

LA SEU D'ÈGARA: UNA MARCA AMB ARRELS EN LA HISTÒRIA

Joan Rovira, director del Servei d'Imatge
i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa.

La promoció turística i cultural de les esglésies de Sant Pere se centra en l'època de l'antiga seu episcopal d'Ègara (segles IV-VIII)

Quan les obres del Pla Director de les Esglésies de Sant Pere entraven en la recta final, a començaments d'aquest any, va arribar el moment d'enfocar l'estratègia de comunicació i de promoció des d'una perspectiva totalment nova. Dissenyat a partir del 1994 i executat entre l'any 2000 i el 2009, el Pla Director¹ es plantejava com a objectius la integració del conjunt monumental a la ciutat, aprofundir en el coneixement de la història del recinte a través d'un exhaustiu programa d'excavacions arqueològiques i efectuar una sèrie d'intervencions que permetessin presentar la realitat actual i l'evolució del conjunt a la societat del segle XXI, tot respectant els seus valors religiosos i culturals. En el rerefons s'evidenciava una voluntat de promoure culturalment i turísticament el conjunt monumental, tant dins de la ciutat com a la resta del país i d'Europa.

La cooperació institucional ha estat una de les claus per a l'èxit del projecte, impulsat per l'Ajuntament de Terrassa, l'Església catòlica (representada primer per l'arquebisbat de Barcelona i posteriorment, a partir del 2004, pel nou bisbat de Terrassa), la parròquia de Sant Pere, la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona i el Govern d'Espanya, i que ha pogut comptar amb Caixa Terrassa com a entitat financera col·laboradora.

El projecte iniciat a la darrera dècada del segle XX i culminat a la primera del segle XXI implicava un canvi de perspectiva remarcable. Els resultats obtinguts a través de les excavacions i els estudis efectuats des de molt diverses especialitats i punts de vista portaven a contemplar les esglésies de Sant Pere –un conjunt artístic i monumental molt estimat i que ha estat tradicionalment un dels principals signes d'identitat de la ciutat– amb una nova mirada.

L'esplèndid resultat patrimonial, cultural i paisatgístic de l'operació és el punt de partida d'una estratègia cultural i turística, encaixada en el marc de la promoció exterior de la ciutat i que es desenvoluparà al llarg dels propers anys.

I és a partir d'aquí que iniciem una aproximació respectuosa i ambiciosa a les esglésies de Sant Pere, tractades ara també com un “producte” cultural i turístic que ens proposem divulgar a dintre i fora de la ciutat i situar al lloc que li correspon en el mapa cultural i turístic del nostre país i d'Europa. El llenguatge i les tècniques del màrqueting i de la publicitat es posen, doncs, al servei de la promoció d'unes esglésies que a Terrassa no necessiten ni tan sols que es digui que són “de Sant Pere”. Aquí són i seran “les esglésies”.

Un conjunt únic a Europa

Són moltes les singularitats del conjunt monumental de les esglésies de Sant Pere. Els historiadors, arxivers i arqueòlegs, entre d'altres, han descobert, desenvolupat o subratllat en els darrers anys una sèrie d'elements molt atractius des del punt de vista de la promoció. D'altres han estat sempre a la vista de tothom.

El primer i més evident, que es tracta d'un conjunt de tres esglésies. Una característica molt singular, que el diferencia d'altres recintes o edificis de l'època pre-romànica i romànica, en el marc dels quals se situa fonamentalment el conjunt de Sant Pere. Un altre atractiu, també ben visible al primer cop d'ull, és el seu aspecte exterior clarament romànic. Finalment, el tercer tret característic –tan obvi com remarcable– és la seva relació amb el paisatge: les esglésies estan al bell mig d'una de les ciutats catalanes més grosses, però envoltades de verd pel parc de Vallparadís fins a tal punt que el seu entorn les separa visualment de la resta de la ciutat i preserva el seu aire serè i contemplatiu. Un aspecte a mig camí entre el paisatge de poble i de ciutat que futures intervencions urbanístiques, com el pla de l'antic poble de Sant Pere, contribuiran a preservar i millorar.

Per enfocar les esglésies com un “producte” calia buscar les seves singularitats, els trets que les diferenciaven d'altres “productes” molt més ben situats en el “mercat” del patrimoni cultural i del turisme al nostre país.

Així, el primer pas² va ser escoltar atentament el que deien els experts que havien treballat intensament en el recinte i en la investigació històrica durant molts anys. Tot portava a posar l'èmfasi sobre una època clau: la de l'antic bisbat d'Ègara. Fundat a mitjan segle V i desaparegut al voltant de la invasió musulmana de la península Ibèrica, al segle VIII, el bisbat d'Ègara es va crear per segregació del de Barcelona i va portar a transformar urbanísticament l'esperó de terra que es troba entre els dos braços del torrent de Vallparadís. A partir d'unes construccions anteriors es va desenvolupar tot un complex episcopal, al servei del poder religiós i terrenal de l'Església catòlica i com un element vertebrador d'un extens territori que s'estenia per tot el Vallès i arribava fins al Montseny, el Maresme i el Penedès.

El conjunt monumental de Sant Pere conserva nombrosos elements d'aquella època, dels primers segles del cristianisme, que el fan únic a Catalunya i Europa. És un vestigi extraordinari d'uns segles molt complexos, de l'etapa final de l'Imperi romà, de les invasions bàrbares i els profunds canvis en el mapa d'Europa, del paper cada vegada més predominant de l'Església, dels primers temps de l'edat mitjana, del regne visigot, de les invasions sarraïnes, del naixement dels comtats catalans, que durant molt temps van constituir una terra de frontera amb la part de la Península dominada pels àrabs.

Així, es dibuixen clarament dues èpoques excepcionalment atractives, pel que fa al conjunt monumental entès com a atractiu turístic i cultural: la del bisbat d'Ègara i

la del romànic, quan es configura un recinte religiós de menors dimensions al mateix emplaçament. L'antiga catedral d'Ègara, ara dibuixada sobre el paviment i reconstruïda virtualment, és el principal símbol d'aquella època, al costat de l'extraordinari temple funerari de Sant Miquel.

Teníem ja dos eixos fonamentals: el del preromànic i els primers segles del cristianisme i el del romànic. N'hi vam afegir dos més: la pintura gòtica i el turisme religiós. Els retaules gòtics vinculats a la història de les esglésies ocupen un lloc molt destacat dintre de l'art gòtic català, encara que d'aquest període el conjunt no tingui especials atractius monumentals. I, finalment, el caràcter religiós de Sant Pere esdevenia un element que calia tenir en compte, des del punt de vista de la promoció cultural i turística.

És així com vam arribar a situar el conjunt de les esglésies de Sant Pere en quatre "mercats" diferents. Pel que fa al preromànic, la conclusió era que aquest conjunt es pot posicionar clarament com el més destacat a Catalunya i un dels més importants a Europa. En el mapa del romànic català, vam situar Sant Pere entre els deu o dotze monuments imprescindibles, dintre d'un rànquing d'importància i singularitat, en el qual intervé un factor decisiu: és aquest un dels monuments romànics més destacats de la zona metropolitana de Barcelona i ben aviat adquirirà una nova singularitat. La del romànic accessible amb metro, gràcies a l'estació del Metro de Terrassa, ara en construcció. La proximitat a Barcelona és un dels potencials que cal explotar. En el tercer mercat, el de l'art gòtic, situem els retaules terrassencs dintre dels sis o set principals exponents al nostre país. I finalment, pel que fa al turisme religiós, considerem que Sant Pere es pot situar entre els deu principals santuaris o atractius religiosos de Catalunya.

En aquest context, l'objectiu quantitatiu és raonable: arribar a mig termini a una xifra d'aproximadament cinquanta mil visitants anuals. Aquest conjunt no està orientat a un turisme de masses o de multituds, i la xifra òptima de visitants s'haurà de modular en funció de la preservació del seu caràcter. Pel que fa a l'objectiu qualitatiu, està implícit en els quatre posicionaments abans esmentats: assolir el reconeixement del valor històric, cultural i turístic de Sant Pere a escala nacional i internacional en un termini aproximat de deu anys.

Una marca autèntica i atractiva

Per portar a terme el Pla de Comunicació que s'executarà a partir de la tardor d'aquest any, vam buscar una marca que actués com a eix de les diferents accions previstes i que remarqués el caràcter singular, únic, del conjunt monumental.

Buscàvem un nom, una denominació que podríem qualificar respectuosament com a "comercial", i una imatge, una identitat visual. Es tractava de construir i dissenyar una marca turística i cultural que acompanyés la promoció de les esglésies i que tingués prou força per situar-se entre el públic d'àmbit local i nacional.

La premissa per a aquesta tasca era l'autenticitat i el respecte.

I en la mateixa història del recinte, en la tradició, en la llegenda, en la memòria popular, en els treballs dels experts, es trobava la marca més encertada, la que més bé resumia les seves característiques, la seva excepcionalitat. Al concepte tècnic "seu episcopal d'Ègara", li vam treure la paraula *episcopal*, implícita en el terme *seu*, i en va sorgir, contundent, rotunda, la marca que buscàvem: "la seu d'Ègara".

Ègara, el nom de l'antic municipi romà, s'ha mantingut durant segles com un sinònim força popular de Terrassa. Altres noms romans de poblacions han quedat per als llibres d'història, però no pas Ègara. És molt present al paisatge urbà, al nomenclàtor de carrers, als noms de molts establiments comercials, d'empreses, de clubs esportius, d'entitats de tota mena... I el gentilici "egarenc" i "egarenca" és prou conegut perquè s'utilitzi amb normalitat, per exemple a la premsa esportiva, en què, per exemple, el futbolista terrassenc Xavi Hernández és sovint presentat com "el jugador egarenc Xavi".

Pel que fa a la identitat visual decidida, té una sèrie de característiques coherents amb el que volem expressar. S'han triat una gamma de colors bàsics amb el negre, una paleta de marrons terrosos i el blau: són el color de les pedres i del cel, la gamma cromàtica del recinte i del seu paviment. En la marca hi destaquen també les siluetes de les tres esglésies i l'ús d'una tipografia clàssica romana, utilitzada en làpides i monuments. Vam fer algunes proves amb cal·ligrafies històriques dels segles de la seu episcopal, però produïen un efecte visual confús. I la tipografia romana triada finalment és la mateixa en què apareix escrit el nom d'Ègara a l'interior de l'església de Santa Maria.

Els propers mesos s'anirà desenvolupant el Pla de Comunicació, dissenyat per esdevenir el guió de la promoció de Sant Pere a deu anys vista. És aquest l'horitzó temporal que ens plantejem per assolir els resultats desitjats: situar les esglésies al lloc que els correspon en el mapa patrimonial, cultural i turístic del nostre país i d'Europa.

És així com la llegenda, la història i el màrqueting conflueixen en la marca que acompanyarà la promoció de les esglésies de Sant Pere en el futur.

Notes

1. A www.terrassa.cat/esglesies trobareu àmplia informació sobre el Pla Director de les esglésies de Sant Pere.
2. L'equip de treball constituït per dissenyar l'estratègia de promoció del conjunt enfoca les seves tasques de forma transversal i està integrat per tres serveis de l'Ajuntament de Terrassa: Cultura, Turisme i Imatge i Comunicació. En formen part: Pietat Hernández, Anna Mata, M. Àngels Rodulfo, Olga Cabús i Joan Rovira, amb una estreta col·laboració amb el Museu de Terrassa: Domènec Ferran, Josep Fauquet i Antoni Moro.