

---

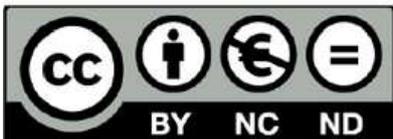
Trabajo Final de Máster

Título:

**Poble Sec: Cultura i Comerç Viu**

Autoras: Irina Bosch Inglavaga, Silvia M<sup>a</sup> Medina Jiménez, Geraldine Sakuda Oshiro

---



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la llicència <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca>

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca>

This doctoral thesis is licensed under the <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ca>





**Poble Sec: Cultura i Comerç Viu**  
Trabajo Final de Máster

**Autoras**

Irina Bosch Inglavaga  
Silvia M<sup>a</sup> Medina Jiménez  
Geraldine Sakuda Oshiro

**Tutora**

Joaquina Bobes González

**Máster Oficial en Gestión Cultural**  
Universitat Internacional de Catalunya

**Curso 2021 - 2022**

Barcelona, 28 de junio de 2022



# 00. ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>	7
<b>01. CONTEXTO</b>	9
1. <b>POBLE SEC Y EL COMERCIO DE PROXIMIDAD</b>	10
◦ Historia de Poble Sec	10
◦ El comercio de proximidad de Poble Sec	12
◦ Justificación	16
2. <b>DATOS SOBRE POBLE SEC</b>	17
◦ Presentación	17
◦ Datos demográficos	18
◦ Datos económicos	19
◦ Entorno social	20
◦ Datos culturales generales del entorno	21
3. <b>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL</b>	24
◦ Definición	24
◦ Importancia para la sociedad	25
◦ Dimensión jurídica	27
4. <b>POLÍTICAS, AGENTES Y PROYECTOS</b>	29
◦ Políticas públicas y culturales	29
◦ Antecedentes relacionados con el proyecto	31
◦ Entidades, asociaciones y proyectos colaboradores	34
5. <b>DIAGNÓSTICO</b>	36
◦ Oportunidades	36
◦ Amenazas	37
<b>02. POBLE SEC: CULTURA I COMERÇ VIU</b>	38
1. <b>INTRODUCCIÓN</b>	39
2. <b>MISIÓN, VISIÓN Y VALORES</b>	40
3. <b>OBJETIVOS</b>	41
4. <b>POSICIONAMIENTO</b>	41
5. <b>ESTRATEGIAS</b>	41
6. <b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	42

<b>03. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>45</b>
<b>POBLE SEC: CULTURA I COMERÇ VIU</b>	
<b>1. PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>46</b>
◦ Actividades	47
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN</b>	<b>52</b>
◦ Acciones de comunicación	52
◦ Calendario de comunicación	56
◦ Presupuesto de comunicación	57
<b>3. MODELO DE GESTIÓN</b>	<b>58</b>
◦ Estructura Jurídica	58
◦ Fichas de Puestos de Trabajo	59
◦ Relación con aliados	61
<b>4. CRONOGRAMA</b>	<b>63</b>
<b>5. LOGÍSTICA</b>	<b>64</b>
<b>6. PRESUPUESTO</b>	<b>65</b>
<b>7. EVALUACIÓN</b>	<b>67</b>
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>68</b>
<b>9. ANEXOS</b>	<b>69</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>73</b>

# PRESENTACIÓN

La protección y preservación de la memoria colectiva favorecen al bienestar de las comunidades, aportan confianza y sentido de pertenencia a los individuos de un territorio, favoreciendo así a la cohesión social.

La actividad comercial de proximidad constituye un factor fundamental de la historia del barrio de Poble Sec, no solo como parte del paisaje urbano, sino construyendo la memoria colectiva a través de los vínculos e interrelaciones que se tejen entre comerciantes y clientes, que son, en suma, vecinos y vecinas que comparten una identidad. Sin embargo, con el efecto de la globalización y el capitalismo, y particularmente con la turistificación y gentrificación de la ciudad de Barcelona, parte del comercio local ha empezado a desaparecer, debilitando así, y casi irreversiblemente, una parte de la historia de cada barrio.

En este sentido, es muy importante preservar el rito cultural de ir de compras al mercado y a los comercios próximos, saludar al panadero y a los vecinos, o tomarse un café en la terraza del bar de la esquina. Estas acciones forman parte de la historia e identidad de cada ciudadano y ciudadana del barrio y de la memoria que buscamos resguardar y proteger a partir de nuestro proyecto **Poble Sec: Cultura i Comerç Viu**; queremos poner en valor el comercio de proximidad de Poble Sec y sensibilizar a sus vecinos y vecinas sobre su importancia y la de los vínculos que se generan como parte de su identidad. Asimismo, pretendemos promover la memoria colectiva de este emblemático barrio como patrimonio cultural inmaterial a salvaguardar.

Por lo tanto, proponemos un proyecto cultural con actividades lúdico-participativas dirigidas a jóvenes, adultos, familias y personas de tercera edad, poniendo especial énfasis en el capital asociacionista de Poble Sec, involucrando a distintas organizaciones y entidades arraigadas en el barrio, con la pretensión y objetivo de que se apropien del programa y lo hagan suyo.





**Las memorias y las simbologías del lugar, en sus diversas formas de manifestación, están cargadas de sentidos que se sobreponen y dan forma al espacio social-urbano, dotando a la ciudad de un significado que va más allá de su cuerpo físico y le otorga vida. Por lo tanto, la memoria no es solamente la relación con el pasado. Es, sobre todo, construcción de identidades.**





## 01. CONTEXTO

# 1. POBLE SEC Y EL COMERCIO DE PROXIMIDAD

## • HISTORIA DE POBLE SEC



Poble Sec es un barrio que destaca por su carácter asociativo y su localización natural privilegiada. Situado al este de Barcelona, cerca de las montañas de Montjuïc, ocupa un espacio que a lo largo de la historia ha resultado significativo para la ciudad.

El crecimiento del barrio comenzó en la Plaça del Sortidor, prevista como asentamiento de la nueva barriada que se estaba construyendo, y con el primer ensanche de la ciudad, el Eixample de Santa Madrona, que se convirtió en el espacio más transitado de Poble Sec. La Calle Blai y la Plaça del Sortidor son un vestigio y buen ejemplo de la vida comunitaria que se generó, compuestas por aceras y calzadas llenas de relatos y de vida que han ayudado a construir la historia de este barrio popular desde finales del siglo XIX hasta la actualidad.

La prosperidad y desarrollo de Poble Sec también estuvieron muy ligados a la industrialización de Barcelona, debido a la proximidad del barrio con el puerto. Esto trajo consigo la construcción de industrias y viviendas cercanas al mismo, lo que propició la creación de un tejido asociativo marcado por la lucha obrera que aún hoy es uno de los elementos característicos de este lugar. En la época de la compañía eléctrica La Canadenca, en las Tres Xemeneies, concretamente en 1919, se realizó una huelga general que puso al barrio en las noticias nacionales. Los obreros hicieron respetar sus derechos laborales y, gracias a ello, la jornada laboral de 8 horas -que hoy en día se sigue- se adoptó en toda España.

Poble Sec se distinguía por dos partes claramente divididas por su estilo y forma de vida. Por un lado, la Avinguda del Paral·lel, conocida como el *Broadway barcelonés*, una avenida llena de locales de ocio y teatros, que abrieron a la ciudad al mundo de la modernidad y la bohemia.



Y por otro lado, la zona de Montjuïc, que destacaba por su tranquilidad y cercanía a la Plaça d'Espanya, lo que atrajo a una gran masa de población a vivir, fomentando el incremento y empoderamiento de la lucha obrera.



Poble Sec siguió creciendo a lo largo de los años y se

convirtió en un territorio en el que se respiraban aires artísticos y bohemios que influyeron en la formación de artistas como, por ejemplo, en la de Joan Manuel Serrat, popularmente conocido como *el noi del Poble Sec*, o en la del reconocido cantautor Jaume Sisa.

Cabe mencionar el papel del barrio durante la Guerra Civil española, ya que fue el primero en recibir algunos de los numerosos bombardeos que padeció la ciudad, lo que conllevó a la creación de la Junta de Defensa Pasiva. Dicha junta era la encargada de salvaguardar la vida de los vecinos y vecinas y de realizar la construcción de refugios, uniéndoles para trabajar en un objetivo común, como sucedió en el Refugi 307.

Actualmente, el patrimonio inmaterial de Poble Sec se puede apreciar también en el Fossar de la Pedrera, en la sección de obras del periodo de la Guerra Civil del Museu Nacional d'Art de Catalunya y de la Fundació Miró, y en las calles, los teatros y los comercios. Estos establecimientos simbolizan la historia e identidad de la ciudadanía y manifiestan la lucha obrera y su orgullo por formar parte del barrio. De hecho, la situación geográfica y social de Poble Sec favoreció la creación de una clara identidad entre los vecinos y vecinas. Los numerosos comercios que se encontraban en las pequeñas calles del barrio, el tránsito constante de los quehaceres diarios y el desarrollo del día a día en los espacios públicos dieron lugar a un sentido de comunidad en Poble Sec que debe protegerse.

## • EL COMERCIO DE PROXIMIDAD DE POBLE SEC

La estructura policéntrica de la ciudad de Barcelona, sumada al modelo económico, potencia a los barrios y a los comercios de proximidad como elementos fundamentales que conforman el sentido de comunidad e identidad y la cohesión social, favoreciendo así la calidad de las personas que viven en los diferentes barrios de la ciudad.

Los comercios y mercados de proximidad característicos de cada barrio siguen siendo un espacio referente para las compras de los barceloneses y barcelonesas, convirtiéndose en lugares de encuentro entre vecinos, vecinas y comerciantes.

El Poble Sec de antaño, en el que los comercios y sus dueños y dueñas formaban parte del día a día de la vida de los habitantes, se ha ido destruyendo a lo largo de los años a causa de la aparición de los hipermercados y los centros comerciales, vaciando un barrio con un gran tejido vecinal, social y cultural para con sus relaciones comerciales y, por lo tanto, con su unión comunitaria.

La actividad comercial de este barrio se desarrollaba sin horarios ni restricciones; las tiendas no eran únicamente los establecimientos en los que se vendían los productos cotidianos necesarios, sino que también eran el hogar de todos los comerciantes y un espacio de reunión para los vecinos y vecinas.



El uso del gas, la electricidad y el agua corriente en las casas particulares, que a su vez propició la creación del frigorífico y los productos congelados, junto con la entrada de las mujeres al mundo laboral y a la falta de tiempo a causa de la velocidad frenética del día a día originada por la globalización han producido un gran cambio en el hábito de compra. El rito de ir a comprar pasó de ser una acción diaria a desarrollarse algunas veces por semana. Aparecieron los ultramarinos, la comida preparada, los hipermercados y los centros comerciales con el fin de facilitar el acto de la compra a los ciudadanos, afectando directamente

a la sostenibilidad de los comercios de proximidad y, a su vez, a la identidad de cada barrio.

La aparición de la tarjeta de crédito también ha afectado a la cercanía de las relaciones entre los comerciantes y los vecinos. Antiguamente, si te faltaba dinero hablabas con el comerciante y éste te fiaba lo que te faltase de la compra. Esta acción era una forma de construir relaciones entre los vecinos y los comerciantes, ya que estos últimos inevitablemente conocían a las personas que transitaban sus tiendas.

A pesar de las dinámicas generales de la pérdida del comercio de proximidad, en la actualidad, el asociacionismo juega un papel importante, ya que se están reavivando las ganas de retomar el tejido social y llevar a cabo iniciativas que preserven la identidad de la comunidad de Poble Sec.

Una propuesta que lleva años desarrollándose es la revitalización de la calle Blai, con el objetivo de convertirla en un eje comercial. Para lograr esto, en 1994 se hizo peatonal, se colocaron bancos y se dinamizó con la apertura de bares y terrazas, pero en la actualidad, la calle está



llena de bares y es la única actividad que se desarrolla. Para luchar contra esto, el *Pla d'Usos* ha decretado que si un bar cierra, la terraza del mismo no podrá volver a ser un bar, obligando así a la apertura de otro tipo de establecimientos.

Todos estos cambios conllevan la necesidad de preservar y dinamizar el comercio proximidad, de acuerdo con el entorno, desarrollando actividades culturales, comerciales y sociales con un espíritu de flexibilidad y adaptabilidad a los cambios en los usos y las costumbres de Poble Sec.

En ese sentido, es importante mencionar la existencia de la *Associació de Comerciants del Poble Sec i Paral·lel*, que aglutina ideas y esfuerzos para dinamizar y potenciar el negocio de proximidad. Su presidente, Manel Tort, reconoce el valor que representa el comercio de proximidad, no solo desde el punto de vista económico, sino también social, constituyéndose en una necesidad para la dinamización del barrio y la convivencia entre los vecinos y vecinas. Tal y como nos manifestó, los comercios de Poble Sec poseen en su conjunto una propuesta de valor por el territorio en el que se encuentran: “es un pueblo dentro de una ciudad, donde los vecinos se conocen y se vive en calma”.

Con todo, también hay un claro interés y preocupación desde las instituciones públicas por fomentar el comercio sostenible y de proximidad. En diciembre del 2021, se realizó la primera ruta de comercio sostenible en Poble Sec, promovida por el Ayuntamiento de Barcelona, que:



**Impulsó unas nuevas líneas estratégicas en el ámbito del comercio y el consumo, [...] con especial atención al pequeño y mediano comercio de proximidad y con el objetivo de conseguir un comercio vital en toda la ciudad que genere el máximo empleo posible, facilite la cohesión social y territorial y haga el mejor uso posible de los recursos naturales**

# COMERCIOS ANTIGUOS Y EMBLEMÁTICOS DE POBLE SEC

Con el fin de tener una imagen clara de los comercios que se encuentran en Poble Sec, hemos desarrollado un mapeo. En el anexo 1 se encuentra el listado de todos los establecimientos que se han mapeado.



## • JUSTIFICACIÓN

Hemos elegido el barrio de Poble Sec como objeto de nuestra investigación porque se trata de uno de los barrios más característicos de Barcelona, al contar con un sentido de pueblo, en parte debido a su situación geográfica, que ha permitido que el turismo y la globalización no afecten tanto como ha ocurrido en otros lugares de la ciudad. Además, los habitantes de Poble Sec cuentan con un característico espíritu asociacionista, que ha marcado las relaciones sociales y el devenir del barrio.

Los barceloneses destacan históricamente por haber desarrollado una cultura local, comunitaria, vecinal, de asociación y cooperación con fuerte arraigo en los barrios, lo que ha potenciado la personalidad y los vínculos humanos entre los vecinos y vecinas de los mismos. Estas relaciones se han desarrollado en muchas ocasiones en espacios públicos culturales no legitimados como ferias y mercados. Al no potenciarse estos lugares de comunidad, a lo largo de los años han ido sufriendo la pérdida de valor como establecimientos imprescindibles para el desarrollo de la identidad de las comunidades barriales. Poble Sec es uno de los pocos barrios de Barcelona que sigue manteniendo algunos de estos comercios considerados “de toda la vida”.

En este sentido, es muy importante visibilizar y sensibilizar la identidad y la memoria colectiva del barrio, que se construye desde las actividades cotidianas. El rito cultural de ir de compras al mercado, tomarse un café en el bar de la esquina, etc., son acciones que forman parte de la historia e identidad de Poble Sec, identidad que queremos preservar y poner en valor. Esa historia y su vínculo con el comercio de proximidad se convierte en memoria colectiva y en patrimonio cultural inmaterial del barrio y, por ende, de Barcelona.

Tal y como manifestaron Mariela Iglesias y Roberta de Carvalho [1],

“Las memorias y las simbologías del lugar, en sus diversas formas de manifestación, están cargadas de sentidos que se superponen y dan forma al espacio social-urbano dotando a la ciudad de un significado que va más allá de su cuerpo físico y le otorga vida.

Por lo tanto, la memoria no es solamente la relación con el pasado. Es, sobre todo, construcción de identidades”

Para preservar esta memoria colectiva es fundamental desarrollar estrategias cuyo beneficiario principal sea el vecino/a del barrio, logrando con ello fortalecer el tejido social de la comunidad y, por extensión, de la ciudad.

## 2. DATOS SOBRE POBLE SEC

### • PRESENTACIÓN

El barrio del Poble Sec forma parte de Sants-Montjuïc, el distrito barcelonés más extenso de la ciudad, y ocupa el 22,3% del mismo. Está situado geográficamente entre la montaña de Montjuïc, el puerto de Barcelona y delimitado al norte por la Avinguda del Paral·lel, que le separa del barrio del Raval y de Sant Antoni.

Considerado el primer ensanche de la ciudad condal antes de la reforma del Plan Cerdà, Poble Sec es un barrio formado por calles estrechas, casas sencillas y es rico en patrimonio histórico, artístico, cultural e industrial. Cuenta con una notable memoria histórica y colectiva, sobre todo, de la Guerra Civil española, de la cual aún hay restos -como el refugio 307-, que testifican los hechos que tuvieron lugar en este barrio. Cabe destacar el pasado industrial, el carácter asociativo popular y obrero de los años setenta, caracterizado por importantes luchas obreras que hoy se traducen con la presencia de más de 150 asociaciones y entidades de cooperación vecinal.

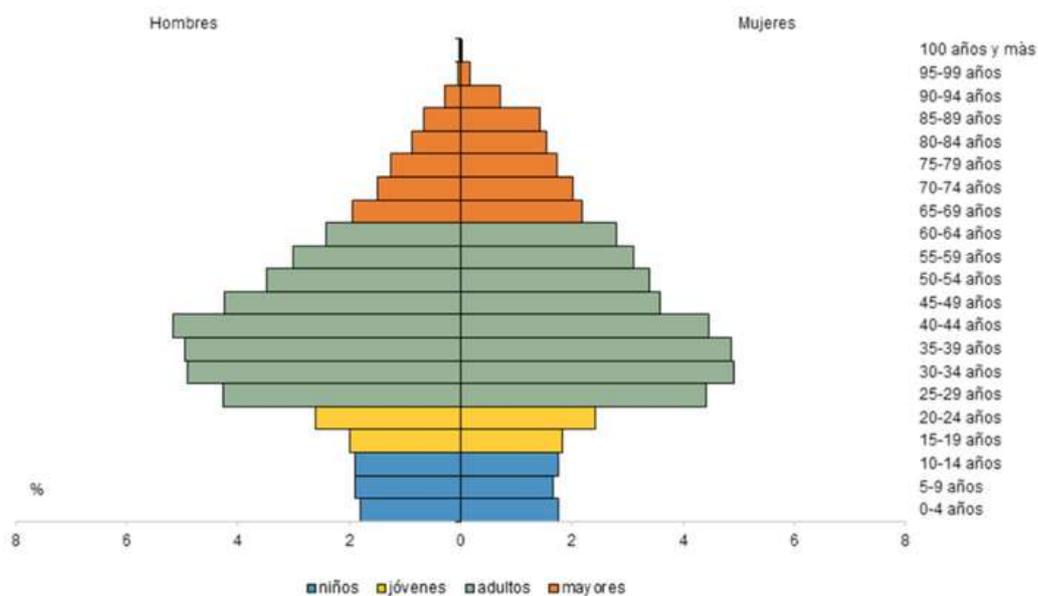
En cuanto al comercio en la actualidad, Poble Sec goza de gran atracción por sus calles llenas de bares en las que los vecinos y vecinas crean relaciones vecinales. Además, se asocia al mundo del espectáculo, del ocio nocturno, del cabaret y de la farándula, ya que allí se encuentran algunos de los teatros más emblemáticos de Barcelona.

La accesibilidad al territorio es amplia y variada y cuenta con numerosos accesos tanto por transporte público como por carretera o bicicleta.



## • DATOS DEMOGRÁFICOS

La ciudad de Barcelona tiene una población total de 1.636.731 (Idescat), mientras que Poble Sec está formado por 40.104 habitantes, representando un 2,5% del total de la ciudad. La pirámide de edad poblacional del barrio muestra una estructura en forma de abeto, lo que permite determinar que un alto porcentaje de su población se encuentra entre los 20 y los 59 años.



Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

En cuanto a la nacionalidad de sus habitantes, cabe mencionar que desde 2008, la presencia de población inmigrante ha aumentado notablemente en la ciudad de Barcelona y en Poble Sec. En contrapartida, en 2020, se dataron 1.696 emigraciones, 957 de las cuales fueron de personas de nacionalidad española y las 739 restantes de extranjeros.

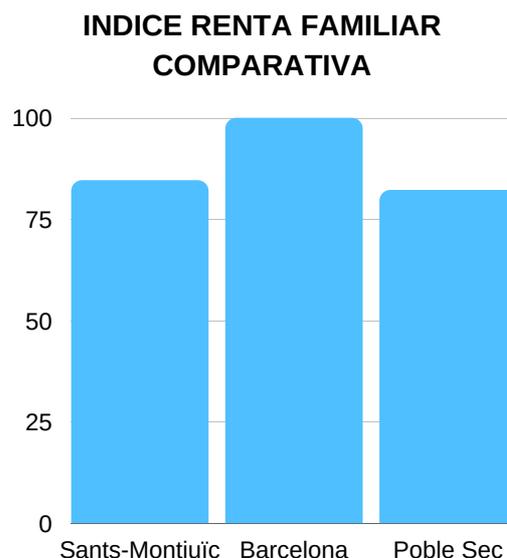
2021			
	Población total	Población inmigrante extranjera	% migración
<b>Catalunya</b>	7.739.758	1.250.665	16,2%
<b>Barcelona</b>	1.636.732	348.302	21,2%
<b>Poble-Sec</b>	39.775	12.414	31,2%

Fuente: Idescat y Anuario Ajuntament de Barcelona

## • DATOS ECONÓMICOS

La distribución territorial mediante la renta presenta desigualdades evidentes en los barrios y distritos de Barcelona. Esta desigualdad se produce debido a un patrón de concentración territorial y afecta especialmente a unos sectores de población concretos, hecho que contribuye al empeoramiento de las condiciones de vida de los ciudadanos y ciudadanas con rentas bajas y deviene una barrera para la igualdad de oportunidades.

Según los datos otorgados por el *Pla de Barris* del Ayuntamiento de Barcelona, el barrio de Poble Sec tiene un índice de Renta Familiar (2017) de 82,2, inferior a la del distrito al cual pertenece, que es de 84,6, y a la media de la ciudad de Barcelona que es de 100. Con todo, se encuentra en la 38ª posición de los 73 barrios de Barcelona y, aunque el índice de 2017 subió con respecto al de 2016, esta cifra puede haber variado considerablemente como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID-19.



Con respecto a las actividades comerciales y económicas, Poble Sec es el segundo barrio con más establecimientos comerciales activos (1.194), destacando el sector de servicios y restauración. La ocupación y acción económica tradicional que se desarrolla en el barrio es diversa: las cifras más representativas corresponden a la actividad deportiva (20,9%), ligada a las equipaciones de la montaña de Montjuïc, seguidas por el comercio (17%), la industria manufacturera (12,9%) y los espectáculos (12,6%), según datos del Observatorio del barrio y del distrito.



Actualmente, la superficie catastral destinada a los usos comerciales es de 191.598 m<sup>2</sup>, un 7,6% por debajo del distrito (8,1%), pero se encuentra por encima del de la ciudad (7,4%).

De acuerdo a la información proporcionada por el presidente de CERHISEC, Josep Guzmán, en tan solo un siglo, los comercios de proximidad de Poble Sec han disminuido de 822 en 1929, a aproximadamente 63 en la actualidad.

## • ENTORNO SOCIAL

Actualmente, Poble Sec mantiene el sentimiento de barrio, sobre todo, por su espíritu asociacionista. El barrio cuenta con 169 asociaciones, entidades y/o fundaciones de una gran diversidad y tipología, lo que denota un claro interés por trabajar con objetivos comunes relacionados con la vida social y cultural de barrio.

Como describe el *Pla de Barris del Poble Sec 2021-2024*, el barrio de Poble Sec desde siempre se ha determinado por tener



**Una tradición social muy arraigada, vinculada a los movimientos sociales. Inicialmente, el hecho que la población que residía fuera muy homogénea (clase obrera) dio pie a una estructura familiar y vecinal fuerte cohesionada con un movimiento asociacionista fuerte y un nivel de participación más o menos elevado.**

Además, Poble Sec es un barrio que da acogida tanto a personas de todo el mundo como a los vecinos y vecinas de otros barrios de Barcelona, los cuales vienen atraídos por sus características comerciales y por la oferta cultural y de ocio, conformándose así en un barrio multicultural. No obstante, la gentrificación es uno de los grandes fenómenos que afectan a los habitantes de Poble Sec, ya que la presión turística e inmobiliaria se hace de todo incompatible con la vida cotidiana y está provocando la sustitución de la población inicial por otra con mayor poder adquisitivo o de carácter temporal, generando un cambio en las tradiciones y costumbres del barrio, y poniendo en peligro la cultura popular del mismo.

Esto último provoca que algunos negocios no puedan mantenerse debido a la subida de alquileres o se vean obligados a hacer un cambio en los servicios que ofrecen con el fin de adaptarse al turismo, dejando de lado a los vecinos y vecinas del barrio. Este fenómeno conocido como “turistificación” tiene un fuerte impacto en el tejido comercial de Poble Sec, y los comercios de proximidad son quienes se encuentran más vulnerables.

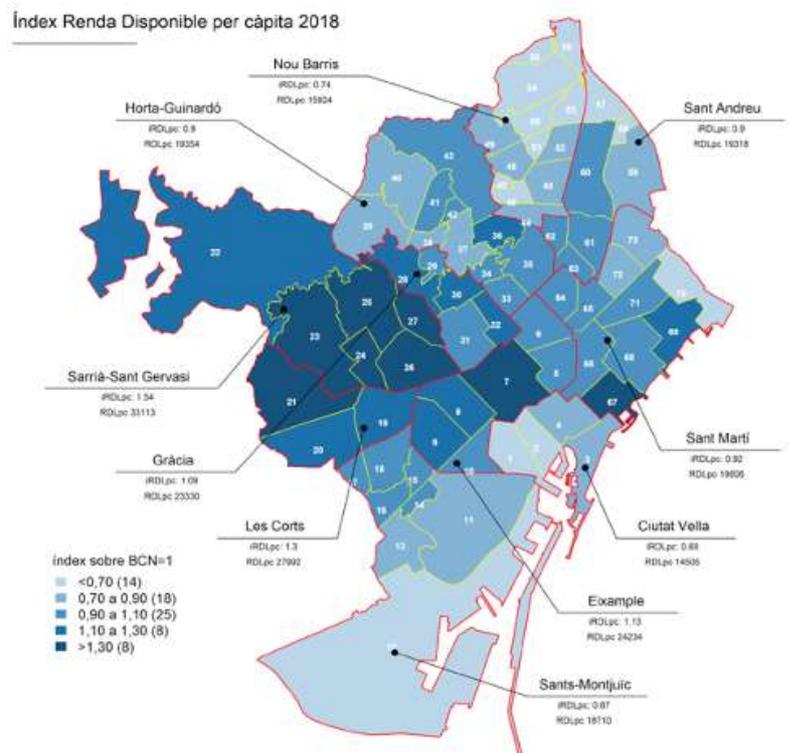
## • DATOS CULTURALES DEL ENTORNO

Poble Sec cuenta con una relevante oferta de equipamientos culturales: gran diversidad de teatros públicos y privados, importantes museos como el Museu Nacional d'Art de Catalunya e instituciones culturales como la Biblioteca Francesc Boix y el Centre Cívic El Sortidor.

En lo relacionado al consumo de ocio y cultura, aunque no se encuentran datos específicos sobre Poble Sec, podemos remitirnos a la *Encuesta de Participación y Necesidades Culturales en Barcelona (2020)* [2], que presenta un estudio para entender la demanda de servicios culturales de los/las habitantes de Barcelona a partir de su renta familiar per cápita.

De acuerdo al *Informe de Renta per cápita de los distritos barceloneses* [3], el distrito de Sants-Montjuïc está considerado de renta baja.

La encuesta define *participación cultural* como “el acceso a bienes y servicios culturales; la realización de actividades culturales diversas; las prácticas expresivas y creativas; la pertenencia a organizaciones, grupos y colectivos; y las actividades en soporte digital” [4].



Los resultados de la encuesta revelan que vivir en un barrio determinado condiciona el nivel de participación cultural en Barcelona, observando una amplia desigualdad en la frecuencia de participación dependiendo del distrito al que se pertenezca y señalan que las condiciones de vida en determinados distritos presentan una acumulación de factores de exclusión, los cuales limitan las oportunidades para ejercer el derecho a participar en la vida cultural.

[2] Realizada por el Instituto de Cultura de Barcelona y el Ayuntamiento de Barcelona.

[3] Ayuntamiento de Barcelona, *Distribució Territorial de la Renda Familiar Disponible per càpita a Barcelona*, 2018. Recuperado de: <https://bit.ly/3tlxLdZ>.

[4] *Encuesta de participación*, pág 34.

**TABLA 2. ACCESO/ASISTENCIA Y PRÁCTICA DE ACTIVIDADES CULTURALES. RESUMEN POR RFD.**

*P5. ¿ME PODRÍA DECIR SI DURANTE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES HA HECHO ALGUNA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES?*

% A menudo o muy a menudo	TOTAL	BARRIOS		
		RFD BAJA	RFD MEDIA	RFD ALTA
<b>Acceso o asistencia</b>	<b>62.4</b>	<b>49.7</b>	<b>68.4</b>	<b>71.9</b>
Leer libros	52.2	39.6	58.3	61.5
Ir al cine	17.1	12.7	17.6	25.0
Visitar exposiciones, museos	15.9	8.7	19.8	20.0
Ir a conciertos	7.9	5.1	8.9	11.3
Ir al teatro	7.0	4.5	8.5	8.0
Otras actividades relacionadas con la literatura	6.6	5.4	8.0	5.1
Ir a espectáculos de danza	2.4	1.6	2.4	4.2
<b>Práctica</b>	<b>39.7</b>	<b>33.8</b>	<b>44.5</b>	<b>38.3</b>
Escribir	13.7	12.7	14.9	12.3
Hacer fotografía o creaciones audiovisuales	13.8	10.3	16.9	12.5
Tocar instrumentos, cantar, hacer música	11.3	8.0	13.2	12.5
Pintar, dibujar, hacer esculturas	11.1	10.5	11.6	10.7
Bailar o hacer danza de cualquier tipo	7.4	8.1	6.9	7.3
Participar en obras de teatro	1.5	1.1	2.0	0.9
N	1655	553	551	551

Encontramos que en los barrios de renta baja, casi el 50% de la población no accede a ninguna actividad de cultura legitimada [5], mientras que en los barrios de renta alta ese factor es solamente del 28%. Con respecto a la participación en actividades culturales no legitimadas, también se encuentran desigualdades, aunque en algunas más que en otras. Pasear por la ciudad tiene una diferencia del 17%, mientras que acciones como pasear por la naturaleza o ir a ferias y mercados es más equitativo. En cambio, en actividades populares, colectivos o comunitarios, la participación de los barrios de renta baja es mayor que en los de renta alta.

**TABLA 3. ACTIVIDADES DE CULTURA NO LEGITIMADA. RESUMEN POR RFD.**

*P3. ¿ME PODRÍA DECIR SI DURANTE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES HA DEDICADO PARTE DE SU TIEMPO A ALGUNA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES?*

% A menudo o muy a menudo	TOTAL	BARRIOS		
		RFD BAJA	RFD MEDIA	RFD ALTA
Pasear por la ciudad	70.6	58.4	77.9	75.7
Ir a restaurantes, bares, etc.	43.5	34.7	46.5	54.1
Pasear por la naturaleza	43.4	43.4	42.8	45.0
Practicar deportes o juegos en grupo	41.5	31.1	47.2	47.4
Practicar actividades de artesanía, carpintería, etc.	22.1	19.0	24.7	21.1
Ir a ferias y mercados	21.4	20.6	21.8	22.0
Contar cuentos o historias	18.5	17.7	20.1	15.4
Participar en actos tradicionales o populares colectivos o en otras actividades comunitarias	15.7	16.5	16.5	11.8
Ir a lugares de culto o religiosos o participar en alguna práctica espiritual	11.8	11.4	11.4	13.4
Ir a discotecas, clubs, salas de baile, etc.	7.3	6.0	7.8	8.9
N	1655	553	551	551

[5] De acuerdo a la *Encuesta de Participación y Necesidades Culturales en Barcelona*, *Cultura Legitimada* son las actividades que son reconocidas por las instituciones públicas u otros agentes formalizados del sector cultural con más poder prescriptivo y producidas con su apoyo. Se trata de actividades vinculadas a significados de cultura con más carga de legitimidad social.

La encuesta se propuso también captar la importancia y diversidad de los activos culturales para la participación cultural en un territorio, e incluyó una pregunta abierta sobre los lugares más importantes para la vida cultural de un barrio. Los espacios tradicionalmente reconocidos como culturales (bibliotecas, centros cívicos, etc.) son los que más se valoran (un 76%), aunque también se logran reconocer espacios no siempre legitimados, por ejemplo, un 57% valora otros espacios como las plazas, los parques, el mercado y los centros comerciales.

**TABLA 8. ESPACIOS IMPORTANTES PARA LA VIDA CULTURAL DE LAS PERSONAS. RESUMEN POR RFD.**

*P2. PARA USTED, ¿CUÁLES SON LOS TRES ESPACIOS O LUGARES MÁS IMPORTANTES PARA LA VIDA CULTURAL DE UN BARRIO?*

	TOTAL	BARRIOS		
		RFD BAJA	RFD MEDIA	RFD ALTA
<b>Espacios culturales clásicos</b>	<b>76.0</b>	<b>74.7</b>	<b>75.4</b>	<b>80.7</b>
Biblioteca	45.1	49.5	41.2	46.9
Centro cívico, casal de barrio, ateneo	45.3	54.8	38.8	43.5
Teatro, espacio de conciertos	14.0	4.0	19.8	18.9
Cine	10.2	3.4	12.8	16.9
Sala de exposiciones o museo	7.0	3.4	8.8	9.8
Librería	1.7	0.5	2.4	2.2
Escuela de música o de artes	0.7	0.5	0.5	1.3
<b>Otros espacios de vida cultural</b>	<b>57.7</b>	<b>60.7</b>	<b>56.5</b>	<b>54.7</b>
Plaza, parque o playa	41.7	41.7	42.3	39.6
Equipamientos deportivos	11.0	15.4	9.5	5.5
Escuela, instituto, jardín de infancia	7.9	10.5	6.8	5.8
Cafetería o bar	6.5	3.8	7.5	9.5
Mercado, centro comercial	6.1	6.2	5.3	8.5
Centro de personas mayores	5.5	10.7	2.6	2.9
Centro religioso	4.0	3.8	4.4	3.1
Discoteca	0.4	0.2	0.7	0.0
Ningún espacio	0.4	0.2	0.5	0.5
NS/NC	7.4	7.3	7.5	7.1
<b>N</b>	<b>1655</b>	<b>553</b>	<b>551</b>	<b>551</b>

Con el fin de aportar datos relevantes sobre la participación en cultura en Poble Sec, realizamos un análisis de las visitas a las entidades que otorgan servicios culturales para el barrio como las bibliotecas y los centros cívicos. Revisando las cifras que ofrece la Oficina Municipal de Dades [6], se constata una disminución notable de asistentes en las actividades que se realizan desde 2018, llegando a un 65,5% menor de 2019 a 2020. Las visitas a la Biblioteca Francesc Boix también han ido en detrimento. Si comparamos los datos del 2014 con respecto al 2021, la disminución ha sido casi del 73%.

[6] Ayuntamiento de Barcelona, *Estadística y Difusión de datos, Bibliotecas públicas visitadas por distrito*. Recuperado de: <https://bit.ly/3NmxxJ7>.

# 3. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

## • DEFINICIÓN

El patrimonio recoge el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras. La protección de éste no se limita a aquellos lugares, inmuebles o monumentos con un gran interés histórico, artístico, etc., sino que también comprende tradiciones orales, usos sociales, rituales, actos festivos, técnicas artesanales tradicionales y todo lo relativo al conocimiento y prácticas desarrolladas por el ser humano, lo que actualmente se entiende como patrimonio cultural inmaterial.

El sector patrimonial contribuye a la valorización y protección de diversos aspectos que representan de forma más directa la historia, quiénes hemos sido y cómo ha sido la vida de todos aquellos que a los hemos precedido.

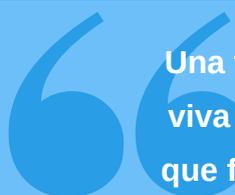
En la Convención de la UNESCO de 2003, centrada en la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, se esclareció el concepto de dicho patrimonio y en qué favorece a la sociedad:

**El patrimonio cultural inmaterial se refiere a las prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidos por las comunidades de generación en generación. El patrimonio inmaterial proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y de continuidad: favorece la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión del entorno natural y social y genera ingresos económicos. Numerosos saberes tradicionales o autóctonos están integrados, o se pueden integrar, en las políticas sanitarias, la educación o la gestión de los recursos naturales**

Cataluña es uno de los puntos territoriales con mayor carga de Patrimonio Mundial, puesto que los bienes que se encuentran en este territorio se constituyen como bienes imprescindibles a ser protegidos. Algunos de estos son: el Palau de la Música, las obras de Antoni Gaudí, el conjunto arqueológico de la Tarraco Romana, entre otros.

Aun así, el valor patrimonial de este territorio al noroeste de España no solo se encuentra en los bienes materiales, sino también en los inmateriales. Cataluña posee una gran variedad en cuanto a sus tradiciones, actos festivos y técnicas artesanales. La Patum de Berga es reconocida como una de las manifestaciones con más riqueza y diversidad, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2008.

## • IMPORTANCIA PARA LA SOCIEDAD



Una tradición verdadera no es testimonio de un pasado caduco; es fuerza viva que anima e informa el presente. Lejos de implicar la repetición de lo que fue, la tradición supone la realidad de lo que perdura... Un patrimonio que se recibe a condición de hacerlo fructificar antes de transmitirlo a los descendientes.

Igor Stravinsky, Poética musical. París, 1952.

La protección de la memoria colectiva y del patrimonio cultural inmaterial en general favorecen al sentimiento de identidad y comunidad de aquellos que habitan el territorio. Además, ayudan a las relaciones sociales, ya que estos vínculos se crean a través de la memoria ligada a grupos conformados por varios individuos que desarrollan hábitos y técnicas si no iguales, similares.

La memoria colectiva se compone por aspectos representativos de cada territorio. Este elemento patrimonial se materializa a través del gesto de los seres humanos; son sus acciones diarias las que conforman elementos característicos de cada grupo social, además de los bienes representativos de cada ciudad.

El patrimonio inmaterial no se puede separar del material y viceversa, puesto que no se puede separar la artesanía, entendida como bien material, de la técnica, diseño y habilidades, como bien inmaterial; ambas están unidas y conviven la una con la otra. La gran diferencia entre estas dos formas de patrimonio es que el bien inmaterial está vivo,



y por ello, en constante cambio. Su transmisión de generación en generación da lugar a variaciones, influenciadas por los diferentes individuos y sus circunstancias vitales. La memoria colectiva dentro del patrimonio cultural no ha de ser entendida únicamente como un recur-

so, sino también como un proceso vigente e infinito, en curso y con vida, que va conformándose a la vez que lo hacen sus creadores y portadores. A lo largo de la historia, este bien inmaterial adquiere diversas formas, a causa de lo que sucede en ámbitos como la política, la economía, etc., conformando una representación de cómo han afectado a los individuos de un pueblo los diferentes sucesos que han sucedido. Por esta razón, la memoria colectiva tiene tanta importancia, puesto que es uno de los elementos fundamentales de la identidad cultural de los diferentes pueblos y territorios, a la vez que se trata de una representación de la resistencia de los ciudadanos a la uniformización global que está teniendo lugar.

Las danzas folclóricas, las festividades, las lenguas, las relaciones y reuniones que se crean en los comercios y las tiendas, entre otros, no poseen formato material que le pueda favorecer a su protección. En el caso de estos últimos, elementos fotografías antiguas o incluso imágenes publicitarias de la época pueden ser la vía de protección de todo lo que sucedía en dichos establecimientos.

La protección y preservación de la memoria colectiva favorece al bienestar social de las comunidades o grupos, al desarrollo económico y medioambiental, aporta confianza y sentido de pertenencia a los individuos de un territorio y favorece la cohesión social y territorial.

En este sentido, los barrios con un gran sentido comercial, sumado a las ferias y mercados que se celebran a lo largo del territorio catalán son una muestra de las diversas expresiones de la cultura popular que conforman un espacio de encuentro, comunicación e intercambio de conocimiento y experiencias.

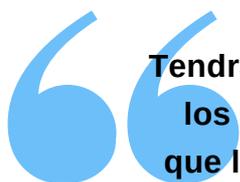


*Mercat de la Terra , Poble Sec*

## • DIMENSIÓN JURÍDICA

En la Constitución Española se encuentran las leyes nacionales y autonómicas que regulan el sector patrimonial. En el ámbito nacional nos encontramos con:

- El **Art. 148** en el que se otorga a las Comunidades Autónomas competencias en diversas materias entre las cuales está:
  - Patrimonio monumental de interés de la Comunidad Autónoma.
  - El fomento de la cultura, de la investigación y, en su caso, de la enseñanza de la lengua de la Comunidad Autónoma.
- **Ley 10/2015, de 26 de mayo, para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial**, que tiene por objeto regular la acción de salvaguardia que deben ejercer los poderes públicos sobre los bienes que integran el Patrimonio Cultural Inmaterial. Acciones relacionadas con la protección de los bienes asociados, medidas de carácter educativo, transmisión, difusión y promoción, contemplación de los criterios y metodologías de actuación más apropiados para el patrimonio cultural inmaterial. Además, en el artículo 2 presenta el concepto de patrimonio cultural inmaterial:



**Tendrán la consideración de bienes del patrimonio cultural inmaterial los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos, reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural, y en particular, formas de socialización colectiva y organizaciones**

En el ámbito autonómico de Cataluña nos encontramos con:

- **Ley 2/1993 del 5 de marzo, Ley de Fomento y Protección de la Cultura Popular y Tradicional y del Asociacionismo Cultural**, que determina que la sociedad civil debe ser objeto de principal y especial atención, al ser quienes crean, organizan y transmiten cultura, impulsando así que la cultura se conciba como un elemento de participación y de decisión. Además, resalta la importancia de la memoria colectiva de la sociedad catalana como configurador de su identidad nacional. Destaca la vida asociativa, entendida como voluntad de los ciudadanos de crear y transmitir libremente valores y símbolos que nacen tanto de las raíces como de las propias experiencias –individuales y colectivas– transformadoras de las formas de vida y una de las características más significativas de la actividad cultural de Cataluña.



- **Ley 9/1993, de 30 de septiembre, del Patrimonio Cultural Catalán**, que pone en valor el patrimonio cultural, presentando los bienes que lo componen como testimonios fundamentales de la trayectoria histórica y de identidad de una colectividad nacional. Igualmente, decreta como obligación fundamental de los poderes públicos la protección, conservación, acrecentamiento, investigación y difusión del conocimiento del patrimonio cultural.
- **Ley para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial**, anteproyecto de ley en el que la Generalitat Catalana está inmersa y que propone la autonomía para gestionar el Patrimonio Cultural Inmaterial de la comunidad autónoma catalana. El objetivo es favorecer el conocimiento por parte de la ciudadanía e incentivar el asociacionismo cultural, y otras formas de participación social [7].

---

[7] *Diario Siglo XXI* (14/12/2021), «El Govern impulsa la futura ley de patrimonio cultural inmaterial catalán». Recuperado de: <https://bit.ly/39GBi5F>.

## 4. POLÍTICAS, AGENTES Y PROYECTOS

### • POLÍTICAS PÚBLICAS Y CULTURALES

La política pública con mayor impacto cultural para Poble Sec es el *Pla de Barris 2021-2024*, diseñado por el Ayuntamiento de Barcelona. Es una iniciativa municipal con un horizonte de 4 años que presenta un programa para los barrios más desfavorecidos de Barcelona, y a partir del cual se quieren revertir las desigualdades mediante la aplicación de nuevas políticas públicas, implicando a la ciudadanía en el desarrollo de proyectos dinamizadores de sus barrios y con un presupuesto asignado extraordinario e intensivo durante un tiempo acotado.

Poble Sec se encuentra entre los 10 planes de barrios 2021-2024 y el diagnóstico realizado ha definido las estrategias que se desplegarán en el *Pla de Barris de Poble Sec*, el cual está estructurado en 6 ámbitos de actuación:

- La educación y la salud pública
- Los derechos sociales, la equidad de género y la acción comunitaria
- La vivienda
- La ocupación, el impulso económico y la economía social
- El espacio público y la accesibilidad
- La sostenibilidad ambiental y la emergencia climática



Con respecto a la actividad comercial en específico, hay que destacar el *Pla de dinamització del comerç del Paral·lel* (2019), conectado como *Pla d'usos* de la Avinguda del Paral·lel, *Teixim el Paral·lel*, *cosim barris*, que prioriza las actividades comunitarias y culturales regulando la implantación de establecimientos comerciales para preservar la

diversidad y la convivencia del vecindario. El plan se elaboró a partir de las sesiones participativas abiertas en los vecindarios involucrados (El Raval, Sant Antoni y Poble Sec). La Avinguda Paral·lel es un gran eje conector entre estos barrios y un espacio de referencia de la actividad cultural de la ciudad. Es por esto que su regulación se plantea desde una mirada de conjunto, con el fin de garantizar el equilibrio de la restauración de usos y del ocio nocturno. Para ello, el *Pla d'usos* propone impulsar actividades comunitarias y culturales que refuercen el tejido vecinal.

Por otro lado, en el *Pacte Cultural de Barcelona*, establecido en 2021, se acordaron 10 propuestas de políticas culturales para la ciudad, de las cuales las siguientes se adaptan perfectamente a Poble Sec a nivel cultural:

- La financiación de la cultura en la ciudad. Análisis de los recursos disponibles y posibles alianzas a establecer tanto institucional como desde el punto de vista de la colaboración público-privado.
- Género y cultura en la ciudad. Intersecciones y cultura.
- Interculturalidad. Las culturas de la ciudad y su reconocimiento.
- Por una política de patrimonio específica.
- Presente y futuro de las industrias culturales de la ciudad.
- Internacionalización cultural de la ciudad. Alianzas y estrategias.



## • ANTECEDENTES RELACIONADOS CON EL PROYECTO

Para el diseño del proyecto hemos tenido en cuenta distintas iniciativas que están relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, procesos comunitarios y participativos, tratamiento y puesta en valor de la memoria colectiva de un barrio y la relación cultura-comercio. Mencionamos a continuación los más pertinentes:



- **SOM CULTURA POPULAR.** En 2016, en el Distrito de Sant Andreu se realizó la primera Muestra del Patrimonio Inmaterial en Barcelona. Esta iniciativa estaba compuesta por 300 acciones variadas: actividades académicas para investigadores de materias como la cultura popular, la antropología y el mundo científico y, además, acciones para el público general, relacionadas con el Patrimonio Inmaterial de Cataluña como los bastoners, los castellers, el teatro, la gastronomía, entre otros. El objetivo principal era poner de relieve valores de la cultura popular, como la diversidad y la participación de la ciudadanía, y favorecer las interconexiones.

- **Exposición 'De tota la vida'.** En 2017, la Concejalía de Comercio y Mercados de Barcelona impulsaron esta exposición, en la que se materializó en formato fotográfico el comercio emblemático de la ciudad, de la mano del fotógrafo Esteve Vilarrúbies. El objetivo era reivindicar el papel de los establecimientos simbólicos e históricos de la ciudad y fomentar su conocimiento entre la ciudadanía. La exposición exaltaba el comercio de Barcelona como único, sobre todo, por su duración centenaria. Este proyecto se enmarca dentro de la *Ruta dels Emblemàtics*, otra de las propuestas que pretendía enaltecer el patrimonio inmaterial que representa el comercio para la ciudad de Barcelona y como gran referente turístico y cultural de la ciudad. Este proyecto se immortalizó con la creación de la colección *Quaderns de viatge*, constatando la importancia de los establecimientos centenarios y del tejido comercial de la capital catalana.

- **Programa ART i PART.** El ayuntamiento de la ciudad promueve este programa, dentro del circuito cultural, en los barrios “Barcelona Districte Cultural”. Esta iniciativa busca poner en valor las realidades, historias, personajes e intereses de los barrios de la ciudad, fomentando creaciones artísticas colaborativas en las que los vecinos y vecinas son acompañados por profesionales de las artes. En 2019, Poble Sec se incorporó a este programa.
- **Cultura Viva.** Es un programa impulsado por el ICUB que funciona como un vivero donde pueden nacer, crecer o fortalecerse proyectos, redes y agentes de la ciudad que ponen en práctica la cultura como bien común, abierto y democrático y, por tanto, con un alto valor público. *Cultura Viva* se desarrolla a través de líneas de acción, una de ellas se lleva a cabo mediante iniciativas, en las que se busca implementar por medio de las prácticas culturales, los espacios de participación y el fortalecimiento comunitario. *Memoria Viva* es uno de estos proyectos que forman parte de *Cultura Viva*.

Busca reconocer y colaborar, de manera descentralizada, con entidades, grupos y personas que trabajan para hacer visible, preservar y activar en el presente memorias diversas de Barcelona. Estos procesos son lugares de encuentro, diálogo y organización comunitaria alrededor de



la memoria y de su incorporación en la esfera pública, según temáticas y territorios. Asimismo, *Memoria Viva* se propone explorar todas las posibilidades de involucrar la memoria y las prácticas culturales con el tejido social, el espacio público y la vida en los barrios, en procesos abiertos de creación, relación y organización comunitaria.

- **Proyecto Escena Histórica** de la asociación sin ánimo de lucro ARTIXOC. Este proyecto tiene como base la unión del teatro y la historia, buscando con esto explicar la historia de una manera fresca, divertida y próxima, sin olvidar el rigor y la investigación científica con actividades artísticas (teatro y audiovisual) que recrean pasajes del pasado de la Barcelona antigua. Buscan también aportar alguna mejora a ciertas situaciones como la pérdida de identidad de los barrios, la desaparición del comercio histórico y de la memoria colectiva. Han realizado rutas teatralizadas por los comercios de Sants, espectáculos teatrales comunitarios, documentales y talleres diversos.
- **Burngreave Voices** (2004-2007). El Museo Sheffield de Reino Unido desarrolló este proyecto de patrimonio comunitario, con la idea de celebrar la historia del lugar y de las personas que viven allí. El proyecto incluyó exposiciones fotográficas sobre temáticas locales, talleres, eventos y recursos educativos además de un archivo oral del vecindario. Además, incluyeron la creación de un capítulo del documental llamado *The Corner Shop*, que recoge el papel que juegan las tiendas locales en la comunidad y cómo aportan a mantener vivo el vecindario.

*Fotografía de la exposición 'De tota la vida'*



# • ENTIDADES Y ASOCIACIONES DE POBLE SEC

Como venimos demostrando, la preservación de la memoria colectiva de Poble Sec a través de sus comercios de proximidad será posible en la medida en que se logre la participación activa de los distintos agentes del barrio u otros asociados que contribuyan con su experiencia a la visibilización de la importancia y aportación de los negocios de proximidad la identidad y memoria colectiva del barrio.

En ese sentido, y apuntando a la sostenibilidad del proyecto, hemos identificado distintas entidades y asociaciones que colaborarán con el mismo.



## 1. Associació Comerciants del Poble Sec i Paral·lel.

Es la entidad de representación del comercio en el barrio arraigada y posicionada en el tejido asociativo de Poble Sec, que actúa como interlocutora del comercio ante la administración pública. Reúne cerca de 130 establecimientos de todo tipo: alimentación, restauración y hostelería, ocio y cultura, servicios personales y profesionales, entre otros.



**El comercio de Poble-sec es lugar de encuentro que da identidad al barrio**

## 2. Joves Units del Poble Sec.

Es una asociación que busca crear un espacio donde los y las jóvenes de Poble Sec tengan la oportunidad de implicarse tanto en la propuesta de actividades como en la organización de las mismas. Entre sus fines se encuentra:

- Promover los valores éticos y cívicos para mejorar la convivencia entre las personas
- Defender los derechos fundamentales y mejorar la calidad de vida de la juventud
- Descubrir la cultura y la historia de nuestra ciudad



### 3. Centre de Recerca Històrica del Poble Sec (CERHISEC).

Centro fundado por un grupo de personas del barrio interesadas en la recuperación y difusión de la historia de Poble Sec y de la montaña de Montjuïc. Centrado en la realización de trabajos de investigación, apoyados en los testimonios y aportes de los vecinos y vecinas del barrio.



Coordinadora d'entitats



### 4. Coordinadora d'Entitats del Poble Sec.

Como federación de asociaciones y entidades sin ánimo de lucro con compromiso social y cultural en el barrio de Poble Sec de Barcelona, cuenta con más de 100 asociaciones y entidades adheridas, y un equipo de 100 voluntarios y voluntarias que buscan promover y fortalecer la red asociativa del barrio para empoderar a los vecinos y vecinas.



## 5. DIAGNÓSTICO

### • Oportunidades

- La UNESCO reconoce la importancia de proteger el patrimonio tanto material como inmaterial, lo que ha generado una legislación internacional para garantizar su protección y salvaguarda. Asimismo, se cuenta con una legislación específica en Cataluña para la proteger el patrimonio cultural inmaterial que se resalta la memoria colectiva de la sociedad catalana como configuradora de la identidad nacional.
- La población catalana valora especialmente la cultura popular y la tradición como parte de su identidad, lo que genera que cada barrio posea un sentido de pertenencia particular que hace viable proyectos basados en la proximidad y lo comunitario.
- La inclusión de Poble Sec en el *Pla de Barris 2021-2024* permite tener información actualizada y denota la importancia que tiene para las autoridades políticas en Barcelona reducir las desigualdades en el barrio.
- El programa *Memoria Viva*, dentro del proyecto *Cultura Viva*, busca preservar el patrimonio cultural inmaterial de Barcelona a través de la participación directa de las comunidades y otorgar un espacio fértil para desarrollar un proyecto de memoria relacionado con los comercios de proximidad.
- Poble Sec posee un destacable e importante patrimonio cultural inmaterial que le otorga una identidad característica al barrio, compuesta por la historia obrera y comercial, lo que propicia el sentido de comunidad y manifiesta el orgullo de sus pobladores.
- Poble Sec tiene una gran tradición asociacionista expresada en sus instituciones y grupos vecinales, lo que demuestra una capacidad de organización dentro del barrio, fuertes vínculos entre sus miembros y, por lo tanto, favorece el desarrollo de proyectos de carácter comunitario.
- La existencia de asociaciones de tipologías y características distintas en Poble Sec representan una gran oportunidad para generar alianzas en el desarrollo y la realización de programas culturales.

## • Amenazas

- El nivel socio-económico de las personas determinan su consumo en actividades culturales por la poca disposición para invertir económicamente en estas. Al ser Poble Sec un barrio de renta baja, la capacidad económica de sus pobladores es una amenaza para alcanzar la participación.
- El coste actual de “salir de casa” genera que las actividades culturales sean un desafío para programadores y creadores culturales.
- La UNESCO reconoce la fragilidad del patrimonio cultural inmaterial y la necesidad de realizar mayores esfuerzos para su protección. Además, existe poco conocimiento en la población sobre lo que significa este tipo de patrimonio, lo que dificulta difundir proyectos relacionados.
- El comercio de proximidad no está reconocido como parte de la identidad de los barrios.
- La participación de la población en actividades culturales ha disminuido y Poble Sec también ha sufrido este fenómeno.
- Las nuevas formas de consumo, vinculadas a la proliferación de grandes superficies y supermercados han perjudicado al comercio de proximidad y a su vez, debilitan el tejido social.



## 02. POBLE SEC: CULTURA I COMERÇ VIU



## • INTRODUCCIÓN



**Lo cultural debe siempre exceder a lo propiamente cultural y apuntar más bien, a todas las dimensiones de la vida**

Víctor Vich - Prólogo *Valorizar lo propio, potenciar lo común*

La protección de la memoria colectiva relacionada con los comercios del barrio de Poble Sec, entendida como patrimonio cultural inmaterial, se presenta como una acción imprescindible a realizar. Dicha protección favorecerá al fortalecimiento de la identidad cultural del barrio y ayudará a la construcción de una ciudadanía más consciente de sus tradiciones y de la importancia de sus relaciones comerciales.

A partir del diagnóstico realizado, proponemos un eje de trabajo comunitario y participativo, en el que los vecinos y vecinas del Poble Sec se sientan parte del proyecto. El fin principal es que participen en las acciones e iniciativas que se desarrollen, favoreciendo así a los nexos entre los comerciantes y los vecinos y vecinas del barrio.

Por tanto, nuestro fin principal es sensibilizar a las personas del barrio sobre la importancia que tiene la memoria colectiva, los vínculos que se crean en los espacios comerciales y la protección que deben tener las historias, relatos y testimonios de sus habitantes como elemento patrimonial.





## • MISIÓN

Planteamos un proyecto cultural que pone en valor el comercio de proximidad como parte de la memoria colectiva del barrio de Poble Sec.

## • VISIÓN

Lograr que los vecinos y vecinas de Poble Sec reconozcan el valor del comercio de proximidad como patrimonio histórico inmaterial de su barrio, contribuyendo así a la sostenibilidad del comercio y reforzando su identidad cultural y social.

## • VALORES

- Fortalecimiento de la identidad
- Participación activa de los vecinos y vecinas
- Sostenibilidad de los comercios del barrio
- Preservación de la memoria colectiva
- Inclusión, tolerancia y respeto

## • OBJETIVOS

**OBJETIVO GENERAL:** Promover la memoria colectiva de Poble Sec en relación con los comercios de proximidad como patrimonio inmaterial del barrio.

- **OBJETIVO ESPECIFICO 1:** Poner en valor el comercio de proximidad de Poble Sec, que con su historia y rol, han contribuido y contribuyen a la memoria del barrio.
- **OBJETIVO ESPECIFICO 2:** Sensibilizar a los vecinos y vecinas de Poble Sec sobre la importancia de los comercios de proximidad del barrio, y los vínculos que en estos se generan, como parte de su identidad colectiva.

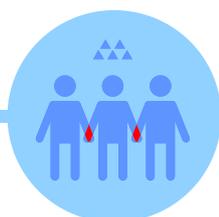
## • POSICIONAMIENTO

Presentar el proyecto como una iniciativa innovadora que pone en valor el comercio de proximidad de Poble Sec como parte de la memoria colectiva e identidad del barrio.

## • ESTRATEGIAS

- **Sensibilización:** concienciar a la población sobre la importancia de recuperar la memoria colectiva del barrio en relación al comercio y, con ello, fortalecer la identidad de los vecinos y vecinas.
- **Sostenibilidad:** aportar sostenibilidad a la memoria colectiva del barrio, situándolo como un elemento significativo y representativo del barrio.
- **Asociatividad - Colaboración:** apoyarse en los valores de cooperación y asociación del barrio para generar alianzas que nos permitan llegar a los objetivos propuestos y generando que las entidades del barrio se apropien del proyecto.
- **Participación:** fomentar la intervención de los vecinos y vecinas en las actividades para que contribuyan a la preservación de la memoria colectiva y a la sostenibilidad de los comercios de proximidad.

SENSIBILIZACIÓN   SOSTENIBILIDAD   ASOCIATIVIDAD   PARTICIPACIÓN



## • PÚBLICO OBJETIVO

Los vecinos y vecinas de Poble Sec representan el público principal de nuestro proyecto, puesto que son quienes verán fortalecida su identidad y sentido de pertenencia, a través de la puesta en valor de los comercios de proximidad como patrimonio inmaterial del barrio.

Para lograr los objetivos planteados hemos decidido segmentar el público en cuatro grupos:

### *Comerciantes*

Uno de los principales agentes que vamos a tener en cuenta como público objetivo son los comerciantes de aquellos establecimientos de Poble Sec que lleven al menos 20 años de funcionamiento en el barrio, entendiendo que con esa antigüedad, ya se han constituido como parte de la historia y del paisaje del barrio y, por lo tanto, como parte de su identidad y memoria colectiva.

Para ello, uno de nuestros aliados será la *Associació de Comerciants del Poble Sec* y *Paral·lel*, que engloba una gran cantidad de los comercios del barrio. Su actuación resulta decisiva para la comunidad dado el impacto que tienen en el territorio y el trabajo que desarrollan para estimular el consumo de los comercios de proximidad, mostrándose esto como un elemento clave e imprescindible de Poble Sec.



## Jóvenes Adultos

De acuerdo con las cifras de población de 2021 del Ayuntamiento de Barcelona, Poble Sec cuenta con 7.174 personas entre 25 y 34 años, las cuales engloban el 17,86% de la población del barrio.

Los jóvenes adultos representan el futuro del barrio, son a quienes debemos proyectar los valores para que el tejido social se fortalezca y sea sostenible, ya que estos preservarán la memoria y enriquecerán socialmente el distrito.

Los jóvenes son un público abierto a nuevos conceptos y experiencias, tienen una vida activa dentro del barrio, ya que trabajan y generan ingresos, consumen en los comercios y utilizan los servicios del barrio. Poble Sec forma parte de su identidad, por lo que tienen mucho que aportar. Por todas estas razones, los jóvenes adultos conforman un grupo imprescindible en la definición de la situación actual del barrio. Además, de acuerdo a la *Encuesta de Participación y Necesidades Culturales*, la población de Barcelona entre los 25 y 34 años, se encuentra en un 42,7% en las entidades sociales.

Por este lado, contaremos con la colaboración de la *Associació de Joves Units del Poble Sec*.

## Adultos con familia

De acuerdo a los datos ofrecidos por el Ayuntamiento de Barcelona en la estadística de *Características de domicilios por barrios (2021)*, en Poble Sec existen un total de 3.309 hogares con menores de 18 años, los cuales representan el 20,8% del total de domicilios del distrito. Por otro lado, en la franja de población entre los 35 y 45 años de Poble Sec, encontramos 8.291 personas, que representan el 20,64% de la población total del barrio.

Este segmento de la población son la fuerza viva y presente de Poble Sec, es la población en edad de trabajar y que cuenta con hijos, por lo que son quienes en estos momentos otorgan la identidad y dan vida al tejido social del barrio, además de tener una visión temporalmente más amplia de los elementos culturales que conforman el territorio. Asimismo, constatamos que son el núcleo más importante del barrio puesto que demandan más servicios y utilizan con mayor frecuencia el comercio. Para llegar a ellos de la forma más adecuada contaremos con la colaboración de algunos de los centros cívicos de la zona, como el Centre Cívic El Sortidor y el Centre Cultural Albareda, que ofrecen una oferta muy variada vinculada a las familias.

## Adultos mayores - Tercera Edad

En la pirámide por edad de Poble Sec, realizada por el Ayuntamiento de Barcelona, la gente mayor -de los 65 a 100 años o más- conforma la segunda franja más reducida en comparación a la población joven. En total, son 6.586 personas en este intervalo, que representan el 16,38% del barrio.

Para nosotras es importante referirnos a este público objetivo ya que su relato y testimonio nos es de gran interés por la información y experiencias que poseen en relación al barrio y pueden ofrecernos. Son quienes han vivido el cambio generacional de padres a hijos de los negocios, han presenciado la evolución y transformación de los mismos y del entorno, y el impacto que han generado las nuevas tecnologías en su hábito de compra y de vida. Para ello, tendremos en cuenta algunos espacios destinados a este conjunto de la población, como el Casal de Gent Gran del Poble Sec del Centre Cívic El Sortidor y diversas asociaciones destinadas a este segmento.

Por tanto, es necesario generar un espacio de acogida para este público en nuestro programa, con el fin de darles voz para agradecerles su contribución en la preservación tradicional y comunitaria del barrio y para que puedan transmitir a las nuevas generaciones la importancia de mantener el carácter asociativo, comercial y obrero de antaño de Poble Sec.



ACTIVIDADES	OBJETIVOS		ESTRATEGIAS				PUBLICOS				ALIADOS
	OBJETIVO GENERAL: Promover la memoria colectiva de Poble Sec en relación con los comercios de proximidad como patrimonio inmaterial del barrio		SENSIBILIZACIÓN	SOSTENIBILIDAD	ASOCIATIVIDAD - COLABORACIÓN	PARTICIPACIÓN	COMERCIANTE	JÓVENES ADULTOS	ADULTOS CON FAMILIA	TERCERA EDAD	
	OE 1: Poner en valor el comercio de proximidad de Poble Sec, que con su historia y rol, han contribuido y contribuyen a la memoria del barrio.	OE 2: Sensibilizar a los vecinos y vecinas de Poble Sec sobre la importancia de los comercios de proximidad del barrio, y los vínculos que en estos se generan, como parte de su identidad colectiva.									
<b>ACT 1:</b> Retrat del comerç de Poble Sec											ASOC COMERCIANTES - CERHISEC
<b>ACT 2:</b> Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec											ASOC COMERCIANTES - ESCENA HISTÓRICA
<b>ACT 3:</b> El repte de Poble-sec											ASOC COMERCIANTES - ASOC JOVE UNITS
<b>ACT 4:</b> Docu-Videos "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"											CERHISEC - LA VEÏNAL
<b>ACT 5:</b> Mostra d'Entitats "Poble-sec: Cultura i Comerç Viu"											COORD ENTITATS - CERHISEC
<b>Adaptación:</b> Recordant el Poble Sec											CASAL DE GENT GRAN



### 03. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO *POBLE SEC: CULTURA I COMERÇ VIU*

# 1. PLAN DE ACCIÓN

La creación de la memoria colectiva es un proceso en el que la involucración de la sociedad es imprescindible. Recopilar los relatos existentes y característicos de un lugar en concreto fomenta el sentido de comunidad y vecindad de los habitantes, en este caso, de Poble Sec. Este proyecto se propone con el fin de promover el diálogo social y la participación ciudadana, en el que se generará un espacio de cohesión vecinal, lúdico y democrático que dé voz a los vecinos y vecinas de distintas edades y perfiles, a partir de actividades culturales que buscan recoger y reactivar distintos elementos que constituyen la memoria colectiva del barrio.

Como se ha expuesto con anterioridad, dada la cultura asociacionista de Poble Sec y con el fin de garantizar una participación activa en el proceso, nos asociaremos a distintas organizaciones del barrio, que serán las aliadas para lograr una mejor convocatoria de los distintos públicos a los que nos dirigimos. Esto último favorecerá la apropiación del proyecto por parte de los habitantes de Poble Sec.

Una de las actividades más importantes que se desarrollan en el barrio es la *Mostra d'Entitats del Poble Sec*, una actividad que organiza anualmente la *Coordinadora d'Entitats del Poble Sec* desde 1992 y que tiene un temática distinta cada año. Esta iniciativa es un encuentro del tejido asociativo del barrio, una fiesta con actividades artísticas y culturales, que cuenta con distintos *stands*, en los que las asociaciones del barrio realizan talleres, muestras, exposiciones, etc.

Esta iniciativa se encuentra bien posicionada e integrada dentro del barrio, puesto que genera una amplia participación de los vecinos y vecinas. Por tanto, parece adecuado insertar nuestro proyecto dentro de esta experiencia y ofrecer una nueva perspectiva y enfoque a esta actividad cultural. Para ello, propondremos que en 2023, la temática esté vinculada a los factores memoria-comercio.

El Programa *Poble Sec: Cultura i Comerç Viu* contará, además, con un plan de acciones y actividades culturales que responden a los objetivos del proyecto, así como a los segmentos del público establecidos.

## • ACTIVIDADES

### ACTIVIDAD 1: *Retrat del comerç de Poble Sec*

Se propondrá a los comercios de Poble Sec, especialmente a aquellos que llevan más de 20 años en el barrio, y/o a los asociados/as que forman parte de la *Associació de Comerciants del Poble Sec y Paral·lel*, que generen un rincón visible en su local, en donde expongan fotografías de la historia de su negocio, de los primeros momentos y los cambios que han tenido lugar con el paso del tiempo. También pueden exhibirse herramientas, productos u objetos antiguos que cuenten su historia (recursos publicitarios, productos o envases antiguos, etc.).

Esta actividad aportará a todos los objetivos del proyecto, promoviendo la memoria colectiva de Poble Sec en relación a los comercios de proximidad como patrimonio inmaterial del barrio. Por un lado, pondrá en valor el comercio de proximidad de Poble Sec, a partir de la historia de cada negocio, y sensibilizará a los vecinos y vecinas del barrio sobre su importancia y aportación en la identidad colectiva del mismo.

La acción involucrará primero a los comerciantes, que deberán buscar, elegir y preparar este espacio, reconectándoles con su historia y fortaleciendo su identidad y vínculo con el barrio. Luego, permitirá sorprender a los vecinos y vecinas (jóvenes adultos, adultos con familia y tercera edad), que irán encontrando en sus recorridos cotidianos, la historia de Poble Sec y su propia memoria a través de estos recuerdos. Esta será una manera de visibilizar el rol de los comercios y sus protagonistas en la memoria colectiva del barrio.

A partir de esta experiencia, se abrirá al público, en el marco la *Mostra d'Entitats del Poble Sec*, una exposición con estos objetos y fotografías, a cargo del *Centre de Recerca Històrica de Poble Sec (CERHISEC)*, que será el otro aliado en esta actividad.



## ACTIVIDAD 2: Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec

En alianza con la agrupación *Escena Històrica* de ARTIXOC, se diseñará una ruta teatralizada por algunos de los comercios más antiguos y emblemáticos de Poble Sec en los que se ofrecerán degustaciones y pequeños regalos durante el recorrido.

Esta actividad aportará también a todos los objetivos del proyecto: pondrá en valor el comercio de proximidad, visibilizando su historia, y sensibilizará a los vecinos y vecinas sobre el esfuerzo que han realizado para mantenerse a lo largo del tiempo, resaltando su contribución a la identidad colectiva del barrio.

La actividad involucrará a los comerciantes, que interactuarán con los visitantes y aportarán una degustación o pequeños detalles, creando así una conexión con los participantes de la ruta, quienes se deleitarán con la historia. La actividad lúdica-teatral genera un vínculo emocional instalándose en la memoria de los asistentes. Principalmente, se espera la participación de adultos con familia y adultos mayores.

Al finalizar la actividad, se realizará una encuesta a los/as participantes sobre el desarrollo de la actividad y se les preguntará acerca de qué les ha gustado más de la ruta, qué otros elementos y comercios debemos tener en cuenta para las otras ediciones, en qué podríamos mejorar, etc.



### ACTIVIDAD 3: *El repte de Poble Sec*

Apoyándonos en lo lúdico y en la alianza con la *Associació de Joves Units del Poble Sec*, se diseñará una carrera-búsqueda del tesoro por los comercios de Poble Sec. Se desarrollará en equipos, que tendrán que llegar a la meta resolviendo en algunos puntos del barrio (que serán comercios elegidos para la actividad) acertijos y retos orientados a descubrir y dar a conocer la historia comercial de Poble Sec. El equipo ganador será premiado durante la *Mostra d'Entitats*.

Esta actividad aporta al objetivo de promover la memoria colectiva en relación con los comercios de proximidad como patrimonio inmaterial y, además, sensibilizará especialmente a los jóvenes sobre la historia e importancia de los comercios del barrio, creando un vínculo más fuerte con ellos.

Los comerciantes aportarán sus historias y curiosidades para la construcción de los retos o acertijos, y el carácter lúdico y el uso de la gamificación, atraerán principalmente a los jóvenes, por lo que la alianza con la Asociación resulta fundamental.

Al finalizar la actividad se realizará una encuesta a los/as participantes sobre el desarrollo de la actividad y se les preguntará acerca de qué aspectos les han impactado y gustado más, en qué creen que podríamos mejorar, si repetirían la actividad, etc.



### ACTIVIDAD 4: *Docu-Videos Poble Sec: Cultura i Comerç Viu*

Generar un material que perviva en el tiempo y aporte a la documentación de los comercios de proximidad como memoria colectiva y patrimonio cultural inmaterial del barrio nos parece fundamental. Es por eso que, en alianza con el *Centre de Recerca Històrica del Poble Sec* (CERHISEC) y la televisión comunitaria *La Veïnal*, se producirá una serie documental con 4 capítulos de 10-15 minutos de duración sobre el comercio de proximidad de Poble Sec y su aporte a la memoria colectiva del barrio.

CERHISEC se encargará de la documentación y *La Veïnal* colaborará con el guión, la grabación, la edición, la post-producción y la emisión en su canal comunitario.

Con esta actividad, se recogen los relatos de los comerciantes y los vecinos y vecinas de mayor edad como protagonistas de la memoria viva del barrio, mostrando historias y anécdotas, y promoviendo su participación activa. Los vídeos tendrán un corte emocional para lograr la sensibilización de los espectadores en ese sentido, llegando a jóvenes, adultos con familia y personas de tercera edad.

La serie documental tendrá los siguientes capítulos:

- El comercio en Poble Sec construye historia: cotidianeidad y memoria viva
- Comercio y comunidad en Poble Sec
- Los comercios centenarios de Poble Sec
- Los cambios en el comercio de proximidad en Poble sec: mirando al futuro

Se emitirán capítulos de manera secuencial, uno cada semana, en un periodo anterior a la *Mostra d'Entitats*. También se incluirán en la programación de la propia *Mostra* y luego pasarán a estar colgados de manera permanente como archivos en la plataforma digital de CERHISEC y de la *Associació de Comerciants de Poble Sec y Paral·lel*.

### **ACTIVIDAD 5: *Mostra d'Entitats. Poble Sec: Cultura i Comerç Viu***

Haciéndonos eco de la importancia que representa la *Mostra d'Entitats* para Poble-sec, generaremos una alianza con ellos para desarrollar la temática de la siguiente edición vinculada a los factores memoria-comercio del barrio.

Este encuentro del tejido asociativo es una fiesta con actividades artísticas y culturales, que cuenta con distintos *stands*, en los que las asociaciones del barrio realizan talleres, muestras, exposiciones, etc., por ello, será la iniciativa central del proyecto.

Contaremos con un *stand*, en donde se generarán espacios de juego como manera lúdica para sensibilizar a la población. Además, como mencionamos anteriormente, incluiremos otras actividades en la programación que refuerzan esta idea: la premiación del *Repte de Poble Sec* y la emisión de los Docu-videos.





Con respecto a la actividad lúdica en el *stand*, desarrollaremos el juego *Mapejant el Poble Sec*: un gran mapa de Poble Sec que muestra las calles y avenidas principales del barrio y 10 fotos imantadas de 10 tiendas antiguas del barrio. Los participantes, que serán especialmente los niños y las niñas con sus padres deberán encajar correctamente la foto en la calle o zona donde se encuentran estas tiendas.

Esta actividad se adaptará para que se convierta en un ejercicio lúdico de memoria titulado *Recordant el Poble Sec* y con imágenes plastificadas de tamaño DIN-A4 de algunos negocios, calles, actividades o momentos históricos del barrio para que formen parte de los ejercicios de salud mental que realicen los Casales de *Gent Gran*. Al recordar qué es cada imagen, se solicitará a los adultos mayores que cuenten una anécdota o relato que describan dónde se encuentra, qué venden, etc.

A través del factor lúdico, se lograrán los objetivos del proyecto al trabajar las variables memoria-comercio-identidad.

Por último, al finalizar, se realizará una encuesta a los/as participantes y a sus cuidadores sobre el desarrollo de la actividad y se les preguntará acerca de qué aspectos les han impactado y gustado más, en qué consideran que podríamos mejorar, si la repetirían, etc.

## 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

El plan de comunicación de *Poble Sec: Cultura i Comerç Viu* tiene como fin principal conseguir la atención de los vecinos y vecinas de Poble Sec hacia el programa que se desarrolla. Con las acciones que se presentan a continuación se busca específicamente:

- Difundir las actividades del programa *Poble Sec: Cultura i Comerç Viu*
- Lograr la participación de la ciudadanía, concretamente de los segmentos de público definidos para el programa

### • ACCIONES DE COMUNICACIÓN

Las acciones de comunicación se desarrollarán en una estrategia multi-canal, atendiendo a los distintos segmentos de público. Se iniciarán el 1 de marzo, junto al primer día en el que empezará el *Retrat del comerç de Poble Sec* y, además de los canales tradicionales, también se utilizarán estrategias BTL (Bellow the Line).

- Estrategia de lanzamiento: se ejecutará una conferencia de prensa con el objetivo de dar a conocer el proyecto y el programa de actividades a los medios de comunicación y a personas referentes de Poble Sec.
- Estrategias BTL: algunas de las actividades del programa como las rutas teatralizadas, el repte de Poble Sec y la grabación de los capítulos documentales, que se realizarán en las calles de Poble Sec, funcionarán también como elementos comunicadores del proyecto. Además, en cada una de las acciones que funcionan como BTL, habrá una persona encargada de responder a las preguntas de los viandantes y repartir folletos a las personas interesadas.



La comunicación se llevará a cabo a través de dos vías: offline y online. Además, como lengua principal se usará el catalán y, como idioma secundario, el castellano.

# ACCIONES DE COMUNICACIÓN OFFLINE

## 1. Prensa:

Se enviarán notas de prensa a los medios de comunicación en tres momentos a lo largo del proyecto: primero de manera general sobre el programa completo; luego, para promocionar el stand que formará parte de la *Mostra d'Entitats* y al cierre del programa con los resultados. Los medios de comunicación con los que se contactarán son los siguientes:

TIPO	MEDIO	ALCANCE
Prensa física y digital	Zona Sec	Poble Sec
	Revista El Nostre Barri	Poble Sec
	Línia. El diari metropolità	Barcelona
	Time Out	Barcelona
	Acelobert Comunicació	Barcelona
	ARA	Cataluña
	El Periódico	España
	La Vanguardia	España
Radio	Ràdio-actius	Poble-sec
	Catalunya Ràdio	Cataluña
	RAC 1	Cataluña
TV	La Veïnal.cat	Barcelona
	BTV	Barcelona
	TV3	Cataluña

el Zona Sec, periódico del Poble Sec, y el canal de televisión BTV, con los que hemos acordado una publicación y una pequeña transmisión informativa como *publicity*.

Luego, para lograr una relación más efectiva con los medios, se propondrán diferentes contenidos, adecuados a su estilo periodístico como:

- Entrevistas a diferentes colaboradores del proyecto,
  - Manel Tort, presidente de la *Associació de Comerciants del Poble Sec y Paral·lel*.
  - Josep Guzmán, presidente del CERHISEC, como especialista en memoria histórica colectiva relacionada con los comercios.
  - Hatim Azahri, parte del equipo de la *Associació de Joves Units del Poble Sec*. Hatim aportará información sobre el asociacionismo joven y la juventud en el barrio de Poble Sec.
  - Eduard Arderiu, coordinador del programa *Cultura Viva*. Esta entrevista puede ofrecer información sobre la involucración de las comunidades en proyectos culturales.
- Archivo fotográfico de los negocios emblemáticos y antiguos de Poble Sec.
- Historias y anécdotas de los/as vecinos/as sobre su relación con el comercio de proximidad y cómo se constituyen como parte de su historia y de la memoria colectiva del barrio.
- Información sobre las actividades lúdico-participativas que se desarrollan a lo largo del programa.
- Programa de la *Mostra d'Entitats*.

## **2. Programa de radio:**

A través de Ràdio-Actius, la radio comunitaria de Poble Sec, se desarrollará el programa *El Comerç Viu ens parla*, que buscará captar la atención de los vecinos y vecinas de Poble Sec, mediante entrevistas amenas. En estos programas se entrevistará a los/as dueños/as de los comercios más emblemáticos del barrio, para que cuenten su historia, sus luchas y la relación con los habitantes del barrio. Además, los vecinos y vecinas de Poble Sec también formarán parte de estos programas, ya que buscaremos su participación a través de las asociaciones colaboradoras del barrio.

Con esta actividad pretendemos crear un espacio en el que los/as habitantes de Poble Sec expresen sus necesidades y manifiesten qué es importante para ellos/as y su comercio.

## **3. Evento de Lanzamiento - Conferencia de Prensa:**

Se organizará una conferencia de prensa como lanzamiento oficial del programa en el Centre Cívic El Sortidor. Se enviarán invitaciones vía correo electrónico a líderes de opinión y personalidades políticas, sociales y culturales del barrio, así como a periodistas de los medios de comunicación de Poble Sec y Barcelona.

Esta acción se realiza principalmente como una estrategia de lanzamiento, en la que mostraremos el proyecto y las diferentes iniciativas que se llevarán a cabo, para así lograr la mayor comunicación posible a través de los invitados.

## **4. Plan de Publicidad:**

Para conseguir una mayor difusión entre los habitantes de Poble Sec se utilizarán también elementos publicitarios más tradicionales como

- Carteles, folletos y pegatinas: estos se colocarán en distintos lugares del barrio como centros cívicos, plazas, tiendas, escuelas del barrio, asociaciones y entidades en las que consideramos que podemos captar a nuestro público objetivo.
- Publicidad en el autobús 121, transporte público interurbano que transita por las calles de Poble Sec.
- *Roll Up*: se hará uso de ellos en las actividades del proyecto y además se compartirán dos en espacios públicos como centros cívicos y asociaciones.

## 5. Merchandising:

Se elaborarán elementos de *merchandising*, con el fin de que se establezcan como un elemento de comunicación visual entre los vecinos y vecinas de Poble Sec. En un primer momento, estos objetos se regalarán en el evento de lanzamiento; tras éste, se pondrán en venta en las actividades del programa y en los comercios de proximidad que participan en el desarrollo de *Poble Sec: Cultura i Comerç Viu*.

- Bolsas de tela, serigrafiadas con distintos *slogans* de la campaña como: “Les botigues són la nostra memòria” y “Poble Sec: Cultura i Comerç Viu”. Se eligen bolsas por la relación con el comercio y el uso práctico que se puede hacer de las mismas.
- Pines con el logo del programa para reforzar la imagen y difusión del proyecto.

## ACCIONES DE COMUNICACIÓN ONLINE

Para llevar a cabo la sensibilización y dar a conocer las diferentes actividades que se desarrollarán en el barrio de Poble Sec, se va a crear una campaña de comunicación a través de redes sociales. La frecuencia y número de las publicaciones dependerá de cada red social y la etapa en la que nos encontremos del proyecto, siendo en el mes de mayo y junio cuando la frecuencia será mayor.

La estrategia digital contempla principalmente:

1. **Instagram:** se creará una cuenta en Instagram exclusiva del proyecto (@PSCulturaliComerçViu), donde se comunicarán las actividades y contenidos relacionados con las mismas, además de *postear* imágenes y vídeos testimoniales de los/as comerciantes y los vecinos y vecinas de Poble Sec vía *reels*. Esta red social está principalmente dirigida a los jóvenes y a los jóvenes adultos.



2. **Facebook:** se creará una cuenta en Facebook dirigida a la población adulta y adulta mayor, donde se difundirán las actividades y contenidos del programa. También se publicarán contenidos para sensibilizar a los seguidores sobre el comercio de proximidad como memoria viva de Poble Sec.

3. **Tik Tok:** a través de la cuenta de Tik Tok, se realizarán vídeos resúmenes de las actividades llevadas a cabo durante el desarrollo del programa. El contenido estará dirigido principalmente al público joven.

4. **Telegram:** Poble Sec cuenta con grupos públicos en Telegram como el *Comité Poble Sec difusió* con más de 300 suscriptores, por lo tanto, también será un canal para difundir el programa y las actividades del mismo, además de estar atentas a los comentarios que puedan surgir a través de esta red social.

Para alcanzar una mayor difusión, usaremos los siguientes hashtags en las distintas redes sociales: #PobleSecComerçViu, #PobleSecCulturaViva y #ComerçEsMemoria, que se compartirán en de los distintos medios de comunicación como las redes sociales, los carteles y folletos informativos. A través de estos *hashtags* propondremos diferentes acciones participativas como:

- Sacarse una foto con su tienda favorita.
- Subir una foto participando en algunas de las actividades del programa.

## • CALENDARIO DE COMUNICACIÓN

CONCEPTO	ENERO				FEB				MARZ				ABRIL				MAY				JUN				JUL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación campaña																												
Contratación diseñador gráfico: creación del diseño																												
<b>PLAN DE PUBLICIDAD</b>																												
Impresión de materiales: carteles, folletos, merchadising																												
Colocación y reparto de carteles y folletos																												
Publicidad en el autobus																												
<b>PRENSA</b>																												
Envío notas de prensa a Tv, Radio, Prensa, medios digitales																												
Envío de invitaciones: conferencia de prensa																												
Evento de lanzamiento: conferencia de prensa																												
<b>REDES SOCIALES</b>																												
Diseño de contenidos de RRSS																												
Apertura RRSS																												
Publicaciones en RRSS																												
<b>RADIO</b>																												
Diseño de contenidos																												
Coordinación con los entrevistados																												
Grabacion y emisión en directo																												

## • PRESUPUESTO DE COMUNICACIÓN

	CONCEPTO	CANTIDAD	TOTAL (IVA INCLUIDO)
<b>Medios de comunicación</b>	Zona Sec	1	- €
	BTV	1	- €
<b>Publicidad</b>	Rotulación 3 caras autobús	1	1.920,00 €
	Carteles A5	1.000	43,11 €
	Flyers A6	2.000	24,21 €
	Pegatinas	4.000	31,83 €
	Roll Up	4	133,46 €
<b>Merchardising</b>	Bolsas de tela	100	126,03 €
	Pines	250	74,91 €
<b>Personal</b>	Diseño gráfico	1	500,00 €
	Coordinador de comunicación: 1 Persona/ 6 meses a tiempo parcial	1	3.000,00 €
	Fotógrafo (14 horas)	1	490,00 €
<b>TOTAL</b>			<b>6.343,55 €</b>



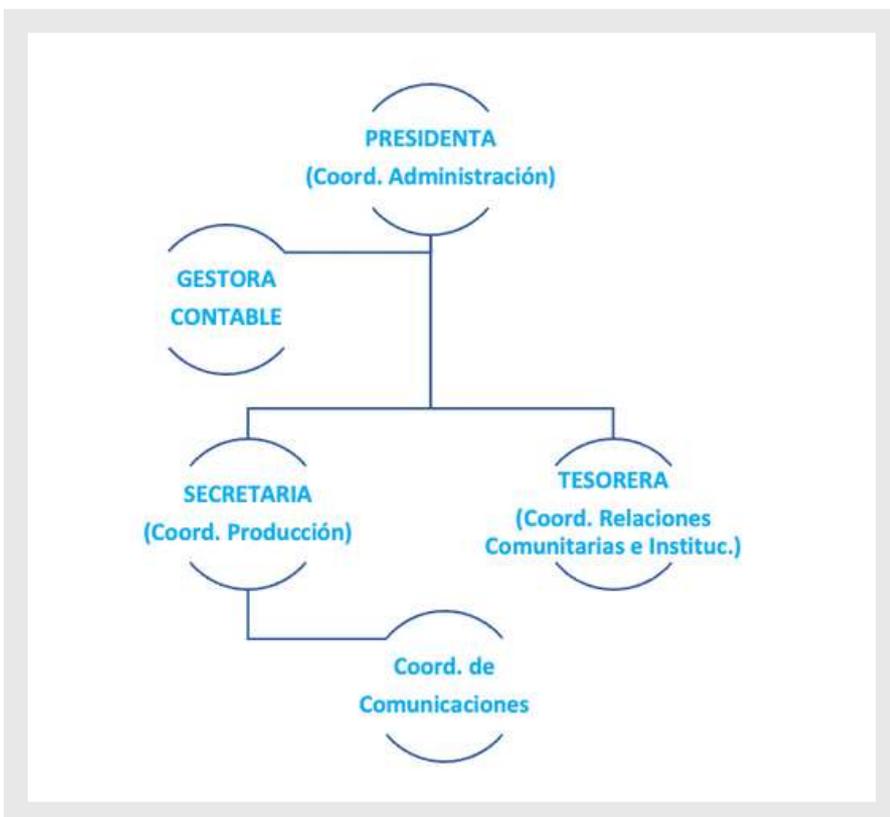
### 3. MODELO DE GESTIÓN

#### • ESTRUCTURA JURÍDICA

El modelo de gestión para desarrollar el presente proyecto será a través de la **Asociación Cultural SIG**, asociación sin fines de lucro constituida voluntariamente y por tiempo indefinido por tres socias con el fin de crear, promocionar y producir actividades culturales, especialmente aquellas relacionadas con la identidad de las personas y sus comunidades.

La asociación contará con una Junta Directiva conformada por una presidenta, una secretaria y una tesorera. La forma jurídica de asociación sin ánimo de lucro permite que los ingresos obtenidos a través de donaciones, las cuotas de socios y las subvenciones obtenidas estén exentas de impuestos.

Para la realización del proyecto, las tres socias desarrollarán funciones específicas como coordinadoras de administración, producción y relaciones comunitarias e institucionales. La contabilidad se gestionará desde una gestoría externa y se contratará con un coordinador de comunicaciones.



## • FICHAS DE PUESTO DE TRABAJOS

PUESTO DE TRABAJO	COORDINADORA DE ADMINISTRACIÓN
MISIÓN	Gestionar administrativamente el proyecto ' <i>Poble Sec: Cultura i Comerç Viu</i> '
ATRIBUCIÓN Y NATURALEZA DE FUNCIONES	Diseñar el plan de administración del proyecto.
	Diseñar y ejecutar el presupuesto del proyecto.
	Gestionar las responsabilidades administrativas y tributarias del proyecto.
MANUAL DE LA ACTUACIÓN	Gestionar los recursos humanos del proyecto
	Supervisar las facturas de ingresos y gastos del proyecto.
	Postulación y gestión de subvenciones.
	Supervisión de la gestoría administrativa.
	Elaboración de reporte final de ejecución del presupuesto.
RESPONSABILIDADES	Gestionar los recursos humanos y económicos del proyecto.
RELACIONES EXTERNAS E INTERNAS	EXTERNAS: público, proveedores y aliados
	INTERNAS: producción, relaciones institucionales y Community Manager
FINALIDADES	Garantizar la administración general del proyecto

PUESTO DE TRABAJO	COORDINADORA DE RELACIONES COMUNITARIAS E INSTITUCIONALES
MISIÓN	Gestionar las relaciones con las instituciones aliadas de Poble Sec y en general, con todas las autoridades políticas y sociales que se desarrollen para el proyecto ' <i>Poble Sec: Cultura i Comerç Viu</i> '
ATRIBUCIÓN Y NATURALEZA DE FUNCIONES	Identificar las instituciones que sean pertinentes para desarrollar el proyecto y gestionar las alianzas con ellas.
	Difundir el proyecto a nivel institucional.
	Velar por la buena imagen del proyecto.
MANUAL DE LA ACTUACIÓN	Coordinar las reuniones con las instituciones aliadas.
	Elaborar una base de datos de las instituciones aliadas y las personas de contacto en dichas instituciones
	Gestionar las responsabilidades y roles de las instituciones aliadas y sus miembros con el proyecto.
	Coordinar las evaluaciones correspondientes, con las instituciones aliadas
	Coordinar la entrega de informes de actividades, resultados e impacto que corresponde a las instituciones.
RESPONSABILIDADES	Ser el puente entre las instituciones aliadas y el equipo que lidera el proyecto. Velar por que se cumplan los acuerdos generados con las instituciones aliadas.
RELACIONES EXT / INT.	EXTERNAS: aliados y público
	INTERNAS: administración y producción
FINALIDADES	Garantizar las buenas relaciones con las instituciones aliadas.

<b>PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>COORDINADORA DE PRODUCCIÓN</b>
MISIÓN	Gestionar las actividades del proyecto ' <i>Poble Sec: Cultura i Comerç Viu</i> '
ATRIBUCIÓN Y NATURALEZA DE FUNCIONES	Diseñar el plan de producción de las actividades del proyecto.
	Gestionar el calendario de actividades.
	Desarrollar la producción de las actividades
	Coordinar todos los equipos involucrados para la realización de las actividades del proyecto
MANUAL DE LA ACTUACIÓN	Elaboración de calendario de actividades
	Llevar a cabo reuniones periódicas con los equipos a cargo de las actividades
	Contratar y supervisar los servicios de terceros requeridos para desarrollar las actividades
	Coordinar y llevar a cabo el montaje, realización y evaluación de todas las actividades del proyecto.
	Elaboración de reporte de inscripciones a las actividades
	Elaboración de reporte de gastos de producción.
RESPONSABILIDADES	Lograr que las actividades se realicen de manera eficiente y eficaz, cumpliendo los objetivos del proyecto.
RELACIONES EXTERNAS E INTERNAS	EXTERNAS: público, proveedores y aliados
	INTERNAS: administración, relaciones institucionales y Community Manager
FINALIDADES	Garantizar la realización de las actividades de acuerdo al calendario del proyecto.

<b>PUESTO DE TRABAJO</b>	<b>COORDINADORA DE COMUNICACIONES</b>
MISIÓN	Gestionar las comunicaciones del proyecto ' <i>Poble Sec: Cultura i Comerç Viu</i> '
ATRIBUCIÓN Y NATURALEZA DE FUNCIONES	Diseñar un plan de comunicaciones para lograr los objetivos del proyecto.
	Desarrollar una campaña en redes sociales para el proyecto.
	Coordinar con los aliados para que compartan la información y apoyen en la difusión de las actividades.
	Coordinar y gestionar la publicidad del proyecto.
MANUAL DE LA ACTUACIÓN	Elaboración de un Calendario del Plan de Comunicaciones, incluyendo un calendario para las Redes sociales
	Contratar proveedores de comunicaciones y publicidad.
	Crear las páginas y perfiles para las redes sociales.
	Desarrollar las publicaciones y responder a los interlocutores que se generen a través de las redes sociales.
	Elaboración de reporte de publicaciones, seguidores, etc.
RESPONSABILIDADES	Lograr una comunicación efectiva, promoviendo la participación de los vecinos y vecinas de Poble Sec en las actividades del proyecto
RELACIONES EXTERNAS E INTERNAS	EXTERNAS: público, proveedores
	INTERNAS: administración, relaciones institucionales y producción
FINALIDADES	Generar una participación activa de los vecinos y vecinas de Poble Sec en el proyecto

## • RELACIÓN CON LOS ALIADOS

El modelo de funcionamiento que se llevará a cabo para el proyecto se basa en el desarrollo y trabajo de una asociación como agente dinamizador de las iniciativas propuestas.

La gestión de las actividades y acciones culturales serán posibles gracias a la cooperación y compromiso de las 6 entidades aliadas principales. Para ello, la asociación, a través del trabajo de su equipo, debe implicarse en enhebrar un diálogo fluido y coherente con las entidades colaboradoras, con el fin de desarrollar una programación cohesionada y concordante con los objetivos planteados.

### **1. *Associació de Comerciants de Poble Sec y Paral·lel***

Será la principal aliada para el desarrollo de las acciones relacionadas con el sector comercial y los contactos con los comercios de la zona. Además, esta asociación aportará ayuda económica al proyecto.

Esta alianza nos permitirá generar mayor confianza en nuestra relación con los comerciantes y así lograr el desarrollo óptimo de las actividades, que impactarán en la sostenibilidad de los comercios de proximidad. Nos comprometemos a darles voz, visibilizar su labor y sus establecimientos y ponerlos en valor en el barrio, para así promover su permanencia.

### **2. *Cultura Viva***

Esta unión se materializará en un aporte económico y en la posibilidad de obtener un acompañamiento de los encargos de dicho proyecto, con gran trayectoria en la preservación y puesta en valor de la memoria colectiva.

Respondiendo a su misión, el proyecto *Poble Sec: Cultura i Comerç Viu* aportará a *Cultura Viva* una nueva iniciativa en Poble Sec, que incorpora la sensibilización de los vecinos y vecinas del barrio sobre la importancia de los comercios de proximidad y de los vínculos que en estos se generan como parte de su memoria colectiva.



### **3. Coordinadora d'Entitats del Poble Sec**

La *Coordinadora d'Entitats* otorgará un apoyo fundamental tanto económico como social en el barrio para desarrollar las actividades en el marco de la *Mostra d'Entitats*. Se propondrá que dicha muestra tenga como tema principal el valor cultural y social del comercio de proximidad, junto con la memoria colectiva de Poble Sec.

Esta alianza estratégica y la metodología colaborativa propiciarán la apropiación de las actividades por las entidades del barrio, aportando a su sostenibilidad en el tiempo.

### **4. Centre de Recerca Històrica de Poble Sec (CERHISEC)**

La alianza con CERHISEC será el factor necesario para conocer y tratar correctamente el trasfondo histórico del comercio de proximidad del barrio y las costumbres comerciales que se realizaban.

Nuestro proyecto se introducirá en una de las actuales líneas de trabajo que se están desarrollando en el centro, la cual está destinada a la vida cotidiana, a la búsqueda sobre información de los oficios, costumbres y hábitos de la sociedad de Poble Sec a lo largo de su historia.

### **5. Associació de Joves Units del Poble Sec**

Esta alianza será fundamental para llegar al público joven del barrio ya que su creación tuvo lugar gracias a la iniciativa de los jóvenes de Poble Sec. Contamos con su colaboración para desarrollar las actividades y atraer a este segmento de público a las diferentes iniciativas que propone el programa.

### **6. Casal de Gent Gran del Poble Sec del Centre Cívic El Sortidor y otros casales de gente mayor de Poble Sec**

Como espacios de acogida y relacionales con la gente mayor del barrio, esta alianza nos permitirá desarrollar actividades que ejerciten la memoria, facilitando la comunicación y sensibilización con este segmento de público. De esta manera, contribuiremos también a preservar la salud mental de los más mayores.



# 4. CRONOGRAMA



ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO											
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>PLANTEAMIENTO</b>	Trabaja																		
Planificación Financiera y Presentación a Subvenciones y patrocinios	Administración																		
Gestión de Recursos Humanos	Administración																		
Capitación de aliados	Rel Comunitarios e Institucionales																		
<b>CAMPANA DE COMUNICACIÓN</b>	Comunicación																		
Diseño	Comunicación																		
Ejecución	Comunicación																		
Evaluación	Trabaja																		
<b>DESARROLLO DE ACTIVIDADES</b>																			
<b>ACTIVIDAD 1: Reinicié el comer de Poble Sec</b>																			
Convocatoria e inscripción de Comercios	Rel Comunitarios e Institucionales																		
Asesoramiento para selección de material e instalación	Asoc. Comerciantes																		
Inicio oficial de exposiciones	Producción																		
Exposiciones permanentes	Comerciantes																		
Preparación y Selección para Mostra d'Entitats	Producción																		
Mostra d'Entitats	Rel Comunitarios e Institucionales																		
Regreso a los negocios	Producción																		
Evaluación - Entrevistas y Encuestas	Trabaja																		
<b>ACTIVIDAD 2: Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec</b>																			
Control de Escena Histórica	Rel Comunitarios e Institucionales																		
Diseño y Producción de Rutas, Seguimiento al trabajo de Escena Histórica	Escena Histórica																		
Inscripciones a rutas	Producción																		
Rutas	Producción																		
Evaluación: Encuestas	Trabaja																		
<b>ACTIVIDAD 3: El rapte de Poble Sec</b>																			
Coordinaciones con Asoc. Joves Units	Rel Comunitarios e Institucionales																		
Diseño y Seguimiento, Contratación de Monitores y Producción	Rel Com. e Institucionales																		
Inscripciones	Producción																		
Ejecución	Joves Units																		
Evaluación	Joves Units																		
<b>ACTIVIDAD 4: Docu-Vídeos "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"</b>																			
Pre-producción de capítulos	Rel Com. e Institucionales																		
Grabación y Edición de Capítulos	Producción																		
Edición de capítulos	La Veïnal																		
Evaluación	Trabaja																		
Mostra d'Entitats	Producción																		
Evaluación	Trabaja																		
Disponible en las plataformas de los socios	Producción																		
<b>ACTIVIDAD 5: Mostra d'Entitats "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"</b>																			
Diseño Juego	Producción																		
Producción del Juego para Mostra	Producción																		
Coordinaciones para restauración	Coord d'Entitats																		
Mostra d'Entitats	Coord d'Entitats																		
Evaluación	Trabaja																		
<b>Adaptación a Casal de Gent Gran</b>																			
Adaptación del Juego para Casales	Producción																		
Entrega de Juego e inicio de aplicación	Rel Comunitarios e Institucionales																		
Evaluación	Trabaja																		

## 5. LOGISTICA

ACTIVIDAD	INFRAESTRUCTURA	RECURSOS HUMANOS	MATERIAL
<b>ACT 1:</b> Retrat del comerç de Poble Sec	Comercios de Poble Sec	Coordinadora Administración	Registro fotográfico y material de los comercios
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	
		Coordinadora de Producción	Material de Exposición otorgado por los comerciantes
		Coordinadora de Comunicaciones	
		Comerciantes	
<b>ACT 2:</b> Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec	Comercios y calles de Poble Sec	Equipo de Escena Histórica	Vestuarios y elementos teatrales de Escena Histórica
		Coordinadora Administración	Mesa y materiales para inscripción y recepción de participantes
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	
		Coordinadora de Producción	
		Coordinadora de Comunicaciones	
<b>ACT 3:</b> El rept de Poble-sec	Comercios y calles de Poble Sec	Dinamizadores de Asoc Joves Units	Mesa y materiales para inscripción y recepción de participantes
		Coordinadora Administración	
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	
		Coordinadora de Producción	Material para los retos
		Coordinadora de Comunicaciones	
Comerciantes			
<b>ACT 4:</b> Docu-Videos "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"	Comercios y calles de Poble Sec. Espacio de edición de videos	Equipo de La Veinal para las grabaciones y ediciones	Equipos de grabación y edición de La Veinal
		Equipo de Cerhisec para la investigación y guion	
		Coordinadora Administración	
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	
		Coordinadora de Producción	
		Coordinadora de Comunicaciones	
<b>ACT 5:</b> Mostra d'Entitats "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"	Stand en Mostra d'Entitats	Coordinadora Administración	Mesas, y stand
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	Proyector y Pantalla
		Coordinadora de Producción	Material de difusión
		Coordinadora de Comunicaciones	Juegos de Memoria
		Equipo de Cerhisec para proyección	
<b>Adaptación: Recordant el Poble Sec</b>	Casals de Gent Gran	Coordinadora Administración	Juegos de Memoria
		Coordinadora Rel. Comunitarias e Institucionales	
		Coordinadora de Producción	
		Coordinadora de Comunicaciones	
		Personal de los Casals	



## 6. PRESUPUESTO

Se va a solicitar la subvención del Departament de Cultura para actividades culturales relacionadas con la cultura popular y tradicional y con el asociacionismo [6]. El objeto de la misma es contribuir a la financiación de actividades culturales relacionadas con la cultura popular y tradicional catalana y aranesa, y con el asociacionismo cultural, organizadas por ayuntamientos, y por fundaciones y asociaciones.

Nos adherimos a esta subvención con motivo de asociación con domicilio social en Cataluña, que hayan realizado o tengan previsto realizar algunas de estas manifestaciones culturales.

Además, se contará con aportes de algunos aliados, como de la *Associació de Comerciants de Poble Sec y Paral·lel*, del programa *Cultura Viva* y del patrocinio de una empresa, probablemente Cerveza Damm, comprometida con la cultura de la ciudad.

Los aportes de las otras instituciones aliadas serán en formato de canje por actividades y responsabilidades en el programa.

Por otro lado, contaremos con ingresos a partir de:

- Venta de entradas para las rutas. Se espera vender 40% a precio regular, 40% a precio reducido y 20% de invitaciones (4 rutas con 25 personas cada una).
- La inscripción al *Repte de Poble Sec* se ha previsto con un ingreso de 25 euros por grupo y se espera alcanzar 12 grupos participantes.

Para consultar el **público estimado del proyecto**, véase Anexo 4.



[6] Véase para más <https://cultura.gencat.cat/es/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-a-activitats-relacionades-amb-la-cultura-popular-i-amb-lassociacionisme>.

**PRESUPUESTO**

		VALOR UNITARIO	CANTIDAD	Sub Total	TOTAL
<b>INGRESOS</b>					<b>€ 34,320.00</b>
<b>Subvenciones y Patrocinios</b>					<b>31,000.00 €</b>
	Ayuntamiento de Barcelona			€16,000.00	
	Asoc de Comerciantes			€5,000.00	
	Cultura Viva			€5,000.00	
	Patrocinio Empresa			€5,000.00	
<b>Canje de servicios</b>					<b>€2,200.00</b>
	Asoc de Comerciantes			€400.00	
	Asoc de Joves Units			€300.00	
	C Cívico El Surtidor			€300.00	
	La Veinal			€500.00	
	CERHISEC			€400.00	
	Coordinadora de Entidades			€300.00	
<b>Rutas Teatralizada - Entradas</b>			4		<b>€820.00</b>
4 rutas x 25 p. cada una	Invitados - 0 euros	€0.00	5	€0.00	
	Entrada General - 12 euros	€12.00	10	€480.00	
	Entrada reducida - 8,50 euros	€8.50	10	€340.00	
<b>Repte Poble Sec - Inscripciones</b>					<b>€300.00</b>
	Inscripciones por Grupo	€25.00	12	€300.00	
<b>GASTOS</b>					<b>€ 34,298.55</b>
<b>ACTIVIDADES</b>					<b>€3,630.00</b>
<b>ACT. 1: Retrat del comerç de Poble Sec</b>					<b>€900.00</b>
	Coordinaciones Asoc Comerciantes	€400.00		€400.00	
	Coordinaciones CERHISEC	€200.00		€200.00	
	Montaje Mostra d'Entitats	€300.00		€300.00	
<b>ACT 2: Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec</b>					<b>€620.00</b>
Honorarios Escena Histórica	Diseño, actores, vestuario, investigación y acuerdos con comerciantes	€500.00		€500.00	
Administración de inscripciones	Personal para inscripciones	€30.00	4.00	€120.00	
<b>ACT. 3: El repte de Poble-sec</b>					<b>€630.00</b>
Diseño de Carrera		€400.00		€400.00	
Administración de Inscripciones	Personal	€30.00	1.00	€30.00	
Premio para ganador/es		€100.00		€100.00	
Monitores	Canje con Asoc Joves Units	€300.00		€300.00	
Gastos varios		€100.00		€100.00	
<b>ACT. 4: Docu-Videos "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"</b>					<b>€900.00</b>
Guión	La Veinal - Cerhisec	€200.00		€200.00	
Gastos de producción		€200.00		€200.00	
Edición y Producción	La Veinal	€500.00		€500.00	
<b>ACT. 5: Mostra d'Entitats "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"</b>					<b>€340.00</b>
Stand		€20.00	2.00	€40.00	
Atención al Público	10 horas	€10.00	12.00	€120.00	
Juego de memoria	Diseño	€70.00	1.00	€70.00	
	Estructura, imanes, imágenes	€200.00	1.00	€200.00	
Proyección Docu-Videos	Alquiler pantalla - sonido	€50.00	1.00	€50.00	
Gastos Varios		€60.00		€60.00	
<b>RECORDAND POBLE SEC</b>					<b>€240.00</b>
Adaptación del Juego para Casals		€60.00	4.00	€240.00	
<b>COMUNICACIONES y PUBLICIDAD</b>					<b>€3,343.55</b>
<b>Medios de comunicación</b>	Zona Sec		1	€0.00	
	BTV		1	€0.00	
<b>Publicidad</b>	Rotulación 3 caras autobús		1	€1,920.00	
	Carteles A5		1,000	€43.11	
	Flyers A6		2,000	€24.21	
	Pegatinas		4,000	€31.83	
	Roll Up		4	€133.46	
<b>Merchandising</b>	Bolsas de tela		100	€126.03	
	Pines		250	€74.91	
<b>Servicios</b>	Diseño gráfico		1	€500.00	
	Fotógrafo (14 horas)		1	€490.00	
<b>GASTOS DE ESTRUCTURA</b>					<b>€23,725.00</b>
<b>Recursos Humanos</b>					
Coordinadora de Administración	8 meses (4 a tiempo completo y 7 a medio tiempo)	€700.00	7.50	€5,250.00	
Coordinadora de Relaciones Comunitarias e Institucionales	8 meses (4 a tiempo completo y 7 a medio tiempo)	€700.00	7.50	€5,250.00	
Coordinadora de Producción	8 meses (4 a tiempo completo y 7 a medio tiempo)	€700.00	7.50	€5,250.00	
Seguridad Social - Coordinadoras			30%	€4,725.00	
Coordinación Comunicaciones	Autónoma - 6 meses (tiempo parcial)	€500.00	6.00	€3,000.00	
Gestoría Contable		€250.00		€250.00	
<b>OTROS GASTOS</b>					<b>€3,600.00</b>
<b>IMPREVISTOS</b>				€1,600.00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				€2,000.00	
<b>SALDO</b>					<b>€ 21.45</b>

## 7. EVALUACIÓN

La evaluación se realizará de forma cuantitativa y cualitativa, lo que nos permitirá medir el impacto y el éxito del proyecto y del programa de actividades.

**CUANTITATIVA:** El plan será evaluado a través de:

- Registro del número de participantes en cada actividad. Esperamos al menos que el 1% de la población de Poble Sec (400 personas) participen en las actividades del programa.
- Número de seguidores y actividad en las redes sociales.
- Número de comerciantes que formaron parte del desarrollo del programa.
- Número de notas periodísticas logradas en los medios de comunicación.
- Número de participación de entidades y asociaciones que participan en el desarrollo del programa. Como objetivo hemos propuesto un mínimo de 3 entidades colaboradoras.
- Conseguir que al menos un 10% de los comercios del barrio tengan un espacio de exhibición de su historia: fotografías y/o elementos representativos.

**CUALITATIVA:** Con el fin de conocer el impacto de las acciones realizadas y el grado de satisfacción de los participantes, en cada una de las actividades se realizará una encuesta de satisfacción (véase Anexo 2). Éstas se entregarán al finalizar las actividades y en las reuniones con los agentes más importantes.



## 8. CONCLUSIONES

A través del proyecto **Poble Sec: Cultura i Comerç Viu** esperamos lograr la participación activa de los comerciantes y las instituciones aliadas, comprometidas con el barrio y su tejido social. La estrategia de desarrollar alianzas con las organizaciones que ya cuentan con el reconocimiento y la aceptación de los habitantes de Poble Sec, le da legitimidad y confianza al proyecto.

De las distintas reuniones y entrevistas sostenidas con los líderes de las organizaciones, así como con algunos vecinos, hemos extraído la conclusión de que todos coinciden en la necesidad de resaltar la importancia de los comercios de proximidad en la historia del barrio, pero, sobre todo, en ese patrimonio inmaterial que contribuye con la identidad de Poble Sec.

Las actividades que forman parte del proyecto han sido diseñadas para que provoquen la emoción de los vecinos y vecinas del barrio, generando conversaciones intergeneracionales, provocando la anécdota, utilizando metodologías lúdicas y apelando a la memoria de los habitantes de Poble Sec.

Por otro lado, se ha puesto especial énfasis en que las organizaciones aliadas participen como parte ejecutiva y de diseño de varias de las actividades, contribuyendo a que dichas organizaciones se apropien de las mismas y las hagan suyas, dándole sostenibilidad al proyecto, más allá de la intervención de nuestra asociación.

Por último, la sensibilización de los vecinos y la puesta en valor del comercio de proximidad contribuirán de manera importante a la sostenibilidad del propio comercio de Poble Sec, más integrado con la comunidad.



# 9. ANEXOS

## ANEXO 1:

### POBLE SEC MAPEO DE COMERCIOS ANTIGUOS

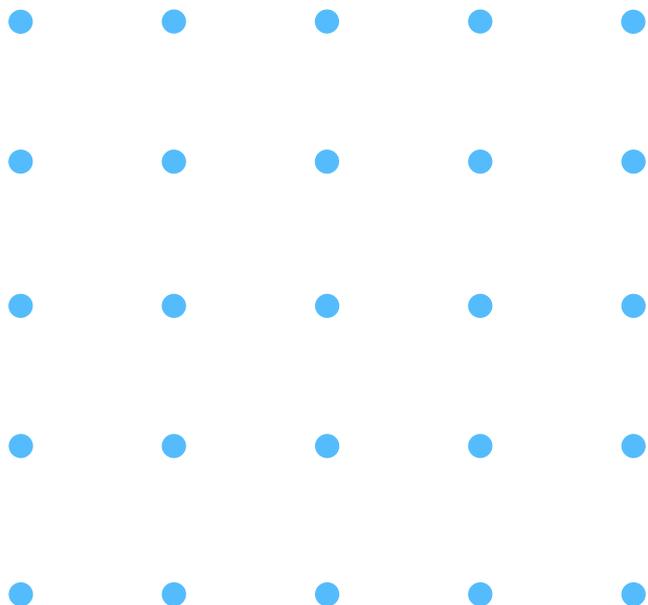
COMERCIO - NOMBRE	DIRECCIÓN	OBSERVACIONES
<b>COMERCIOS CENTENARIOS - 100 años o más</b>		
<b>Horno de Santa Madrona</b>	C/ de Blai, 59	Fundado en 1887, siempre ha sido un horno
<b>Pa Serra</b>	C/ de l'Olivera, 31	Horno desde 1896. Sigue la misma familia desde 1923
<b>Farmàcia Blai</b>	C/ de Blai, 50	Centenaria. Desde sus inicios ha sido una farmacia
<b>Gran Bodega Saltó</b>	C/ de Blesa, 36	La dueña lleva 48 años, pero siempre ha sido una panadería
<b>Merceria Olga</b>	C/ de la Concòrdia, 1 (y Plaça del Setge de 1714)	Los actuales dueños llevan 28 años y, aunque no son la misma familia de la fundadora, el negocio siempre ha sido una mercería
<b>Bodega Linares</b>	C/ de la Concòrdia, 6	Centenaria. No sigue la misma familia, pero siempre ha sido una bodega y tienda de ultramarinos
<b>Carnisseria M<sup>a</sup> Rosa</b>	C/ de Grases, 6	Centenaria, desde 1922
<b>Perruqueria</b>	C/ de l'Olivera, 2	Barbería desde 1915, ahora peluquería
<b>Perruqueria Casanovas</b>	C/ de l'Olivera, 38	Desde 1915
<b>Peixateria M<sup>a</sup> Lluïsa</b>	C/ de l'Olivera, 33	Negocio familiar. Única pescadería en el barrio
<b>Pollastreria i Cansaladeria Rosa Mari</b>	C/ de Piquer, 46	La dueña lleva 39 años, pero siempre ha sido una carnicería el negocio. No sigue la misma familia
<b>Forn Patisserie Pedreres</b>	C/ de les Pedreres, 35	Desde 1876
<b>Quimet Quimet</b>	C/ del Poeta Cabanyes, 25	Bar / bodega centenaria. Taberna desde 1929. Sigue el negocio familiar
<b>La Villa 3</b>	C/ del Poeta Cabanyes, 36	Taberna desde 1924
<b>La esquinita</b>	C/ del Poeta Cabanyes, 41	Bar centenario. Taberna desde 1896
<b>Bar Restaurant Fortuny</b>	C/ del Poeta Cabanyes, 51	Bar centenario. Taberna desde 1896. Familia Fortuny desde 1956, ahora no es la misma, pero sigue siendo un bar
<b>Farmàcia Arán Simón</b>	C/ del Poeta Cabanyes, 67	Desde 1915
<b>La Fabrique</b>	C/ de Radas, 35	Horno centenario. No sigue la misma familia, pero siempre ha sido una panadería y siguen usando el mismo honro de piedra para cocer el pan
<b>Farmàcia</b>	C/ del Roser, 28	Farmacia centenaria desde 1904
<b>Farmàcia</b>	C/ del Roser, 39 y C/ de Blai, 4	Farmacia centenaria desde 1935, estaba en C/ del Roser, 35 desde 1908
<b>Bar Manolo</b>	C/ del Roser, 80 y C/ de Magalhães, 10	Taberna desde 1896
<b>Talleres Rosal</b>	C/ del Roser, 95	Casi centenario. Carros de transporte desde 1924
<b>Myrga</b>	C/ de Salvà, 13	Centenario. Desde 1921
<b>Farmàcia Mauri</b>	C/ de Salvà, 33 y C/ de Blai, 10	Farmacia centenaria. Desde 1915, en 1904 estaba en la c/de Salvà, 34
<b>Forn de pa artesà</b>	C/ de Salvà, 37	Horno centenario. Los actuales dueños llevan 48 años, pero desde siempre ha sido una panadería
<b>Vaqueria</b>	C/ de Salvà, 42	Centenaria. Vaquería desde 1908. Los dueños de ahora llevan 7 años, pero siempre ha sido una lechería, luego cerería
<b>Cansaladeria</b>	C/ de Salvà, 51	desde 1924
<b>Cafeteria Palmer</b>	Plaça de Santa Madrona, 1	Desde 1944, no empezó donde se encuentra ubicado en la actualidad, sino en la esquina del Carrer de Grases, 1. Sigue el negocio familiar. Antes era una antigua bacallaneria
<b>El Sortidor de la Filomena Pagès</b>	Plaça del Sortidor, 5	Bar centenario. Taberna desde 1908. No sigue el linaje familiar
<b>Farmàcia Calsina</b>	Plaça del Sortidor, 7	Farmacia centenaria. Desde 1908. No sigue la misma familia
<b>Restaurant Funicular</b>	C/ de Vallhonrat, 28	Desde los años 80 es un restaurante, pero está edificado desde los años 20. Antes era una bodega. No sigue el negocio familiar
<b>Talleres Vila Motor</b>	C/ de Vilà i Vilà, 53	Constructor de carruajes desde 1908. Después, reparación de automóviles, sigue la misma familia

<b>COMERCIOS CON 50 AÑOS O MÁS</b>		
<b>Maderas Almer S.L.</b>	Av. de Paral·lel, 157	La empresa se fundó en 1927. No sigue la misma familia, pero siempre se han dedicado a la madera
<b>Mercería Sara</b>	C/ d'en Fontrodona, 27	Casi centenaria, llevan 93 años Sigue la misma familia
<b>Farmàcia Iglesias Huix</b>	Av. de Paral·lel, 131	Los actuales dueños están desde 1988, pero la farmacia lleva desde antes de la guerra
<b>Fustes Pablo García</b>	Av. de Paral·lel, 155	Llevar como mínimo 50 años. No sigue la misma familia
<b>Papereria i Llibreria NITUS</b>	C/ de Blai, 6	Los dueños actuales llevan 60 años, pero siempre fue una papelería
<b>Droguería Campanera</b>	C/ de Blasco de Garay, 43	Llevar 80 años. Sigue el negocio familiar. Antes era una carnicería
<b>Papelería KARMA</b>	C/ de la Concòrdia, 1	Abrieron en 1972. Antiguamente era una tienda de fotocopias, fotografías, casetes y discos
<b>Patisserie Casas</b>	C/ de Creu dels Molers, 24	Desde 1940. Sigue el negocio familiar. Antigua fàbrica de galletas
<b>Artesans del Llibre</b>	C/ de Creu dels Molers, 28	Llevar 40 años como mínimo
<b>Joguines Rubio</b>	C/ de Creu dels Molers, 36	Llevar 50 años. Antes era una tienda de animales
<b>Taller de motos</b>	C/ de Creu dels Molers, 50	Siempre se han dedicado al sector de la automoci3n. El anterior dueño llevaba como mínimo 30 años
<b>Farmàcia Ignacio Jané</b>	C/ d'Elkano, 70	Desde los años 70, pero siempre ha sido una farmacia
<b>Tintorería Monte</b>	C/ d'en Fontrodona, 20	Llevar 80 años Antes estaban en c/del Roser, 15
<b>Tintoreria Carmen</b>	C/ de Grases, 3	Desde 1992. Con anterioridad ya era una tintorería, pero no de la misma familia
<b>Restaurante Brisas do Sil</b>	C/ de Jaume de Fabra, 16	Llevar 41 años, Siguen el negocio familiar. Ahora es un Restaurante, antes era una bodega
<b>Bar Vidal</b>	C/ Nou de la Rambla, 148	Lleva más de 60 años
<b>Cansaladeria Ciuró</b>	C/ de l'Olivera, 12	Llevar 60 años. Siguen el negocio familiar
<b>Toldos Barcino</b>	C/ de l'Olivera, 40	Desde 1986. Antes era una autoescuela. No sigue la misma familia
<b>Llegums Cuits</b>	C/ de l'Olivera, 70	Siguen el negocio familiar
<b>Bar Restaurant Sta. Madrona</b>	Plaça de Santa Madrona, 3	Desde 1973. Antes ya era una bodega / taberna. Sigue el negocio familiar
<b>Farmàcia i Ortopèdia Roca Vers SCP</b>	Plaça de Santa Madrona, 8-9	Desde los años 40, antes era una fonería
<b>Quiosco</b>	Plaça del Setge de 1714	Montado en 1972
<b>Pollería Vallhonrat</b>	C/ de Vallhonrat, 3	Llevar 50 años, pero no saben qué negocio había con anterioridad
<b>Farmàcia Luna Molero</b>	C/ de Vilà i Vilà, 57- BIS	Farmacia desde 1935
<b>COMERCIOS CON 20 AÑOS O MÁS</b>		
<b>Carnisseria Roser</b>	C/ de Blai, 55	Desde 1983
<b>Tapiceria El Cano</b>	C/ de Blasco de Garay, 27	Llevar 20 años. Antes era una carnicería
<b>Comercial Gerdaltes</b>	Plaça de las Navas, 13	Comercio fundado en 1998. Sigue el negocio familiar. Antes era una quesería y también trabajaban con la carne
<b>MAURI. Cortines i roba de casa Mauri</b>	C/ de Radas, 9	Abierto en 1979. Negocio familiar
<b>Lampistería Radas</b>	C/ de Radas, 10	Llevar 20 años. Antes era una modista
<b>Ca'l Colom</b>	C/ de Vallhonrat, 27	Llevar 20 años. Antes era una granja

## ANEXO 2:

# ENTREVISTAS REALIZADAS

1. Entrevista a Agia Luna, directora de ARTIXOC, febrero 2022  
Puntos a tratar en la entrevista: creación y organización de rutas teatralizadas
2. Entrevista a Manel Tort, presidente de la *Associació de Comerciants del Poble Sec y Paral·lel*, 12 de febrero del 2022  
Puntos a tratar en la entrevista: acerca de los comercios de Poble Sec y Paral·lel, problemáticas y organización.
3. Entrevista a Eduard Arderiu, coordinador de *Cultura Viva*, 27 de mayo de 2022  
Puntos a tratar en la entrevista: creación de un proyecto cultural relacionado con las comunidades y el patrimonio inmaterial; problemáticas, difusión y organización.
4. Entrevista a Josep Guzmán, director de CERHISEC, 30 de mayo de 2022  
Puntos a tratar en la entrevista: los comercios de proximidad de Poble Sec; historia, memoria colectiva, problemáticas y soluciones.
5. Entrevista a Hatim Azahri, presidente de la *Associació de Joves Units del Poble Sec*, 2 de junio de 2022  
Puntos a tratar en la entrevista: carencias que se encuentran los jóvenes en el Poble Sec y vías para acercarse a este colectivo.
6. Charla con Lúdia Rodrigo, secretaria de la *Coordinadora d'Entitats del Poble Sec*, 12 de junio de 2022  
Puntos a tratar en la charla: la *Mostra d'Entitats del Poble Sec* y presupuesto general.



## POBLE-SEC: CULTURA I COMERÇ VIU

ENCUESTA  
DE PARTICIPACIÓN

¡MUCHAS GRACIAS POR PARTICIPAR EN NUESTRO PROGRAMA!  
VALORAMOS MUCHO TU OPINIÓN Y TE PEDIMOS QUE NOS AYUDES  
RESPONDIENDO ESTA BREVE ENCUESTA.  
TODAS LAS RESPUESTAS SON VÁLIDAS. ¡GRACIAS!

NOMBRE COMPLETO: .....

CORREO ELECTRÓNICO: .....

ACTIVIDAD EN LA QUE PARTICIPASTE: .....

¿Cuántos años llevas viviendo en el barrio?

- Más de 10 años     Entre 5 y 10 años  
 Entre 2 y 4 años     Menos de 2 años  
 Soy visitante

¿Te gustó la actividad?

- Mucho     Regular  
 Poco     Nada

¿Qué es lo que más te ha gustado de la actividad?

- Me he divertido mucho  
 Idea muy original y creativa  
 Compartir con otros vecinos del barrio  
 Compartir con miembros de mi familia  
Otro: .....

.....

Tras la actividad, ¿Cuánto consideras que es importante el comercio de proximidad en la historia de Poble-Sec?

- Mucho     Regular  
 Poco     Nada

¿Qué crees que debe cambiar en el comercio de proximidad del barrio?

¿Qué aprendiste de nuevo sobre el comercio de proximidad del barrio?

¿Qué podemos mejorar para próximas ediciones?

¡Gracias!  
junio, 2023

# ANEXO 4: PÚBLICO ESTIMADO

ACTIVIDADES			TOTAL PÚBLICO
<b>ACT 1:</b> Retrat del comerç de Poble Sec	<b>12</b>	<b>50</b>	<b>600</b>
	COMERCIOS	PERSONAS POR COMERCIO	
<b>ACT 2:</b> Ruta Teatralizada Les Botigues de Poble Sec	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
	RUTAS	PERSONAS POR RUTA	
<b>ACT 3:</b> El repte de Poble-sec	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>60</b>
	GRUPO	PERSONAS POR GRUPO	
<b>ACT 4:</b> Docu-Videos "Poble Sec: Cultura i Comerç Viu"	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>300</b>
	PERSONAS - MOSTRA	PERSONAS - PLATAFORMAS	
<b>ACT 5:</b> Mostra d'Entitats "Poble-sec: Cultura i Comerç Viu"	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>150</b>
	PERSONAS EN LOS JUEGOS	EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA	
<b>Adaptación:</b> Recordant el Poble Sec	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>50</b>
	CASALS	PERSONAS POR CASAL	
			<b>1260</b>



## 10. BIBLIOGRAFÍA

ARROYO, Luís Miguel (2014), *Sectores de la cultura*, Manual Atalaya.

BENHABIB, Diego y SANTILLÁN, Ricardo (2021), *Valorizar lo propio, potenciar lo común*. Transit Projectes - RGC Libros.

GUZMÁN, Josep y LÓPEZ, Arnau (2020), *Poble-Sec desaparegut*. Efadós, col. Catalunya Desapareguda, El Papiol.

IGLESIAS, Mariela y DE CARVALHO, Roberta (2018), «No todo es piedra y sepia», en *Revista Marea Urbana*, núm. 3, págs. 4-9.

MARCOS, Javier (2010), «El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de bienes culturales», en *Gazeta de Antropología*, 26 (1), núm. 19.

### Estadísticas y encuestas consultadas

Ayuntamiento de Barcelona (por orden cronológico)

\_\_\_\_\_ (2018). La Renta de los Lugares de Barcelona – Distribución por distritos, barrios y secciones censales.

\_\_\_\_\_ (2010-2019). Estadísticas por temas. Cultura, enseñanza y deportes.

\_\_\_\_\_ (2020). Estadísticas por territorio. Nacimientos según sexo. Fecha de consulta 26/02/2022.

\_\_\_\_\_ (2020). Estadísticas por territorio. Inmigrantes por nacionalidades. Fecha de consulta 26/02/2022.

\_\_\_\_\_ (2020). Encuesta de participación y necesidades culturales en Barcelona. Proceso de elaboración y análisis de resultados, Instituto de Cultura de Barcelona, pág. 7. Fecha de consulta 26/02/2022.

\_\_\_\_\_ (2021). Características de la población por barrios. Lugar de nacimiento de la población. Fecha de consulta 26/02/2022.

\_\_\_\_\_ (2021). Anuario de estadísticas culturales. 02/03/2022.

\_\_\_\_\_ (2021). Estadísticas por territorio. Características de la población por barrios. Nivel académico de la población. Fecha de consulta 26/02/2022.

\_\_\_\_\_ (2022). Estadísticas por territorio. Tablas evolutivas por barrios de Barcelona. Evolución de la estimación del paro registrado en Barcelona por barrios y meses. Fecha de consulta 02/03/2022.

## Otros artículos y recursos de interés consultados

UNESCO. (s.f.). UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1972). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*.

Patrimonio Catalán reconocido por la UNESCO (2014). Generalitat de Catalunya, Agencia Catalana de Turismo.

Foment de Ciutat. Ajuntament de Barcelona (2021), Pla de Barris del Poble-sec. 2021-2024, Barcelona: Tramatemnic, pág. 44.

Inventario del catálogo de patrimonio festivo de Cataluña. (2015), Generalitat de Catalunya, Departamento de Cultura - Extraído de: <https://bit.ly/3zZnePp>.

Decreto del patrimonio festivo de Cataluña (2006). Extraído de: <https://bit.ly/3Hlahv4>.

## Enlaces de interés

Barcelona Cultura:

<https://www.barcelona.cat/districtecultural/es/art-i-part>

BOE

<https://www.boe.es/eli/es-ct/l/1993/03/05/2>

Burngreave Voices

<https://www.museums-sheffield.org.uk/project-archive/burngreave-voices/about.html>

Escena Històrica

<http://escenahistorica.cat/>

Gobierno de España

<https://ipce.culturaydeporte.gob.es/presentacion.html>

Institut de Cultura de Barcelona

<https://bit.ly/3bk2urb>

<https://bit.ly/3n8Lk2w>

UNESCO

<https://whc.unesco.org/en/list/?&type=cultural>





**Barcelona, 2022**