

Maison de la Catalogne: a la recerca del turista

El proppassat dia 22 d'abril la Generalitat de Catalunya va inaugurar una ambaixada turística al cor de París: la Maison de la Catalogne. Situat en un edifici històric, el centre vol mantenir i augmentar el posicionament de la marca Catalunya.

La primera exposició que s'ha instal·lat a la Maison està dedicada a l'obra de Salvador Dalí. La casa catalana de París assumeix el concepte de "cultura interdisciplinària".



ISIDRE GRAU

París en primavera és un tòpic que aviat es fa perdonar pel que amaga d'esplèndid. No passa l'abril sense citar-se amb els dies lluminosos i aleshores el sol allunya definitivament les boires que a l'hivern fan de la capital una ciutat massa nòrdica. De cop, els parcs ressusciten i l'empenta vital és tan imparabile que l'acosta al Mediterrani. I aquest any, com si formés part de l'embranchida, la presència catalana també hi ha prosperat.

Els diaris se n'han fet ressò: el 22 d'abril la Generalitat de Catalunya ha obert una ambaixada turística al centre de París, un vell indret històric que reneix sota el flamant rètol de la Maison de la Catalogne. Una notícia que crea expectatives, sobretot als que creiem indispensable la projecció interna-

cional de la cultura catalana en tota la seva extensió. Una notícia estimulant, segons la mateixa presentació que en fa el departament d'Indústria, Comerç i Turisme, quan destaca els antecedents històrics i el caràcter privilegiat de la ubicació, alhora que manifesta la voluntat de convertir les instal·lacions en un espai multidisciplinari per comunicar la imatge de Catalunya.

Amb la curiositat pròpia de qui s'acosta a una parcel·la de pàtria en terra estrangera, ens hem endinsat en el cor del Barri Llatí i, sempre seguint el traçat del Bouvelard Saint Germain, hem localitzat la Cour du Commerce Saint André, el passatge tancat al trànsit mecànic que connecta la famosa artèria amb la Rue Saint André les Arts. No costa de comprendre que som al rovell de l'ou de la mitologia

bohèmia. El Relais Odeon també obre portes al passatge. A la seva esquena, Le Procope, un dels més antics restaurants, amb Voltaire i Diderot com a clients honoraris, en els temps de l'"Ancienne Comédie". I una mica més enllà, els cafès de Flore i Aux Deux Magots, refugi de la intel·lectualitat nord-americana dels anys vint i de les millors collites d'existencialistes "avant et après la lettre".

Tanmateix, un aclariment que pot ser útil: el que busqui la Maison de la Catalogne no se la trobarà per sorpresa, com no sigui que entri al peculiar passatge atret pel reclam dels rètols gastronòmics i comercials. Però un cop dins la Cour de Commerce Saint André no li costarà de fixar-se en l'edifici ampli i lluminós que ocupa els números 4, 6 i 8, tot al llarg de 40 metres d'una façana rendibilitzada amb magnífiques portalades de vidre. El conjunt es fa agradable i poc pesant a la vista, potser perquè predomina la blancor de la primera planta i el segon pis queda dissimulat per la típica forma de les mansardes parisenques sota teulada de pissarra.

Tot, suggerent i engrescador. Però la decepció comença quan el sentit de lleugeresa continua i s'incrementa amb l'accés a l'interior. Per no caure en desil·lusions ràpides, de seguida recordem les finalitats prioritàries que inspiren la iniciativa: "Mantenir i incrementar el posicionament de la marca Catalunya, augmentar l'accessibilitat de les ofertes turístiques catalanes al consumidor final, i mantenir el

contacte amb els intermediaris turístics donant suport a les seves accions comercials.”

D'acord, som en un aparador turístic, promogut per un país que vol fer de la seva identitat una qüestió de marca. Aleshores ens assalta la pregunta inevitable: com rebran la “nostra marca” els turistes que s'acostin a la Maison? Pel que queda a la vista en aquest mes de maig, poden intepretar que Catalunya és un país que està al dia del disseny europeïsta indiferenciat, amb més fredor funcional que singularitat, i un país que, de moment, per presentar-se ho confia tot a una de les seves patums més universals, Dalí.

Es clar que la asèpsia, la falta d'un caliu particular, pot ser atribuïble a les urgències de la inauguració, a la manca de rodatge intern, a un personal contractat que encara no ha tingut temps d'aprendre el català (i pensar en el “fet diferencial” que representa). Per tant, caldrà estar atents al pas del temps... Però l'espera no ens estalvia de remarcar els aspectes d'orientació que difícilment canviaran sense un cop de timó que ara no s'insinua. Per exemple, la manca de caràcter dels locals de restauració. El bistro de la planta baixa no té res a veure ni amb les fondes populars de Catalunya ni amb l'atmosfera càlida dels seus homòlegs francesos. I pel que fa al restaurant de categoria superior que hi ha a la primera planta, l'única objecció és que el podríem trobar a qualsevol indret d'Europa especialitzat en executius.

I un altre motiu de legítima preocupació: el concepte de “cultura interdisciplinària” que assumeix la Maison. Al marge de les informacions sobre Dalí i el seu tríptic geogràfic (Figueres, Port Lligat i Púbol), les mostres d'artesanía, disseny industrial i productes agroalimentaris encara són molt migrades i no responen al sentit d'alta creativitat i efervescència que Catalunya ha sabut transmetre en altres exhibicions de propaganda, sense haver d'enganyar ningú.

Sens dubte, la utilització dels grans referents individuals del país (Dalí, Picasso, Gaudí, Miró, Pau



ISIDRE GRAU

La planta baixa de la Maison és un bistro que vol donar a conèixer la gastronomia de Catalunya. Tot i això, els restaurants són els elements més fluixos del centre.

Casals, Tàpies...) pot ser de gran eficàcia a l'hora d'atreure francesos desinformats, però el que resulta més discutible és basar la imatge col·lectiva exclusivament en aquests reclams i apuntar-se al concepte de cultura com a vernís uniformador i consumista. Altrament, es perd l'ocasió de mostrar la identitat catalana com una realitat viva i plural, amb un àmbit que sobrepassa el de la Catalunya estricta. Altrament, no se supera una visió una mica més elegant i cultista que la dels estereotips folclòrics.

Amb tot, “els de casa” no sortim descontents de la Maison. Primer, potser per aquest orgull que ens fa pensar “ho sabem fer millor” i “som més que el que aquí s'expressa”. I després perquè sempre ens agrada saber que hem aconseguit clavar una pica al cor de París, una realització formal molt digna i susceptible d'anar millorant el

seu segell. Sabem que molts segles d'història l'acomboien, i que els esperits de Voltaire, Diderot, Rousseau, Danton, Marat, Robespierre i el doctor Guillotin no deixaran que la imatge de Catalunya es banalitzí.

Potser perquè en el futur sigui així, la remodelació de l'espai ha respectat i enaltit la històrica torre del segle XIII, que formava part de l'antiga muralla construïda per Phillipe Auguste per protegir el palau del Louvre. La torre ocupa un lloc central en l'espai destinat a botiga i exposició, i una trapa de vidre amb la silueta de Catalunya sobre el mapa d'Europa ens permet veure part dels 7 metres de fonaments amb què la pedra s'ancora al sòl de París. Que la Maison de la Catalogne també hi faci arrels i que sigui un baluard de prosperitats de tota mena.

Isidre Grau