

Josep M Rovira i Valls, Director de Cultura i Paisatge i de TGD Comunicació

Amb forma de bacallà

En record de l'abat Maur Esteva



Anuncis per a la premsa i cartells de la primera campanya de publicitat de La Ruta del Cister (1989, 1990 i 1991)

La primera persona que va dir que el logotip de La Ruta del Cister semblava un bacallà va ser l'abat de Poblet, Maur Esteva i Alsina.



Entre la primavera i l'estiu de 1989 vam tenir dues reunions amb l'abat de Poblet, l'objectiu de les quals era rebre la seva benedicció per al projecte de promoció turística que havíem batejat amb el nom de La Ruta del Cister. La Generalitat ja hi havia donat el seu vistiplau, i els consells comarcals de l'Alt Camp, de la Conca de Barberà i de l'Urgell, també. Ara només faltava el de l'abat de Poblet, com a màxim representant de l'orde del Cister a Catalunya. A les reunions hi vam assistir l'Anton Llord, que va ser el primer president del Consell Comarcal de la Conca de Barberà, i jo mateix, com a responsable de la campanya que l'agència de publicitat TGD Comunicació havia preparat per a l'ocasió.

La primera trobada va ser abans de l'estiu, però no en puc precisar la data. En aquesta reunió l'abat Esteva es va mostrar un pèl distant i poc comunicatiu. Era un home bastant alt. La seva presència imposava respecte, tant per la condició d'abat de Poblet com pel seu semblant seriós i força reservat. Li vam explicar l'estratègia de promoció, local i comarcal, que preteníem, fent servir com a reclam els tres monestirs cistercencs que hi ha a les nostres comarques.



Portàvem, amb els típics cartons amb els quals es presentaven les campanyes de publicitat, els esbossos dels diferents elements de la campanya i el logotip que havíem dissenyat per a La Ruta del Cister. Recordo que s'ho mirava amb un cert escepticisme, fins que va veure l'anunci que havíem preparat per a Santes Creus: *a Santes Creus hi ha un rei enterrat en una banyera*. Aquest era el titular de l'anunci. L'anunci genèric de La Ruta del Cister duia com a titular *Museus Reials*. El de Poblet tenia com a titular *L'esplendor més gran de Catalunya* i el de Vallbona, *Lloc de reines*, en clara referència a les monges, a la preciosa imatge romànica de la Mare de Déu del Claustre i a la memòria de la reina Violant, esposa de Jaume I, la tomba de la qual és a l'església del cenobi cistercenc femení més important de Catalunya.

De tota manera, la reacció de l'abat no va ser, de cap manera, de reprovació ni de censura, ans al contrari. La idea no li va desagradar, però sí que vam notar una certa reserva, tant cap a la intencionalitat de la campanya com cap a les dues persones que li presentaven: d'una banda, el president d'un ens polític de recent creació, una persona més aviat desconeguda per la cúria pobletana, i, de l'altra, un jove publicitari carregat d'il·lusions i de bones paraules que més aviat li devia semblar un encantador de serps o un comerciant de vetes i fils. En acomiadar-nos vam intentar buscar una aprovació i la vam aconseguir. Ens va recomanar que canviéssim el titular de l'anunci de Santes Creus i ens va fer un parell de suggeriments quant a les fotografies i els llocs de més interès dels

monestirs, servant sempre, amb cautela i aplom, un caire de preocupació pel que podria representar una intromissió en la vida monàstica.

Hi vam tornar amb els deures fets una segona vegada. Va ser el divendres dia 14 de juliol a dos quarts de cinc de la tarda, segons he trobat anotat a l'agenda d'aquell any. La reunió va començar molt bé: *aquest dibuix vermell sembla un bacallà, però està bé perquè assenyala el triangle que formen els tres monestirs cistercencs en un mapa; les lletres hi lliguen, però potser el color és un pèl esvaït*. Si fa o no fa, amb aquestes paraules l'abat Maur Esteva ens aprovava un logotip que ja feia dies que donava tombs pels despatxos oficials. Aquell dia ens va aprovar els quatre originals de la campanya i també els cartells i la proposta de falques de ràdio, que, d'alguna manera, li vaig haver d'interpretar jaque encara no les havíem gravat. L'única cosa que no ens va aprovar va ser la col·locació, dins el recinte del monestir, dels tres cartells metàl·lics, de grans dimensions, que havien d'informar el viatger de l'objectiu de la campanya, que no era altre que conduir els turistes, des de Poblet, cap a altres llocs de la Conca de Barberà i cap a la resta de municipis de La Ruta del Cister.

L'abat Esteva, en aquesta segona reunió, estava molt més relaxat i molt més atent. Tant és així que ens va convidar a veure uns indrets reservats del monestir que havien netejat feia poc. Es tractava d'unes cel·les que havien fet la funció de presó i a les parets de les quals hi havia una colla de *graffits*—la majoria datats abans de l'exclaustració de 1835. En sortir de la visita, l'Anton Llord i jo vam anar a saludar el pare Tulla, llavors prior del monestir. En comentar-li que l'abat ens havia fet de guia turístic per uns indrets desconeguts del monestir ens va dir, referint-se a la primera campanya publicitària de La Ruta del Cister: *Això vol dir que li ha agradat!*

Aquest dies, el record de l'abat Maur Esteva té una especial rellevància. ■