

Les vinyetes filatèliques de la Junta Provincial de Turismo

Les vinyetes filatèliques són una eina de promoció turística, tot sovint oblidada, que a la dècada de 1950 tingué la seva importància. En aquest article s'analitzen les vinyetes emeses per les *juntas provinciales de turismo* durant aquesta època, amb una especial èmfasi en el cas de Girona.

Text > **ESTER NOGUER JUNCÀ**, doctora en turisme
JOSEP SAURET, doctor en humanitats

Amb la Guerra Civil espanyola i el nou règim que la va succeir, es van haver de reorganitzar tots els organismes que s'ocupaven de la promoció turística. No van ser anys fàcils, ja que, a més dels problemes propis espanyols, es patiren les conseqüències de l'empobriment dels països que havien sofert la Segona Guerra Mundial, els quals no podien enviar a l'Estat espanyol viatgers o *turistes*, com ja se'ls començava a denominar. No va ser fins que Europa va iniciar la recuperació econòmica que vingueren els primers turistes, incentivats també pel Plan Nacional de Estabilización Económica, implementat pel govern franquista l'any 1959 amb l'objectiu d'estabilitzar i liberalitzar l'economia espanyola.

El govern, en observar que el turisme podia ser una font d'ingressos important, va reestructurar el que quedava de l'etapa anterior creant nous organismes que, lògicament, controlava a través del governador civil, l'alcalde i els delegats provincials de la Falange Española Tradicionalista (FET) i de les Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista (JONS).

La primera actuació s'evidencia amb el decret del Ministeri de Governació del 21 de febrer de 1941 sobre «constitución de Juntas Provinciales



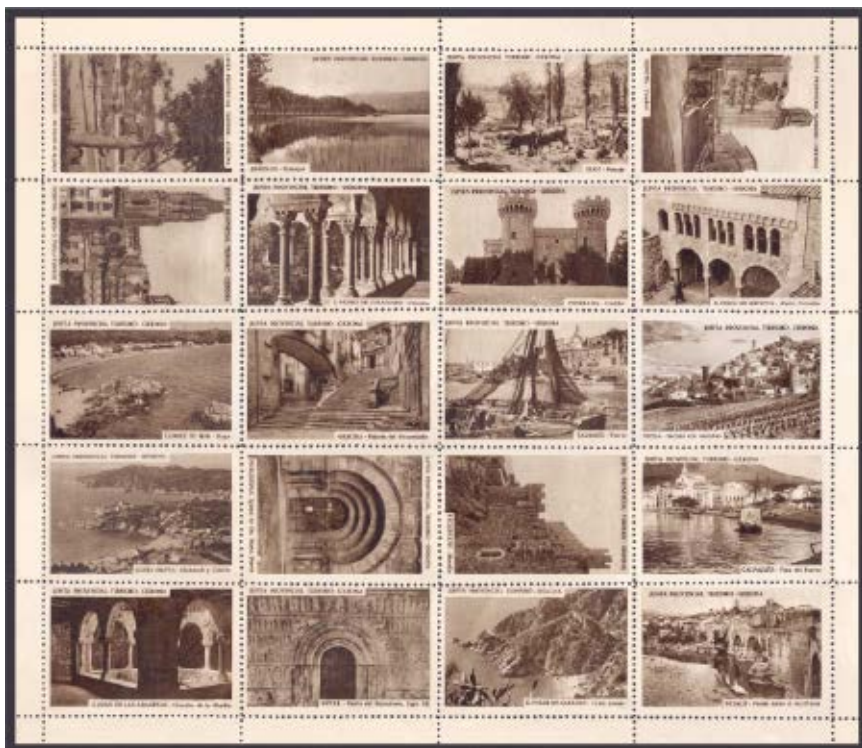
>> Vinyetes emeses per les juntas d'Astúries, Gran Canària i Valladolid.
 (Foto: COL-LECCIÓ PARTICULAR DE J. SAURET)

y Locales del Turismo en capitales de provincias y localidades que sean declaradas de interés turístico y normas para su organización y funcionamiento». En el decret es mantenen els *sindicatos de iniciativa y turismo* que funcionaven en algunes províncies i, alhora, es creaven les *juntas provinciales de turismo* amb l'objectiu de fomentar l'activitat turística en les províncies o localitats respectives, sempre dependent de la Direcció General de Turismo. Així doncs, es palesa un clar interès per unificar les funcions dels *sindicatos* i de les *juntas*.

Cal esmentar que la finalitat de les *juntas* era fonamentalment la mateixa

que la del seu antecessor, el Patronato Nacional de Turismo, fundat el 25 d'abril de 1928, tot i que el Patronato tenia una visió nacional i les *juntas* eren provincials. Ara bé, es pot considerar que el Patronato va coexistir amb els *sindicatos de iniciativa*, els quals, si bé no depenien orgànicament del Patronato, sí que tenien com a finalitat el creixement del turisme local.

Una de les actuacions publicitàries que possiblement ha passat força desapercebuda és l'emissió de vinyetes filatèliques per enganxar a la correspondència. En aquest punt, cal esmentar que les vinyetes es confonen



>> Full de vinyetes emès per la Junta Provincial de Turismo de la Provincia de Gerona.
(Foto: COL·LECCIÓ PARTICULAR DE J. SAURET)

sovint amb els segells de correus, atès que ambdós s'adhereixen a les cartes i s'imprimeixen amb paper engomat i amb fulls perforats en forma de dents. Ara bé, les vinyetes tenen una finalitat

publicitària, no estan emeses per cap organisme oficial i, ocasionalment, serveixen per rescabalar diners (Sauret, 2018), però mai per pagar el transport de la correspondència.

De vinyetes editades per *juntas* se'n troben en moltes províncies. Totes, fruit de les tendències de l'època, comparteixen característiques, com són l'ús d'imatges en blanc i negre, preses des de lluny, de paisatges o monuments però mai de persones ni de detalls dels indrets. És a dir, són il·lustracions molt neutres i sense ànima, tot i estar molt ben fetes i per bons artistes. Així mateix, totes porten el nom del Patronato i també de l'indret mostrat, sempre en castellà, i mai en cap idioma estranger. Es tracta, doncs, d'una publicitat passiva que es limita a mostrar-nos els monuments o els espais naturals que potencia.

En la primera vinyeta de la pàgina anterior, que parteix d'una fotografia de Kindel de l'any 1946, hi veiem una carreta plena de palla anant per una carretera de muntanya i amb la persona que la dirigeix caminant al costat, uns nens sobre la palla i uns gossos. Les imatges de les figures són molt difuses; l'autor juga amb el contrast de la llum. És, doncs, una panoràmica representativa de l'Espanya rural que es volia transmetre. Curiosament, també trobem aquesta imatge en un cartell de la campanya «Bellezas de España» que la Dirección General de Turismo va difondre entre els anys 1945 i 1946.



>> Dues cartes que havien circulat amb les vinyetes corresponents. (Foto: COL·LECCIÓ PARTICULAR DE J. SAURET)



>> Vinyetes no filatèliques emeses per la Caja de Ahorros Provincial de la Diputación de Gerona. (Foto: COL-LECCIÓ PARTICULAR DE J. F. MOLINA)

En la vinyeta central de la pàgina 46, la de Gran Canària, s'hi aprecia una palmera, com a icona de la vegetació exòtica que buscaven els turistes, amb el Pico de las Nieves al fons, el qual amb els seus gairebé 2.000 metres d'altitud expressa també l'originalitat i els contrastos de l'illa.

En la de la dreta, en què a diferència de les imatges descrites anteriorment es mostra un monument en lloc d'un paisatge, hi ha fotografiada la Universidad de Valladolid, ubicada a la plaça del mateix nom. Actualment, després d'una remodelació de la façana durant els anys 1960, l'edifici no té la torre amb el rellotge.

Cal esmentar que les *juntas provinciales y locales de turismo* van experimentar força vicissituds: a partir de l'any 1951, passaren a dependre del llavors acabat de crear Ministeri d'Informació i Turisme; l'any 1954, sota la premissa que l'activitat turística afectava tot el territori espanyol, es formaren en totes les províncies que no en tenien, i per mitjà del Decret 1482/1966, de 16 de juny, passaren a denominar-se *comisiones provinciales de información y turismo y educación popular* i, tot i que seguien exercint la funció de «fomentar el turismo y tomar las medidas necesarias para ello», amb la desaparició del nom es

Són imatges amb predomini d'instantànies de monuments històrics, fruit possiblement de la influència de les idees del Patronato, el qual potenciava el turisme cultural enfront del de sol i platja

deixaren d'emetre vinyetes amb la denominació esmentada. Cal considerar també que ja havien transcorregut 25 anys des de la creació de les *juntas*, la publicitat havia canviat molt i les vinyetes filatèliques pràcticament havien desaparegut.

Junta Provincial de Turismo

Concretament, el cas particular de Girona es compta amb un full complet, tal com el va imprimir la Junta Provincial de Turismo. El full conté 20 vinyetes de 5,5 x 3,8 centímetres cada una. S'hi observen totes les característiques esmentades, com són imatges referides a diversos indrets de la província i amb predomini d'instantànies de monuments històrics, fruit possiblement de la influència de les idees del Patronato, el qual potenciava el turisme cultural enfront del turisme de sol i platja, tot i que aquest darrer fou el triomfador. Així doncs,

s'hi poden observar onze vinyetes de caràcter cultural: la portalada del monestir de Santa Maria de Ripoll, el pont romànic de Besalú, el castell de Peralada, el monestir de Porta Ferrada de Sant Feliu de Guíxols, el claustre del Palau de l'Abadia de Sant Joan de les Abadesses, l'església de Santa Maria de Porqueres, el Palau Requesens de la Jonquera i, de Girona, l'església de Sant Pere de Galligants, el Palau del Vescomte, la catedral de Santa Maria i l'església de Sant Feliu. També s'hi poden apreciar dues vinyetes de paisatges d'interior, com són l'estany de Banyoles i uns camps a l'entorn d'Olot, i set vinyetes de caire mariner, com són la cala Joana i un racó de la platja de Sant Feliu de Guíxols, el port de Palamós, Llafranc i Calella des del far de Sant Sebastià, el port de Cadaqués, la platja de Lloret de Mar i el recinte emmurallat de Tossa de Mar. En aquest punt, cal esmentar que les vinyetes



>> Vinyeta de la platja Llarga de Tarragona emesa en color. (Foto: COL-LECCIÓ PARTICULAR DE J. SAURET)

de Banyoles, Olot, Lloret de Mar, Tossa de Mar, Cadaqués, Ripoll i Besalú, i del Palau del Vescomte, de la catedral i de l'església de Sant Feliu de Girona, procedeixen de fotografies capturades entre 1911 i 1936 per Valentí Fargnoli Ianneta, un dels fotògrafs de les contrades gironines més coneguts durant la primera meitat del segle xx.

No obstant això, no s'aprecia cap imatge de muntanya, ja que la neu, l'esquí i el muntanyisme eren molt minoritaris i no es potenciaven. Alhora, i també com s'ha comentat anteriorment, no hi ha cap vinyeta amb figures humanes, ja que es concedeix una elevada importància a l'edifici i als entorns i molt poca als individus que en formen part i que hi viuen i hi treballen.

Distribució i circulació

No es té constància de l'èxit o el fracàs de les diferents emissions, tot i que se n'han trobat que circulaven amb la correspondència complint la seva funció publicitària. És difícil trobar cartes en circulació, donada la moda dels col·leccionistes de l'època de guardar només els segells sense sobre. Les imatges de la pàgina 47 mostren dues cartes amb les vinyetes corresponents col·locades segons la normativa de la Unió Postal Universal (i en conseqüència espanyola), que indicava que havien d'anar enganxades al revers del sobre (Sauret, 2019). La primera va circular des de Guia de Gran Canaria fins a Saint Louis (Missouri) l'any 1962, i la segona, amb la imatge de la catedral de Santa Maria, des de Figueres fins a Leiden (Holanda) l'any 1947.

Un cas curiós

Una excepcionalitat d'aquesta temàtica són les vinyetes no filatèliques que va editar la Caja de Ahorros Provincial de la Diputación de Gerona, coneguda popularment com a *Caixa Girona*. Es fundà el 20 de setembre del 1940, quan el llavors ministre d'Agricultura i Treball del primer govern franquista, Joaquín Benjumea, davant la precària situació dels àmbits rurals, va promoure una ordre que obligava les caixes d'estalvis que depenien del seu ministeri a deixar diners als pagesos, i també instava les diputacions a crear caixes a les províncies on no n'hi havia, com era el cas de Girona. Aquesta caixa operà fins a ser absorbida per la Caixa de Pensions el maig del 2010 (Sauret, 2018).

Si bé aquestes vinyetes tenen característiques molt similars a les de la Junta, en blanc i negre, sense figures humanes, mostrant monuments i paisatges, no anavendestines a ser enviades amb la correspondència, sinó a un estalvi juvenil, i al mateix temps pretenien incentivar un turisme local focalitzat a donar a conèixer llocs i monuments propers.

Un altre fet que permet relacionar-les amb les de la Junta és que la Caja de Ahorros Provincial de la Diputación de Gerona aprofità algunes fotografies per a les seves vinyetes, i és justament per aquest motiu que, en la part del full que es mostra en la pàgina 48, les instantànies són les mateixes que les que utilitzava la Junta.

L'entitat en qüestió va emetre 100 vinyetes, cinc fulls de 4 x 5 vinyetes cada un, numerades per la part superior dreta. La numeració era aleatòria, sense ordre i en tres colors (vermell, blau i verd), igual com el text. Tal com s'aprecia en la imatge, cada vinyeta portava una banderola que explicava l'emissor i el motiu.

El final de les vinyetes turístiques

Més endavant, únicament es troben vinyetes de Tarragona, que ja són en color, contenen textos en idiomes estrangers (alemany, anglès, etc.) i no inclouen publicitat de la Junta. La resta de característiques coincideixen amb les esmentades anteriorment. Una evidència d'aquest fet és la imatge d'aquesta pàgina, de la platja Llarga de Tarragona, que s'atribueix al fotògraf barceloní Leopoldo Plasencia Pons i el

clicé en blanc i negre de la qual es conserva a l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya.

Les vinyetes de Tarragona són les últimes que es coneixen, i per això es creu que les diverses *comisiones provinciales de información y turismo y educación popular* ja no en varen emetre més, atès que els canals de publicitat havien canviat molt i era pertinent utilitzar sistemes més moderns.

Conclusions

En les línies anteriors s'ha analitzat una forma de promocionar el turisme que es va utilitzar en un període de temps molt concret, de l'any 1945 al 1965, en què es van deixar de banda més per la poca utilitat que pel canvi de les *juntas a comisiones*. Girona no en va ser cap *rara avis*, va actuar com moltes altres *juntas* emetent vinyetes publicitàries d'unes característiques similars a l'estil de l'època. Cal esmentar que en aquests moments resulta complex mesurar l'eficàcia de la publicitat d'aquella època, sobretot tenint en consideració, tal com apunten Noguer-Juncà i Sauret (2021), que es tracta de productes *ephemera* (materials escrits i impresos amb una única finalitat i una duració limitada), que han estat destruïts per la seva pròpia naturalesa. Un altre factor que ens fa creure en la quasi impossibilitat de mesurar l'eficàcia d'aquest tipus de publicitat és la manca d'estudis al respecte en aquells anys.

No hi ha cap vinyeta amb figures humanes, ja que es concedeix una elevada importància a l'edifici i als entorns i molt poca als individus que en formen part i que hi viuen i hi treballen