

Conferència institucional Festa Major Igualada 2011

Rec.0, una idea per un barri vell

1.- Presentació

2.- Rec.0, el projecte

2.1. Tres eixos:

- moda
- patrimoni
- creativitat

2.2. Nou concepte de *retail*

3.- Del Rec.0 al Rec.04

3.1. Rec.0

3.2. Rec.01

3.3. Rec.02

3.4. Rec.03

3.5. Rec.04?

4.- El barri del Rec

4.1. Apunt històric

4.2. Valors del barri

4.3. El dret al paisatge

5.- El futur

1.- PRESENTACIÓ

Sóc aquí per explicar-los el projecte Rec.0 Experimental Stores, una iniciativa que comparteixo amb uns grans companys de viatge: Marina Iglesias, Ramon Enrich, Jordi Ribaudí, Ricard Vila i Lluís Jubert, un grup de sis igualadins que avui jo tinc l'honor i la responsabilitat de representar davant de tots vostès.

La veritat és que Rec.0 ha sortit més bé del què vam imaginar: hem aconseguit arribar a molta gent i comença a ser un esdeveniment força conegut. Quan vam gestar el projecte realment no sabíem fins on arribariem, ni quantes edicions tindria. Només volíem **cridar l'atenció sobre el barri del Rec**, tant per la gent d'Igualada com de fora.

No anem de salvadors del barri. Som un element més de la cadena d'intervencions més o menys importants que hi ha hagut al Rec des de sempre. De fet, **Rec.0 és un producte que ha generat el barri**. Mai ens vam plantejar fer el projecte i, després, buscar un lloc adequat on executar-lo sinó que va ser al revés, tenim un escenari on ha de passar alguna cosa, què fem? I així va néixer Rec. 0 experimental stores, que és, per damunt de tot, **un acte romàntic** perquè és un esdeveniment que s'ha fet molt gran però que té una estructura molt petita i que si es manté, és per la il·lusió i l'esforç d'aquest petit grup de gent i del que ens donen suport.

Per tant, a nosaltres també ens va **sorprendre l'èxit** d'aquest esdeveniment, tot i que sempre hem treballat perquè així sigui.

Avui els explicaré com va néixer la **idea** i com l'hem executat però, dedicarem bona part de la conferència a fer una reflexió compartida sobre el perquè de tot plegat.

Per què el barri del Rec genera aquest interès? Què té que la gent ens hi aboquem?

2. REC.0 EXPERIMENTAL STORES, EL PROJECTE

Rec.0 és un projecte que neix ara fa uns tres anys amb l'objectiu de donar a conèixer el barri del Rec d'Igualada.

Sorgeix de la preocupació de veure com el barri del Rec és un gran desconegut per molta gent de dins i fora de la nostra ciutat. Conscients del seu enorme potencial, un grup de persones que enamorats del barri decidim fer alguna cosa per fer-lo visible al màxim de gent.

Vam tenir diverses idees sobre la taula, algunes associades amb el reciclatge, altres amb l'arquitectura. Vam consultar a varis experts en àmbits diferents per sondejar què podria ser més interessant. Finalment vam decidir-nos per vincular el barri amb el món de la moda i vam dissenyar un projecte en que ompliríem de botigues el barri del Rec durant tres dies a través de pop up stores. Com saben, vam decidir muntar aquestes botigues efímeres on marques i dissenyadors de prestigi venen els seus estocs d'altres temporades i restes de mostraris a preus sensiblement més baixos.

No es tractava d'explicar una sortida pel barri sinó que ho volíem exemplificar.

Fem-ho i serà real. Vam voler reinventar el Rec sense cap més pretensió que la de

demostrar que és un espai d'atracció enorme on s'hi podrà fer el què la ciutat vulgui.

2.1. Tres eixos

Vam plantejar el projecte estructurant-ho en tres eixos: **patrimoni, moda i creativitat.**

1er eix, patrimoni:

El marc de l'esdeveniment és el barri del Rec, una antic barri industrial al sud d'Igualada directament connectat amb el centre de la ciutat. L'extraordinari patrimoni arquitectònic era el millor aval per a engegar aquesta iniciativa: adoberies i fàbriques del s. XIX i XX, fins i tot del XVIII, en un estat completament verge, era molt atractiu per a qualsevol activitat però encara més amb la moda, que sempre busca noves emocions.

El valor afegit respecte altres iniciatives comercials de moda de fora la ciutat és que tots aquests carrerons, passatges, patis interiors, adoquins, façanes, o fins i tot, els horts, són reals. Ningú els ha col·locat ni els han construït per a fer-hi un centre comercial. El barri del Rec és de veritat. En cada racó es pot percebre l'autenticitat de la petjada de personens anònimes que l'han modificat amb les seves activitats. Quin valor té això? És difícilment valorable però també és evident.

2on eix, moda:

Actualment, la moda genera interès en tots els sentits. Hi ha milions de persones que segueixen el desenvolupament de determinades marques i dissenyadors. La

moda com a concepte era molt atractiva per la seva energia creativa, que sovint és desbordant. Només cal veure algunes produccions d'alguns dissenyadors internacionals que estan a la frontera amb el món de l'art. D'altra banda, Igualada tradicionalment ha estat una ciutat amb molta indústria del sector del punt i, era molt coherent fer alguna cosa relacionada amb la moda.

Això ens permetria vincular-nos amb tendència i novetat. El concepte de pop up stores, o botigues efímeres ens encaixava perfectament. No és que expliquéssim que el barri del Rec seria una magnífica zona comercial, atractiva per persones de fora la ciutat, sinó que ho demostrariem.

Ara fa tres anys, no coneixiem en profunditat el fenomen de les pop up stores que s'estava implantant a grans capitals europees i americanes. A Catalunya i a Espanya encara era un tema desconegut. Com sabran, les pop up stores són botigues efímeres que s'obren per un període de temps determinat, sempre inferior a un any. Poden ser mesos, setmanes o dies. En el món de la moda, la compra respon cada vegada més a una necessitat emocional i aquest model de distribució, encara que totalment minoritari, permet una comunicació directa de la marca amb el seu consumidor amb un llenguatge més arriscat. Una pop up store permet que la marca es comuniqui de forma més intensa amb el seu consumidor.

Ho va iniciar la marca japonesa *Comme des Garçons*, que fa uns anys va muntar el que anomenaven "botigues de guerrilla", punts de venda efímers en llocs totalment insospitats. Deixaven l'espai verge, sense modificar, i hi exposaven i venien les

seves col·leccions de temporada. Vam decidir anar per aquest camí, vam mirar el què s'estava fent fora d'aquí.

Per fer-ho, necessitavem dissenyadors i marques de prestigi, disposades a innovar i arriscar-se en una nova fórmula, marques creatives i ben posicionades al mercat de la moda, amb capacitat d'atraure gent. Ells eren els que havien de liderar les pop up stores del Rec.

3er eix: creativitat

La tercera pota de Rec.0 és la creativitat. Mai **no ens vam posar límits en res, ni en la manera de pensar**. Quan es disposen de pocs recursos, com és el cas, la imaginació ha d'omplir els buits i això és el què intentem fer.

La mirada ha de ser fresca, amb un punt de salvatge per poder girar els convencionalismes. Dins el nostre equip hi ha grans creatius que disfruten alterant l'ordre de les coses. També a nivell de comunicació, de concepte: es tracta de no donar res per sabut i de qüestionar-ho tot en cada edició per tal de mantenir una actitud nova.

La creativitat prové de moltes fonts: a més de l'evident de la moda, del disseny d'espais, del circuit, també hem apostat per oferir una **oferta cultural** paral·lela al propi esdeveniment comercial. Sempre hem tingut clar que era necessari no centrar tota l'oferta en la venda d'estocs, sinó que calia complementar-ho amb concerts, recitals de poesia o exposicions.

En totes les edicions hem intentat construir una agenda cultural que satisfés als visitants dins del què el pressupost ens ha permès, que és molt poc.

2.2 El Resultat: nou concepte de retail

El resultat de tot plegat, ha estat que hem aconseguit proposar a Igualada un nou **concepte de retail**, on s'uneix la pròpia venda de qualitat a preus baixos amb una oferta paralela que té per escenari uns espais que ja per si sols són molt interessants de conèixer.

3.-DEL REC.0 A REC.04

A continuació els explicaré com han anat evolucionant les quatre edicions que hem celebrat del Rec.0. i apuntarem la propera edició, Rec.04.

3.1. Rec.0, una prova

Ara fa tres anys estavem en plè procés de definició del projecte. En principi havia de ser només **un test** amb dues o tres marques que es va convertir en una primera edició amb deu marques i dissenyadors.

Vam trobar la complicitat dels propietaris de les adoberies que van recolzar el projecte llogant-nos o cedint-nos els seus locals. Els adobers ens van facilitar sempre les coses tenint en compte que durant dos dies convivia la indústria amb el comerç. En les quatre edicions, hem demostrat que no hi ha hagut cap problema.

La preparació d'aquesta primera edició va ser especialment complexa sobretot per la novetat que suposava arreglar els espais, fer els tràmits corresponents o convèncer a les marques per un esdeveniment completament nou.

Preparar els **locals** per a fer-hi les vendes ha estat i és, en cada edició, un obra titànica. Alguns estan en desús des de fa molts anys. Treure runa, netejar, sellar obertures, arreglar el terra, fer-hi arribar l'electricitat, instal·lació elèctrica, focus, provadors, estanteries.... Amb l'edició d'hivern encara s'agreuja més degut a la calefacció. En alguns espais hem d'utilitzar generadors i, en tots, obtenir el certificat d'instal·lació elèctrica adequada, que vol dir fer força intervenció.

Els responsables dels espais són en Jordi Ribaudí, el Ramon Enrich i el Ricard Vila. Ells us podrien explicar mil i una anècdotes del què s'han arribat a trobar als locals i què han hagut de fer per adequar-los mínimament i ben segur que es sorprendrien.

També ja que, malgrat encara avui algú es pugui pensar que les botigues efímeres de Rec.0 són il·legals, el cert és que des de l'edició 0 es compleix la normativa: s'han tramitat les corresponents llicències d'activitat, s'han presentat plànols i memòries de cada espai, i s'han pagat les corresponents taxes.

Va ser difícil explicar el projecte a marques de prestigi per convèncer-los que vinguéssin. Vam tenir la sort de comptar des del minut 0 amb la complicitat de d'una empreses igualadines com Sita Murt i també de Vivesa, aleshores encara amb seu a Igualada, que ens van obrir camí.

Estem molt agraïts als dissenyadors i empreses d'aquesta primera edició que van confiar en nosaltres gairebé cegament.

En aquesta primera edició vam ocupar set espais, des del carrer de la Creueta fins la Baixada de la Unió. Vam utilitzar el museu de Cal Granotes com a punt d'informació. La gent del Museu de la Pell han estat sempre uns grans aliats perquè han viscut amb il·lusió totes les edicions del Rec.0 i hem comptat amb el seu suport incondicional.

Una altra qüestió que havíem de resoldre era com difondriem l'esdeveniment. Ni en aquesta ni en cap altra edició hem pagat per fer publicitat a cap mitjà, no disposem de pressupost per això. La **clau era generar interès** perquè els mitjans de comunicació estiguessin disposats a parlar del Rec.0. Vam accentuar molt el fet de recuperar un barri de forma efímera, aquest era un concepte prou atractiu i vam aconseguir cridar l'atenció de premsa generalista rellevant com *La Vanguardia* o *El periódico*, o ràdios com *Catalunya ràdio*, *RAC1*, *Flash FM* o *COM ràdio*.

De totes formes, els nostres canals principals de comunicació van ser i són les **xarxes socials**. Vam crear un grup de Facebook que va generar molt interès. En poc temps vam aconseguir un important increment de seguidors.

Una de les principals característiques de les xarxes socials és la interactivitat i crec que va ser decisiu el fet que podíem expressar-nos amb el nostre llenguatge, sense cap tipus de filtre, amb un col·lectiu que es mostrava interessat per l'esdeveniment.

A pocs dies per començar, publicavem les imatges de l'arranjament d'espais i el feedback era important. Ens va donar **pistes** que la cosa podia sortir bé.

Una altra via que vam utilitzar va ser un **mapa de Google personalitzat**, amb la ubicació de totes les pop up stores. Aquests mapes tenen un comptador de visites que permet veure quanta gent ho consulta. L'increment era constant i, quan faltaven ja poques hores era espectacular. Aquesta dada va ser definitiva per advenir a les marques presents que semblava que vindria força gent.

I, efectivament, Rec.0 va ser un èxit de públic i de vendes. Ens van visitar unes 5.000 persones i la repercussió als mitjans va ser molt positiva. Ens permetre organitzar una altre edició.

3.2. Rec.01, una edició clau.

Per la segona edició vam ampliar la venda un dia més, i vam celebrar-ho els dies 2, 3 i 4 de juny. El més destacat és que vam augmentar el número de marques fins a vint-i-un i d'espais fins a disset. Vam aconseguir captar l'interès de nous dissenyadors molt rellevants.

Vam obrir molt el circuit mostrant adoberies que són autèntics tresors, i que estem molt satisfets de haver pogut obrir al públic, malgrat el circuit va ser força llarg. En algú dels espais va conivre l'activitat adobera amb la venda de Rec.0 dins el mateix recinte però en locals separats. Com els Curtits Llacuna, on va ser molt especial veure la venda especial de sabates de qualitat, amb sola de pell, al costat de magatzem de pell de soles. Era la màgia de la proximitat.

Vam seguir la línia iniciada amb el Rec.0 i vam continuar amb l'edició de materials propis identificadors com el plànol localitzador de botigues i espais, una "herència" de la Igualada de les botigues de fàbrica i un element gairebé d'identitat igualadina.

L'èxit de visitants va ser prou contundent amb més de 25.000 persones i vendes per sobre a l'inicialment previst. La clau va ser oferir molt bon gènere a molts bons preus.

A nivell de **comunicació**, la repercussió als mitjans va continuar sent positiva i premsa escritat, ràdio i televisió es van fer ressò de l'esdeveniment. En aquesta edició, vam consolidar la relació de col.laboració iniciada amb Estrella Damm que s'han convertit en els principals patrocinadors de Rec.0.

Com en la primera edició, vam continuar el reclam de campanya l'iniciat amb la "venda radical", aquesta vegada amb una "venda salvatge", intentant posar al límit la comunicació de bon producte a bons preus.

3.3. Rec.02, la consolidació

Entre les dues edicions, vam rebre el **Premi Especial Bonaplata** que atorga l'Associació del Museu de la Ciència i de la Tècnica i d'Arqueologia Industrial de Catalunya que reconeix la tasca de divulgació del patrimoni industrial. Va ser un honor que justificava la iniciativa.

La tercera edició, Rec.02, la vam celebrar en un mes de novembre gèlid, amb temperatures molt baixes, però vam aconseguir mantenir el nombre de visitants i incrementar lleugerament les vendes respecte l'edició anterior. Gairebé la totalitat de marques van repetir amb alguna novetat més. En aquesta ocasió vam obrir nous espais, destacant la utilització de l'edifici Martí Enrich i del Museu de la Pell de Cal Boyer i tota la zona del carrer del Sol entre Joan Mercader i Sant Faust.

Aquesta edició cal destacar una nova iniciativa que vam engegar en el marc de Rec.0 que van ser els **Premis REC.0 de moda**. Voliem aprofundir en la vinculació de la moda amb el barri del Rec i vam considerar que podríem buscar la complicitat de les escoles de disseny que hi ha a Catalunya algunes de les quals tenen molt prestigi. Cada escola seleccionava un nombre d'estudiants en funció de les seves capacitats i resultats i havien de customitzar i redissenyar una samarreta blanca que els vam proporcionar. En total es van presentar uns 90 treballs.

El jurat va ser molt potent: els dissenyadors Custo Dalmau, Sita Murt, Miriam Ponsa i Josep Abril; el director de la revista de tendències B-guided, Juan Montenegro, la directora de comunicació d'Estrella Damm, el Ramon Enrich com a membre de l'equip de Rec.0 i, la directora de l'escola de disseny d'Amberes Edith Vervliet. Tots ells van reunir-se el primer dia del Rec a l'Adoberia on hi tenim el depatx per a decidir quines serien les samarretes guanyadores.

Va ser molt interessant reunir tant talent de la moda a Igualada, al barri del Rec. Referent a la Edith Vervliet, és un personatge que ens va interessar molt portar aquí. La **Flanders Fashion Institute** és una de les escoles més prestigioses del

món en disseny. De la seva divisió de moda han sortit alguns dels millors dissenyadors dels darrers anys. Vam intentar crear un vincle que en un futur podria ser important. Per què no una seu de la Flanders Fashion Institut al barri del Rec d'Igualada?

Els Premis Rec.0 van donar-nos la repercussió desitjada a la premsa. També van ser determinants per crear més seguidors a FB, i per tant, arribar a un nombre més gran de persones. El premi consisteix en una beca de treball de quatre mesos amb un dels dissenyadors vinculats a Rec.0. En aquesta edició l'empresa que acull el guanyador és Sita Murt. L'estudiant que va guanyar provenia de l'Instituto Europeo di Design, de Barcelona.

Aquests premis es van crear amb caràcter anual i, per tant, el proper mes de novembre tornarem a organitzar-los. La idea és créixer internacionalment, de forma que ens agradaria incloure estudiants d'altres escoles europees per crear un intercanvi de coneixement. Si evolucionen en aquesta direcció, aquests premis podrien ser un actiu important per Igualada però ara mateix és força difícil per context econòmic.

3.4. Rec.03, l'equilibri

Amb aquesta edició vam intentar consolidar-nos com un esdeveniment comercial i de moda. Vam incorporar noves marques intentant obtenir l'equilibri entre marca i dissenyador reconegut amb petites marques no tant populars però molt creatives i amb un producte diferent. És una línia que ens interessa continuar, apostar per

dissenyadors molt creatius però més desconeguts amb marques i dissenyadors consolidats.

En quant a espais, vam continuar utilitzant la zona de Martí Enrich – carrer del Sol, continuant-la amb el carrer de la Creueta, on hi ha façanes i edificis molt interessants. Com sempre, vam canviar el circuit de manera que cada Rec sigui diferent.

Pel Rec.03 vam plantejar-nos elaborar una **campanya de comunicació** entorn un element amb el que ens sentim molt identificats: l'espardenya de set vetes, que simbolitza la humilitat, l'esforç, el treball... El missatge va ser tant contundent com real "Amb una sabata i una espardenya", que és com fem moltes vegades les coses per tirar endavant. És una gairebé una filosofia de vida amb la que l'equip de gent de Rec.0 que ens sentim identificats. Alhora, té un punt d'ironia necessari per sobreviure.

Vam aconseguir la col.laboració desinteressada de personatges públics afins a la nostra manera de pensar i veure les coses. Gent com Quim Monzó, José Corbacho, Bibiana Ballbé, Quim Morales, Najat El Hachmi, Jordi Évole, David Carabén o Enric Casasses, van accedir a participar deixant-se retratar amb una sabata i una espardenya. Va ser una gran experiència de veure com la gent que ens agradava, perquè aquest va ser el criteri alhora de triar-los i proposar-ho, col.laboraven encantats.

En aquesta edició també vam aconseguir repercussió a la premsa i, a més, el diari *La Vanguardia* va ser mitjà associat. Igualment, vam seguir apostant per les **xarxes socials**, bàsicament facebook però vam començar també amb **twitter**, on explicavem el què anava passant abans i durant l'esdeveniment.

Vam programar una **aplicació mòbil específica de Rec.03 per Iphone i Android**. Tothom qui volia se la podia descarregar gratuïtament i s'hi podia consultar el circuit de pop up stores i el llistat de marques. Una eina molt útil que va funcionar força bé.

Un altre tema destacat d'aquesta edició va ser **l'acte simbòlic d'apadrinament de Palo Alto amb el Barri del Rec**. Palo Alto és un recinte de fàbriques antigues del barri del Poblenou a Barcelona reconvertits en estudis de professionals que treballen entorn la creativitat com arquitectes o dissenyadors. Són un exemple que demostren que amb voluntat es poden donar altres usos a espais industrials abandonats. El seu gestor, Santi Errando, germà de Javier Mariscal i ideòleg de Palo Alto, va parlar-nos de valors i de futur, i podria ser un bon aliat alhora de repensar el barri del Rec.

També vam assolir els objectius que ens vam proposar: ens van visitar gairebé unes 30.000 persones i vam obrir nous espais, aquesta vegada especialment al carrer de la Creueta.

3.5. Rec.04, la propera edició

Actualment estem dissenyant una nova edició de Rec.0, la cinquena, que serà Rec.04. Encara estem en fase de preparació del nou projecte però esperem que es pugui dur a terme i que Igualada se senti satisfeta amb aquest esdeveniment que és de tots. Encara no puc avançar novetats perquè estem en fase inicial però sembla ser que hi ha ganes de fer-ho bé per part de les marques i dissenyadors.

4.- El barri del Rec

I ara arribem al centre de la qüestió. Què passa amb el barri del Rec? Què és? Què té? N'hi ha per tant?

Per qui no conegui el barri del Rec d'Igualada, la qual cosa dubto molt que passi en aquesta sala, és un barri al sud de la ciutat, que va paral·lel al riu Anoia i que es diu així pel Rec que el recorre d'est a oest. Està orientat al sud, i enganxat al centre de la ciutat. Actualment és un barri industrial ocupat sobretot per adoberies, algunes abandonades, altres grans empreses en actiu que són les que donen vida al barri. De fet, els adobers són els principals ocupants del barri, per ells encara hi ha activitat i espero que sigui així per molts anys.

4.1. Apunt històric

Els explicaré, molt breument, un apunt històric sobre el barri per situar-nos i valorar la seva dimensió en l'evolució de la ciutat d'Igualada. Ben aviat podrem disfrutar de l'estudi que estant preparant els historiadors del Centre d'Estudis Comarcals d'Igualada (CECI) i que esperem que publiquin ben aviat. Serà una obra

rigurosa de referència que ens permetrà conèixer amb més profunditat el recorregut històric del barri.

Bé, com els deia, el rec és una conducció d'aigua que ja trobem documentada al s. XII. Seguia el traçat de la ciutat per la cara sud, davant del riu Anoia. En un inici, aquest canal d'aigua abastia els horts i accionava l'important Molí de l'Abadia. Aquesta canalització tant primitiva va ser la que va permetre que al s. XIV s'hi comencessin a instal·lar una innovadora activitat de blanquers i teixidors de llana.

Cap al s. XVIII les adoberies ja estaven situades prop del rec i utilitzaven l'aigua per adobar la pell. Per aconseguir-ho es construïen uns edificis funcionals propis de l'època preindustrial de gran interès arqueològic fins i tot. Tenien elements comuns d'interès com els clots per preparar i adobar la pell que trobaven en grans sales de planta baixa construïdes amb voltes de pedra, o els assecadors de pells, situats en llocs més elevats i ventilats. Algunes d'aquestes adoberies més antigues encara es conserven com Cal Valls, Cal Granotes i Cal Patera. Els blanquers van seguir construint edificis amb una estètica industrial impecable, incorporant elements i façanes modernistes com cal Maringallo, cal Badia, cal Murt, entre d'altres.

Amb la industrialització, van arribar les cotoneres i els vapors que també van deixar una petjada arquitectònica tant notòria com la Igualadina Cotonera, Cal Sistaré o Vapor de Baix o Cal Boyer. Alguns, malauradament, han desaparegut com és el Vapor Cremat.

Al segle XX l'activitat va continuar amb noves fàbriques com Cal Sabater, Cal Balcells, cal Pelfort, les fàbriques del carrer de la Creueta o també edificis d'altres activitats com l'Electra Igualadina, el Celler del Sindicat de pagesos o la farinera.

En l'actualitat, encara es mantenen adoberies en actiu, unes 28, algunes d'elles importantíssimes en el sector de la pell a nivell mundial. De fet, la pell d'empreses tant importants com Louis Vuitton es subministren des del barri del Rec d'Igualada.

4.2. Valors del barri

A més de la història i de l'arquitectura, el barri del Rec és un espai urbà que m'atreveixo a afirmar que és **únic al món**. Les velles fàbriques i adoberies, el canal del rec, els carrerons que entren i surten, els patis interiors, els contraforts, les pedres... tot això forma un **conjunt històric amb una personalitat única**. Ens diferencia d'altres ciutat les seves dimensions: a Igualada tenim un barri sencer. Això és més difícil de gestionar que un conjunt fabril aïllat però també té un poder d'atracció molt més gran. Actualment, malgrat que encara hi ha unes vint-i-vuit empreses adoberes en actiu i que són essencials per al desenvolupament del barri, el cert és que hi ha molts edificis deixats i amenaçats.

Els últims anys hi ha hagut **noves veus reclamant una preservació** d'aquest espai. Hi ha molta gent que fa molts anys que hi treballen, com els historiadors del CECI, que ja he mencionat, o el gremi d'adobers. També **persones anònimes**, que han dedicat bona part del seu temps a estudiar, conèixer i divulgar el ric patrimoni que amaga el Rec. Rec.0 és un més alhora de contribuir a donar a conèixer el barri.

El cert és que actualment bona part de la ciutadania sent que el Rec no s'ha de deixar perdre.

Un d'aquesta col·lectius, l'associació **Amics del Rec**, que promou la posada en valor del barri del Rec ha esdevingut un defensor de la seva essència. Reclamen un pla de protecció pel barri i la consideració de conjunt històric, podent ser declarat "Bé cultural d'interès nacional". Alhora, en la seva rehabilitació exigeixen la creació d'un llibre d'estil que segueixi una estètica comuna que respecti la seva personalitat.

És important afegir que aquests últims anys el barri del Rec ha rebut visites molt significatives: professors d'universitats d'arquitectura de Barcelona, Sant Cugat i Lleida, estudiants, grups de recerca en l'àmbit de la història, de l'arquitectura i de l'art, dissenyador, escriptors, arquitectes de referència mundial... i en el marc dels Rec.0 ens han visitat des d'un ministre del govern espanyol fins a consellers de la Generalitat, parlamentaris, periodistes dels mitjans més importants del país, directius de grans empreses, algunes vinculades amb el model comercial outlet de luxe... Molta gent d'interès, massa gent per no creure'ns que tenim la sort de comptar amb un barri únic, que provoca admiració i molta energia.

Com els deia a l'inici d'aquesta exposició, caldria fer una **reflexió profunda i seriosa** de què té el barri del Rec que generi tot això. Ara podem intentar analitzar, encara que sigui de forma superficial, què està passant. Veiem com molts ciutadans, alguns molt joves, se senten identificats amb el barri. Algunes persones estan dedicant moltes hores de forma desinteressada per lluitar per la preservació

d'uns espais, privats, que no són seus i mai ho seran. Per què? A més de l'evident valor cultural del seu patrimoni, ja de per si susceptible de ser protegit, hi ha una **vessant social** en la que caldria aprofundir.

Crec que el barri del Rec no deixa de ser **un paisatge**. Un paisatge urbà, ubicat enmig d'una ciutat de passat industrial. Doncs bé, aquest paisatge té la virtut de **generar emocions**, de ser capaç que un col·lectiu que cada vegada és més nombrós se senti identificat amb uns valors determinats que desprèn.

Quins són?

Venim d'uns temps amb una crisi de valors impressionant. Fa just uns anys l'especulació immobiliària s'ho menjava tot, no a Igualada, sinó a tot arreu. El diner, per se, era un atribut. Tot allò nou, gran i lluent era sinònim de modernitat. La borratxera de recursos va provocar moltes destrosses als espais urbans. Es van crear grans àrees de ciment, zones residencials amb aires de grandesa que van fer molt mal al paisatge i a la identitat de pobles i ciutats.

Ara que la crisi econòmica ha obligat a reflexionar sobre les autèntiques necessitats, sobre el "ser" per sobre del "tenir", crec que el barri del Rec pot representar a tot el què he comentat per vàries raons que intentaré explicar:

- És la **nostra memòria històrica**: cada carrer, cada façana, cada adoquí, és el resultat de les vides dels qui van ser aquí abans que nosaltres. Hi ha unes petjades que són el nostre passat i senzillament les hi hem de tenir **respecte**.

- **És autèntic:** és de veritat, no és un pessebre, i això es percep en cada racó. Tenim l'oportunitat de donar nous usos a grans espais que han sobreviscut a la història de la ciutat, no imita sinó que és.
- **Té qualitat per ser un barri a mida de les persones:** a les ciutats hi vivim persones, no cotxes. La prioritat ha de ser el nostre benestar, el dels ciutadans, i els carrers, els vials, les places, han d'estar concebuts a la nostra mida i no al revés. Al barri del Rec pot ser així, encara hi som a temps. Els carrers són estrets i, excepte la ronda del Rec, no hi ha grans vials que tallin l'entramat del barri, tot se sent proper, acollidor, i càlid.
- **Té una estètica assossegada:** sabem que algunes adoberies i edificis industrials són molt interessants des del punt de vista patrimonial i arquitectònic, però, aquests edificis a més, tenen una estètica comuna que podem observar amb les obertures, les portes, els arrebossats de les façanes, els materials... Una estètica industrial pròpia de la Catalunya del s. XIX i XX que ens sentim molt propera per la manca de supèrbia. **L'estètica del Rec és la del treball, la de l'esforç, la del dia a dia d'una ciutat que lluita per tirar endavant.** Així ha estat sempre i així és en l'actualitat.
- **Ritme propi, proper al silenci:** si aprofundim en el concepte d'una ciutat a mida de les persones, el silenci és un valor i un dret que avui, al Rec, existeix. Un silenci no com a absència de sorolls sino amb una banda sonora pròpia respectuosa. Se senten els treballadors de les adoberies com

carreguen i descarreguen, les màquines, els bombos, la gent com passeja, els arbres del riu, els ocells... un hàbitat de sons propis que s'allunyen dels d'una gran ciutat. Més enllà d'això, el barri del Rec té el **seu propi ritme** que s'encomana i seria bo analitzar-lo i preservar-lo. Vivim en ciutats sorolloses i és difícil trobar espais de calma, però el barri del Rec té el potencial per reservar petits espais on escoltar el silenci: carrerons, patis interiors, el carrer del Rec...

Aquests són **alguns dels valors que crec que té aquest barri**. També té mancances però segurament, ja hi haurà altres barris o zones d'Igualada que poden cobrir-les. Cadascú hi sabrà veure el què l'atrapa, tots els atributs donen sentit al paisatge del Rec i ens motiva a preservar-lo. Com a ciutadans, hi tenim dret, però **no un dret fictici, sinó un dret legalment reconegut**.

4.3. El dret al paisatge

Actualment a Catalunya tenim en vigor **la Llei del Paisatge** de l'any 2005 (Llei 8/2005 de protecció, gestió i ordenació del paisatge).

Aquesta llei el què fa és desenvolupar un contingut positiu a l'adhesió que el Parlament de Catalunya va fer al **Conveni Europeu del paisatge**, aprovat pel Consell d'Europa el dia 20 d'octubre de 2000. El Conveni reclamava a tots els països membres que posin en pràctica polítiques de paisatge, entés aquest des d'un punt de vista ampli ja que s'hi inclouen **àrees naturals, però també urbanes i periurbanes**. Hi ha alguns conceptes del Conveni europeu que després la nostra llei catalana recull i que són aplicables al cas del barri del Rec: en primer lloc que tracta **el paisatge com a bé comú** i, per tant hi ha una responsabilitat col·lectiva i,

en segon lloc, que li atorga una **funció social** com a element de benestar individual i col·lectiu.

El paisatge mai no havia estat tractat de forma seriosa i no se li havia reconegut aquesta vessant social fins la llei del 2005 gràcies a aquest conveni europeu del paisatge. Aquesta llei crea un entitat de suport que és l'**Observatori del paisatge** que ha de col·laborar amb l'Administració en totes les qüestions relacionades amb la política del paisatge. L'eina de treball són els "**catàlegs del paisatge**" que actualment s'estant elaborant a tot Catalunya. Sé que s'està treballant amb el de les comarques centrals i, de fet, em consta que tenen informació sobre el barri del Rec.

Aquesta visió del paisatge com a bé col·lectiu que presenta la llei del paisatge catalana encaixa perfectament amb el cas del barri del Rec d'Igualada: simbolitza les seves arrels de la ciutat i és part de la seva identitat. Per tant, la repercusió a la ciutadania va més enllà de la protecció necessària del seu patrimoni, té una afectació directa en el ciutadà.

El barri del Rec doncs, té una **dimensió social i cultural** que trascendeix l'àmbit **subjectiu**, i això passa quan el barri desprèn símbols que passen a formar part del nostre **imaginari col·lectiu**. En aquest cas, la població percep els valors del barri i ja en passa a formar part. Això li dóna, al barri del Rec, una **dimensió ètica**.

Un dia parlava d'això amb un igualadí. Ni ell ni jo tenim cap vinculació familiar amb el barri del Rec, no hem tingut ningú treballant en una adoberia ni res semblant. És més, ell ni tant sols té arrels a Igualada però tant ell com jo ens en sentim part, no

com igualadins, sinó com a persones. Crec que és perquè el barri del Rec té una altra virtut que es que no jutja, ni qüestiona, ni pregunta. És una **altra Igualada capaç de generar unes complicitats noves**. Amb això vull dir que una persona de fora d'Igualada, de fora de Catalunya, de fora d'Europa, pot experimentar la sensació de trobar-s'hi vinculat perquè el què enganxa és que desprèn uns valors universals que depassen el seu àmbit geogràfic que cadascú interpretarà a la seva manera: cultura, patrimoni, silenci, respecte, treball, esforç, perseverància, solidesa, recolzament, tradició, innovació...

La **capacitat de seducció** del barri del Rec depassa el seu extraordinari patrimoni arquitectònic perquè, malgrat ja ha estat alterat, encara esdevé autèntic i genuí.

5. El futur...

En aquestes quatre edicions de Rec.0 he pogut observar com gent de tot tipus i condició, d'Igualada i de fora, s'han sentit atrets pel barri i s'ha desenvolupat una certa **consciència de pertànyer a un territori** i crec que s'ha d'aprofitar.

El projecte de Rec.0 continuarà, hi haurà una nova edició el proper mes de novembre, però tal i com sempre hem dit, hi ha d'haver un dia en que ja no calgui cridar l'atenció de ningú sobre un barri perquè ja tindrà garantit el seu futur, llavors el nostre projecte ja podrà acabar perquè ja haurà mort.

I quan planifiquem la **recuperació urbanística, siguem curosos i respectuosos**. El barri del Rec és molt **fràgil**, preservem la seva ànima i no ens la carreguem amb nous carrers i grans edificis. Evidentment l'extraordinari patrimoni arquitectònic

s'haurà de protegir alhora que mira al futur. Cal donar nous usos als espais respectant la seva personalitat. El barri haurà de millorar en molts aspectes però, tal i com defensa l'associació Amics del Rec, hauria de ser una intervenció del detall, **de cirurgia**. S'ha de mantenir **l'essència del barri** i no només els edificis més singulars, sinó també el complexe entramat de carrers que forma la seva **identitat**.

I, paralelament, **omplir-lo de vida**. Atraure gent jove, emprenedors, empresaris, artistes... Seria un bon exercici mirar què fan al món, buscar **referents de recuperació industrial**, però no només a Terrassa o Sabadell, sinó a Alemanya, Irlanda, França, Bèlgica... Siguem **idealistes i ambiciosos**, apuntem lluny, mirem Europa, mirem el món.

Hi ha exemples de tots tipus que ens poden **ajudar a imaginar un barri nou**. Grans àrees urbanes com la **Conca del Ruhr**, una antiga zona industrial amb mines i indústria de l'acer, integrada per diverses ciutats com Dortmund o Essen. Van tancar les mines i va començar una decadència que s'ha transformat reconvertint els espais industrials i atraient noves activitats econòmiques.

Altres exemples més simples però de resultats espectaculars, com el **High Line de la illa de Manhattan**, concretament al barri de Chelsea. Es tracta d'una antiga línia de tren d'un km aproximadament que s'ha reconvertit en un passeig urbà, plè de vegetació, enmig de la ciutat.

Hi ha molt exemples de com donar nous usos edificis vells d'activitats esgotades: els bunkers d'Albània que ara són miradors, dipòsits de gas de Viena reconvertits en oficines i vivendes o les cambres frigorífiques de Bercy, a París, que ara són tallers d'artistes. També a Barcelona, **la nau Ivanov** a La Sagrera, l'espai "**Hangar**" o **Palo Alto** al Poblenou, són molts els espais reconvertits amb nous models d'èxit. Tots ells tenen en comú tenen que **han atret noves activitats i que han omplert de vegetació i natura l'entramat urbà, aconseguint espais verds i barris amables**. Aquí a Igualada, però tenim molt més: tenim un barri sencer a tocar del centre de la ciutat i tenim un riu que ho delimita. Es pot demanar més?

Malgrat la crisi, malgrat tot, a Igualada tenim un barri del Rec que podria contribuir a definir **la Igualada dels propers anys, una ciutat valenta, singular i amb personalitat**.

Conclusió

Per acabar, cito la frase del filòsof i escriptor xinès Li Yutang (1895-1976), un dels primers pensadors que van introduir la filosofia oriental a Occident: "**La meitat de la bellesa d'un indret depèn del paisatge, i l'altra meitat, de qui el contempla**", i és que depèn de nosaltres, els ciutadans, els que mantinguem ferma aquesta nova mirada al barri del Rec que també és part de la seva essència.

Moltes gràcies.

Cristina Domènech i Ventura
cristina@redacta.cat
Igualada
Agost 2011