

# Les sorpreses fèrtil

**E**l rigor i la creativitat li arriben directament de l'amor. És la saba que la reciprocitat transporta a tots els racons del seu cos. La màxima és que si no emets amor, no en reips. Philippe Starck assegura que només ingerint aquesta medicina natural ha deixat de ser invisible: "És un poc idiota, però és així". Cansat de ser un noi de casa bona, ben vestit, ben educat, simpàtic, sense que res d'això li garantís un lloc en la societat, Philippe Starck, nascut a París el 1949, es va veure amb l'obligació de crear fragments d'amor. Peces que, un cop comprades, li transmetien, alhora, signes d'amor dels consumidors, la seva veritable família. Fins al punt que creu que ell només és funció d'allò que ha fet i que la gent ha admirat. Si s'atura, tornarà a esdevenir transparent. Deixarà de rebre amor. És l'única llei que coneix.

Als vint anys, Starck ja era *art director* de Pierre Cardin. Després de passar mig any a la NASA es va dedicar a decorar discoteques parisenques, i tot seguit arribaren els mobles i els objectes industrials. I així fins que el president de la República Francesa, François Mitterrand, li encomanà la decoració d'una part dels seus apartaments de l'Elisi. Interiorisme, llums, mobles, edificis, Nova York, Tòquio, París..., tot sinònim de Starck, l'últim emperador del disseny. Philippe Starck s'acaba de fer una casa a Formentera, illa que freqüenta des dels quinze anys. L'ha batejada amb el nom de Ca N'Almànguena, pel color (mangra) amb què l'ha pintada. Però, Starck no es conforma amb la definició de "terra amb òxid vermell de ferro", ni tampoc amb el seu lligam illenc, encara que siguin intencionats. Starck repeteix la fonètica illenca "aumànguena" i hi troba una certa connotació africana: "U-manga-nà, ú-manga-nà".

—*Què l'interessa de l'arquitectura, senyor Starck?*

—Bé, no sóc arquitecte, per tant no em permetré de jutjar-la, però crec que avui hi ha una gran confusió entre els arquitectes; confonen la seva posició social d'arquitectes amb l'autèntica acció de l'arquitectura. M'agradaria de veure menys arquitectes i més gent que fa arquitectura. Crec que l'arquitectura hauria de ser menys cultural i més pragmàtica i afectuosa. M'agradaria que l'arquitectura fos més contestada. Avui, tenim dos grans estàndards: el postmodernisme, amb totes les seqüeles, i l'arquitectura tecnicista, mecànica, arquitectures transparents, de vidre, de ferro, que moltes vegades són molt ben fetes. Però fa l'efecte que estem molt contents amb aquestes dues famílies i, a

**Cansat de ser un noi de casa bona, ben vestit, ben educat, simpàtic, sense que res d'això li garantís un lloc en la societat, Philippe Starck, nascut a París el 1949, es va veure en l'obligació de crear fragments d'amor. Als vint anys era 'art director' de Pierre Cardin. Però la consagració li arribà quan el president de la República Francesa, François Mitterrand, li encomanà la decoració del seu apartament a l'Elisi. És l'últim emperador del disseny.**

mi, això em sembla covard; estic segur que n'hi ha més. Jo, personalment, exploro des de fa un temps una arquitectura expressionista que em sembla, si no millor que les altres, sí bona d'explorar. Quan me'n donen l'ocasió, busco aquesta via expressionista, simbòlica, i de fet veig que comença a fer una mica d'escola. Crec que hi ha coses en arquitectura que s'han de fer comprendre; per exemple, un edifici públic no s'ha de fer mai com un edifici privat. En el públic la cosa més important és el simbolisme pur; és a dir, que es pot fer des de l'exterior a l'interior, mentre que el privat es pot fer des de l'interior a l'exterior. Jo faig arquitectura de tots dos tipus: grans edificis, cases petites o mobiliari. És la direcció artística que mostro a les grans empreses perquè edevinguin honestes, però en tots els llocs d'acció —Japó, Mèxic, Itàlia—, hi treballen les mateixes persones. Això vol dir que no hi ha diferències filosòfiques; en tot cas, hi ha més diferències entre jo mateix i una persona que viu en aquella casa [*assenyala una casa veïna*], que no pas entre una persona que viu a Mèxic i una altra que viu a Tòquio. Cal entendre la visió planetària i que la comunicació es fa entre mons paral·lels, no geogràficament.

—*Encara som víctimes del disseny?*

—*Design victim* és un concepte derivat de *fashion victim*, que és la gent que es compra roba molt sovint i que semblen arbres de Nadal. Aquí passa el mateix, la gent que té apartaments amb peces de col·lecció, coses increïbles... Al meu parer, això és un error total. Però, és clar, la gent fa el que vol i el que pot, i no entén que el món que els envolta és molt poderós i que hauria de ser una harmonia de coses fortes i coses suaus.

—*Hi ha un estil Starck?*

—Algunes persones s'ho pensen, que hi ha un estil Starck. Jo crec que no, i no ho desitjo. En canvi, he tingut l'oportunitat de veure exposicions retrospectives globals del meu treball i he entès per què es podia pensar això. Primer de tot, no és un estil, és una lògica de treball i, de fet, l'únic estil Starck és la llibertat, la llibertat que prové de la utilització d'una altra eina de treball. Generalment, els arquitectes, els dissenyadors, treballen amb l'estètica, i aquesta ens apareix dependent de tot allò que és cultura. És molt perillós mesclar l'estètica amb la cultura perquè ens duu al "m'agrada", "no m'agrada", "m'agrada avui", "no m'agradarà demà", "m'agradarà potser algun dia"...; però, sobretot, ens duu al consum i a la producció inútil. És per això que he substituït, des de fa uns anys, l'eina

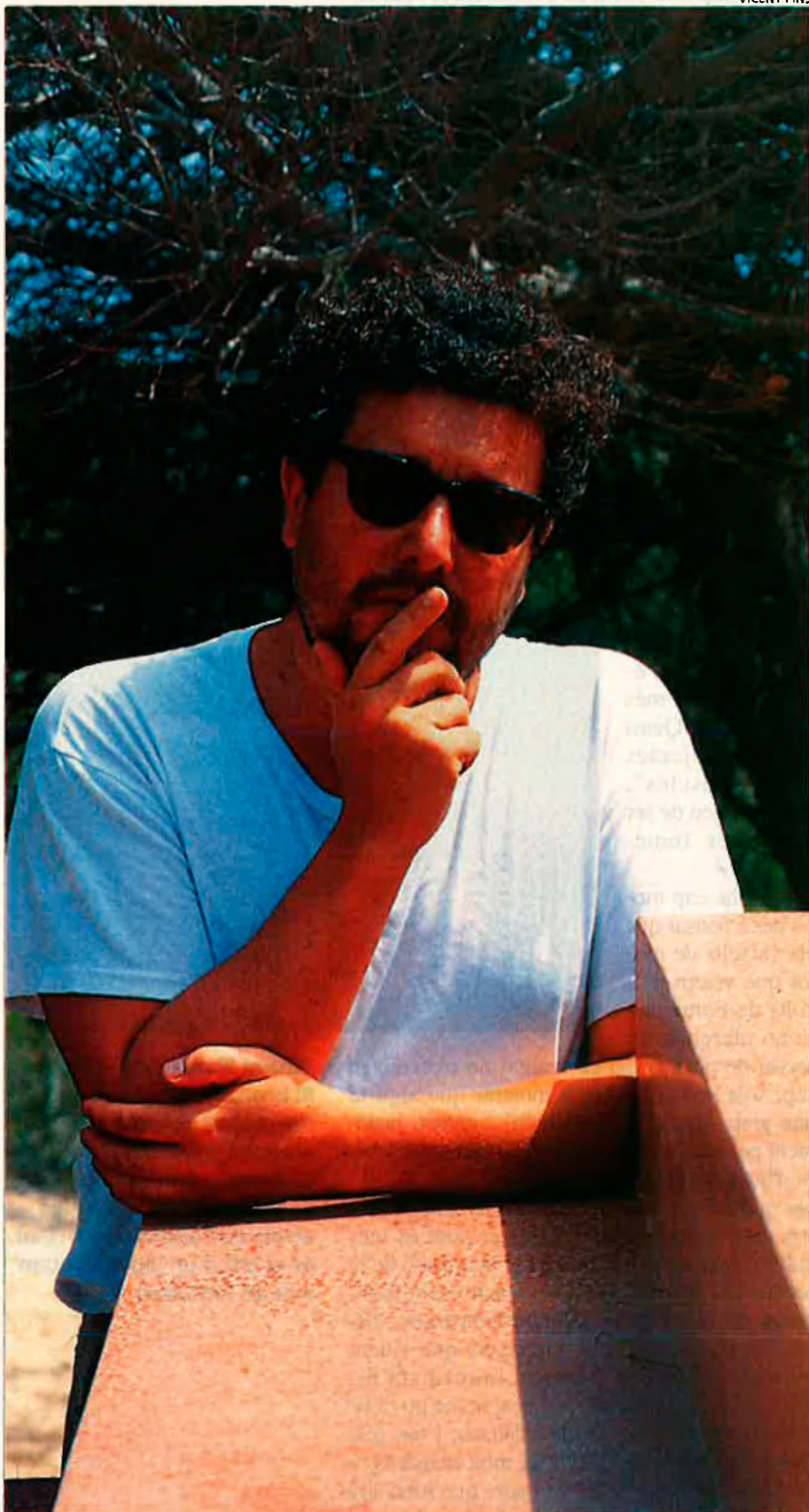
# s de Philippe Starck

estètica per l'eina semàntica. No m'interessa de saber si el negre i el verd són bonics, si l'acer i la fusta són bonics, perquè, en primer lloc, no tinc ni idea de si efectivament ho són i, en segon lloc, no m'importa, perquè aquest no és el problema. Quan vols fer una cosa bonica, el que aconseguixes, generalment, és de fer-ne una d'efímera, volàtil. Es tracta, doncs, de substituir la cosa "bonica" per la "bona". Avui no necessitem "productes bonics" que ens facin adoptar un sistema d'admiració. Veuràs, si dic: "Caram, quina cadira més bonica!", és que, en algun moment donat, considero que la cadira és millor que jo... I per definició això no és així: la millor cadira del món serà sempre menys bona que el pitjor dels homes. Crec que cal combatre l'admiració i, de fet, ja va caient per ella mateixa. Necessitem relacions diferents amb el nostre entorn. Durant molts anys hem fet una producció narcisista en què la finalitat era el producte, i això és un error greu. La finalitat no és el producte, la matèria; la finalitat és l'efusió, l'ennobliment, la felicitat de la persona que hi conviu, l'ésser humà. Allò que fa que les persones reconeguin un estil Starck és aquesta diferència. Normalment, els altres treballen amb l'objecte com a finalitat; la meua finalitat és l'ésser humà.

És justament per això que em serveixo de l'eina semàntica per parlar a les persones. La meua única professió és com la d'aquell qui escriu i se serveix de les lletres, com la d'aquell que canta i se serveix de les notes; jo, per raons masoquistes, em serveixo de les matèries. I sé què vol dir el verd, el negre, la fusta, la fibra de carbó, i quan m'ho demanen, responc col·locant les matèries i les formes les unes darrere les altres perquè la matèria parli, no pas a la consciència de les persones, sinó a l'inconscient, i creï un diàleg basat en una cosa tan senzilla com és la simpatia, la tendresa, l'amor.

—Una semàntica adreçada al cor.

—Tenim moltes matèries al nostre entorn, tenim molts equipaments, i ens adonem que com més matèries tenim al nostre voltant menys vivim, menys amor tenim; és urgent, doncs, de començar la *love revolution*, el *love style*, per poder dir "no". Cal que tot el que fem a partir d'ara siguin coses que ens trametin signes d'amistat. "M'agrada aquest llum perquè, caram, quin disseny més bonic!", i coses així, no m'importen. El que s'ha de dir és: "Aquest llum és meu, m'hi trobo bé". Repeteixo, no faig un treball d'estètica, faig un treball polític: és a dir, que el que m'interessa és que la gent descobreixi els signes ocults dels objectes, les significa-



VICENT PINS

**Philippe Starck a la casa que s'ha fet a l'illa de Formentera. El dissenyador l'ha batejat amb el nom de Ca N'Almànguena.**

cions, els símbols, perquè deixin d'envoltar-se de símbols dolents. Per exemple, el principal signe utilitzat en la producció és el signe del diner. Quasi la totalitat dels objectes no serveixen sinó per a mostrar que hem tingut diners, i això és una ximpleria. Hom no construeix la vida sobre el fet de mostrar que té diners, hi ha moltes més coses.

—*El signe del diner, que sol anar associat al signe "mascle"...*

—Certament, el signe "mascle", que és absurd, obsolet i inútil, seria un altre exemple d'això. Si a l'Edat Mitjana es necessitaven uns grans músculs, calia ser agressiu, violent i tenir força per a sobreviure, avui, en una civilització —suposem-ho, civilitzada— ja no ens calen grans músculs; ens cal un bon cap, ser intel·ligents. La intel·ligència moderna, que és intuïtiva i pragmàtica, sense idees arcaiques, és gairebé la del funcionament de l'electrònica; i a més és femenina. Quasi tots els objectes són "mascles", quan haurien de ser molt més femenins.

No hi ha cap motiu per a pensar que els vaixells de motor que veiem pels volts de Formentera no ofereixin un servei de plaer, però en realitat no n'ofereixen cap; sols serveixen per a mostrar que algú té una gran cigala. Això és inútil i nefast, justament pel missatge transmès. El missatge global és d'intentar, en primer lloc, d'entendre els signes que ens envolten i, en segon lloc, de fer neteja dels signes dolents. El tercer punt és més polític encara: cal replantejar-se la qüestió de la producció; és a dir, quan demanem als responsables de la producció, siguin industrials, dissenyadors, arquitectes o enginyers que volem un magnetòfon, la resposta immediata és: "Aquí té el magnetòfon". Aquest home no fa bé la feina, és un venedor de salsitxes, i tan sols l'interessen els diners; o bé és molt mandrós, o bé és un covard, o bé és un lladre que roba a la societat, un impostor que no hauria d'ocupar aquest lloc de productor, perquè no assumeix les seves responsabilitats.



ARXIU

**Edifici Nani-Nani, Tòquio. El bronze verd goteja òxid del mateix color, que amb els anys anirà omplint les esquerdes practicades en el paviment i dibuixaran les arrels de l'edifici. Nani-Nani és el crit d'un japonès quan veu un fantasma.**

—*Quin hauria de ser el paper del productor?*

—Un paper molt més moral i més selectiu. Si una persona em ve a veure i em diu: "Dissemyi'm un vaixell", el que he de fer és dir-li: "No voldria, de primer, anar a nedar?". Si la persona torna i em diu: "Ja he ho he provat, de nedar; és divertit, però no em serveix perquè pesco a Islàndia, l'aigua és freda i he de pescar quatre tones de peix". Llavors, li dic: "Disculpi'm, potser nedar no és suficient". El que vull dir és que hem de mirar de respondre al més honestament possible i suprimir tantes matèries al voltant del servei com sigui possible; és la idea del "moral market". Però en l'actualitat, gairebé tots els objectes que ens envolten tenen un 15% de servei i un 85% d'accessori inútil; vull dir, senzillament, que en som còmplices pel fet d'anar a robar els diners a la butxaca dels anomenats consumidors. Jo, personalment, no sé què és un consumidor, em nego a utilitzar el concepte "consumidor-fitó". Són termes militars. Un fitó és per a disparar-hi, i jo no vull disparar contra la gent, no vull robar-los, vull mirar d'ajudar-los; és tracta, sobretot, de l'honestat de satisfer realment un servei de la manera més immaterial possible. Tenim el costum de respondre amb la matèria, però ja comencem a disposar dels mitjans tecnològics per a respondre, per a donar el servei sense matèria o amb molta menys matèria. Així, quan tinguem un 99% de servei i un 1% de matèria, haurem arribat a l'autèntica honestat en la producció dels objectes: quan la producció serà moral i els productors també. Crec que es podria resumir així la idea d'estil.

—*I per tant, com deia abans, també la de llibertat.*

—Aquesta manera de treballar implica una llibertat total. Es a dir, que si demà veig que la cosa més honesta és de fer una resposta amb plàstic, o amb fibra de carbó, ho faré; però, si la qüestió necessita una resposta que no puc donar, doncs aniré a cercar un biòleg o un cirurgià, gent que pugui oferir una bona resposta. Cal pensar que la funció d'una persona com jo, en l'actualitat, no és de fer una bona carrosseria que faci bonic, sinó d'escoltar quina és la demanda de debò. Però no es tracta pas de la demanda que surt de la boca —normalment incorrecta, perquè neix de costums en la manera de pensar que tenen l'origen en la publicitat, en la moda i en les manipulacions del *marketing*—, sinó que la gent sàpiga perfectament allò que realment necessita. La manera d'escoltar, doncs, és completament diferent. Cal analitzar tots els petits signes que emet l'inconscient de la societat i agrupar-los.

Cal saber també que tot acte que no és polític no té gens d'importància, sigui en pintura, en música o en un MacDonalds; si dins no hi ha un projecte de societat, si no és una proposició per als anomenats consumidors, però que jo



**LA GRENYA DE  
PASQUAL  
PICANYA DE  
CARLES SANTOS**

*Divendres, 28  
d'octubre de 1994,  
22.30h  
Teatre Principal de  
València*

edicions **3 i 4** València

*Venda d'entrades: Teatre  
Principal de València ..*

**23**  
*Premis*  
**OCTUBRE**

*Concert patrocinat per la Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.*

anomenaria els meus amics, la meua família; si no hi ha res, per poc que sigui, però que hi ha de ser per a educar la gent, no serveix de res. En aquest cas, robem els recursos i l'energia de la terra, el temps i els diners de les persones, únicament per treure'n un profit personal. Aquesta època s'ha acabat. Els industrials, els comerciants, que pensen encara que es poden guanyar diners sense donar res en canvi, han mort, afortunadament. I és aquí, de fet, on intervé la idea del *moral market*.

—Segons aquesta lògica, funcionalitat fóra sinònim d'afectivitat?

—Encara que no ho sembli, sóc un funcionalista directament influït per escoles com la Bauhaus. I tanmateix, podríem pensar que no tenen res a veure un objecte de la Bauhaus i un objecte meu, però són exactament el mateix, només que tinguem en compte que de fa un temps les funcions han canviat, o s'han enriquit. Dit altrament, a l'època de la Bauhaus les funcions eren molt concretes: confort, pes, racionalització en la fabricació; eren funcions prou senzilles. Després ha vingut la popularització de Freud, de Lacan, i s'han pogut comprendre paràmetres com l'afecció, paràmetres reals; per exemple, que una taula tingués quatre cames per a ser estable. Quan conceps un objecte, has de ser tan equilibrat com puguis en els seus paràmetres: pes, preu, ecologia, sentiment, simpatia. A vegades utilitzem estratègies semàntiques perquè volem dir una cosa amb diversos objectes i estirem més un paràmetre, que pot semblar fins i tot més ridícul, que no pas els altres.

Fa quinze anys la gent coneixia molt poc la creació contemporània i em vaig adonar que calia fer tiquets d'entrada, lubricants, perquè els resultés més fàcil. Així, vaig fer mobles que no eren per a seure-hi, sinó perquè la persona pogués posar-se'ls al saló i els altres poguessin contemplar-los i fer-ne comentaris. Ja hi havia mobles d'aquest tipus, però eren massa cars. Aleshores, vaig fer mobles que no costaven gaires diners i que permetien de dir: "Si no m'agrada, com que no costa gaires diners, no passa res". Si tenim, per exemple, una espremedora, el paràmetre microcultura és més important que no pas el paràmetre espremedora. Ara bé, la cosa més important és, sobretot, que algú que té una cuina normal i que somnia a tenir-ne una altra —però no pot gastar-s'hi deu milions—, amb aquesta espremedora comenci a viure en la noblesa, comenci a tenir una cosa que tranquil·litzi el seu esperit.

—És possible parlar d'un fenomen Starck?

—És possible perquè Starck és avantguarda.



**Espremedora. "El paràmetre escultura —diu Starck— és més important que el paràmetre espremedora. Ara bé, la cosa més important és, sobretot, que algú que té una cuina normal i que somnia a tenir-ne una altra —però no pot gastar-s'hi deu milions—, amb aquesta espremedora comenci a viure en la noblesa, comenci a tenir una cosa que tranquil·litzi el seu esperit".**

Sempre hi ha hagut persones creatives i persones menys creatives, en totes les èpoques. En l'època de Lluís XIV, posem per cas, també hi havia persones avantguardistes, i jo espero formar part d'aquesta llei de persones.

—En la seva trajectòria, què hi ha pesat més, l'avantguardisme o la febre del disseny dels anys 80?

—Això per als dissenyadors és una cosa totalment nova i n'és la raó que la gent coneix perfectament el simbolisme de la roba que duu, tothom sap molt bé què vol dir un "jean", què vol dir un "jean" nou, un "jean" usat o un "jean" foradat, un 501, un 504, una samarreta o un Lacoste. La gent controla perfectament aquests paràmetres, però, estranyament, ha oblidat el significat dels signes que l'envolten. Així, és quan la gent s'adona de fenòmens de la societat com, per exemple, la crisi, que veu allò que té al seu costat i li agradaria de millorar-ho. Per exemple, quan van a un restaurant han de triar una roba adequada o una corbata correcta i estan segurs de la

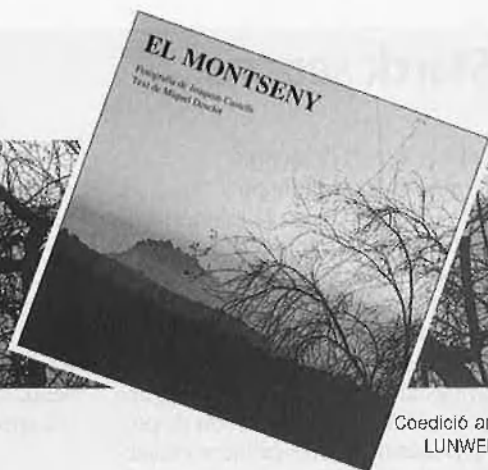
simbologia que emeten. Però, això, quan rebien els amics no ho sabien. Llavors es creen les marques, perquè la gent es pogués reconèixer més fàcilment. És a dir, que jo represento una família de persones —anava a dir una família cultural, però no és la paraula correcta—, represento una família d'afinitats, de sensibilitats, de gent que ha vist els meus hotels, ha comprat els meus llums, ha llegit sobre mi als diaris, ha vist el que jo deia per la televisió i a poc a poc s'ha reconfortat. I allò que per a aquesta família era un senyor amb panxeta, no gaire ben educat ni gaire net, per a una altra família, aquest mateix senyor representava una cosa totalment diferent. I per això ha calgut la creació de Starck, simplement per a reconfortar. Crec que la feina ja és feta; la gent coneix bé les coses, és un públic molt fi però exigent i per això em penso que avui el paper de bandera que la gent com jo tenim és inútil.

—Com es ressituarà, doncs?

—Ara miraré de parlar d'una altra cosa, de la reacció d'un ciutadà normal a qui fan preguntes, que potser és una miqueta poruc, que té mal caràcter i que potser té algunes propostes per a tothom. Avui treballa més, per exemple, sobre el futur de la societat, sobre els "grans" desafiaments de la societat francesa, sobre l'automòbil o sobre la relació que té l'automòbil amb els mitjans de locomoció o de la que tindrà d'aquí a trenta anys. És veritat que el meu paper és totalment desplaçat avui, però hi ha necessitats noves. La marca ja no és tan indispensable com abans perquè la gent sap reconèixer les coses, saben destriar un bon objecte d'un de dolent, i

# NOVETATS EDITORIALS

COEDICIONS



## El Montseny

Un gran llibre amb una visió fantàstica d'aquest parc natural que és patrimoni de la humanitat

Coedició amb LUNWERG



## Maria Aurèlia Capmany

Obres completes. Vol. 1

Primer volum de la col·lecció que recollirà i posarà a l'abast del lector la part més substancial de l'aportació de l'autora a la literatura catalana

Coedició amb COLUMNA



## Història il·lustrada de l'esport a Catalunya

Vol. 1 (1870-1931)

Visió detallada i completa del que ha estat, des de l'últim terç del segle XIX fins als nostres dies, la història esportiva de Catalunya

Coedició amb COLUMNA



Institut d'Edicions

Diputació de Barcelona

## Starck segons...

### Ferran Amat (Vinçon):

Vaig conèixer Philippe a través de la bellíssima Claire Hirshmarie, fa molts anys. Acabava d'inaugurar Bains et Douches a París i encara no havia començat a dissenyar productes. Em va fer una "visita guiada" del local que recordo més suggerent que no pas si hagués passat per segons quin museu. Vaig tenir la sort de proporcionar-li un dels primers contactes amb un fabricant que es veiés amb cor de realitzar les seves idees. Recomanar algú és una cosa que pot donar més maldecaps que no pas satisfaccions, però la relació Strack-Disform funcionà bé. Tots contents!

La meva relació amb Philippe és peculiar. Quan ens veiem, tots dos estem molt contents, però estem poca estona junts. Sempre hi ha algun avió esperant. Crec que si visquéssim a la mateixa ciutat arribaríem a ser força "còmplices". Ara només puc dir que la meva opinió de Starck és de contínua sorpresa i de profunda admiració. Potser exagerada, però em ve de gust que així sigui. Crec, fins i tot, que ho fomento.

### Xavier Mariscal:

Vaig conèixer Philippe l'any 79 a Barcelona, a través de Ferran Amat. La seva feina és intel·ligent, interessant, clara, sintètica i amb un profund sentit de la comunicació. Té una gran capacitat d'autopromoció i de saber fer la feina. Com a persona, és tan pesat, cregut i estarrufat com qualsevol artista intel·ligent.

això és gràcies al meu treball.

Es una cosa molt particular perquè jo anava contra el corrent general, sobretot a França, on normalment es deia: "Siguem *chics*, siguem elitistes, fem sèries molt limitades i ho vendrem només a la *beautiful people* del món", i jo vaig dir que "no" al fet de triar únicament, com a mitjà de producció i d'expressió, les 300 *beautiful people* del món que, d'una altra banda, són tan coneguts que resulten molt fàcils de satisfer. Jo vaig a la cosa contrària... Provem de dir, més aviat, que la paraula "popular" és una paraula ennoblidora, que un producte popular és molt més elegant que no pas un producte elitista. Jo he dit que una cosa rara no té cap interès, que la cosa rara no té qualitat, que la multiplicació ben feta és una cosa extraordinària, molt més noble i molt més difícil de fer per al creador. Parteixo del principi que algú que decideix amb antelació de fer una cosa per a una persona rica, si té la sort de tenir una bona idea i la dona únicament a una vintena de persones, roba a la societat. És a dir, que si una persona té la sort de tenir una bona idea i té l'honor de poder-la expressar, i aquesta idea és coherent amb la multiplicació i pot ser útil a un màxim de persones, s'ha de multiplicar. Així, crec que aquest

combat s'ha guanyat des de fa aproximadament dos anys. Quan va sortir el meu raspall de dents, tots els museus el van comprar, els col·leccionistes també, la gent es regalava centenars de raspalls per Nadal. Això és idiota; abans cap museu no comprava un raspall.

—S'ha plantejat alguna vegada la qüestió del mecenatge?

—No crec en el mecenatge, perquè és una manera de fer de la mà esquerra una merda i de dir que la mà dreta és correcta. El 95% del mecenatge serveix a les grans empreses, o bé per a pagar menys impostos, o bé per a comprar-se una imatge de marca. O, pitjor encara, perquè per mitjà del mecenatge les grans societats i algunes televisions creïn censures totalment feixistes; així, hem vist gens museus americans retirar obres d'artistes perquè la societat havia dit: "Som nosaltres els qui paguem el museu, aquest artista és homosexual i no volem homosexuals aquí". Ens adonem que és un sistema molt perillós, políticament, i cal combatre'l, no pas abonar-lo. Si aquestes societats, en lloc de comprar la seva imatge d'aquesta manera, es limitessin a fer bé la feina, no necessitaríem el mecenatge. Si la societat fos correcta i no hi hagués beneficis extres aquí i allà, si comprés normalment l'art com cal, tot aniria bé. El mecenatge és una cosa viciosa. Hi ha un dossier molt important, "El mercat de l'art", d'un alemany anomenat Hacke, que demostra que el mecenatge és terrible, i que arriba a intervenir fins i tot en la policia dels ghettos negres de Sud-àfrica. Per tant, que cadascú faci la seva feina, que l'artista treballi i, si fa les

ARXIU



Raspall de dents. "Quan va sortir, la gent se'ls regalava a centenars".

coses ben fetes, que guanyi diners; no cal un mercat artificial.

—A partir de la seva concepció del disseny, es pot revolucionar la societat?

—No ho sé. Jo no estic per les revolucions, al contrari, estic per recuperar l'evolució; veig que la societat va en un sentit, però hi ha sectors retardats, que no es desenvolupen a la mateixa velocitat que la resta per raons que desconexem. I és veritat que un treball com aquest permet de recuperar aquestes evolucions retardades. Ja he dit que la meva tasca més important no és de treballar sobre el futur ni sobre el passat. En primer lloc, perquè ja és fet, i en segon lloc,



Generalitat de Catalunya

## TELÈFONS D'INFORMACIÓ

Relació de les seus dels Departaments i dels telèfons d'informació.

TELÈFON OBERT (INFORMACIÓ ADMINISTRATIVA)

(93) 315 13 13

### SEUS DELS DEPARTAMENTS DE LA GENERALITAT

PRESIDÈNCIA	Pt. de Sant Jaume, 4 (Palau de la Generalitat)	08002 BARCELONA	93 4024600
OFICINA D'ATENCIÓ A L'ADMINISTRAT	Pt. de Sant Jaume, 4 (Palau de la Generalitat)	08002 BARCELONA	
ESPORTS	Av. dels Països Catalans, 12	08950 ESPLUGUES DE LLOBREGAT (Brix Llobregat)	93 3719011
JOVENTUT	Calàbria, 147	08915 BARCELONA	93 4938383
INSTITUT CATALÀ DE LA DONA (ICD)	Fontanella, 21-23	08910 BARCELONA	93 4121773
UNIVERSITATS I RECERCA	Tapineria, 10	08002 BARCELONA	93 3102283
GOVERNACIÓ	Via Laietana, 69	08001 BARCELONA	93 4840600
ECONOMIA I FINANCES	Ribes de Catalunya, 18-21	08007 BARCELONA	93 3025020
ENSENYAMENT	Av. Diagonal, 492	08934 BARCELONA	93 2803097
CULTURA	Pt. de Santa Mònica, 8 (Palau de Mar)	08002 BARCELONA	93 3165094
SANITAT I SEGURETAT SOCIAL	Travessera de les Cortes, 131-159 (Pavelló Ave Maria)	08028 BARCELONA	93 3391111
POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES	Dr. Roux, 80	08017 BARCELONA	93 2051313
AGRICULTURA, RAMADERIA I PESCA	Pg. de Gràcia, 105 (Torre Muñoz)	08006 BARCELONA	93 2372442
TREBALL	Amole, 11-19	08902 BARCELONA	93 4124688
INDÚSTRIA I ENERGIA	Pau Clarà, 81 (Casal Sant Jordi)	08010 BARCELONA	93 301937
COMERC, CONSUM I TURISME	Pg. de Gràcia, 105 (Torre Muñoz)	08006 BARCELONA	93 4849500
BENESTAR SOCIAL	Pg. de Gràcia, 105 (Torre Muñoz)	08908 BARCELONA	93 2579045
MEDI AMBIENT	Pt. de Pinu Vela, 1 (Palau de Mar)	08003 BARCELONA	93 4931000
	Av. Diagonal, 523-525	08929 BARCELONA	93 4193085
CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ (CCRTV)	Av. Diagonal, 477	08006 BARCELONA	93 41 06996

### DELEGACIONS TERRITORIALS DEL GOVERN DE LA GENERALITAT

BARCELONA	Pg. de Gràcia, 11, esc. B	08007 BARCELONA (Barcelona)	93 3021079
GIRONA	Gran Via de Jaume I, 9	17001 GIRONA (Gironès)	972 182300
LLEIDA	Unit Companya, 1	25003 LLEIDA (Segrià)	973 271999
TARRAGONA	Rambla Nova, 58-60	43004 TARRAGONA (Tarragonès)	977 236559

### TELFONS D'INFORMACIÓ MONOGRAFICA

INFORMACIÓ ESPECÍFICA DE CONVOCATÒRIES	93 4830283	INFORMACIÓ FITOSANITARIA I ESTACIONS D'AVISOS	
COMBERS DE LA GENERALITAT	065	BARCELONA	93 3309561
PROGRAMA D'INFORMACIÓ I ORIENTACIÓ ALS ESTUDIANTS	900 300548	VILAFRANCA DEL PENEDÈS	93 8900659
TELÈFON OBERT D'INFORMACIÓ CULTURAL	93 3184411	GIRONA	972 502707
NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA (CONSORCI)		LLEIDA	973 248182
INFORMACIÓ SOBRE CURSOS DE CATALÀ PER A ADULTS	93 4820200	TARRAGONA	977 219312
TELÈFON LINGÜÍSTIC	93 4820202	AMPOSTA	977 701741
TELÈFON D'URGÈNCIES MÈDIQUES	061	MÓRA LA NOVA	977 401466
INFORMACIÓ SOBRE DONACIÓ D'ÒRGANS	93 3398303	LA TALLADA D'EMPORDÀ	972 780338
TELÈFON DE LA SIDA	900 212222	INSPECCIÓ TÈCNICA DE VEHICLES (ITV) - INFORMACIÓ GENERAL	93 3151313
TELÈFON D'INFORMACIÓ PER A DROGODEPENDENTS (LÍNEA VERDA)	93 4120412	TELÈFON DE CONSULTA DEL CONSUMIDOR	900 300303
INFORMACIÓ SOBRE LA XARXA SÍSMICA	93 4429519	TELÈFON D'INFORMACIÓ AL CIUTADÀ (BENESTAR SOCIAL)	900 300500
INFORMACIÓ SOBRE EL RISC D'ALLAUS	93 4429804	GRADUÏTS, ARA POTI	900 333100
INFORMACIÓ DELS FERROCARRILS DE LA GENERALITAT	93 2051515	INFORMACIÓ LOTO CATALUNYA	93 2002770
INFORMACIÓ SOBRE LES CARRETERES DE CATALUNYA	93 2042247	INFORMACIÓ MARÍTIMA (EMISSORES DE LA GENERALITAT)	93 2017171
INFORMACIÓ PROFESSIONAL (BARCELONA)	93 3176163	INFORMACIÓ CULTURAL (RÀDIO ASSOCIACIÓ DE CATALUNYA)	93 4140105

### VIDEOTEX

Informació molt completa i diversa (organigrama de la Generalitat, informació administrativa, disposicions del Diari Oficial (DOGC), dades turístiques, d'esport, de joventut, etc.), consultable directament o a través de bases de dades interactives.

Shi accedeix mitjançant qualsevol aparell connectat a la xarxa Ibertex (nivell 031), a través del codi "CATALUNYA#".

El menú principal consta de:

1. Informació institucional
2. Accés als serveis
3. Bústia de l'usuari
4. Informació d'interès
5. Últimes novel·lats

La Informació Institucional conté:

1. Parlament de Catalunya
2. Govern i Departaments
3. Diari Oficial de la Generalitat
4. Informació administrativa
5. Esquema de l'autogovern
6. Pressupostos de la Generalitat
7. Eleccions al Parlament 1992

A través de l'opció 2 d'aquest submenú s'accedeix a l'organigrama per estructures, i a través de la seva nova opció 98 es pot passar directament a la consulta de l'organigrama per organismes.

Altres serveis de la Generalitat, amb codis mnemònics "amic", d'accés directe a partir dels nivells corresponents d'Ibertex:

031 ... "ACCETEX#	Accés a la universitat
031 ... "AGENDACULT#	Agenda cultural
031 ... "AGENDAJOVE#	Agenda juvenil
031 ... "AGROTEX#	Informació agrícola, ramaderia i de pesca
032 ... "CIDEM#	Informació a empreses industrials
031 ... "CONSUM#	Informació a consumidors i usuaris
031 ... "ESPORTEX#	Informació esportiva
033 ... "EUROPAN#	Servei Europa Universitat
031 ... "JUSTITEX#	Atenció jurídica al ciutadà
031 ... "OPOSTEX#	Informació sobre oposicions de la Generalitat
031 ... "TURISTEX#	Informació turística

### TELETEXT

Teleservei de TV3 que conté informació sobre l'organigrama de la Generalitat, disposicions, ajuts i subvencions, premis i exposicions, Agenda cultural, Turisme, Informació comarcal, Informació agrària i Informació sobre el medi ambient.

### VEREDA

Informació a través de pantalla tàctil (Projecte VEREDA - prova pilot): A l'estació Barcelona-Sants i a 5 altres punts de Catalunya.

TELEFONS VIGENTS A 30 DE SETEMBRE DE 1994

**ANIREM  
ENDAVANT**

perquè no tinc memòria. La meua tasca consisteix a treballar sobre el present, perquè crec, per les constatacions d'allò que veig i d'allò que sento, que no tenim el present que ens mereixem, que no és un bon present. Cal que tot el món es demani sobre el present, sobre el que ens ofereix el present, que a mi em sembla imbecil, arcaic i perillós.

Voldria, abans de preparar un bon futur, preparar una bona base. Jo tinc una manera de pensar molt simple, i això pot semblar un poc pagès, però haurem d'arribar fins a l'autèntica honestat en la producció dels objectes, posar el comptador a zero —ara el tenim sota zero— i a partir d'aquí, avançar. Anem tan retardats en les formes de vida que la gent que sols prepara el futur sense basar-se en el present fa utopia i la utopia serveix, normalment, per a defugir el present. És com dir: "Tinc molts problemes en la meua vida present, somnio en la vida a Venus"; però no, això és ser covard. S'ha de comprendre absolutament l'autoreponsabilitat, saber que la vida no és sinó un treball amb un hom mateix a fi de crear una autèntica vida, una societat autèntica, una autèntica civilització. Jo sóc contrari a totes les fugides, a totes les covardies amb pretextos divertits com el que acabo d'esmentar. Hi ha molta feina sobre el present i, si en copsem les preguntes, veiem que són molt més riques poèticament que no pas els somnis futurs. La poesia, el romanticisme de la nostra societat, té un potencial extraordinari i mil vegades més interessant que no pas una poesia artificial, que serveix únicament per a fugir. Sóc un amant de la intel·ligència humana i del romanticisme de la nostra societat, que és increïblement romàntica.

—Quina és la seva professió, senyor Starck?

—Quan em fan aquesta pregunta, tinc moltes dificultats a contestar, perquè tant se me'n dona del disseny, de l'arquitectura i de la matèria. Aleshores, he trobat una definició complicada, però que és la més precisa: sóc productor de sorpreses fèrtils: a través de l'arquitectura, a través de tot el que faig, miro de fer reaccionar la gent perquè també ells facin. Quan la gent diu "és bonic", no m'interessa; quan diu "gràcies", sí que m'interessa; i ho fan rarament, però ho fan. Doncs, a mi, el que m'interessa és que una persona que passa pel carrer, sota un immoble a mig construir, sigui al Japó o a Europa, o que veu un Scooter, fets per mi, digui: "Mira, un immoble ha de ser així" o "un Scooter ha de ser aixà". Després se'n van a casa, es renten les

dents i diuen: "Un raspall ha de ser així; és estrany, però ha de ser així". Això vol dir que Starck, aquest senyor de la panxeta, no és un geni. I vol dir, simplement, que distingeixen: "Ha construït al voltant de la seva vida; doncs, jo per què he de ser únicament un consumidor afeblit pels mitjans, per la publicitat i per la indústria? Per què, si podria fer el mateix?"

És a dir, que jo, amb les meves sorpreses fèrtils, provo de suprimir l'espectador per crear actors; sóc un fabricant d'actors de la societat. Cal que la gent controlï la societat, controlï la seva vida, controlï la seva ciutat, és urgent. És per això que l'immoble ha de ser bo, perquè avui la gent es tanca cada vegada més a l'interior. A les grans ciutats, per exemple, la venda de Scooters ha disminuït, però la venda de "megadrives" ha augmentat. Això vol dir que abans nois i noies demanaven als pares un vehicle per anar a treballar, per anar a veure els amics, o per anar simplement pel carrer o pel món, per comunicar-se, i avui demanen més comunicacions, que, en general, són jocs de guerra. Per tant, si no donem pretextos a la gent perquè baixi al carrer, amb un carrer més curiós, divertit, amb una arquitectura més interessant; si no els donem alguna cosa més forta, es quedaran a casa i, si ens quedem, a casa començarem a odiar, a detestar el veí del davant, el del costat, el de dalt, el de baix, el pare, la mare, el germà i, al final, ens detestarem nosaltres mateixos. I quan tornem a baixar al carrer és per fer patim patam, patapum; tot són carreretes, tot és Sarajevo. Una vegada més, els productors, i em refereixo particularment als arquitectes, tenen una responsabilitat política de supervivència de la societat, vital i urgent. Si no entenen que cal reinteressar la gent en la seva pròpia vida, a través de la seva ciutat, no fan bé la seva professió, i arribarem a la guerra civil generalitzada. És urgent perquè el termini que tenim és molt curt, tot just cinc anys, per a tornar a crear els vincles de comunitat, d'amistat. A França se'n diu civisme, però el civisme és un concepte poc atractiu, perquè l'utilitzen la policia, els moviments de dreta, els d'extrema dreta, els feixistes..., quan el civisme és tot el contrari.

Jo sé què he de fer, miro d'organitzar moviments per tornar a crear una societat cívica per la llibertat i per l'amor. Això és la cosa més urgent; fora d'això no hi ha res a fer. Cal recrear el civisme i fer-ho immediatament amb l'entusiasme de crear i de treballar. Sense aquests dos elements, anem ben llestos.

**Joan Mari**



**La Flama, edifici per a Asahi, Tòquio. El sòcol, de vidre lluminiscent, simbolitza l'energia; l'urna, de granit negre, el misteri; la flama, xapada en or mat, la passió.**