

temes-3)

NARCÍS FIGUERAS CAPDEVILA. Univeristat Oberta de Catalunya

COSTA BRAVA: LITERATURA I PERIODISME EN L'ORIGEN D'UNA MARCA

El juny de 1930 el setmanari *Imatges* publicà un reportatge gràfic amb text de Josep M. de Sagarra, titulat «La Costa Brava», on trobem aquesta afirmació:

Tothom està d'acord en què se n'ha de dir Costa Brava [...] Això es deu a l'excursionisme, a la literatura, a les màquines de retratar, als compositors locals, etc. És a dir, la visió sentimental que els catalans tenim de la Costa Brava és un producte de la civilització.

Aquests mots podem dir que clouen el procés de creació d'una nova denominació per a la costa gironina. I evidencien la naturalesa discursiva («producte de la civilització») de la «construcció» d'aquest litoral com a residència d'estiu, lloc de repòs i de creació.

Atorgar nom a un espai –modificant-ne la toponímia– és una operació d'una gran potència simbòlica. Periodisme i literatura hi contribueixen i revelen els vincles entre els intel·lectuals i els agents econòmics i polítics. En el cas de França, entre 1890 i 1910 es produí el bateig de diversos trams de costa atlàntica (Cote d'Argent, Côte d'Émeraude) a imitació

de la mediterrània i ja cèlebre Côte d'Azur. Són autèntiques operacions promocionals apuntalades per un aparell discursiu que les defineix i configura a través de textos periodístics i literaris.

La Costa Brava no serà diferent. Se sol fixar el 1908 com l'any en què s'utilitza per primer cop aquest nom amb intenció promocional. És l'inici simbòlic d'un procés de foment de l'estiueig costaner, el turisme incipient de les elits. De fet, havia tingut una preparació des de la fi del segle XIX, continua operatiu (per exemple, el 1912-13 té lloc el bateig de la Costa Vermella al Rosselló, continuació natural del litoral empordanès) i culmina els anys trenta amb un turisme més general i interclassista.

En aquesta operació intervenen de bona hora escriptors i periodistes que promouen l'atracció de forasters. El poeta i periodista gironí Ferran Agulló Vidal (1863-1933) ha estat sempre considerat el «baptista» de la nova marca.

La freqüentació de les platges...

... ja era una realitat a mitjan segle XIX. El model anglès de banys de mar (amb presència de la reialesa) va promoure les platges fredes del nord de la península Ibèrica (Sant Sebastià sobretot). Però el mateix passava al Mediterrani més càlid. El 1865 hom esmenta, entre altres de catalanes, valencianes i andaluses, com a poblacions més freqüentades les gironines Blanes, Sant Feliu de Guíxols, Palamós, Pals, Roses i Cadaqués. El 1865 es parla de Palamós, Blanes, Lloret i Sant Feliu de Guíxols. Mentrestant l'arribada del ferrocarril a Blanes l'havia convertida en cap de pont per a l'accés des de Barcelona.

A les primeries de segle XX algunes famílies s'havien fet construir cases d'estiueig a la costa empordanesa i selvatana i hi havien invitat alguns intel·lectuals (Eugeni d'Ors visità Cadaqués convidat pels Pichot el 1904). D'altres hi anaven a passar dies (Maragall anà a Sant Feliu el 1904 i féu una memorable excursió a Tossa per Sant Grau, que publicà a la premsa el 1905) o bé hi tenien casa pròpia (Ruyra passà temporades a la seva vila nadiua de Blanes i publicà el 1903 *Marines i boscatges*).

Com ha establert Mercè Tatjer, entre 1872 i 1911 s'intensifica la pràctica dels banys de mar i es creen establiments tant

Portada de *Garba*, del 20 de gener de 1906, amb una imatge de Llaverias sobre Begur.



a Barcelona com al llarg de les costes de Llevant o de Ponent. I en el període 1913-1939, quan es popularitzaren l'oci i l'esport marítim, sorgeixen ciutats jardí i complexos de banys i oci, operacions urbanístiques al llarg de la costa, acompanyant les necessitats del turisme que atreïa Barcelona com a gran nucli urbà europeu i l'accés a dies de vacances de capes cada cop més àmplies de la societat (professionals, empleats de l'administració...) i a la llarga el conjunt dels assalariats.

El que podem anomenar «operació Costa Brava» se situa en aquest context. Ferran Agulló hi pren part des del primer moment des de la premsa, encara que no és l'únic. Ell veurà només iniciar-se la plenitud del primer turisme ampli i diversificat a la zona, a la meitat dels anys trenta (morirà el 1933 i es convertirà en l'etern precursor). De la idealització de la costa, en foren potents impulsors inicials els excursionistes, també amants dels atractius costaners, les ermites o els aplecs. El mar, d'altra banda, era omnipresent en la poesia jocfloral, de tipus patriòtic o líric. I el mateix es pot dir dels artistes (Meifrèn, Gimeno, Roig i Soler...). El vilanoví Joan Llaveries s'instal·là a Lloret i fou un dels divulgadors de la Costa Brava a través de l'aquarel·la. Les imatges marines viuen un auge i les revistes il·lustrades s'omplen de roques i onatge.

Ferran Agulló, poeta i periodista

En el cas d'Agulló, a més de la seva trajectòria com a periodista, la més recordada, cal tenir en compte la seva poesia. Fill de Sant Feliu de Guíxols i estiejant a Blanes, advocat, periodista i «home de fer feines» al servei del catalanisme conservador de la Lliga, fou un poeta floralista molt actiu de ben jove. La seva obra poètica primerenca s'aplega en *Llibre de versos* (1905) que, segons Agulló mateix, és un final d'etapa. S'havia iniciat precisament a través de les impressions de mar, gènere estereotipat en la poesia floralista (les *marines* o *levantines*). En el seu cas, però, pel coneixement directe que tenia del món costaner, els poemes mariners —pràcticament la meitat de la seva obra poètica— van ser ben valorats per la crítica.

A inicis del segle XX, sense deixar del tot la poesia, es dedicà de manera extensa i continuada al periodisme, sempre vinculat a cercles de sociabilitat econòmica i política. Entre 1901 i 1933 (32 anys!) publicà un article diari a la secció «Al dia» de *La Veu de Catalunya*, sota la signatura de *Pol*, i era autor habitual a la secció «Efemèrides catalanes». També el trobem en la *Il·lustració Llevantina*, dirigida pel blanenc Josep Alemany i Borràs, com a responsable de la secció «Crònica de Catalunya». Els seus articles diaris són sobretot polítics, però una part també els dedicà a temes més amplis i, en concret, a les

necessitats de la costa (ports i dàrsenes, tramvies per enllaçar amb la línia fèrria principal, promoció econòmica).

També té obra en castellà. A *Nuevo Mundo*, de Madrid, hi envià entre 1907 i 1912 dos centenars d'articles amb el pseudònim *Roger* sobre Catalunya, el moviment catalanista, la

Ferran Agulló, jove, i ja Mestre en Gai Saber (*La Il·lustració Catalana*, 31 de maig de 1893).



cultura, l'art, la literatura, els jocs florals, l'estiueig barceloní a la ciutat i fora de la ciutat, el Pirineu, els refugis de muntanya... Una quarta part aproximadament versen sobre la bellesa de la costa i d'algunes poblacions que coneix bé, i sobre la necessitat de promoure'n la visita, de fer-hi ports, carreteres i altres serveis. Hi descobreix Tossa i parla de la «Catalunya grega» —designació suggerida per Pella i Forgas basada en l'entusiasme despertat per Empúries, que no va fer prou fortuna i va ser substituïda per «Costa Brava»—, i també presenta Barcelona com a nucli turístic que necessita oferir, a més del seu propi atractiu com a ciutat, altres visites i excursions a la resta de Catalunya. I és en aquests articles que lliga l'ascens del catalanisme polític i d'una enyorada autonomia a l'eclosió com a font de riquesa de l'atracció de forasters. Hom percebia que l'Estat no feia el que li tocava i per això, el 1903 i 1906, aparegueren entitats privades de promoció a Sant Sebastià, a Palma de Mallorca i també a València, bé que amb poc resultat.

temes-3)

Les campanyes periodístiques. Marines (1917)

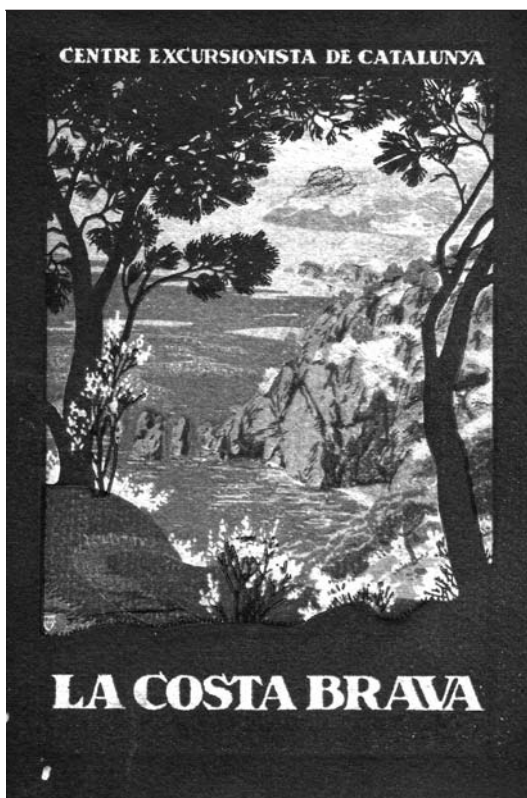
El conjunt d'articles d'Agulló i d'altres actors dedicats a aquesta temàtica (promoció de viatges per la costa, millores, comunicacions...) conformen una campanya. Agulló continuarà amb el reclam de Barcelona com a estació d'hivern i de les poblacions costaneres i de l'estiu en general. És ara que es funda la Sociedad de Atracción de Forasteros, entitat sense ànim de lucre amb participació municipal i empresarial (de la qual és membre actiu el regidor Duran i Ventosa i que tindrà una gran activitat fins als anys trenta), i es publica *Barcelona Cosmopolita* (1908), l'opuscle de Gonçal Arnús, un programa per rendibilitzar l'atractiu de Barcelona en benefici del país.

El juny de 1908 Agulló i Duran i Ventosa participen en el viatge del Centre Excursionista de Catalunya a les illes Balears en record del setè centenari del naixement de Jaume I (el catalanisme reivindica les glòries medievals i enyora l'antiga potència marítima). Admiren la costa brava mallorquina i la comparen amb el litoral selvatà i empordanès. Uns mesos després, el diàleg entre tots dos a *La Veu de Catalunya* donà lloc al cèlebre «bateig» de la costa nord catalana. Són una desena d'articles entre el setembre i l'octubre de 1908 (i encara d'altres el 1911) en què Duran i Ventosa i Agulló –i caldria afegir-ne d'altres– intercanvien idees sobre la necessitat de promoure la costa. La «costa brava» encara apareix en minúscules. Es proposen accions pràctiques i utilitàries, de millora de les poblacions. S'invoquen els escriptors que han escrit sobre la costa.

El 1909 es programa un viatge a Empúries i a la «costa brava catalana» per mitjà també del Centre Excursionista i de Turisme Marítim, entitat de viatges amb vaixell en què intervé Duran i Ventosa. Agulló és un dels participants. I aquest no és pas l'únic viatge. Per l'afluència de persones rellevants (que esdevindran prescriptors d'aquests viatges) i el ressò a la premsa, s'identifica ja aleshores com una autèntica campanya, iniciada temps enrere, en la qual s'emmarquen aportacions de Miquel dels Sants Oliver, de Frederic Rahola, de Bernat Santos Vall... Agulló també es dedica a fer conferèn-

cies sobre la costa, en què passa imatges. La promoció incipient, i tan idealitzada, de la costa nord catalana (de mica en mica «Costa Brava»), era una qüestió present al debat públic i s'integrava en un programa més ampli que tenia en Barcelona i en els dirigents catalanistes el nucli impulsor. El paper de la premsa i dels escriptors era ben clar.

Portada de la guia *La Costa Brava* editada pel Centre Excursionista de Catalunya el 1922.



La denominació encara fluctuava. El 1913 apareix la *Guia ilustrada de las ruinas de Ampurias y costa brava catalana*, de M. Cazorro i J. Esquirol. L'any següent, 1914, *Els bells indrets de l'Empordà*, suplement de l'*Empordà Federal*, usa «costa brava», en minúscula, i en el seu discurs als Jocs Florals de Lloret Joaquim Ruyra proposa el nom de «Costa Serena» per designar la costa gironina i defuig les connotacions, a parer seu negatives, que pot suggerir el mot «brava». No tindrà èxit, però mostra la tensió abans de l'acceptació universal del terme.

El 1917 una selecció dels articles d'Agulló a *La Veu*, junt amb algunes proses anteriors ja publicades i textos apareguts a *Nuevo Mundo* i traduïts, van passar a formar part d'un volum sobre la costa que titulà *Marines*. Hi recull articles més programàtics i narracions de caràcter més literari, textos inserits en el que anomenem «operació Costa Brava», basats en experiències personals (viatges, pesca, contemplació de paisatge, discussió sobre l'actuali-

tat). Es revela com un prosista de qualitat, ben valorat pels companys de professió. Quan s'edita el recull, les referències a la Costa Brava apareixen, ara ja sí, totes en majúscula. El llibre s'havia publicat amb el títol de *Costa Brava* a la premsa i se'n va anunciar un segon volum, que no s'arribà a editar.

Altres autors i iniciatives. Vers la consolidació

A partir d'aquestes dates, a més de les campanyes sostingudes, l'auge de l'automòbil i l'impuls de les comunicacions en el període de la Mancomunitat canviaran les coses en la promoció de les estades a la zona. La «marca» turística va estenent-se i dona nom a hotels, restaurants, sardanes, museus, guies, orquestres, revistes i més. Ningú no en vol que-

