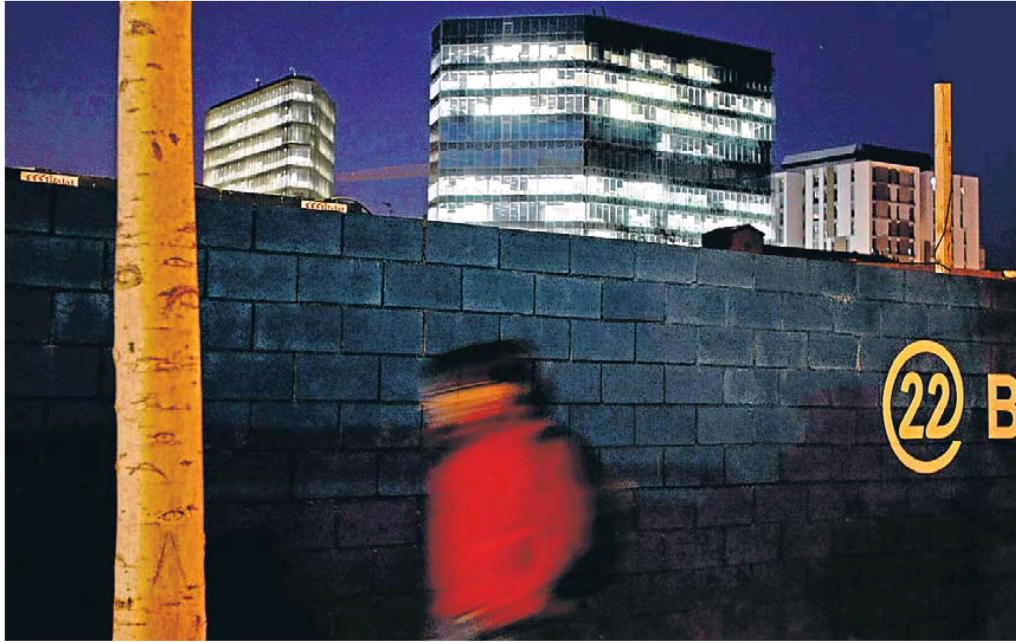


Tendències

Nou Poble Nou



Noves i velles construccions con viuen al Poble Nou
FOTO: ALEX GARCIA

JORDI CABRÉ

Quan et prepares per a un viatge a Nova York, t'informes sobre el barri de moda: records que fa uns anys havia estat Tribeca, però també saps que la hipervelocitat de les tendències obliga a localitzar la veritable avantguarda de la ciutat. No fos cas que t'estiguessis fent vell o, encara pitjor, que fossis un vulgar *mainstreamer* de mapa i guia. Si te n'informes bé, sabràs que ara a Nova York ja hi ha vida fora dels *hipsters* de Brooklyn i que al Meatpacking District s'hi troben els bars, cafès, sales de concerts i galeries més cool, a banda de les antigues fàbriques redissenyades com a epicentres de creativitat. Per què succeeix això, de forma suposadament espontània? Per què també de sobte sentim parlar del Wynwood Arts District a Miami o el 798 Arts District de Beijing, o la Brunnenstrasse de Berlín? En efecte, aquests fenòmens no sempre són casuals i ben sovint hi ha una associació impulsora al darrere. Es revitalitzen barris degradats a través de reconversions industrials, festivals alternatius o botigues maridades amb l'art. Amb ajut municipal, o sense. I, és clar, amb millor o pitjor fortuna.

A Barcelona fa uns deu o quinze anys li va tocar al Born, justament quan l'aposta municipal era omplir desesperadament la zona del Port Olímpic o, encara més desesperadament, la de Diagonal Mar.

L'operació del Raval obeeix més a raons més d'oxigenació urbana i social, i per això és destacable el nombre d'equipaments culturals públics que ara s'hi concentren: Macba, Filmoteca, CCCB, Liceu, Arts Santa Mònica, Biblioteca Nacional, Institut d'Estudis Catalans, Museu Marítim, etcètera (sense deixar de banda les felices iniciatives privades del teatre Principal, del teatre Romea o del teatre Goya-Codorniu). Però malgrat tot, el Raval no acabat de ser mai un d'aquests barris *de moda*, meca de joves ansiosos d'últimes tendències, d'art disruptiu i de promeses de creativitat sostenible. Segurament massa encaixonat, d'espais massa petits i massa lliurat a la iniciativa pública. Ara mateix només hi ha un barri a Barcelona on es desperta quelcom de semblant als grans barris artístics del món, evidentment amb associació impulsora al darrere però amb un fort sotaobscure ja cultivat: el barri del Poble Nou.

Poble Nou Urban District promou una mica allò que va succeir a Wynwood, Miami: un grup de persones s'associen per constatar la immensa eferescència del barri, i per una sèrie de casualitats això acaba confluïnt amb un cert interès dels propietaris immobiliaris. En el cas de Miami les propietats privades van autoritzar a fer servir grans locals buits per a activitats artístiques (galeries, enormes murals urbans, restaurants de dis-

seny, circuits artístics...), de manera que visitar el barri ja és de per si avui una atracció turística. En el cas del Poble Nou no es tracta ben bé de grans immobles buits, però sí d'importantes empreses que hi han implantat la seu i que desitgen que la vitalitat artística del barri (agències de publicitat, botigues i tallers de moda, centres de creació, de formació, estudis de disseny i arquitectura, de producció i postproducció, galeries i showrooms, sales de concerts...) acabi exposant-se com

Importants empreses que s'hi han implantat desitgen que la vitalitat del barri serveixi com a reclam internacional

a reclam ciutadà i internacional. Amb la intenció, això sí, de no perdre l'esperit underground avui vigent. O allò que se'n diu l'autenticitat, clau de volta de tot projecte i alhora sopa d'all del nou segle.

Valor afegit

L'interès no és només empresarial: també les associacions de veïns i els hotelers s'hi han implicat, així com els 220 establiments recollits en el mapa de creativitat del districte. Es vol que tots aquests espais prenguin un caire més d'*aparador*, que s'obrin al públic barceloní i turístic, que es facin més visibles

com ja ho són les icones properes del DHub, de Can Framis o del Razzmatazz. Per això es promou l'elaboració i difusió de mapes, la celebració de festivals i nits temàtiques, la invitació a grans artistes de renom mundial, el boca-orella incessant... Segons els promotors, la diferència entre un barri artístic a Barcelona i un barri artístic en aquestes altres ciutats és que aquí l'obertura dels espais a la llum del carrer es fa imprescindible: un valor afegit per a l'autenticitat de l'aparador. No es pretén idear un concepte de laboratori sinó fer justícia a allò que ja succeeix en aquests tallers, antigues impremtes, velles bodegues, avingudes fantasma on els creatius han trobat amples racons per provar fortuna.

Promoure una zona es pot fer per les bones o per les artificials. Aviat el Poble Nou rebrà la influència directa de la nova estació de la Sagrera, destinada (diuen) a anomenar-se estació Salvador Dalí i a acollir els viatgers de Península endins o de Pirineus amunt. Seria tot un detall que demostréssim que no ens fan falta grans Fòrums de les Cultures ni grans Viles Olímpiques per dinamitzar zones que no són al centre de la ciutat. Ni Dalí ni Gaudí tampoc no eren pas gent del passeig de Gràcia, per tant seria bo que el visitant no es quedés només amb la façana bonica de la ciutat o amb grans equipaments públics. Sí, hi ha vida als nostres tallers. |