

SOCIETAT

Tots els ajuntaments de l'Alt Maresme menys dos s'han sumat a la febre del disseny i la publicitat. El resultat és la proliferació d'eslògans i logotips que pretenen vendre cada població des del punt de vista d'imatge, però també turísticament i comercialment. Pineda i Sant Pol de Mar són el més atrevit i el més original, respectivament. Els altres, més convencionals.

El nom de la cosa

La majoria de pobles de l'Alt Maresme tenen eslògan i logotip

■ **Caella.**— La febre pel disseny i la publicitat també ha arribat als ajuntaments. En alguns consistoris, però, ja fa temps que remuneren impresos, papers, fulls, cartells i adhesius, marcats pel segell del disseny. A l'Alt Maresme tots els ajuntaments menys dos —els de Sant Cebrià i Sant Iscle de Vallalta— disposen de logotip i eslògan propi. L'objectiu d'aquests és potenciar la imatge del municipi i, en alguns casos, promoure'l comercialment i turísticament. La majoria d'aquests lemes són poc originals, però hi destaquen els de Pineda de Mar i Sant Pol de Mar.

L'any 1988 l'Ajuntament de Pineda va convocar un concurs per fixar l'eslògan del municipi, coincidint amb l'arribada dels socialistes a l'equip de govern. D'entre les propostes presentades es va escollir la de *Pineda de Mar m'excites*, presentada per un grup de cinc pinedencs vinculats a la desapareguda revista *Contrapunt*. En els adhesius pinedencs apareixen uns llavis femenins, que converteixen l'eslògan en el més atrevit de la zona. Tot i que fa sis anys d'aquest logotip, encara és vigent, perquè, contràriament al que han fet altres ajuntaments, el consistori de Pineda no l'ha substituït per cap altre. Malgrat això, la vigència i l'eficàcia d'aquestes actuacions no dura gaires anys perquè els eslògans solen sorgir en moments concrets i per intencions també puntuals, amb la qual cosa és difícil mantenir-los com autèntics

«emblemes» de la població. A Sant Pol de Mar l'eslògan és molt recent. El setembre passat es va donar a conèixer a la Fira de Caella i l'Alt Maresme la campanya de l'Ajuntament, que promou el poble amb el lema de *Sant Pol a tothora*, que al mateix temps pretén treure's de sobre l'eterna sorneguera que els veïns de la població han de suportar cada vegada que algú els pregunta l'hora. La campanya, a més de la distribució d'adhesius i la reproducció del logotip en els fulls, consisteix a explicar els veritables orígens històrics de l'expressió «Sant Pol, quina hora és?», que no tenen res a veure amb la popular imatge del rellotge de sol cobert per una teulada.

Caella i Tordera canvien

Caella i Tordera són els que han canviat. Anteriorment la localitat costanera es promovia amb el lema de *Caella, i tant!*, que es va traduir a l'anglès, alemany i italià, donat el potencial turístic del municipi. Aquest eslògan va tenir forta incidència quan unes hostesses regalaven caixes de maduixes i informació sobre Caella a la frontera de la Jonquera. Ara, amb motiu de la creació del Patronat Municipal de Turisme, entrarà en funcionament una sèrie nova de logotips, el central dels quals és *Caella activa!*, ja que n'hi ha d'altres de complementaris que serviran per promoure activitats concretes, tant culturals, turístiques com comercials.

Tordera t'espera substitueix *Viu*

Tordera, tot i que hi ha adhesius que complementen els dos eslògans. El més primitiu va néixer amb motiu de la Fira del Ram de Tordera i es va fer una mena de cançó amb la lletra del lema per anunciar-se a les ràdios. El futur creixement urbanístic de Tordera potser explica el canvi de lema. Canet de Mar també se suma a la llista d'ajuntaments amb aquest tipus de segell. *Canet, ara sí* és concretament la frase que fan servir per vendre la imatge del poble.

En canvi Malgrat de Mar, Santa Susanna i Arenys de Mar no tenen cap lema, sinó que s'han limitat a presentar el simple nom del municipi amb un toc de disseny. Tot i això, Arenys de Mar organitza unes tipus de segell amb la capçalera d'*Arriba't a Arenys*. L'anterior alcalde d'aquest municipi, però, va fer instal·lar una enorme tanca publicitària que encara diu: *Arenys, l'oasi*.

A Palafolls i Arenys de Munt s'han limitat a instal·lar un gran rètol a l'entrada del poble. *Palafolls. Senyor del Castell, domini màgic* és la frase del primer, mentre que *Arenys de Munt, onze segles d'història* és la del segon. Però el conjunt de poblacions de tota la comarca s'anuncien sota un lema. La marca turística de la comarca és *Costa del Maresme*. Tot i que fa temps que funciona d'aquesta manera no oficial, des de fa poc el Consell Comarcal disposa d'aquest logotip propi, que es va presentar durant el Saló Internacional del Turisme.

LA CRÒNICA

L'Alt Maresme em descarrila!

FRANCESC FÈLIU i TORRENT

La sobrenominació dels pobles amb finalitats publicitàries s'ha generalitzat no fa pas gaires anys, però no pot negar-se que té un precedent ben genuí en els noms despectius amb què la gent de cada poble sempre ha motejat els habitants dels pobles veïns. I és clar que aquells noms tradicionals solien tenir molta més gràcia que no pas els eslògans oficialitzats d'ara, però ben pocs ajuntaments n'han sabut o n'han pogut treure partit. Pel que fa a l'Alt Maresme, només Sant Pol ha aprofitat la deu popular, amb evidents bons resultats; l'actual versió de la vella pregunta horària és sens dubte la resolució més brillant del present imperatiu publicitari.

A Canet, en canvi, amb aquest *ara sí!*, sembla ser que han hagut d'intentar-ho moltes vegades

abans de trobar la versió definitiva. I, tanmateix, si ara sí, deu ser que abans no..., o que després potser?

Contràriament a Arenys de Munt, que apel·la a no sé quants anys d'història, el lema de Pineda aposta per l'atreviment i la descarradura, i a més, atorga a aquest poble les propietats del café o del te, amb què posa automàticament en qüestió la capacitat de poder-hi dormir tranquil·lament a les nits.

Palafolls, decidit a destrossar la seva antiga imatge de poble pagès i a revelar-se com un poble extravagant, ofereix l'eslògan més enigmàtic —i també el més antipublicitari—: una frase que recorre a l'anacolut i a l'ambigüitat, un text que només és apte per a iniciats.

Queda clar, però, que els re-

visionismes en aquesta mena de coses mai no poden portar gaire res de bo: Caella ha bescantat el seu curiós i *tant!*, que permetia una efectiva traducció als idiomes estrangers —*of course!*, *natürlich!*, *senz'altro!*—, per un lema ambigu, cacofònic i sense suc ni bruc. I un eslògan, en canvi, que millorava amb l'ambigüitat, com *Viu Tordera*, també ha estat canviat per una frase rimada d'aquelles que, si hem de fer cas al que deia Pla aplicant-ho als refranys d'aquestes característiques, no més pot ser una gran mentida.

Arenys, Santa Susanna i Malgrat han optat per l'encuny d'un grafisme distintiu i per deixar-se estar de paraules. I els pobles més petits han passat, simplement, d'aquesta dèria publicitària. Tot plegat, un expressiu diagnòstic comarcal, no?



Logotips de tota mena.— La varietat dels logotips de l'Alt Maresme és considerable. Mentre que n'hi ha alguns que són de disseny força simple —el de Santa Susanna—, n'hi ha d'altres que només dient el nom del poble aprofiten elements gràfics, com és el cas del d'Arenys de Mar. A part, hi ha els que van acompanyats d'un lema o els que són cartells a l'exterior, com el de Palafolls.

Gràfic: EL PUNT.