

Els mecenes de la pedra

Abans, la noblesa feia de mecenes, ara, les empreses comercials volen emular-los i comencen a invertir fort en un camp concret de la cultura: la restauració. L'Ajuntament de Barcelona anuncia la creació d'una agència d'esponsorització i la Generalitat de Catalunya busca la col·laboració amb empreses privades.

Pep Solervicens



Església de Santa Maria del Mar (Barcelona).

Unes bastimentades ostentoses, unes lones de colors a voltes cridaners, i aigua, molta aigua. De sobte s'aixequen les lones, i la façana o el monument en qüestió deixen de ser allò en què el pas del temps els havia convertit. Retornar la bellesa i la dignitat als edificis i monuments que ens han llegat els nostres avantpassats en l'esperança que, com el Colosseu romà, esdevinguin bimil·lenaris és el que normalment entenem per restauració arquitectònica. La vila romana de Centelles, la coberta i els vitralls de Santa Maria del Mar a Barcelona, el monestir cistercenc de Santa Maria de Vallbona, la façana vuitcentista de l'Ajuntament de Barcelona, l'Arc de Triomf, la casa Corrons de la Gran Via o l'Hotel Ritz de Barcelona són mostres d'aquest tipus de restauracions que a partir d'iniciatives institucionals ja han estat endegades o estan a punt de ser-ho.

Una insistent campanya municipal adverteix els barcelonins de la necessitat de posar-se guapos. Terenci Moix, Antoni Tàpies, Gonzalo Comella, Sito Pons, Aurora Altisent, Oriol Regàs, Ferran Amat i Leopold Pomés van passar per pantalla l'any passat, el primer any de campanya, i ara és una esplèndida barcelonina qui es posa guapa davant dels telespectadors. I encara que en aquest cas tots coincideixen que a aquesta barcelonina no li calen gaires retocs, a Barcelona i a Catalunya sí que en calen i els pressupostos que fins ara les institucions hi han destinat generalment no anaven més enllà de posar pegats i refer el que el temps tirava a terra. Però una nova fórmula iniciada l'any passat ha contribuït notablement a incrementar els pressupostos dedicats a la restauració: es tracta de l'esponsorització, una pràctica que aplicada a l'esport ja té una llarga tradició a casa nostra i que en el terreny de la restauració fa anys que s'havia endegat a França.

Restaurar fins els lavabos

Amb el padrinatge de cases comercials no només s'han rehabilitat monuments i edificis, també s'han reparat i embellit parets mitgeres, s'han restaurat les persianes i baranes de balcons tant públics com privats, s'han enjardinat els patis interiors de les illes de cases, s'ha reordenat la col·locació de cartells publicitaris, de tendals i de

DOMÈNEC UMBERT

Ajuts i beneficis concedits per la campanya «Barcelona posa't guapa» (1987)

Subvencions a particulars	109.398.674 ptes.
Subvencions a entitats	119.620.000 ptes.
Exempcions sobre l'impost de radicació	11.669.538 ptes.
Exempcions de dret de llicència d'obres i de la taxa d'ocupació de la via pública	46.090.800 ptes.

marquesines. Tot el que sigui visible en una ciutat configura, per a l'Ajuntament de Barcelona, el paisatge urbà, i en aquest sentit les restauracions iniciades han arribat fins a la millora dels lavabos de bars i restaurants, la instal·lació d'aire condicionat i gas no contaminant als taxis, o la insonorització de locals. Uns aspectes que tenen poc a veure amb el que generalment entenem per restauració.

Precisament, el primer protocol de col·laboració amb empreses privades per a la restauració que va signar l'Ajuntament de Barcelona va ser per rehabilitar una paret mitgera a la ronda General Mitre, molt a prop del camp de l'Espanyol. L'espònsor va ser una empresa comercial: Cotexsa. La tasca duta a terme: l'obertura de balcons i finestres en dos celoberts molt descurats que donaven a General Mitre. El resultat: la casa va ser tota una altra. Ramon Llaca i Palació, director de difusió de la campanya «Barcelona posa't guapa», exhibeix orgullós l'abans i després d'aquesta paret mitgera i ningú no li pot negar que no només els edificis de reconeguda vàlua arquitectònica necessiten una restauració eficaç.

L'objectiu de la campanya municipal era conscienciar el ciutadà de les possibilitats de millora del paisatge urbà i perquè això fos més fàcil oferir subvencions i exempcions d'impostos, taxes i arbitris. La mateixa dinàmica de la campanya, que va aconseguir qualificar de seguida en els ciutadans, va atreure els espònsors i en l'actualitat hi ha dos grans projectes de col·laboració a punt de dur-se a terme: la restauració de l'Arc de Triomf, a l'entrada del Parc de la Ciutadella, que previsiblement es realitzarà el 1989 i per a la qual El Corte Inglés dona 112.000.000 de pessetes i la restauració de totes les fonts de la ciutat, per a la qual Repsol en dona 375.000.000. Però els protocols de col·laboració ja firmats o a punt de firmar amb empreses privades són incomptables.

¿Què fa que una empresa privada doni 112 o 375 milions per a restaurar diversos punts de la ciutat? Millorant

la imatge de la ciutat l'empresa millora també la seva pròpia imatge. Alguns dels convenis firmats per la Generalitat regulen molt precisament les contrapartides de l'empresa; en el cas de l'Ajuntament de Barcelona, aquest cedeix a l'empresa l'eslògan de la campanya i ofereix la possibilitat de fer campanyes publicitàries conjuntes.

Així, podem llegir als diaris anuncis del tipus «Barcelona posa't guapa. Titan t'ajuda», «Barcelona se pone guapa con Scott», o una relació de les empreses col·laboradores amb un «Gràcies guapos» de l'Ajuntament. Amb tot això, algunes empreses aconsegueixen simplement fer-se publicitat indirecta, d'altres a més aconsegueixen prestigiar-se o veuen en la campanya una bona carta de presentació. L'existència d'una bona campanya publicitària per part de l'Ajuntament ha estat la clau per a aconseguir col·laboracions empresarials.

«Patrocinant un concert d'Olé Olé» —diu Ramon Llaca— «les empreses incideixen en el públic durant un període de temps molt limitat. Restaurant, per exemple, l'Arc de Triomf l'empresa s'anuncia durant tot un any». L'Ajuntament, una vegada vist l'èxit, té previst crear una agència d'espponsorització que faci més àgils les negociacions amb les empreses, seguint el precedent de París que ja té una Direcció d'Espponsorització, i ja està elaborant un catàleg de coses espponsoritzables a la ciutat.



Els bancs són un dels estaments que més inverteixen en restauracions.



Últimament és prou habitual trobar grans grues al costat dels monuments.

Tramitacions de la campanya «Barcelona posa't guapa» (1987)

Tipus d'obra	Informes tècnics		Execució d'obres		
	Sol·licituts	Realitzats	Llicència	Inici	Final
Restauració de façanes i parets mitgeres	2.218	2.027	695	570	445
Recuperació i ajardinament d'espais interiors	233	185	37	26	20
Millora condicions higiènico-sanitàries d'establiments de concurrència pública	277	220	167	130	116
Insonorització d'activitats i habitatges	515	415	113	68	64
Adequació de rètols	385	161	127	83	50
Altres actuacions	859	781	258	185	114
Total	4.487	3.989	1.397	1.062	809



Detall de l'Arc de Triomf, a Barcelona.

Catàleg i agència d'esponsorització

En el futur es tractarà, doncs, que l'empresa vagi a la nova gerència, l'agència d'esponsorització, i els digui «Miri, ¿què tenen per restaurar que estigui bé, d'uns cinquanta quilets?». El gerent els ensenyarà a continuació un repertori que, com es veu, contempla tant edificis de propietat municipal com privada, en els quals l'ajuda de la casa comercial és una part de l'ajuda que l'Ajuntament concedeix al propietari de l'edifici.

La Pedrera de Barcelona és el cas d'un edifici privat —propietat de la Caixa de Catalunya—, en la restauració del qual hi ha col·laborat l'Ajuntament. Per la seva banda, la Generalitat de Catalunya ha firmat fins el moment tres convenis de col·laboració amb empreses i fundacions privades, tots ells en l'era Ferrer, l'època en què Joaquim Ferrer era responsable del Departament de Cultura.

El primer es va firmar amb el Banco Hispanoamericano el juny del 87 per a la restauració de la basílica de Santa Maria del Mar de Barcelona. Té una durada de quatre anys i pretén restaurar les cobertes de la basílica, netejar les façanes, il·luminar-ne l'interior i l'exterior i restaurar i protegir-ne els vitralls.

Durant el període 87-91, inicialment el Departament de Cultura es comprometia a destinar-hi 50.000.000 de pesetes i el Banco Hispanoamericano 80.000.000. Aquest conveni deixa ben clar els incentius que fan que l'entitat bancària financï una part de la restau-

ració: un mínim de dues conferències de premsa a l'any, una publicació en què es resumiran les obres esponsoritzades i, sobretot, que «durant tota la realització de l'obra es col·locaran quatre rètols als diferents costats de la Basílica, on figurarà exposat de manera ben clara el patrocini de la Generalitat de Catalunya i el Banco Hispano Americano. Acabada l'obra, caldrà determinar la forma de deixar constància del suport prestat per les dues entitats a la restauració de l'edifici, probablement amb una placa commemorativa».

Vallbona de les Monges

Per a la rehabilitació, restauració i nova excavació de la vila romana de Centelles, a Constantí, i per facilitar-hi l'accés, la Generalitat va firmar un conveni amb Repsol, l'espònsor, i l'Ajuntament de Constantí el 12 de febrer del 1988. Però, probablement, el conveni més significatiu dels que ha firmat la Generalitat és el que fa referència a la restauració del monestir de Santa Maria de Vallbona, mostra cabdal de l'art cistercenc a Catalunya.

En aquest cas, la Generalitat pagarà un 50% de la restauració i l'altre 50% cinc espònsors bàsicament: Caixa de Barcelona (5 milions en la primera anualitat, el 1988), Catalana de Gas (5 milions a la primera anualitat,

que aquest any augmentaran), Enichem (3 milions el primer any, que aquest any augmentaran), Fundació Gran Enciclopèdia Catalana (500.000 ptes. el primer any) i Fundació Vergés (200.000 ptes. en la primera anualitat).

La Generalitat, en solitari, ja havia començat la restauració d'una part del monestir, el claustre. A finals de 1986 Catalana de Gas va iniciar l'esponsorització de la restauració i, finalment, el 8 de març de 1988 es va firmar aquest conveni que implica sis bandes, els espònsors i la Generalitat.

Gràcies als espònsors, la restauració actual de Vallbona de les Monges inclou els cinc punts afectats pel pas del temps i la descurança dels homes: les edificacions damunt el claustre, les esquerdes al cimbori, els greus problemes de fonaments, l'obra morta aliena al monestir i l'edificació d'un nou habitatge per a les monges. Les aportacions d'entitats privades es calculen, aproximadament, en 100.000.000 de ptes.

Vist que les cases comercials tenen bona predisposició a actuar com a mecenes, la Generalitat pensa repetir els convenis d'aquest tipus, uns convenis que ja estan de moda per Europa. Al País Valencià s'ha endegat la restauració de Sant Miquel dels Reis però no se n'han trobat els espònsors o, probablement, no s'han buscat. □

L'ABANDÓ EN QUÈ ES TROBA EL PATRIMONI MONUMENTAL VALENCIÀ NECESSITA INVERSIONS MOLT FORTES

Molt a prop de la desfeta

La xifra d'edificis declarats monument històrico-artístic augmenta cada vegada més. Però la realitat és que aquests van caient d'any en any i les inversions en restauracions al País Valencià estan massa lluny del que caldria.

Ferranda Martí

A la degradació que imposa el pas del temps, cal afegir el mal ús que se n'ha fet, l'espòli i l'abandó que ha reduït una part d'aquest patrimoni a autèntiques ruïnes. És el cas, per exemple, del monestir cistercenc de Valldigna a la Safor deteriorat de forma irreversible. La Conselleria valenciana de Cultura encara en tramita l'expropiació, que, en fer-se efectiva, donarà pas al desenrunament i la consolidació de l'edifici, on cal una inversió considerable, calculada en 250 milions de ptes.

Un cas semblant és el de la cartoixa de Vall de Crist d'Altura, on s'ha previst la instal·lació d'un alberg i que té un pressupost de 110 milions. Actualment en peus en queda un 20% i té 17

propietaris, que estan disposats a vendre la seua part a la Conselleria. El castell d'Albaida, on s'invertiran 5 milions, i l'església de Sant Joan del Mercat de València, a la qual han assignat 150 milions, són també dos punts que necessiten una intervenció ràpida i enèrgica.

En general, amb més o menys urgència, hi ha una tasca ingent de restauració dels edificis i conjunts arquitectònics declarats béns d'interès cultural que exigeix un ritme d'inversions superior i més ràpid al que ara es destina. A hores d'ara els diners dedicats a obres de restauració per la Conselleria de Cultura han oscil·lat segons els anys. L'any 87, les despeses —149 milions— van ser pràcticament el doble que el 88. Lògicament, la proporció