

## Arrels ben fondes

Text > JOSEP PASTELLS

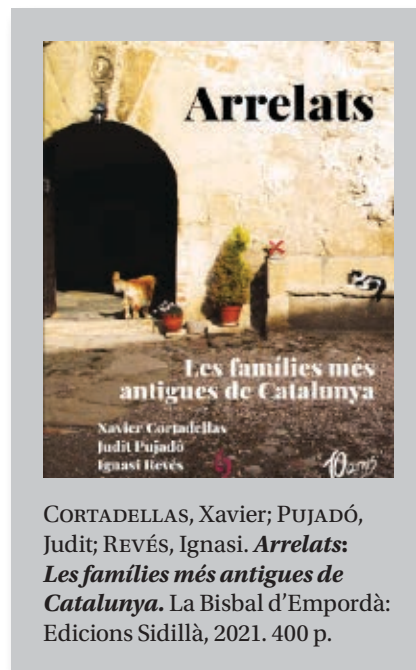
Deu anys després de crear Sidillà, Xavier Cortadellas i Judit Pujadó commemoren el desè aniversari de l'editorial amb la publicació d'*Arrelats*, un llibre dedicat a vint-i-una famílies catalanes que han viscut a la mateixa casa des de fa molts segles. Per elaborar aquesta obra tan singular, fonamentada en la memòria oral, els dos editors de Sidillà i Ignasi Revés han hagut de recórrer prop de sis mil quilòmetres per tot Catalunya per resseguir la història de cases pairals habitades per la mateixa família des de fa un mínim de deu generacions.

El mas més antic que apareix al volum (Can Rovira, de Sant Miquel de Campmajor) ha acollit des del segle XII vint-i-nou generacions de la família Plana-Rovira. Remuntar-se tan enre-re proporciona troballes interessants: «Un dels llibres de comptes de la casa tenia les cobertes de pergamí. Al revers d'aquest pergamí s'ha trobat el document més antic que parla de sant Jordi a Catalunya». La família Plana-Rovira, que viu de la terra i en complementa els ingressos amb la gestió d'un càmping, celebra cada any un aplec en agraïment per haver sobreviscut a la pesta del 1651.

*Arrelats* també poua dels fogatges medievals, d'arxius patrimonials, del *Llibre dels feits* de Jaume I i del *Llibre*

*del sindicat remença*. L'obra conté molta informació, i també nombroses hipòtesis. Hi apareixen famílies de tota mena: «Alguns han estat batlles, jurats, síndics, juristes i militars; d'altres han mirat de no implicar-se gaire en la vida pública. Per damunt de tot, però, la categoria que els ha estructurat de forma transversal i permanent ha estat la condició de pagès o de ramader». A banda dels Plana-Rovira de Sant Miquel de Campmajor, al llibre hi surten tres altres famílies gironines, a més d'una del Rosselló i una altra d'Osona.

*Arrelats* és ple d'episodis curiosos i conflictes de tota mena, d'històries a la menuda que formen la història del país. Els Mataró de Cerdans, a Arbúcies, recorden que abans els pactes se signaven donant-se les mans sota una alzina coronada. Els Molla de Calonge han creat la Fundació Remença per defensar els drets dels pagesos que es deriven de la sentència arbitral de Guadalupe. Els Buxeda de Ca n'Illa de Molló han mantingut viva la transhumància de cavalls, eugues i mulats a les pastures de Rojà (entre el Vallespir i el Conflent), segons un acord anterior al tractat dels Pirineus. Una llegenda diu que Felip V va regalar una espasa d'or a un avantpassat dels Llavina de Centelles, una família osonenca que encara té un molí que funciona amb



CORTADELLAS, Xavier; PUJADÓ, Judit; REVÉS, Ignasi. *Arrelats: Les famílies més antigues de Catalunya*. La Bisbal d'Empordà: Edicions Sidillà, 2021. 400 p.

l'aigua d'una bassa. A Casa Sales, al camí de la Ribera de Perpinyà, s'han especialitzat en el conreu d'hortalisses petites per a àpats de luxe i al telèfon hi tenen de música d'espera la sardana «Sant Martí del Canigó», de Pau Casals. Antigament, una de les habitants del mas es va casar amb Lluís Pitxot, de Cadaqués, que era violinista i havia tocat amb Pau Casals.

## Compreu, que (potser) el món s'acaba...

Text > DANI VIVERN

Lluís Costa no practica el periodisme en el sentit estricte, però en coneix molt bé els mecanismes i l'evolució. És doctor en història i professor titular a la Universitat de Girona en el camp de la publicitat, les relacions públiques i la comunicació cultural, i ha publicat una vintena de llibres, entre els quals hi ha títols de referència indispensable per als interessats en la història de la premsa a Girona i els seus protagonistes.

A *Qui més anuncia, més ven*, Costa presenta la gestació de la publicitat des del segle XIX fins a les manifes-

tacions actuals, seguint uns períodes històrics ben delimitats. El fenomen publicitari té un vincle ben estret amb els moviments de l'economia i, aquests, al seu torn, amb les estructures de poder i de gestió. Així, l'expansió de la burgesia, la involució durant la postguerra, l'aparició del turisme i els nous mitjans de comunicació són analitzats per Costa en clau local per explicar-nos l'omnipresència actual d'allò que van començar sent «anuncis».

Però aquesta anàlisi depassa l'evolució del fenomen en funció dels me-

canicisms econòmics. I és que, en publicitat, hi ha elements comunicacionals que la transformen en alguna cosa més. D'un missatge que en origen informava de les bondats d'un producte o servei s'ha anat passant a tècniques amb un ús molt sofisticat del llenguatge, dels recursos audiovisuals i de la captació de l'interès mitjançant l'estètica, el símbol... El resultat, ara com ara, és una mixtura progressiva de factors —periodisme, màrqueting, missatge sociopolític— que convergeixen en l'objectiu de persuadir, de crear un desig a partir de