

LA «MARCA LITERÀRIA»: UN NOU ELEMENT DE RECERCA EN ELS ESTUDIS DE PATRIMONI LITERARI

RICARD GIRAMÉ-PARAREDA

TEXLICO / Glossa

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya

1. INTRODUCCIÓ

Ja fa uns anys que des de la Universitat de Vic — Universitat Central de Catalunya es va iniciar l'estudi del concepte de «marca literària» i, específicament, se n'ha fet una aproximació al cas de Jacint Verdaguer, un autor que ha passat a la posteritat deixant fixada una marca a diferents nivells i a través de múltiples elements.

En aquest treball tractarem dos aspectes clau de l'estudi: en primer lloc, establirem el concepte, la hipòtesi del treball i el marc de referència, i, en segon lloc, repassarem de manera breu alguns aspectes que configuren la marca Verdaguer i com tots aquests elements contribueixen a fixar-ne la perennitat.

2. LA MARCA LITERÀRIA

L'estudi del *branding* és una disciplina pròpia de les ciències de la comunicació, però que té aplicacions en altres àmbits com el territorial¹, el sociològic o, molt més embrionàriament, el literari. Aquest últim és el punt de partida d'una línia de recerca en la qual plantegem la hipòtesi de l'existència d'una marca *Verdaguer*, els elements que la conformen, així com la identificació d'aquells possibles elements diferenciadors d'altres marques literàries. Per a nosaltres, l'estudi del concepte *marca literària* esdevé una contribució significativa i innovadora per ampliar la visió que tenim de la literatura i, concretament, l'apliquem al cas de Verdaguer i les seves derivades.

1. Autors que han estudiat aquest àmbit són Joan Nogué (UdG) i Jordi de San Eugenio (UVic-UCC).

Es podria resumir la idea així: un autor, Verdaguer, excel·leix en la seva obra, té una biografia interessant emmarcada en un context històric i sociològic determinat; i la suma de tots aquests aspectes conformen la reputació en vida i pòstuma de l'autor. Verdaguer, les seves obres, la seva vida personal i la història que els envolta generen elements, majoritàriament tangibles, que es converteixen en valors identitaris que tothom reconeix en l'autor, o sigui, que adquireixen importància en tant que són percebuts pel públic com a definitoris de Verdaguer i li confereixen la seva identitat. A partir de la suma de tots aquests valors o identitats reconegudes es conforma la marca *Verdaguer*. L'ús d'aquestes identitats que en fa el propi Verdaguer i, sobretot, terceres persones, el converteixen en un valor 'pop', en una marca que discorre entre els seus coetanis, es va mantenint i arriba fins avui mateix.

És a partir d'aquesta última premissa que hem pogut constatar com, després de la mort de Verdaguer, l'interès per la seva persona i la seva obra, amb les fluctuacions pròpies de gustos estètics i èpoques, no ha fet res més que créixer. No només això: metodològicament hem establert les bases d'un possible model d'anàlisi que podria aplicar-se a l'estudi del *branding* d'altres autors. Tot plegat, amb l'objectiu més ampli de contribuir a la recerca multidisciplinària sobre les marques i el *branding* en el context dels estudis de patrimoni literari, fixant-nos en el cas de Verdaguer des de l'òptica de la comunicació per conèixer com s'ha generat aquest signe distintiu de la seva figura, la seva obra i, sobretot, quins elements el constitueixen.

En les darreres dècades s'ha teoritzat sobre els conceptes de marca i creació de marca, però hi ha hagut pocs estudis² que hagin estructurat de manera acadèmica el procés de creació i construcció de marques basades en la vida, l'obra i la posteritat d'autors literaris. A Catalunya, per exemple, existeixen alguns precedents amb els quals el

2. Exemples d'estudis internacionals sobre la marca literària de Shakespeare són els de Kate Rumbold (University of Birmingham) amb l'article «Brand Shakespeare?» i Kathleen McLuskie, escriptora i editora *freelance*, amb l'article «The commercial Bard», tots ells a la publicació *Shakespeare Survey: Shakespeare as Cultural Catalyst* i ambdós recollits al volum de la revista *Shakespeare Survey* (2011).

nostre treball pretén entroncar: l'obra de Llorenç Soldevila *Jacint Verdaguer: formació i dimensió d'un mite* (1995) i l'article «Geografia literària dels Països Catalans. El cas de la comarca d'Osona» (2012), de Soldevila i San Eugenio, sobre la marca territorial, en el tercer apartat del qual tractaven «L'aixopluc teòric del projecte: geografia, *branding*, literatura i paisatge». Soldevila i San Eugenio són pioners en aquesta nova disciplina i companys de la nostra universitat.

I és que una marca no només serveix, per exemple, per a identificar un producte o distingir-lo de la competència a través dels elements més evidents (nom, colors, logotip, olors) sinó que una marca és, a més, una forma d'afegir valor als productes des del punt de vista de la percepció del consumidor (SHILBURY *et al.* 2014); o dit d'una altra manera, les persones veuen en les marques un conjunt de significats que afegeixen valor al producte, servei o persona de referència a qui s'atribueixen.

És a partir d'aquests significats o identitats de la marca, que hem identificat les que Verdaguer ha generat. Pensem que en el seu cas són diverses les que s'hi poden associar i que aquestes identitats, al seu torn, estan compostes per diferents empremtes o estrats, més perceptibles, que són els que contenen els elements essencials que aporten els valors a la identitat i que fan que es diferenciï de les altres, que la fan única. A continuació en mostrem alguns exemples.

2.1. Exemples d'empremtes de la identitat sociocultural

En la identitat sociocultural hi trobem tots aquells elements generats per col·lectius o persones individuals per al foment social i cultural del país. El moviment de l'associacionisme va aixoplugar, sobretot a principis del segle xx, la creació de diverses entitats culturals i socials catalanistes que d'una manera o altra es van fundar i batejar en honor al poeta de Folgueroles: a Barcelona, l'Ateneu Nacionalista Verdaguer, l'Ateneu Democràtic Verdaguer, el Liceu Verdaguer, el Chor Mossèn Cinto, l'Orfeó Infantil «Mossèn Cinto» o la Institució Folk-lòrica Verdaguer, la qual, anys després, passà a anomenar-se Esbart Verdaguer. Però també trobem mostres d'aquesta activitat sociocultural fora de la capital catalana: a Vilassar de Dalt, l'Associació «Ver-

daguer»; a la Granadella, el Foment Catalanista «Verdaguer»; i com a curiositat, Antoni Boada (1997: 553) donava notícia de l'existència, els anys setanta del segle xx, d'un club de futbol de Collbató anomenat EF Ràpid Mossèn Cinto Verdaguer.

Una altra activitat social feta a l'empara de Verdaguer fou l'homenatge estudiantil dels Països Catalans del 17 de maig de 1995 commemorant els 150 anys del naixement del poeta de Catalunya. Va ser un acte multitudinari organitzat per Llorenç Soldevila, que es va celebrar a Vic i a Folgueroles. La trobada aplegà vora 2.000 persones de l'àmbit del segon ensenyament vingudes de tots els Països Catalans.

I en format d'homenatge individual, però amb un marcat sentit d'activisme cultural verdaguerià, trobem l'Asteroide Verdaguer. Aquest cos espacial que té el nom tècnic d'asteroide 38671 va ser descobert el dia 7 d'agost de 2000 per Jaume Nomen Torres des de l'Ametlla de Mar. L'admiració de Nomen per Verdaguer i l'afició de Verdaguer vers l'astronomia —reflectida en el llibre *Al cel*, en què el poeta es mostrà meravellat de l'espectacle nocturn, de la sensació d'infinit i de la transcendència del cosmos— van fer que l'astrònom tarragoní bategés l'asteroide amb el nom popular d'Asteroide Verdaguer.³

2.2. Exemples d'empremtes de la identitat territorial

En la identitat territorial trobem l'efecte simbòlic de donar el nom de Verdaguer a espais públics amb significat: carrers, places, passeigs, jardins on la gent hi fa vida i se'ls sent propis.

Miquel Parella (2015), de l'Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya, va publicar un estudi segons el qual Verdaguer és el desè nom de carrer més posat a Catalunya, present en 396 registres, i el segon nom de persona més freqüent, per darrere de Pau Casals, que ostenta 400 registres. Això representa uns 50 km de carrers i uns 4.700 m² de places. Parella, a més, pren Verdaguer com a exemple per explicar la

3. Característiques físiques: Verdaguer té aproximadament 6,2 km de diàmetre i completa una òrbita al Sol en 3,82 anys, amb un semieix orbital a 2,44 unitats astronòmiques del Sol.

variabilitat gràfica o formal en els noms de vies públiques, molt comprensible atès el nombre de municipis catalans (947):

En seria un exemple, extrapolable a la resta de noms, els carrers dedicats a Jacint Verdaguer on s'han comptabilitzat fins a 21 formes gràfiques o formals diferents i que van des del *Carrer de Jacint Verdaguer* al *Carrer del Poeta Verdaguer*, passant per un simple *Carrer de Verdaguer*, un complet *Carrer de Jacint Verdaguer i Santaló* o un familiar *Carrer de Mossèn Cinto*.

Més enllà de Catalunya també trobem l'empremta de Verdaguer en vials públics, per exemple a la *Calle Jacinto Verdaguer*⁴ de Dos Hermanas, Sevilla, o a la *Calle Jacinto Verdaguer*⁵ del barri de Nueva Pompeya, Buenos Aires.

Però la variabilitat d'espais públics que reten homenatge al poeta de Folgueroles és molt àmplia: els Jardins de Mossèn Cinto a Montjuïc inaugurats per l'alcalde Porcioles el 1970 són l'enèsim tribut de Barcelona a Verdaguer; l'estació de metro Verdaguer, també a la capital catalana, és un bon exemple de servei públic dedicat al poeta de Catalunya; i, a la frontera amb França, hi trobem el Pic Verdaguer, el segon més alt de Catalunya, al costat de la Pica d'Estats, amb una alçada de 3.125 metres, situat al Massís del Montcalm, al terme municipal d'Arieja (Pallars Sobirà). En aquest darrer cas el lligam amb mossèn Cinto excursionista és evident: pujà a la Pica el 25 d'agost de 1883, i de les seves ascensions pirinenques en sorgí *Canigó*.

2.3. Exemples d'empremtes de la identitat patrimonial

Una de les empremtes més notables i, segurament, també la més difosa i valuosa econòmicament⁶ —per la quantitat d'unitats que se'n van imprimir—, fou l'emissió d'una sèrie de bitllets de 500 pessetes, el

4. Coordenades de localització: 37.29526896495025, -5.932292131429613

5. Coordenades de localització: -34.64915655457254, -58.41059555419253

6. Segons la informació emesa pel Banc d'Espanya se'n van imprimir 200 milions d'exemplars, amb un valor de 100.000 milions de pessetes.

23 de juliol de 1971 i posats en circulació el 1974. Aquesta iniciativa va ser fruit de la insistència del mestre ripollès Joan Amils qui, en plena dictadura franquista, va convèncer el governador del Banc d'Espanya per homenatjar d'aquesta manera tan especial el poeta de Catalunya. Aquest bitllet s'illustrà a l'anvers amb un gravat del rostre de Verdaguer a l'edat de vint anys, quan va ser guardonat als Jocs Florals, a partir d'una fotografia de joventut que el poeta es va fer a l'estudi d'Heribert Mariezcurrena, probablement el 1870, quan encara no havia estat ordenat sacerdot. Al revers la imatge del Canigó vist des del poble de Vernet, al Conflent, fet gens menor tenint en compte que es tracta de l'únic bitllet emès per un Estat on s'illustra una de les cares amb la imatge d'un territori del país veí. Els bitllets van circular durant tota la dècada dels 70.

I un segon exemple patrimonial el trobem en l'emissió de deute públic quan, el 9 de setembre de 1903, l'Ajuntament de Vic aprovà un emprèstit municipal per valor de 375.000 pessetes, amortitzables en 30 anys a un interès del 5%, amb la finalitat d'eixamplar i urbanitzar el carrer Verdaguer de la ciutat. El document, ricament ornamentat amb el disseny propi de l'època, incloïa un medalló amb el retrat del poeta gravat al capdavall del text i, al revers del document, la justificació de tal contribució: «El emprèstito se destinará á cubrir los gastos de indemnización de fincas y demás necesarios para la apertura y completa urbanización de la vía A. ó de Mossen Verdaguer, que parte de la plaza de la Constitución y termina en el linde de los terrenos pertenecientes á la vía férrea.»

2.4. *Exemples d'empremtes de la identitat artística*

Aquesta identitat, que inclou tots els elements generats a partir de la creació artística inspirada en Verdaguer, és molt àmplia i ha sigut tractada de manera bastant extensa per investigadors i estudiosos verdaguerians.⁷ Per aquest treball mostrarem alguns casos repre-

7. Alguns dels treballs més significatius en l'àmbit de l'estudi de Verdaguer i les arts són els de CORTÈS (1995: 189-207; 2002: 655-667), GRATACÓS I MONLLOR (2002:

sentatius de les disciplines de les arts escèniques i musicals i les arts plàstiques.

Pel que fa a les arts escèniques, parlarem de dues representacions teatrals de *Canigó*. La primera i única, el 1910 a les Arenes de Figueres, basada en l'adaptació de l'obra que feu Josep Carner, musicada pel mestre Jaume Pahissa i dirigida per Adrià Gual. La representació, del màxim nivell, va comptar amb l'acompanyament de l'orquestra del Liceu de Barcelona i una infinitat d'extres de tot tipus: sardanistes, fallaires, cors de pastors, cors de fades, etc.

La segona, 101 anys després, el 2011, dirigida per Antonio Calvo, va anar més enllà d'una lectura dramatitzada; l'actor Lluís Soler, magnífic en la prosòdia, despullà el poema de Verdaguer i l'acostà al públic d'una manera íntima i personal. L'acompanyà el músic Eduard Iniesta, que hi aportà les composicions originals interpretades en directe. Unes partitures pensades per embolcallar el poema de 4.334 versos de Verdaguer.

En el camp de les arts plàstiques han sigut moltes les representacions pictòriques de Verdaguer. Hem seleccionat tres obres d'estils i èpoques diverses que demostren la transversalitat de Verdaguer com a inspiració pictòrica més enllà d'èpoques i estètiques: retrat al carbó de Ramon Casas (1866-1932), d'estil modernista, s'integrà en un dels cartells publicitaris icònics de Catalunya, el de l'edició popular de les obres completes de Verdaguer, produït pel cartellisme quan Barcelona i després tot Catalunya descobrien la societat de consum a inicis del segle xx.

El segon exemple és una pintura de Manolo Hugué (1872-1945) exposada al Museu de Caldes de Montbui. Es tracta d'una caricatura d'un capellà pintada en aquarel·la sobre la portada de *L'Atlàntida*, data da entre 1943-1945. La imatge, malgrat no presenta trets personals, al-

599-627), i CUSCÓ I CLARASÓ (2010: 129-140) en música; en dramaturgia l'estudi de SOLDEVILA (2011: 499-517) sobre les adaptacions teatrals i musicals de *Canigó*; en arts visuals el treball de VÉLEZ (2002: 577-584) sobre els retrats de Verdaguer i l'estudi de FONTBONA (2002: 143-155) sobre el poeta i el tractament en les arts plàstiques en general; i en escultura el treball de GÜELL (2011: 271-289) sobre el monument a Verdaguer de Barcelona.

ludeix clarament a Verdaguer i el situa en relació a la seva primera epopeia. Aquesta representació d'Hugué (imatge 2) s'emmarca en el moviment d'avantguarda, clarament amb voluntat de ruptura dels models artístics —amb la utilització d'un llibre en lloc d'un llenç—, però també morals, vigents en aquell moment i per tant, en general, amb un esperit de protesta o de subversió de l'ordre establert, pintant un capellà de trets caricaturescos, vestint sotana llarga i barret d'ala ampla sobre la portada d'una obra cabdal de la literatura catalana.



Imatge 1. A la dreta de la imatge, diversos cartells publicitaris de l'edició popular de les obres completes de Verdaguer, amb el retrat de Casas, enganxats en un xamfrà del carrer de Santa Anna de Tàrraga, el 1917.

I en tercer lloc, un retrat de Verdaguer fet per Carlos Méndez (1943), emmarcat en el moviment del dramatisme expressionista (imatge 3). L'artista d'origen argentí, pintà el 1986, per a l'Exposició *Homenatge a Jacint Verdaguer en el centenari del poema Canigó* del Museu d'Art i Tradicions de la Casa Pairal del Castellet de Perpinyà, una sèrie d'olis sobre el poema *Canigó* i Verdaguer. Una de les pintures més simbòliques d'aquesta sèrie fou *Retrat negre de Verdaguer* que inspirà el poema «Verdaguer exorcista» —també bastant negre—, de l'editor Héctor Folc i Bosc, poema que acompanyà la pintura en el catàleg de l'exposició que es feu a la Galeria Fòrum de Girona el 1987.



Imatge 2. *Caricatura d'un capellà* de Manolo Hugué. Aquarel·la sobre cartró (15,5 x 9,5 cm), 1943-1945.



Imatge 3. *Retrat negre de Verdaguer* de Carlos Méndez. Col·lecció particular.

També en les arts plàstiques trobem els elements escultòrics que contribueixen a la concreció de la marca *Verdaguer*. Acarem dos exemples prou representatius per la qualitat creativa com per ser d'èpoques diferents: per una banda el monument *A Mossèn Jacint Verdaguer* a Barcelona, els treballs del qual s'iniciaren el 1914 i, després d'haver passat les vicissituds pròpies de l'època, s'inaugurà el

1924, context i treballs de construcció estudiats per Güell (2011). Es tracta d'un monument d'estil noucentista projectat per l'arquitecte Josep Maria Pericas i coronat amb una estàtua de bronze obra de l'escultor Joan Borrell i Nicolau que representa el poeta folguero-lenc dempeus. Lluçia Oslé i Miquel Oslé són els autors dels relleus que conformen el fris que envolta el monument, allusius a diversos poemes de Verdaguer. El monument se situa a la plaça de Mossèn Jacint Verdaguer, a la cruïlla del passeig de Sant Joan amb l'avinguda Diagonal, i rep, popularment, els sobrenoms de «El corb» o «L'espalmatòria». D'altra banda, el monument *A Jacint Verdaguer i Santaló, poeta de Catalunya*, d'Andreu Alfaro erigit al parc dels Estudis de Vic el 2002 que, tot i que serví per commemorar el centenari de la mort de Verdaguer, fou criticat per ser un homenatge massa tardà de la ciutat de Vic al de Folgueroles. Val a dir que Vic ja havia encarregat als anys vuitanta una escultura a l'arquitecte Ricardo Bofill que, instal·lada a la plaça de l'Estació, havia de ser l'homenatge de la ciutat a Verdaguer. La d'Alfaro és una obra formada per un pilar d'acer corten de 26 metres d'alçada amb petits forats alineats en l'eix central, que simbolitza la sotana botonada del capellà, i dues peces també d'acer que surten de la part alta del cos del pilar fent l'efecte de ser-ne els braços. El conjunt s'enclava sobre un pedestal de formigó on hi ha inscrit el títol de l'obra i els anys de naixement i de mort de mossèn Cinto.

En darrer lloc, pel que fa a les empremtes que trobem en la identitat artística de la marca *Verdaguer*, fem esment d'un parell de representacions verdaguerians alternatives. En primer lloc, la performance de l'artista Perejaume consistent en l'escriptura del nom de Verdaguer al torrent de Folgueroles (imatge 4). La intervenció, feta l'any 2002, va consistir a allerar el torrent amb el traç de la signatura del poeta. Des de la Fundació Verdaguer presenten l'actuació com una «peça d'art natura (*land art*) que vol mostrar la immensitat de l'obra del poeta i la incapacitat humana de copsar-la sencera.»

En segon lloc, una collecció de dotze diorames sobre la vida de Verdaguer, elaborats per Josep Pagespetit, pintor, escultor i pessebrista, i exposats des de 1977 a l'església de Vinyoles d'Orís. Pagespetit va fer els diorames que representen dotze escenes de la vida de Ja-

cint Verdaguer amb el suport de l'Agrupació Pessebrista de Vic i el Patronat Verdaguerià de Vinyoles d'Orís.

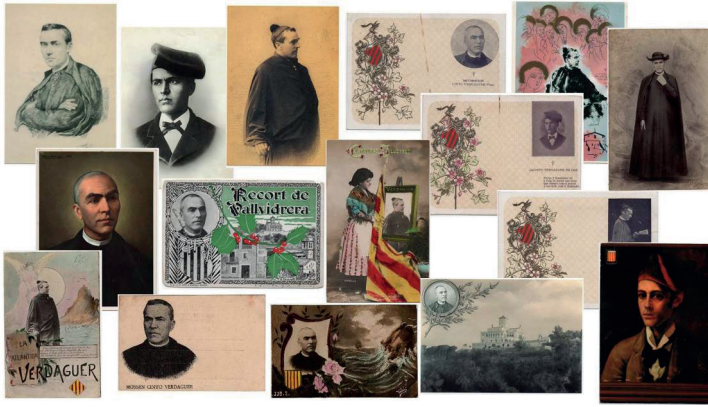


Imatge 4. *Signatura* de Perejaume. Vista àrea de la intervenció de Pere Jaume Borrell al torrent de Folgueroles, modificant la llera natural del rierol per marcar la signatura de Verdaguer.

2.5. Exemples d'empremtes de la identitat comercialitzada

Per tancar aquesta mostra ens fixem en els elements provinents d'una empremta poc coneguda però que conformen la identitat més espúria de la marca *Verdaguer*, la comercialitzada. Per al nostre treball, hem utilitzat la distinció, dins aquesta identitat, entre els objectes que han servit per publicitar les obres de Verdaguer així com el mateix poeta —marxandatge—, dels articles utilitzats per a tercers per a publicitar les seves marques o productes —publicitat.

En el cas del marxandatge trobem, sobretot, diferents sèries de postals o postals soltes (imatge 5). Podem dir que just després de la mort de Verdaguer i fins a l'actualitat se n'han imprès una gran varietat a partir de fotografies del poeta, i moltes d'aquestes, a més, decorades amb motius allegòrics de la pàtria, la fe, o simplement amb elements decoratius que embolcallen la imatge de Verdaguer.



Imatge 5. Algunes postals soltes que posen de manifest la gran varietat de composicions d'aquestes petites impressions verdaguerianes.

En el cas dels productes publicitaris i/o comercialitzats, trobem articles funcionals creats o oferts per tercers i inspirats en Verdaguer o que directament «són» Verdaguer, com per exemple la tabaquera, també utilitzada com a bombonera, de terracota policromada, en forma de bust de Verdaguer creada per Ignasi Buxó i fabricada al taller Buxó Hermanos d'Olot cap al 1914. Aquesta peça, segons els estudiosos de l'escultor, es classifica com a objecte artístic-funcional (imatge 6).



Imatge 6. Tabaquera de terracota policromada de Buxó Hnos., 1914.

O, en un sentit més modern, les samarretes Jacint Verdaguer de Calamart Designs de Reus, la segona de les quals dins la col·lecció «Il·lustres il·lustrats», que incloïa, a més de Verdaguer, samarretes amb posat *hipster* d'Antoni Gaudí, Pau Casals o Neus Català. Aquest, per comparació, és un dels millors exemples del Verdaguer *pop*.

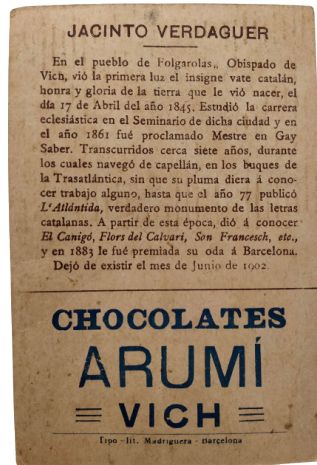
Però també trobem l'empremta comercialitzada de mossèn Cinto en els embolcalls dels productes, per exemple, en el cas de la caixa de bombons de Jacint Verdaguer i el corresponent fulletó en la línia «Bombó Cracks: les postres dels cracks catalans». El 2010 la xarxa Xecna d'establiments amb consciència nacional va produir una línia de bombons dedicada a diferents personalitats nacionals catalanes i Verdaguer en va ocupar el número 11 (imatge 7). Gràcies a Joaquim Molas tenim la sort de poder comptar amb un exemplar d'aquest producte.



Imatge 7. Capsa de bombons de Jacint Verdaguer.

Un altre element publicitari molt estès i popular van ser les col·leccions de cromos. Aquest fenomen popular, sobretot entre la mainada, va permetre, durant algunes generacions, que Verdaguer arribés d'una manera directa a mans dels més petits de casa. Si bé hem identificat fins a nou cromos de Verdaguer, en mostrem dos exemples vinculats a la publicitat que feia la indústria xocolatera quan els regalava dins els embolcalls de les rajoles de xocolata.

El primer és una cromolitografia del rostre de Verdaguer amb fons inspirat en *L'Atlàntida*, i amb una biografia del poeta amb la corresponent publicitat al revers. Ocupava el número 10 d'una col·lecció de 24 titulada *Hombres célebres* (imatges 8 i 9). Aquests cromos els van regalar simultàniament els xocolaters Juncosa (Barcelona) i Arumí (Vic).



Imatges 8 i 9. Recto i verso del cromo «Jacinto Verdaguer» de la col·lecció *Hombres célebres* de Chocolates Arumí de Vic.

El segon és una cromolitografia del rostre de Verdaguer amb fons també de *L'Atlàntida*, seguit al darrere d'una biografia del poeta i la publicitat de Chocolates y bombones J. Camps (Barcelona). Formava part de la col·lecció *¿Qué seré yo?* que pretenia ser una font d'inspiració per als més petits de casa (imatges 10 i 11).

Finalment, vegem un exemple del fenomen de creació de nom de marca a partir de l'adopció del nom de Verdaguer. Es tracta, sens dubte, del cas més significatiu i originat, precisament, al poble natal del poeta, Folgueroles. És, a més, un exemple doble d'apropiació de Verdaguer com a font d'inspiració en la creació dels noms d'una empresa i del producte que elabora: primer, aprofitant la tirada del poeta, el forn de Sant Jordi del mateix poble va optar per fer un canvi de nom

i es va retolar com a «Forn del mossèn», en una clara al·lusió a Verdager; aquest canvi de nom devia tenir un precedent en la denominació del pa de coca que elabora el mateix forn; una coca molt apreciada per la seva qualitat i que els propietaris del forn li van posar de nom «coca del mossèn» quan pels volts de 2002 van aprofitar el centenari de Verdager per iniciar una campanya comercial, primer a la comarca d'Osona i després de distribució a nivell nacional. En l'exemple es pot veure com la coca del mossèn va arribar encaixada a Barcelona. Fins i tot en l'eslògan del pa de coca hi trobem una certa inspiració creativa: «Coca del mossèn; el pa fet poesia».



Imatges 10 i 11. Recto i verso del cromo «Poeta Mosén Jacinto Verdager» de la col·lecció *¿Qué seré yo?* de Chocolates J. Camps de Barcelona.

3. CONCLUSIÓ

A mode de conclusió podem dir que, a partir dels exemples que hem mostrat, es pot afirmar que existeix una entitat que agrupa totes aquestes empremtes, el que n'hem dit la *marca*, que voluntàriament o involuntària ha deixat mossèn Cinto. Aquesta marca està per damunt de les seves obres o de la seva vida. És una perennitat que es manifes-

ta en multitud de situacions. I és que d'ençà de la seva mort, Verdaguier s'ha convertit en una icona que conserva una constant actualitat. La figura del poeta i tots els aspectes que l'han definit i el defineixen continuen essent un objecte de tractament i estudi, no només en l'àmbit acadèmic, sinó també des d'altres punts de vista tal com hem demostrat. Aquesta permanència de la icona, o del mite, deixa entreveure encara una frescor renovada dels estudis verdaguierians —es podria dir que no envelleix o, si ho fa, ho fa lentament— i encara suggereix aquella admiració més persistent, profunda i extensa.

BIBLIOGRAFIA

- BOADA (1997): Antoni Boada, «Jacint Verdaguier i Collbató», *Miscellanea Aqualatensis*, núm. 8, p. 553.
- CORTÈS (1995): Francesc Cortès, «Jacint Verdaguier: més que un text per a bastir-hi música», *Anuari Verdaguier*, núm. 9, p. 189-207.
- CORTÈS (2002): Francesc Cortès, «D'Atlàntida a Canigó: les interpretacions de l'èpica verdaguieriana a Falla i Massana», *Anuari Verdaguier*, núm. 11, p. 655-667.
- CUSCÓ I CLARASÓ (2010): Joan Cuscó i Clarasó, «Verdaguier en música. La contemporaneïtat d'una poètica», *Anuari Verdaguier*, núm. 18, p. 129-140.
- FONTBONA (2002): Francesc Fontbona, «Jacint Verdaguier i les arts plàstiques», *Anuari Verdaguier*, núm. 11, p. 143-155.
- GRATACÓS I MONLLOR (2002): Maria Gratacós i Monllor, «La música a Verdaguier, Verdaguier i la música», *Anuari Verdaguier*, núm. 11, p. 599-627.
- GÜELL (2011): Margarida Güell, «Vicissituds i fortuna del monument a mossèn Cinto Verdaguier de Barcelona», *Anuari Verdaguier*, núm. 19, p. 271-289.
- PARSELLA (2015): Miquel Parella, «Els noms més posats dels carrers i places de Catalunya», *Revista Catalana de Geografia*, XX (52). També disponible en línia a: <<http://www.rcg.cat/articles.php?id=341>> [Consulta: 29 abril 2022].
- SHILBURY *et al.* (2014): David Shilbury, Hans Westerbeek, Shayne Quick, Daniel Funk, *Strategic sport marketing* (4a ed.), Sidney: Allen & Unwin.
- SOLDEVILA I BALART I SAN EUGENIO VELA (2012): Llorenç Soldevila i Balart i Jordi de San Eugenio Vela, «Geografia literària dels Països Catalans. El cas de la comarca d'Osona», *Ausa*, núm. 170, p. 979-1001. També dispo-

nible en línia a: <<https://raco.cat/index.php/Ausa/article/view/263606>>
[Consulta: 23 agost 2021]

- SOLDEVILA (1995): Llorenç Soldevila, *Jacint Verdaguer: formació i dimensió d'un mite*, Argenton: L'Aixernador.
- SOLDEVILA (2011): Llorenç Soldevila, «Fortuna musical i dramaturgica de Canigó, de Jacint Verdaguer», *Anuari Verdaguer*, núm. 19, p. 499-517.
- VÉLEZ (2002): Pilar Vélez, «Algunes reflexions sobre l'obra de Verdaguer a través dels seus il·lustradors», *Anuari Verdaguer*, núm. 11, p. 577-584.