació Sagrera

Origen: fàbrica de pintures Ivanow

La Nau Ivanow és una plataforma d'impuls de projectes artístics que dona cobertura a totes les fases del procés creatiu especialitzada en arts escèniques. A més, dota els creadors d'espais i recursos per tal que hi desenvolupin els seus projectes i pretén ser un espai de trobada entre ciutadania i artistes.

Hangar

Districte: Poble Nou

Data de creació: 1997

Disciplina: arts visuals

Gestió: Fundació Privada AAVC

Origen: empresa tèxtil dels Ricart, el primer gran vapor del Poble Nou.

Hangar és un centre dedicat a la recerca i producció artística que centra especialment en els activitats de gestió dels projectes artístics del centre, tot recolzant els creadors en totes les fases del procés de producció de les arts visuals.

La Central del Circ

Districte: Sant Martí

Data de creació: 2008

Disciplina: circ

Gestionat per: Associació de Professionals del Circ de Catalunya

Origen: soterrani d'espai públic

És un espai d'assaig, entrenament i creació que ofereix formació continuada de professionals del circ fomentant l'excel·lència dins dels processos artístics, la investigació dins d'aquests àmbits i la difusió de les arts del circ. Compta amb residència de creadors, cursos de formació i lloguer d'espais de creació.

Graner

Districte: Sants Montjuïc

Data de creació: 2011

Disciplina: arts escèniques

Gestionat per: Mercat de les flors juntament amb l'Associació de Professionals de la Dansa de Catalunya i l'Associació de Companyies Professionals de Dansa de Catalunya.

Origen: Fàbrica de bombetes i llums Philips

La fàbrica se centra especialment en els professionals de la dansa i les arts en moviment. L'espai actua per incidir en el teixit creatiu des de diferents contextos i es mou en torn els eixos de la creació, la internacionalització, pensament, educació i proximitat. El Graner acull residències de creadors de dansa, desenvolupa projectes de cooperació artística amb altres agents culturals i promou la integració de l'espai al barri.

La Seca

Districte: Ciutat Vella

Data de creació: 2011

Disciplina: arts escèniques i visuals

Gestionat per: Espai Brossa

Origen: fàbrica de moneda de la Corona d'Aragó "La Seca Reial".

La Seca és un espai de trobada, d'exhibició, d'intercanvi d'experiències, de transversalitat creativa i de diàleg en l'àmbit del pensament contemporani; una plataforma per generar les oportunitats que aquests professionals no troben en altres institucions o entitats.

Ateneu Popular 9 barris

Districte: Nou Barris

Data de creació: 1978

Disciplina: arts escèniques, circ, dansa, música

Gestionat per: Associació Bidó de Nou Barris

Origen: fàbrica d'asfalts

En el terreny artístic, l'Ateneu Popular 9 barris pretén potenciar la creació i fomentar la formació artística des d'una òptica no mercantilista, compromesa socialment, amb l'ànim de donar suport a la creació jove i a les cultures emergents, sempre des de la qualitat i l'excel·lència artística. En el context sociocultural, pretén fomentar el compromís social i solidari entre els ciutadans i els seu esperit crític mitjançant l'estimulació de la participació i la dinamització de la cooperació entre entitats.

Sala Beckett/Obrador

Districte: Sant Martí

Data de creació: 1989

Disciplina: dramaturgia i arts escèniques

Gestionat per: Fundació Sala Beckett

Origen: Cooperativa de la Pau i la Justícia

La Sala Beckett és un espai de creació i experimentació teatral dedicat a la promoció de la dramaturgia contemporània. És a més, punt de trobada de dramaturgs, altres creadors i del públic. A l'espai hi tenen lloc programes de formació i experimentació, producció i programació regular d'espectacles, a més de cursos, tallers i trobades a nivell internacional, així com l'edició de textos de creació o traducció i promoció d'autors, espectacles i obres, centrant-se en les noves formes d'escriptura.

I per últim, la Fabra i Coats i la Escocesa, que analitzarem amb més precisió.

11. ANÀLISI DE DUES FÀBRQUES DE CREACIÓ

11.a. LA FABRA I COATS

Presentació

El complex industrial de la Coats Fabra SA era una fàbrica de fils i teixits. Construïda l'any 1840, des del 1903 l'espai ocupava la firma filatures Fabra i Coats, empresa catalana i escocesa al municipi de Sant Andreu, que posteriorment passa a convertir-se en un barri de Barcelona.

El 2005 el recinte és adquirit per l'Ajuntament de Barcelona, que el va haver de comprar a la immobiliària Renta Corporación per la pressió veïnal ja que l'havia venut per construir-hi vivendes (Arlet, Maria, & Tobar, 20102). Durant el 2006 té lloc un procés participatiu després del qual es decideix destinar la nau central a una fàbrica de creació. Un projecte que durà a terme l'ICUB. Tot i així, ja des del 1982 hi havia iniciada una lluita veïnal per conservar els edificis i dotar-los de nous usos que

es va concretar en aquell moment amb la construcció de la biblioteca del barri, també al recinte fabril. Hem de tenir en compte que la fàbrica està catalogada al Catàleg del Patrimoni Arquitectònic de Barcelona amb el nivell C.

Entre el 2010 i el 2012 s'ha dut a terme la rehabilitació de l'espai que ha convertit la nau central en la Fàbrica de Creació que és ara. El projecte arquitectònic, dut a terme pels arquitectes Manuel Ruisánchez i Francesc Bacardit, va guanyar el premi Ciutat de Barcelona el 2013 (Ara, 2013). En total s'han rehabilitat 6.500 metres dels 12.000 que ocupa la nau central i que van permetre l'obertura de l'espai l'any 2012, afegint la Fabra i Coats al mapa de fàbriques de Creació de Barcelona.

Aquesta compta amb espais per a oficines per a entitats culturals; zones d'assaigs i treball, i un espai expositiu. L'equip que hi treballa actualment compta amb sis persones, segons el mateix centre.

Funció

Segons l'ICUB, la Fabra i Coats és un espai multidisciplinar que vol donar suport a la innovació, creativitat i talent local. L'espai de la Fàbrica de Creació serveix d'oficina per a les entitats culturals del barri i alhora com a espai d'assaig i residència per artistes i companyies de tot tipus. Però sobretot, la Fabra i Coats estava destinada a convertir-se en un revulsiu cultural al barri de Sant Andreu, un espai pioner que generés activitats i vida a la zona, i així va néixer amb una clara vocació internacional.

Tot això ho ha de fer juntament amb els altres equipaments projectats al recinte fabril; molts d'ells, pendents de construcció. De moment, el recinte compta amb espais per diferents associacions, a més del Centre d'Art Contemporani, la sala polivalent Espai Josep Bota, l'escola bressol la Filadora i el casal del barri; també hi ha projectats un institut d'educació secundària, habitatges de lloguer municipals i l'escola Can Fabra, a més d'un espai per aparcament.

Context geogràfic

La Fabra i Coats es troba al vell mig del districte de Sant Andreu, antic municipi de Sant Andreu del Palomar que es va annexionar a Barcelona l'any 1897. Abans d'això però, el municipi havia passat de tenir una economia agrícola a industrial a través de la instal·lació de fàbriques tèxtils com la Fabra i Coats, la Maquinista Terrestre i Marítima o la Industrial Harinera Barcelonesa (“Sant Andreu de Palomar, el meu poble,” 2014). A partir de la dècada del 1950 el barri pateix un ràpid creixement que fa que deixi enrere la seva municipalitat i dona lloc a la confluència de nous i vells equipaments. A més, avui en dia, Sant Andreu compta amb nombroses associacions que conformen un ric teixit cultural que vetlla per mantenir la seva identitat i el seu passat reivindicatiu.

El IX districte de la ciutat està preparat per acollir l'arribada de l'AVE a l'estació de la Sagrera, fet que pot donar-li un impuls turístic semblant al que ha patit la vila de Gràcia, tot i que és el districte amb menys places d'allotjament hotel·ler de la ciutat (Ajuntament de Barcelona, 2014). De fet, el districte de Sant Andreu té el seu propi Pla Turístic, que ha desenvolupat l'Ajuntament de Barcelona i en el qual la projecció de la Fabra i Coats és un dels eixos principals. Segons el Pla, el recinte és un aparador de la història del districte i un atractiu en si mateix. A la llarga, aquest preveu desenvolupar un projecte d'usos turístics i culturals, encara per definir.

Dos dels eixos principals del Pla a desenvolupar al barri són el relacionat amb el patrimoni industrial i la posada en valor de la cultura creativa a través de la dinamització dels espais de creació i les activitats culturals que hi tenen lloc. A través del programa “les 10 Barcelones” de l'ajuntament, aquest ens ofereix tres rutes pel barri: una verda, una arquitectònica i una gastronòmica (Ajuntament de Barcelona, 2014).

Polítiques de gestió

La gestió és 100% municipal i per tant, els seus 6 treballadors treballen per l'Ajuntament de Barcelona.

Oferta

Bàsicament, la Fàbrica de Creació de la Fabra i Coats serveix com a viver d'assaig i espai a disposició d'artistes i companyies.

Acull companyies que hi tenen un espai d'assaig i d'altres que assagen per funcions concretes, com per al festival Grec i la Mercè.

A banda, s'hi celebren diferents esdeveniments puntuals, com ara:

- El **Festival d'Arquitectura EMe3**, que va tenir lloc el juny del 2013, i en el qual es volia "afavorir la dinamització de l'espai durant les setmanes que seguien a la celebració del festival a través d'una exposició i activitats obertes proposades pels veïns i els associacions del barri (Ara, 2013).
- El **Festival M!RA** de música i arts visuals que se celebra a la Fabra i Coats cada any, a banda d'altres escenaris.
- **Festival Mixtur**, centrat en la música i nous llenguatges musicals.

Aquests són alguns dels esdeveniments que acull la Fabra i Coats a banda d'estrenes i espectacles de teatre i dansa. A més, el pròxim més d'octubre tindrà lloc a la Fabra i Coats un congrés de fàbriques de creació a nivell mundial¹⁰.

Usuaris:

Per la seva joventut, no hi ha xifres de visitants oficials de visitants als actes organitzats a la Fabra i Coats.

¹⁰ Segons la informació facilitada per la coordinadora de la Fabra i Coats, Maria Masoliver.

Estratègies de comunicació:

La Fabra i Coats no compta amb un pla de comunicació definit. Si ens referim a les eines concretes, l'espai compta amb pàgina web i newsletter. Tot i així, la primera no té un domini propi, sinó que es troba dins de l'ICUB. Hem observat que la informació no està actualitzada, hi ha problemes d'accés als continguts, i la informació es presenta de manera desordenada. En quan als continguts, no és una pàgina usable. No presenta un calendari d'activitats futures, sinó les que tenen lloc actualment o ja passades, cosa que dona una imatge descuidada de la institució.

Tot i així, és cert que l'Ajuntament ha inclòs el conjunt del recinte dins el nou mapa turístic de la ciutat i per tant, tot el recinte es troba inclòs en les campanyes de comunicació que l'Ajuntament de Barcelona faci en aquest sentit.

Projecte turístic:

La Fàbrica de Creació en sí, fins al moment no s'ha plantejat oferir productes turístics o publicitar-se com a tal. Tot i així, tal com hem explicat, l'Ajuntament de Barcelona ha decidit incloure-la en els nous itineraris turístics de la ciutat. En aquest sentit, el Museu d'Història de Barcelona (MUHBA) fa recorreguts guiats pel recinte i a més, l'espai Bota acull l'exposició "Fabra i Coats fa museu", que mostra els testimonis de la història de la Fabra i Coats de Sant Andreu recuperats pels Amics de la Fabra i Coats. Aquest però, no passa per la Fàbrica de Creació.

La pàgina web actualment es troba en català, castellà i anglès. L'estratègia 2.0 és nul·la. No estan presents a les xarxes socials. Tal com hem assenyalat amb anterioritat, el projecte té entre els seus objectius la internacionalització. En aquest sentit, la Fabra i Coats acull residència internacionals. Actualment, hi ha artistes de Mèxic i els Estats Units. Un potencial que es podria aprofitar a nivell turístic o de comunicació.

Actualment, el centre no compta amb voluntat turística i no s'ha plantejat obrir el centre a visites externes, segons la coordinadora Maria Masoliver, tot i que el projecte es troba en un nivell molt inicial. El fet que el recinte fabril es vulgui

promocionar a nivell turístic i l'existència del Museu just al costat de la fàbrica, fa que l'espai es trobi integrat en un espai amb pretensions turístiques.

11.b. L'ESCOCESA

Introducció

El conjunt industrial de l'Escocesa data del 1852 (Associació d'Idees, 2014). El 1885 s'hi va instal·lar la primera fàbrica tèxtil (Aparicio Puentes, 2011). Després, el recinte industrial és ocupat per diferents empreses com ara la Fàbrica Nacional de Colorantes y explosivos o la Jonhston, Shields i CIA- La Escocesa, que ha acabat donant nom al conjunt. Després del seu abandonament, el 1999 es va convertir en un espai de creació i punt de trobada d'artistes provinents d'altres espais desapareguts al Poblenou. El 2006, el complex és adquirit per l'empresa Renta Corporación per construir-hi pisos i oficines de manera que el 2007 el recinte es queda sense els artistes que l'ocupaven. Però aquell mateix any, l'Ajuntament aprova el Pla per a la renovació de l'illa on es cataloga l'Escocesa com a Patrimoni Industrial. D'aquesta manera es conserven dues naus del complex per a ús públic, que s'afegiran al programa Fàbriques de Creació.

Funció

L'Escocesa s'autodefineix com un centre de producció artística multidisciplinar enfocat a les arts visuals.

La fàbrica posa a disposició dels artistes espais per a tallers, potencia la seva mobilitat i els acompanya en la presentació de la seva obra per tal de:

- Difondre i oferir el servei de tallers, espais, equips i materials per a la creació.

- Afavorir la formació, difusió i promoció dels treballs dels residents.
- Afavorir la professionalització i millora de les seves carreres artístiques.
- Promoure el coneixement del projecte entre els ciutadans
- Desenvolupar un programa d'intercanvis amb entitats i artistes internacionals.

Context geogràfic

L'Escocesa es troba al districte de Sant Martí que, igual que Sant Andreu, era un municipi independent que es va annexionar a Barcelona el 1897 (Marrero, 2003). El barri era una de les zones tradicionalment industrials de Barcelona fins als anys seixanta en que, tal com hem dit, les fàbriques es traslladen als polígons industrials i abandonen els recintes fabrils de la ciutat, deixant una bona representació de patrimoni industrial a la zona.

El Poblenou ha patit una de les transformacions més grans de tots els districtes de Barcelona que es va iniciar als anys vuitanta com ara la construcció de la Vila Olímpica, que va concentrar el 32% de les inversions que es van fer en aquella època pre-olímpica, i que va fer que entre els anys 1982 i 1996 es posessin en marxa 16 plans urbanístics a la zona (Marrero, 2003). Entre aquests plans, tal com hem comentat amb anterioritat, trobem la creació del districte 22@, per tal de convertir la zona en un districte dedicat a la tecnologia i la innovació, que va portar a la destrucció de part del patrimoni industrial que es va transformar en grans protestes i mobilitzacions veïnals per a la seva conservació. Destacable és el cas de Can Ricart que es va salvar gràcies a intenses manifestacions per part dels veïns.

Actualment, el passat industrial de Sant Martí és un dels reclams de la zona a nivell turístic, tal com mostra el fet que la ciutat de Barcelona apel·la a les seves xemeneies o edificis com la Farinera o Ca l'Aranyó per promocionar la zona, que es descriu com la "Silicon Valley barcelonina" (Ajuntament de Barcelona, 2014).

Model de gestió

El 2008 l'ajuntament cedeix la gestió de l'espai a l'Associació d'Idees, un grup d'artistes de diferents disciplines, que aplica un model d'autogestió de manera que cada artista que integra el centre paga una quota de 100 euros mensuals.

Actualment l'equip de gestió està format per dues persones.

Oferta

L'Escocesa ofereix estudis-tallers per al treball en les arts plàstiques, especialment pintura i plàstica, en forma de residències temporals. Disposa de 22 tallers en funcionament i d'altres espais. Aquests es divideixen en espais de curta i llarga durada. També compta amb una impremta, una sala d'exhibició, l'espai M,.

Acull activitats vàries com:

- Festival de murals (els murals o grafitis són una de les senyes d'identitat de l'espai) està destinat a professionals del mural i hi participen artistes internacionals.
- Tallers oberts tallers formatius a càrrec dels artistes que formen part de l'Escocesa, centrats en la il·lustració, el gravat, portfoli i retrat. El FAD organitza tallers oberts als ciutadans que tenen lloc a l'espai.
- Festival Mirada de Dones que fa visible el paper de la dona en el món de l'art
- L'espai M acull diverses exposicions
- Festival d'Arquitectura 48 h open house Barcelona.
- Intercanvis amb centres de producció artística europeus. El 2013 amb Bulgària, Anglaterra i Suïssa. Artistes venen aquí i a l'inrevés.
- També és escenari d'alguns rodatges de publicitat.

Usuaris

Actualment hi ha 23 artistes residents.

Número d'assistents a les activitats i tallers l'any 2013: 3.629.

Segons l'espai, un 50% de visitants de l'espai són de fora de Barcelona.

Comunicació

L'Escocesa es promociona bàsicament a través de les estratègies 2.0. Té pàgina web pròpia, sota el domini www.laescocesa.org, que el 2013 va rebre un total de 17.710 visites.

A més, és present a les xarxes socials. Compta amb 2599 seguidors a Facebook, que va doblar l'últim any, ja que el 2012 en tenia 1420. El seu compte de Twitter, creat el 2013, té 230 seguidors, mentre que a Flickr en té 150. Per altra banda, també es comunica amb els seus seguidors a través d'una newsletter que té 1222 subscriptors. El 2012 eren 1142. A banda de les xarxes socials, durant el 2013 s'han editat postals i díptics per a esdeveniments concrets.

Pla turístic

No té pla turístic però si fan algunes activitats encaminades a atraure visitants com ara acollir tallers per al districte coordinats per l'Escocesa que inclouen activitats com ara visites guiades a càrrec de l'artista Juan Francisco segura. A més, ofereixen visites de caire acadèmic a l'espai, prèvia demanda, per a escoles, universitats, etc, que duen a terme membres del grup de gestió o artistes, segons el caire de la visita.

A més, el festival d'arquitectura 48 h open House Barcelona consisteix en obrir les portes de 160 edificis de la xarxa Open House WorldWide arreu com ara a Londres, Dublín, New York, Chicago, Tel Aviv, o Hèlsinki. L'Escocesa també obre les seves portes amb visites guiades.

Tot i no tenir un pla turístic concret, la Escocesa està oberta a rebre visites i fer visible el seu projecte a aquelles persones interessades, ja siguin barcelonins o visitants, segons converses mantingudes amb l'adjunta de coordinació, Yolanda Jiménez. La gestió turística de l'espai no està professionalitzada ni es duen a terme estratègies de comunicació en aquest sentit, però l'obertura de l'espai es troba entre els objectius de l'espai, fet que fa que s'hi puguin desenvolupar projectes d'aquest caire.

12. Anàlisi DAFO

Per tal de proporcionar una anàlisi més acurat, hem determinat un anàlisi DAFO de la Escocesa i la Fabra i Coats en relació al seu potencial turístic.

DEBILITATS	AMENACES
Les zones on es troben les dues fàbriques són poc turístiques	Barcelona ja compta amb una oferta turística consolidada
La falta de voluntat turística dels espais	La mala imatge del turisme a Barcelona estesa entre els seus ciutadans
Falta de plans de comunicació concrets en especial a la Fabra i Coats	La Fabra i Coats és 100% pública, i per tant, depèn de les subvencions, que tenen assegurades
Les fàbriques no treballen en xarxa	
El fet que no comptin entre el seu personal amb tècnics en turisme o similars	
No compten amb els serveis necessaris	

per rebre turistes	
FORTALESES	OPORTUNITATS
<p>El potencial i valor arquitectònic dels recintes</p> <p>Existència d'un programa d'activitats anual</p> <p>La joventut de la Fabra i Coats, que deixa molt marge a implantar noves iniciatives.</p> <p>Grans espais als quals donar més ús i fins i tot, llogar</p>	<p>El fet que les institucions volen diversificar el turisme a la ciutat cap a noves zones i espais</p> <p>Qüestionament del model turístic de Barcelona obert a canvis i noves propostes</p> <p>Context turístic de Barcelona, que rep milions de visitants anuals i per tant, existeix un gran nombre de turistes potencials a la ciutat</p> <p>Existència d'un turisme alternatiu que busca una altra cara de la ciutat</p> <p>El potencial creatiu dels artistes residents</p>

13. ÀNALISI I PROPOSTES

Així doncs, després d'estudiar les característiques i objectius de les dues fàbriques i dur a terme un anàlisi DAFO per veure les seves possibilitats turístiques, creiem que és necessari establir una sèrie de propostes que es podrien adequar als espais per tal d'aprofitar el seu potencial turístic. Així, mentre la Fabra i Coats, per les característiques de l'espai i la seva forma de gestió, és més procliu a convertir-se en un espai turístic, pensem que l'Escocesa, per les seves característiques, és un centre més complicat d'adaptar. Tot i així, creiem que hi ha propostes que es poden adaptar a un i altres espai per acollir visitants, sense que les fàbriques i els seus membres es vegin amenaçats per grans canvis i de manera que aquesta activitat generi ingressos econòmics que puguin revertir en la millora dels espais, finançament de nous projectes o ampliació de la plantilla.

✓ **Basar la seva estratègia turística en el turisme creatiu.**

Tal com assegura Richards (2003), el turisme cultural s'ha convertit en una víctima del seu propi èxit. Aquest èxit ha fet que a tot arreu s'hagin desenvolupat museus, centres i itineraris similars o idèntics de manera que ja no hi ha lloc per la diferenciació, i afegeix: "Els consumidors ja no estan satisfets tenint les mateixes experiències que la resta i visitant els llocs que cal veure de manera passiva. Volen tenir experiències úniques que els permetin involucrar-se en l'experiència" (Richards, 2003: 2). És per això que creiem que les fàbriques de creació, com el seu nom indica, són espais ideals per desenvolupar-hi activitats relacionades amb el turisme creatiu.

En aquest sentit, l'Escocesa i al Fabra i Coats poden dedicar espais a l'ensenyament de les disciplines que s'hi practiquen. Una activitat que també serviria per donar recursos i promocionar els artistes i companyies que hi participin. Per tal d'oferir una oferta de qualitat, creiem que cal que les fàbriques s'especialitzin i busquin l'excel·lència, objectiu que ja es marcava a

l'origen del programa de les fàbriques de creació. D'aquesta manera, l'ensenyament que ofereixin serà un reclam en si mateix. Caldrà segmentar el mercat, decidir si volem oferir cursos a tots nivells o cursos de curta durada i seminaris per a professionals. Aquesta segmentació determinarà el tipus de turista a qui ens dirigirem. Un turista que no només observa sinó que s'implica i es mescla en el projecte.

Segons l'OCDE (2009), els llocs han de desenvolupar, atraure i retenir a persones creatives que puguin estimular la innovació i desenvolupar indústries intensives en tecnologia que potenciïn el creixement econòmic. Creiem doncs, que atraient persones interessades en la creativitat pot ajudar atraure un tipus de turisme que dinamitzi el barri i ajudi a dibuixar la ciutat del disseny que les institucions s'esforcen a projectar. A més, creiem que és un turisme poc intrusiu i que es pot limitar en nombre a través de les places que oferim.

Aquesta és una activitat que es podria desenvolupar tan a l'Escocesa com a la Fabra i Coats, ja que les dues tenen espais per fer-ho. A l'Escocesa, podrien ser els mateixos socis els que ofereixen els cursos que estarien relacionats amb temes plàstics. Tot i així, centrar-nos en el turisme creatiu no significa que aquest no es pugui complementar amb altres productes de turisme cultural. Per tant, podem dur a terme altres estratègies que veurem més endavant.

✓ **Construcció d'un alberg juvenil a la Fabra i Coats/residència d'artistes i restaurant**

Creiem que per les grans dimensions del recinte de la Fabra i Coats i els edificis pendents de restaurar, seria possible que el recinte acollís un alberg juvenil. Aquesta és una proposta que va més enllà de la fàbrica de creació, però la complementa. Tal com hem comentat amb anterioritat, un dels usos que s'ha donat a alguns edificis industrials ha estat convertir-los en habitatges o hotels. Una idea que podria adaptar-se a aquest espai. D'aquesta manera, l'alberg i la fàbrica es retroalimentarien, a més dels altres

serveis del recinte com el Museu d'Art Contemporani o l'Espai Bota. Tot cobraria una idea més global. De fet, aquells que s'hi allotgin poden visitar la fàbrica i el museu fàcilment sense oblidar l'atractiu que suposa d'allotjar-se en un edifici ple d'història. Per altra banda, els artistes provinents d'altres indrets que estiguin fent una residència o activitats de turisme creatiu, podrien establir-se a l'alberg que també podria funcionar com a residència d'artistes. Són molts els recintes industrials que compten amb allotjament pels visitants, com ara Ironbridge o la Vall del Ruhr, que ofereixen diverses opcions als seus visitants.

Per altra banda, creiem que l'alberg es podria complementar amb un restaurant, que a banda de donar servei a l'alberg, ho faria a la fàbrica i a tot el recinte. En aquest cas, també són molts els espais que compten amb cafeteria o restaurant. Un exemple és la mina de carbó de Zollverein, a Alemanya, o sense anar més lluny, la Fundació Palo Alto, a Barcelona, que tot i ser privada, compleix una funció semblant a la de les fàbriques de creació.

Tot plegat, podria servir a la vegada per dinamitzar el recinte, que presenta un aspecte deixat i solitari, i de retruc, el barri de Sant Andreu. Es tractaria d'un alberg que atrauria artistes i visitants que busquin allotjar-se lluny del centre i que per tant, interessats en conèixer altres parts de Barcelona.

✓ Creació de xarxa amb les fàbriques de creació de Barcelona

Creiem que per dotar les fàbriques d'un ús turístic cal que aquestes treballin en xarxa. Tot i que la creació de rutes és una proposta que pot semblar tronada, caldria donar-li un gir. Per això, cal crear un o varis *storytelling*, segons la segmentació del mercat, que doni sentit i continuïtat al projecte. Aquest es pot basar, per una banda, en el passat industrial de les instal·lacions. En aquest sentit, creiem que una bona idea seria oferir visites guiades en que els guies fossin antics treballadors de les fàbriques, tal com ja es fa en alguns punts com la Fàbrica Siderúrgica Volklingen, a Alemanya, o

en un altre sector, a la presó de Roben Island, a Sud-àfrica, on els guies són antics presos. Aquest fet aporta valor a la visita i ens permet conèixer aspectes que no ens proporciona un guia turístic oficial com ara les condicions de treball que s'hi vivien o com es va viure la seva desaparició. Per altra banda, podem construir un relat al voltant de la Barcelona creativa, que el visitant podria descobrir visitant diverses fàbriques de creació on es veu de primera mà el potencial creatiu de Barcelona. En el cas de la Escocesa, el projecte va en sintonia amb el projecte Poblenou Urban District, una associació sense ànim de lucre que impulsa la creativitat a la zona. En aquest sentit, a Nova Zelanda ja existeix la *Creative Tourism Network of New Zealand*, una ruta centrada en l'“autèntica” cultura maori. Aquesta ruta podria incloure algun taller o presenciar un assaig.

✓ Assajos oberts

Si ens apropem a la teoria de Mc Cannel (1973), el turista viatja buscant allò real o allò que creu que ho és. Així doncs, si un dels factors que mouen els turistes és la cerca d'autenticitat, podem oferir al turista una visita que no només se centri en el continent sinó també en el contingut, en allò que hi passa ara. Si les caves Codorniu de Sant Sadurní d'Anoia atrauen cada any 140.000 visites (“Turismo industrial, el viaje de la curiosidad,” 2008) per veure el seu funcionament i la fàbrica Coca-Cola a Atlanta, EUA, és visitada per més de 3.000 persones diàriament (“Turismo industrial, el viaje de la curiosidad,” 2008) significa que hi ha una demanda per veure els processos de producció. És per això que el fet de poder assistir a assajos de les companyies podria aportar valor a la visita i promocionar, a la vegada, els artistes que hi assagen. Els visitants podrien veure en primera persona la funció de les fàbriques, allò que s'hi fa, fent-los partícips d'aquest procés. S'ofereix al visitant que s'apropi a la realitat dels espais, no a una funció feta per ells, sinó assistir al procés creatiu d'un espectacle de teatre a la Fabra i Coats, per exemple, i al procés de pintar un mural a la Escocesa.

✓ **Escenari de salons i actes**

Els espais de les fàbriques de Creació són grans i oberts, amb caràcter propi, que permeten acollir un gran nombre de persones, molt superior al que tenen actualment. Aquest fet també es trasllada al seu exterior, a l'espai que ocupa el total del recinte fabril, en el cas de la Fabra i Coats. Per això, creiem que aquests podrien ser escenari d'esdeveniments puntuals relacionats amb el món dels congressos i les fires. Les fàbriques de Creació tenen actualment una estreta relació amb la cultura i els seus espais tenen més caràcter que altres recintes de la ciutat. Per això, podrien acollir esdeveniments relacionats amb el món de la cultura. Per exemple convertir-se en escenari del Saló del Llibre de Barcelona, que actualment se celebra al recinte de Fira Barcelona; o la celebració d'un mercat de nous dissenyadors paral·lelament a la celebració d'esdeveniments relacionats amb moda com la o8o Barcelona Fashion, que donaria dinamisme a als recintes i a la zona on es troben. D'aquesta manera, a més, es podrien obtenir ingressos del lloguer d'espais.

✓ **Figura d'un tècnic en turisme.**

Per tal de dur a terme aquestes o altres propostes, caldria que els espais comptessin amb un tècnic en turisme o disciplines similars que s'encarreguessin de la gestió turística de l'espai. Caldria crear un pla d'actuació i donar-li continuïtat. En aquest sentit, també és necessari tenir en compte un pla de comunicació, tal com exposen a continuació.

✓ **Intensificar les estratègies de comunicació i màrqueting**

Per tal d'atraure turisme, cal que les fàbriques intensifiquin les seves estratègies de comunicació i màrqueting. Proposem algunes accions que es poden dur a terme en aquest sentit sense un cost elevat:

- Informar del nostre projecte a les editorials de guies turístiques per tal que afegixin el nostre espai a les seves pàgines.

- Convidar *bloggers* de viatges i periodistes internacionals a través de *press trips* per tal que coneguin el projecte i puguin actuar com a portaveus. Aquesta acció es podria fer conjuntament amb l'Ajuntament, per tal d'aprofitar i promocionar altres indrets que aquesta vulgui promocionar.
- Aprofitar les xarxes amb altres fàbriques internacionals. Assegurar-nos que el nostre projecte és present a les rutes industrials d'Europa, crear sinergies amb altres fàbriques de creació aprofitant, per exemple, el potencial dels intercanvis de creadors que fan estances als nostres centres.
- Tenir pàgina web pròpia en el cas de la Fabra i Coats, fet que ens dona credibilitat; i intensificar l'estratègia a les xarxes socials. En tots casos, cal augmentar els idiomes en que presentem la informació. De fet, d'acord el Consell Empresarial de l'Organització Mundial del Turisme (Aguayo, J. L. Caro, & Guevara, n.d.) perquè un lloc web de contingut turístic sigui de qualitat, els continguts s'han d'oferir en varis idiomes. A més, així ens assegurem que la informació és entesa per qualsevol que visiti la pàgina, una estratègia que cal aplicar a la newsletter. La pàgina web s'ha d'actualitzar i "animar" diàriament. També cal assegurar-nos que apareixem als cercadors en les primeres posicions quan un possible turista utilitza paraules clau que poden estar relacionades amb nosaltres com ara "Barcelona", "cultura", "tallers", "cursos teatre", etc.
- Alendar els turoperadors i agències de viatges que ofereixin productes alternatius per tal que ofertin els nostres productes.
- Presentar el nostre projecte turístic, un cop elaborat, a concursos i premis que ens donarien notorietat i són garants de qualitat, com ara els Premis de la OMT a l'Excel·lència i la Innovació en Turisme.

Una estratègia de comunicació és bàsica per donar a conèixer el nostre projecte i hi ha algunes accions com les esmentades que no necessiten d'un pressupost elevat. Cal saber a qui ens dirigim per adaptar el missatge i el canal que hem d'utilitzar.

Aquestes propostes donarien resposta a algunes de les debilitats dels espais a l'hora que aprofitarien les oportunitats turístiques de la ciutat i els plans de les institucions per diversificar el turisme tant cap a barris nous com en el tipus de turisme que atrauríem. El treball en xarxa i la figura d'un tècnic ajudarien a dur a terme aquesta transformació mentre que el turisme creatiu i els assajos oberts implicarien a la comunitat artística en un format turístic pot intrusiu que reportaria uns ingressos que es podrien revertir en la millora dels espais o l'augment del personal i que donarien més autonomia econòmica a les fàbriques.

Però per a fer-ho possible, caldria també una millora dels serveis, que han d'estar preparats per a rebre visitants. Aquest canvi passaria per una millor senyalització dels espais, en especial de la Escocesa que no està indicada en cap indret del barri; habilitar espais de descans al recinte de la Fabra i Coats, que presenta un aspecte descuidat així com habilitar la zona d'aparcament; habilitar una zona de bar o de refrigeri en ambdós casos; millorar la forma de recepció: en concret, el recinte de la Fabra i Coats no té punt d'informació i la recepció de la fàbrica de creació es troba al primer pis de manera que quan s'accedeix al seu interior, no hi ha ningú per rebre'ns i informar-nos. Cal millorar la benvinguda i tenir en compte els diferents idiomes dels nostres visitants a l'hora de rebre'ls i en la informació que se'ls pugui facilitar en qualsevol format.

14. CONCLUSIONS

En una ciutat com Barcelona, on milions de persones visiten a diari els emblemes més coneguts de la ciutat, és difícil canviar els hàbits i la imatge que aquesta ha anat cultivant al llarg dels últims anys.

A l'inici d'aquest treball es plantejaven diversos objectius d'investigació com ara conèixer la importància de les fàbriques de creació en general, i de la Fabra i Coats i l'Escocesa en concret, en el mapa turístic de Barcelona i veure si aquestes són focus d'atracció turística. En aquest punt creiem que podem assegurar que a hores d'ara,

les fàbriques de creació no es troben en el mapa ni en l'ideari turístic de la ciutat de Barcelona sinó que actualment, els espais són utilitzats i promocionats com espais de creació i en aquest sentit, no ofereixen productes turístics concrets, activitat per a la qual tampoc estan preparats a hores d'ara.

Al llarg d'aquest procés, sí que hem pogut esbrinar l'origen de la creació d'aquest dos espais dins aquest nou context de revalorització del patrimoni industrial i de lluita veïnal que va patir la ciutat. En aquest sentit, el programa de les Fàbriques de creació per donar resposta a l'abandonament d'aquests espais en una època de valorització d'aquest patrimoni. Un projecte que alhora va contribuir a donar un impuls a la creació a Barcelona. L'assoliment d'aquests objectius però, han estat desiguals.

Podríem dir que a nivell turístic els espais només estan contemplats pel seu valor arquitectònic, especialment el cas de la Fabra i Coats, on s'ofereix la possibilitat de visitar el recinte fabril tot i que la visita no inclou la fàbrica de creació. L'espai s'inclou dins les rutes pel districte de Sant Andreu com un espai de pas i observació exterior. Tot i així, tal com hem explicat, el recinte no sembla preparat per a rebre visitants. Sembla que l'Ajuntament, en el seu afany d'expandir el turisme, s'ha llançat a la promoció de nous espais que existeixen però que a hores d'ara, no ofereixen els serveis mínims que un visitant podria requerir.

No ens hem de sorprendre de que les fàbriques de creació no comptin amb una voluntat turística clara en un context d'expansió turística ja que aquesta no és la seva raó de ser ni el motiu pel qual van ser creades. Si que és estrany però, que aquesta possibilitat no s'hagi contemplat i que els espais no comptin amb eines com ara estudis de perfil de visitants que assisteixen a les activitats que s'hi desenvolupen. En el cas de la Fabra i Coats, a hores d'ara, tampoc hi ha un recompte de visitants ni xifres oficials, o almenys no se'ns ha facilitat. Pensem que aquest fet es deu a que la Fabra i Coats va ser creada del no res, sense una associació d'artistes al darrere, com en el cas de la Escocesa, que té un interès real en el funcionament de la fàbrica i en l'assoliment d'objectius. La Fabra i Coats sembla més una solució al problema d'un espai en desús que en un moment determinat, es va haver de conservar a causa de les reivindicacions veïnals. Els projectes de la Fabra i Coats entre els quals es troba la fàbrica de creació, es va presentar com un gran

projecte cultural i artístic però pensem que de moment no ha assolit ni de bon grat, alts nivells de funcionalitat ni d'interacció amb el barri. El fet que sigui de titularitat 100% municipal tampoc ajuda a que els seus treballadors s'impliquin en el projecte de manera tan activa com en la Escocesa, on els mateixos socis són artistes i part del pressupost prové de les activitats que s'hi realitzen. Potser per això la Escocesa està fent tímids passos cap a una possible obertura turística. De moment, aquesta fa visites guiades acadèmiques i tallers oberts a diferents nivells, fet que podria donar lloc a un possible ús turístic en aquest sentit que caldria desenvolupar, estructurar i promocionar.

Per altra banda, un dels objectius del programa fàbriques de creació és la internacionalització. En aquest sentit, s'assegura que “només són motor de desenvolupament local si propulsen projectes en els circuits internacionals i fomenten el posicionament i projecció d'una determinada identitat, visió i segell propi”. Aquest esdevé un objectiu poc realista si no es creen eines per assolir-lo. Més enllà d'acollir residències d'artistes estrangers, no se segueix cap estratègia en aquest sentit. De fet, creiem que el fet de definir uns estàndards de qualitat ajudarien a definir aquesta visió i segell propi i ajudarien a les fàbriques a trobar la seva identitat. Una identitat que podria servir per dur a terme projectes de turisme creatiu com els que hem explicat amb anterioritat.

Les dues fàbriques estudiades no han aconseguit integrar-se del tot en les rutines de la ciutat i són encara, espais llunyans, que es visiten puntualment. Per tant, els objectius que es van definir en el moment de la creació del programa, s'haurien de revisar i basar en un pla de treball concret. Aquests es presenten, a hores d'ara, poc específics. A més, caldria més personal per assolir objectius més ambiciosos.

Tal com hem observat, Barcelona basa la seva estratègia turística en la cultura, fet pel qual creiem que aquests espais podrien trobar el seu encaix a la ciutat. Paral·lelament, la tendència del turisme actual és la de buscar espais allunyats dels fluxos turístics, autèntics reductes de la ciutat amagats de la mirada d'altres turistes com nosaltres. En aquest sentit, i també en sintonia amb els plans de l'Ajuntament per estendre el turisme a nous districtes, la Escocesa i la Fabra i Coats podrien aportar el seu gra de sorra a quest fi. Els de Sant Andreu i Sant Martí són barris poc explotats turísticament. A més, el Poble Nou és el districte dedicat a la tecnologia,

les noves empreses, l'educació... de manera que un nou projecte turístic podria aportar valor afegit al barri. Aquestes propostes però, s'haurien de dur a terme en paral·lel amb altres accions dirigides als ciutadans de manera que aquestes també sentissin el projecte com a seu per tal que realment complissin la funció d'esdevenir dinamitzadors del barri. Una funció que La Escocesa compleix en part, actuant com a centre de cursos i tallers. No es pot caure en l'error, com ha passat en altres espais, d'expulsar els locals que tant han lluitat per salvar aquests espais.

A més, si ens fixem en el Pla Estratègic de Cultura 2006, veurem que el projecte turístic i la promoció de les fàbriques podria donar resposta a algunes de les línies d'actuació que ja es marcaven en aquell moment com “dinamitzar el conjunt patrimonial de Barcelona” (Ajuntament de Barcelona, 2006) que es veuria reforçada amb la dinamització turística de les fàbriques. De retruc, també incidiria en altres objectius del pla com ara “enfortir Barcelona com a factoria de producció de continguts culturals” (Ajuntament de Barcelona, 2006) especialment amb les propostes de turisme creatiu i el creixement artístic que podrien experimentar les fàbriques si augmenten els seus usuaris i la seva visibilitat a nivell internacional. Aquest fet, aniria lligat a la “proximitat i excel·lència en la producció cultural” amb l'establiment d'uns estàndards de qualitat que definirien l'ensenyament que consta en l'aparat de propostes.

Tot i així, per tal d'obrir aquests espais al turisme caldria una voluntat per part de les fàbriques de creació. La Fabra i Coats, en ser de titularitat municipal, dependria totalment de l'Ajuntament de Barcelona. Creiem però, que la Escocesa es podria mostrar reticent a obrir les seves portes a segons quins usos turístics. El turisme no gaudeix d'una bona opinió a Barcelona i tot allò turístic és vist de manera pejorativa. És per això que caldria buscar un tipus de turisme amb el qual els membres dels espais se sentissin còmodes com els que hem proposat.

Aquesta tasca també passaria per incloure professionals del turisme entre la plantilla dels espais, així com professionals de la comercialització i la comunicació turística, bàsics per donar a conèixer el nostre producte.

Així doncs, creiem que la Fabra i Coats, per les seves dimensions i relativa joventut, podria encaixar en un projecte turístic amb facilitat tot i que requeriria de grans

inversions. Un projecte que no s'hauria de limitar a la fàbrica de creació sinó que hauria de plantejar-se de manera global a tot el recinte. Mentre aquest model serviria per la Fabra i Coats, La Escocesa hauria de comptar amb un projecte més tímid, acollint grups més petits de visitants que hi fessin tallers o assistissin a assajos oberts, a banda de convertir-se en lloc de pas d'alguna ruta patrimonial o creativa. Aquest últim s'acostaria més a les rutes acadèmiques que ja duen a terme de la mà, en molts casos, d'artistes residents.

Aquesta investigació s'ha limitat doncs, a aquests dos espais fabrils, però en un futur podria ampliar-se a la resta de fàbriques de creació de Barcelona, de manera que comprovéssim si hi ha alguna fàbrica de creació que està fent passos per a convertir-se en un espai turístic o si ja exerceix com a tal. La investigació podria donar lloc a una proposta turística per al conjunt d'espais que formen part del programa. Per altra banda, el treball ens podria portar a crear un pla turístic exhaustiu per la Fabra i Coats o la Escocesa, basant-nos en les propostes aquí esmentades, si existís la voluntat de tirar endavant un projecte turístic com el que aquí es proposa.

15. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

- Abad, C. J. P. (2004). La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial. *Treballs de La Societat Catalana de Geografia*, 57, 7–32.
- Aguayo, A., J. L. Caro, S. G., & Guevara, A. (n.d.). Sistema para el análisis y la promoción de destinos turísticos en Internet. Málaga. Retrieved from <http://www.lcc.uma.es:8080/repository/fileDownloader?rfname=LCC905.pdf>
- Ajuntament de Barcelona. (2006). Pla Estratègic de Cultura 2006. Nous Accents. Barcelona. <http://www.bcn.cat/plaestrategicdecultura/>
- Ajuntament de Barcelona. (2014). Pla de Turisme del Districte de Sant Andreu. Barcelona.
- Ajuntament de Barcelona, Institut del Paisatge Urbà i la qualitat de vida, FAD, & Col·legi d'Arquitectes. (2003). Ruta del disseny BCN. Retrieved July 05, 2014, from http://www.rutadisseny.com/PagBase.aspx?id_intros=1
- Ajuntament de Barcelona, & Turisme de Barcelona. (2011). *Pla Estratègic de Turisme de la Ciutat de Barcelona 2015*. Barcelona.
- Ajuntament de Barcelona. 22@ Barcelona. (2014). Retrieved July 20, 2014, <http://www.22barcelona.com/content/blogcategory/49/280/>
- Aparicio Puentes, M. G. (2011). *Producción cultural como motor de desarrollo urbano. El caso del programa Fàbriques de Creació de Barcelona*. Universitat de Barcelona.
- Ara. (2013). La Fàbrica de Creació Fabra i Coats guanya el Premi Ciutat de Barcelona. *Diari Ara*. http://www.ara.cat/barcelona/Fabrica-Creacio-Premi-Ciutat-Barcelona_o_862114033.html

- Arlet, J., Maria, B., & Tobar, V. A. (20102). Fabra i Coats, una lluita veïnal amb futur en construcció. *Sant Andreu de Cap a Peus*, 561. Retrieved from http://www.avvsantandreu.cat/pdf/capapeus/decapapeus_2011_04_560.pdf
- Associació d'Idees. (2014). La Escocesa, centre de creació. Retrieved July 02, 2014, from <http://www.laescocesa.org/ca>
- Barcelona, A. de. (2014). Barcelona Inspira. Retrieved July 26, 2014, from <http://inspira.barcelona.cat/>
- Benito del Pozo, P. (2002). Patrimoni industrial y cultura del territorio. *Boletín de La A.G.E*, 34, 213–272.
- Bonet, L. (2003). Turismo Cultural: Una reflexion desde la ciencia económica. Barcelona. Retrieved from <http://www.gestioncultural.org/articulos.php>
- Capel, H. (1996). La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 29, 19–50.
- Casanellas, E. (2007). Nuevo concepto de Patrimonio Industrial, evolución de su valoración, significado y rentabilidad en el contexto internacional. Retrieved from http://www.mcu.es/patrimonio/docs/MC/IPHE/BienesCulturales/N7/11-Nuevo_concepto.pdf
- Castro León, J. F. (2003). Calidad y turismo cultural. *Portal Iberoamericano de Gestion Cultural*.
- Checa Artasu, M. M. (2007). Geografías para el patrimonio industrial en España: el caso Barcelona. *Scripta Nova*, XI, núm 24. Retrieved from <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-140.htm>
- Crespí Vallbona, M., & Domínguez Pérez, M. (2013). Urban strategies in tourist places. Cases of Madrid and Barcelona. *ROTUR, Revista de Ocio Y Turismo*, 6, 13–33.

- Donaire, J.A. (2003). La recreació de l'autenticitat en els espais al marge. *Nous usos per a antics espais industrials*. (Universitat de Girona & Museu Industrial del Ter, Eds.). Girona. 103-119.
- Europa Press. (2014a). El Primavera Sound supera els 190.000 visitants malgrat la pluja. *Al Dia*. Retrieved from <http://www.aldia.cat/gent/noticia-amp-primavera-sound-supera-els-190000-visitants-malgrat-pluja-20140531201411.html>
- Europa Press. (2014b). El Sónar supera 110.000 visitants amb un important creixement al Dia. *Al Dia*. <http://www.aldia.cat/arts/noticia-sonar-supera-110000-visitants-amb-important-creixement-dia-20140614170422.html>
- Fernández, M. (2013). Listado completo de restaurantes con estrella Michelin en 2014. *Gastroeconomy*. Retrieved from <http://www.gastroeconomy.com/2013/11/listado-completo-de-la-guia-michelin-espana-portugal-2014/>
- Fraguell Sansbelló, R. M., Llussa Torra, R., & Ribas Palom, A. (2003). *Nous usos per a antics espais industrials*. (Universitat de Girona & Museu Industrial del Ter, Eds.). Girona.
- García, D. A. G., & Badillo, N.-H. R. (n.d.). *Usos turísticos del patrimonio industrial ferroviario en la ciudad de Puebla*. Universidad de las Américas Puebla.
- Generalitat de Catalunya. (n.d.). El MNACTEC i la industrialització de Catalunya. Retrieved from <http://www20.gencat.cat/portal/site/culturacatalana/menuitem.be2bc4cc4c5aec88f94a9710b0coe1a0/?vgnnextoid=6ab4255cb06d6210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=6ab4255cb06d6210VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall2&contentid=49116dc7f1f48210VgnVCM1000008doc1e0aRCRD>
- Govern d'Espanya. (2011). PLAN NACIONAL DE PATRIMONIO INDUSTRIAL. <http://ipce.mcu.es/conservacion/planesnacionales/patrimonio.html>
- Govern d'Espanya. (2012). Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. BOE. Retrieved from <http://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-12534-consolidado.pdf>

Hedrick-Wong, Y., & Choog, D. (2013). *Global destination cities index*. Retrieved from http://insights.mastercard.com/wp-content/uploads/2013/05/Mastercard_GDCI_Final_V4.pdf

Hernandez Martínez, A. (2007). El reciclaje de la arquitectura industrial. Saragoss. Retrieved from http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/EducacionCulturaDeporte/Documentos/docs/Areas/Jornadas/Jornadas_Patrimonio_Industrial/02_El_reciclaje_de_la_arquitectura_industrial.pdf

ICUB. (2013). Museu del Disseny de Barcelona. Retrieved July 04, 2014, from <http://www.museudeldisseny.cat/>

Ironbridge Gorg Museum. (2014). Ironbridge. Birthplace of Industry. Retrieved July 15, 2014, from <http://www.ironbridge.org.uk/>

Jornet, J. (n.d.). Turisme industrial, reflexions i algunes experiències per pensar-hi. *L'erol*, 19–23.

López Palomeque, F. (n.d.). Atlas del turisme a Catalunya. Mapa Nacional de l'Oferta i els Producte Turístics.

Madrid Flores, F. (n.d.). El turismo cultural en los albores del siglo XXI. *Patrimonio Cultural Y Turismo. Cuadernos*, 15–21.

Manito, F. (2008). Cultura i estratègia de ciutat. Barcelona. Retrieved from http://www20.gencat.cat/docs/eapc/Home/Publicacions/Col_leccio_Obres_Digitals/1_Cultura_i_estrategia_de_ciutat/Documents/cultura_i_estrategia.pdf

Marrero, I. (2003). ¿Del Manchester catalán al Soho barcelonés? La renovacion del barrio del Poblenou en Barcelona y la cuestion de la vivienda. *Scripta Nova*, VII, NÚM 1.

MNATEC. (2012). Museu de la Ciència i la Tècnica de Catalunya. Retrieved from <http://www.mnactec.cat/>

- Moreno Cullell, V. (n.d.). La industrialització de Catalunya en el segle XIX. *Sàpiens*. Retrieved from <http://blogs.sapiens.cat/socialsenxarxa/2011/01/03/la-industrialitzacio-de-catalunya-en-el-segle-xix/>
- Pardo Abad, C. J. (2002). Rutas y lugares de patrimonio industrial en Europa: consideraciones sobre su aprovechamiento turístico. *Espacio, Tiempo Y Forma*, IV, 69–94.
- Pitarch, T. (2010). Industrialització i societat en l'Espanya del segle XIX. *Ciències Socials*. Retrieved July 01, 2014, from <http://ccsocials.blogspot.com.es/2010/12/tema-5-industrialitzacio-i-societat-en.html>
- Prat Forga, J., & Canovez-Valiente, G. (n.d.). La importancia del Turismo Cultural en los Destinos Consolidados. La Costa Brava y los Museos de Dalí. *Palermo Business Review*, 129–146.
- Richards, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa. *Instituto de Estudios Turísticos*, 150, 3–13.
- Sant Andreu de Palomar, el meu poble. (2014). Retrieved August 07, 2014, from <http://www.sant-andreu.com/historia/>.
- Terés López, M. (2008). *El patrimoni industrial: conservació i musealització. El cas català*. Universitat de Barcelona.
- TICCHI. CARTA DE NIZHNY TAGIL SOBRE EL PATRIMONIO INDUSTRIAL (2003). Retrieved from <http://www.ticcih.es/wp-content/uploads/2012/03/nizhny-tagil-charter-sp.pdf>
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos*, 4, 175–182.
- Turisme de Barcelona. (2013). *Estadístiques de Turisme a Barcelona i comarques 2013*. Barcelona.
- Turismo industrial, el viaje de la curiosidad. (2008). *SAVIA*, 48–51. Retrieved from http://www.uhu.es/GEIDETUR/archivos/48_savia59_industrial.pdf

Valiente, G. C., & Prat Forga, J. M. (2012). LAS ASOCIACIONES COMO EJE VERTEBRADOR DEL DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL: La red XATIC y el turismo industrial en Cataluña. *AECIT*, 13, 49–56.

Zelig Comunicació (2014). XATIC. Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya. Retrieved from <http://www.xatic.cat/>

