



Barcelona, destinació turística. Promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888-2010)

Saida Palou Rubio

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Barcelona, destinació turística

Promoció pública, turismes, imatges i ciutat
(1888 - 2010)



Saida Palou i Rubio

Tesi de Doctorat

Director Dr. Llorenç Prats i Canals

Programa de Doctorat en Antropologia Social i Cultural (bienni 2003-2005)

Departament d'Antropologia Cultural i d'Història d'Amèrica i Àfrica

Universitat de Barcelona

Novembre de 2010

Part II

LA CONSTRUCCIÓ TURÍSTICA DE BARCELONA

Capítol quart

VIGOROSOS ANYS 30

1929, nova oportunitat?

Ja des de la celebració de 1888 havien anat sorgint diverses iniciatives interessades en la realització d'un nou certamen de semblant magnitud per a la ciutat de Barcelona; si bé la primera gran Exposició de finals del XIX havia deixat feixucs endeutaments econòmics que hagué de sufragar la ciutadania, els beneficis que havia cedit pel que fa a la projecció internacional de la metròpoli i la seva imatge s'havien anat assaborint amb el pas dels anys, especialment per part de les classes dirigents de la societat barcelonina, que van saber identificar la proesa del 88 amb un sinònim directe de modernitat i grandesa.

Amb el pas dels anys, doncs, s'havia elaborat un record de l'Exposició Universal, un record mític que havia aconseguit sedimentar en la memòria col·lectiva de la població i que havia creat, si més no, noves ambicions.

En el marc de la dictadura de Primo de Rivera

L'interès d'organitzar nous certàmens venia de lluny. Consta que ja a l'any 1913 un grup d'industrials electricistes de la ciutat havia ideat la proposta de celebrar un esdeveniment relacionat amb el progrés de l'electricitat. Si bé es van arribar a produir una sèrie de passos per a l'organització d'aquest certamen (com per exemple la resolució de qüestions legals i financeres), la guerra de 1914 en va impedir la consecució final. Un cop acabada la gran guerra, es cregué convenient deixar passar encara alguns anys per tal de retrobar l'estabilitat social i econòmica d'Europa i poder celebrar l'Exposició a Barcelona; però el compàs d'espera, deia *Barcelona Atracció*, va ser aprofitat per celebrar l'Exposició Internacional del Moble i de la Decoració d'Interiors, l'any 1923. Tot plegat, doncs, avançava amb més lentitud de la que es desitjava; a més, la instauració de la Dictadura de Primo de Rivera va comportar canvis en l'organització de la futura exposició: nous càrrecs directius, nous plantejaments i nova reglamentació obligaven a reestructurar els projectes redactats fins al moment, de manera que, entre una cosa i l'altra, l'exposició va quedar posposada fins l'any 1929¹.

Al final, la celebració d'un gran esdeveniment es va convertir en una ocasió perfecta per a la propaganda del règim de Primo de Rivera; segons González Morales (2003), la nova exposició que es plantejava responia a un interès clarament econòmic, ja que constituïa una ocasió perfecta per a la presentació internacional, a través d'una lluminosa posada en escena de la ciutat de Barcelona, de l'eufòria econòmica del país (Espanya). El cert és que en aquells moments, Barcelona gaudia d'unes propietats que la feien especialment interessant per ser utilitzada com a carta de presentació de l'estat a la resta del món: tenia prop d'un milió d'habitants, un gran port i una activitat econòmica i comercial molt dinàmiques, de manera que representava un escenari adequat per a la demostració exterior de la vitalitat de l'estat a mans de Primo de Rivera.

Solà-Morales (1976) assegurava que bona part de l'èxit del 29 vindria donat pel fet que era el primer certamen d'aquest tipus, almenys de dimensions grandiloqüents, que se celebrava a l'Europa de la postguerra. Per tant, l'oportunisme de la Dictadura en utilitzar l'exhibició del 29 va ser més que evident a l'hora de prestigiar una ciutat, i sobretot un règim, portes enfora de la pròpia península. Per la seva banda, Fabre i Huertas (1988) sostenen que l'èxit de l'Exposició va ser, també, la mort del règim, sobretot en el sentit que Primo de Rivera va caure quan encara no havia finalitzat la gran celebració.

¹ *Barcelona Atracció* (juliol 1926).

L'Exposició, com s'ha dit, tenia uns interessos molt clars que concordaven amb els objectius particulars dels seus mateixos dirigents. El Marquès de Foronda, Director de la companyia de tramvies propietat de la Canadencia i membre vocal de la Junta Directiva de la Sociedad de Atracción, va ser nomenat Director Executiu de l'Exposició Internacional i Secretari de la Comissió de Propaganda. Francesc Cambó, que també estava vinculat a les societats financeres relacionades amb la Canadencia, en fou Comissari Regi, conjuntament amb Joan Pich i Pon, qui anys més endavant seria nomenat alcalde de la ciutat. A Darius Rumeu Freixa, Baró de Viver, se li atorgà el paper honorífic de President de la Junta Directiva de l'Exposició, en tant que alcalde actual de la ciutat.

L'Exposició del 29 es conformava com un projecte clarament urbanístic, polític i econòmic a mans dels seus promotors; d'acord amb Solà-Morales (1976), la idea d'una "Gran Barcelona", d'una ciutat adequada al fort creixement industrial i econòmic del Principat, situava la ciutat de Barcelona en un paper d'indiscutible capitalitat en una regió d'influència més àmplia. Per tot això, el gran projecte del 29 havia de fer possible la generació de noves funcions urbanes a la ciutat, com per exemple la definició d'un nou centre, la simbolització d'alguns elements urbans i la creació de nous escenaris, entre d'altres qüestions lligades a la política, l'economia i els canvis funcionals del territori. De fet, un dels majors beneficis que s'havia d'extreure de la gran celebració era un renovat posicionament de la ciutat en relació a les grans metròpolis europees, sosté Còcola (2010).

Però si d'una banda la classe política i els empresaris veien en el certamen possibilitats interessants per als seus fins, no totes les capes de la societat barcelonina aconseguien sintonitzar amb el mateix entusiasme. I el cert és que el projecte del 29 i les seves diverses manifestacions va generar recels i crítiques entre la ciutadania, fet que no era inèdit a la història de Barcelona, ja que en el cas de l'any 1888 també s'havien pronunciat discursos contraris a l'esdeveniment. Consta que la lentitud i els reiterats ajornaments de la gran celebració van ser motius de desencantament per part d'un sector de societat civil, cosa que la Sociedad de Atracción provava de redreçar: opinava que la manca de suport popular tenia a veure amb una actitud de desil·lusió i desconfiança vers la pròpia ciutat, fet que d'una manera o altra perjudicava l'èxit de l'esdeveniment:

(...) Pero hay que reconocer que el procedimiento tiene también sus quiebras, pues no puede dudarse que a consecuencia de esta cautelosa actitud, el proyecto de la Exposición de Barcelona no ha logrado todavía el calor popular, la adhesión entusiasta del público, que han de acompañar siempre esta clase de empresas, y que en los actuales momentos debería haberse manifestado ya de un modo inequívoco y brillante².

Les transformacions urbanístiques

L'entramat barceloní va ser protagonista d'un conjunt de remodelacions urbanístiques, estètiques i simbòliques que es produïen en nom de la gran Exposició, i que tal com apuntava Solà-Morales (1976), es corresponien als interessos estratègics vinculats al magne esdeveniment. Segons l'autor, el creixement i el conjunt de transformacions que s'anaven produint a Barcelona estaven connectades al creixement econòmic de la ciutat a partir d'una relació circular, d'una clara dependència mútua; amb aquesta tesi, Solà-Morales constatava que l'Exposició, així com la seva gestió i els altres fets que l'envoltaren, van ser una peça principalíssima en la política urbana desplegada a Barcelona per part de les classes dominants, tant aquelles del sector públic com les del privat. Per tot això, remarcava Solà-Morales, l'Exposició de l'any 29 es va constituir en una operació preeminent d'estructuració de la ciutat.

² "La Exposición de Barcelona de 1929". A *Barcelona Atracción* (abril 1927).

Els processos d'urbanització s'han d'entendre com uns processos de transformació estructural y de transformació de les possibilitats de pràctica; és a dir, canviar l'entorn físic també significava canviar l'entorn social (Rémy i Voyé, 1976).

Barcelona canviava. L'enginyer Nicolau Rubió i Tudurí, vinculat als òrgans de la Sociedad, responsable de l'enjardinament de molts espais de Barcelona i fill de Mariano Rubió, President del sindicat, fou l'encarregat de construir els hotels de la Plaça Espanya. Per a Nicolau Rubió i Tudurí, el veritable sentit de l'Exposició anava més enllà d'ella mateixa: "no fem una Exposició, fem una ciutat. M'he negat sempre a considerar l'Exposició com a una entitat desarrelada, la finalitat de la qual estigués en ella mateixa" (Rubió i Tudurí, 1929)³.

Segons Garcia Espuche i Guardia (1994), les dues grans exposicions internacionals de Barcelona s'havien inscrit en una estratègia latent a llarg termini, i una i altra van constituir ocasions úniques per a la monumentalització de l'espai públic i per dotar la ciutat dels equipaments que distingien les grans capitals de l'època. En motiu del 29 es van restaurar nombrosos monuments i edificis antics (com per exemple els monuments de Colom, Güell i Ferrer i la Duana vella); també es va reurbanitzar i millorar la vialitat en carrers del centre de la ciutat, com ara Pelai, Gran Via i Ronda Universitat, recorda Navas (1995d). A més, tot un seguit de grans obres públiques van acompanyar l'esdeveniment: l'obertura de la Diagonal, la urbanització de les places d'Espanya i de Catalunya i l'ampliació del metropolità. La Diputació de Barcelona, amb Josep M. Milà i Camp, Comte de Montseny, també va treballar per a l'embelliment de la ciutat, i de manera especial pels seus entorns. De fet, durant l'època de la dictadura del general Primo de Rivera, Ajuntament i Diputació van treballar molt intensament per a l'organització física de la ciutat (Fabre i Huertas, 1988)⁴.

Solà-Morales (1976) recorda que altres aportacions de l'Exposició a la ciutat foren l'expansió de Barcelona cap al seu oest: el port franc com a nova zona industrial, l'aeroport del Prat, la zona industrial d'expansió del Baix Llobregat, les zones residència-jardí a les Corts i a Pedralbes i la residència intensiva a l'esquerra de l'Eixample. Aquestes actuacions giraven a l'entorn del nou centre de la ciutat, que es definia pel punt geomètric de Plaça Espanya. Tal com destaca Solà-Morales, Montjuïc i la Plaça Espanya passaven a convertir-se en l'epicentre real de la Gran Barcelona.

Van ser temps de noves obertures i edificacions, recorda Navas (1995d). Aquest tema rebia un tracte preferencial per part de la premsa turística del moment, en la mesura que constituïa un nou criteri i demostració de l'engrandiment de la ciutat. A més, no s'ha de perdre de vista que la gran transformació urbana i monumental també va anar acompanyada d'una vasta creativitat en la fotografia aèria de la ciutat: noves imatges representaven el conjunt d'una gran metròpoli creixent.

³ Citat a Còcola (2010: 173).

⁴ Alguns estudiosos han explicat que la major part de les obres que va fer l'Ajuntament de la dictadura es van produir en el context de l'Exposició, tot i que aquest plantejament, segons Fabre i Huertas (1988), era vàlid per l'Exposició de l'any 1888, però en canvi discutible en el cas de 1929, ja que en aquella primera celebració internacional les millores urbanes es van realitzar en una àrea reduïda de la ciutat, que tenia més o menys relació amb l'entorn de l'Exposició (Gran Via, Passeig Colom, entre d'altres). En canvi, i d'acord amb Fabre-Huertas, l'extensió territorial de Barcelona de finals dels anys vint obliga a destriar les obres relacionades directament amb l'Exposició del conjunt d'obres realitzades durant la dictadura, sobretot si es té en compte que algunes ni tan sols havien estat programades en el pla d'obres a fer per a l'Exposició no realitzada l'any 1917. Per la seva banda, Navas (1995d) també insisteix en la idea que el creixement i els canvis urbans de la dècada dels vint no van ser una conseqüència directa del certamen, sinó que formaven part d'un procés de consolidació metropolitana de la ciutat de més llarg abast.

La Sociedad de Atracción també va participar en l'estratègia de reforçament visual del creixement de la ciutat, i ho va fer mitjançant la publicació de reportatges i fotografies sobre l'expansió i canvis de la nova ciutat. Una nova ciutat fomentada en tres pilars: paisatge, història i progrés⁵.

Barcelona Atracción va prendre un paper rellevant en la difusió de la imatge del 29, fins i tot anys abans de la pròpia celebració:

Dentro de pocos años, si no surgen contratiempos inesperados, la ciudad de Barcelona habrá unido perfectamente a su carácter de gran emporio de la industria y del comercio, la belleza de una urbe de recreo, moderna, cosmopolita, elegante y por todos conceptos atrayente⁶.



Palau Nacional (Barcelona Atracción)

Montjuïc i la recreació del Poble espanyol

La decisió d'emplaçar la celebració del certamen a la muntanya de Montjuïc obeïa a una qüestió estratègica; d'una banda, descriu Solà-Morales (1976), la muntanya recollia un valor simbòlic relacionat amb el control militar i el poder central que antigament, i durant el període de dos segles, s'havia exercit des del seu cim, per la qual cosa la decisió d'ubicar el gran esdeveniment en aquest punt de la ciutat venia a representar, almenys simbòlicament, la recuperació de la muntanya per a la ciutat. D'altra banda, recorda Solà-Morales, el fet de convertir Montjuïc en un parc i jardí connectava amb els conceptes de ciutat-jardí vinculats a la higiene, l'esbarjo i el lleure, valors que des de 1912 s'havien estès i recolzat per part de la Lliga.

Des del punt de vista popular, però, la muntanya de Montjuïc s'identificava sobretot amb el lloc de les hortes, les figures, les cases populars i els "merenderos" dels antics barcelonins vuitcentistes. Per això es creà una reticència ciutadana considerable a propòsit de l'emplaçament del nou certamen internacional, ja que d'una manera o altra destrossava un espai que era propi i popular. A l'any 1929, escrivia Sempronio (1978), una cortina de llum va baixar el teló sobre aquell Montjuïc, d'un lloc que havia estat el paradís a l'abast de la mà dels barcelonins del segle XIX. Les velles i noves fonts agonitzaven i morien per

⁵ *Barcelona. Álbum de lujo* (volumen I), 1929.

⁶ "La ciudad de Barcelona se transforma y se engrandece". A *Barcelona Atracción* (setembre 1927).

l'Exposició, es deia en un article publicat al setmanari *Mirador* a mitjans de l'any 30, en el qual es planyia una muntanya que lluitava a mort contra l'Exposició:

Després, Barcelona 1929. Primer Pla de Montjuïc. Tots els reflectors del món enfocats a la muntanya ciutadana, rejuenida amb un llampant maquillatge d'aigua i electricitat.

Sembla que els colors encisadors de la font màgica esvaïren del tot la llegenda negra de Montjuïc. També ha anat extingint-se el Montjuïc tradicional, de les fontades i de les cançons. Un parc d'atraccions, en urbanitzar la part alta de la muntanya, ha coronat la transformació⁷.

L'operació simbòlica de situar el gran esdeveniment als terrenys de Montjuïc, i per tant de traslladar el centre de la ciutat a prop de la muntanya, va anar acompanyada d'una producció no menys simbòlica que va consistir, com sabem, en la creació del Poble Espanyol, un producte que segons Michonneau (2002: 288) expressava tota una contradicció, una veritable paradoxa: "un rebuig paradoxal de modernitat enmig d'una Exposició que proclamava en veu alta la seva vinculació visceral amb la novetat".

El Poble Espanyol es va convertir en el primer article facsímil de la Barcelona turística: va ser un intent per reproduir escenes d'una vida real que estava més enllà, fora i lluny del mateix recinte controlat de Montjuïc. El Poble Espanyol sorgia d'una tradició inventada, ens recorda Michonneau, en el sentit de recomposició d'un passat imaginari, talment com una relectura moderna del patrimoni espanyol destinada a exhibir i a representar un país sencer.

La ciutat vella i la recreació del barri Gòtic

A la part antiga de la ciutat es va executar un projecte de replantejament urbanístic i simbòlic d'una transcendència encara superior: la creació d'un barri neogòtic.

La gènesi d'ambientar un espai segons l'estil gòtic es remuntava a l'any 1908, coincidint amb l'obertura de la Via Laietana, tot i que les arrels del projecte es trobaven encara uns cinquanta anys enrere, precisament a mitjans del XIX. Però havia estat fonamentalment a partir de l'obertura de la Via Laietana i la corresponent destrucció de la ciutat vella que s'havia posat de manifest la necessitat de preservar les restes arqueològiques descobertes. A més, el conjunt de reformes que s'havia practicat a principi de segle també havia vingut acompanyat d'un canvi en la concepció del monument, un nou paradigma en l'urbanisme català que expressava l'interès per a la conservació de les peces històriques. Tanmateix, i segons Ganau (1997b), la construcció del barri Gòtic tingué més a veure amb la creació d'un espai històric i central a la ciutat que no pas amb l'aprofitament i recol·locació dels fragments extrets de la destrucció de la part antiga de la ciutat.

Tot això va consistir en una instrumentalització ideològica al servei dels interessos d'un sector concret de la societat barcelonina que no casualment escollia l'estil gòtic, aquell propi de la Baixa Edat Mitjana, l'època d'esplendor del comerç barceloní i domini de la Mediterrània, per representar el poder de la ciutat.

La ideació del Barri Gòtic es plantejava com una opció per aglutinar les funcions administratives i polítiques al cor de la ciutat, també per donar empenta a les noves funcions econòmiques i turístiques que es preveïen per a la ciutat (Navas, 1995c). L'operació del Gòtic tenia en la seva gènesi una dimensió simbòlica entesa com a valor de

⁷ Artis, A. A. "Montjuïc, abans de la Font Màgica". A *Mirador*, any II, núm. 82, dijous 21 d'agost de 1930.

canvi, apunta Còcola (2010), segons el qual la creació de la part antiga de la ciutat seguint l'estil medieval, així com la construcció del Poble Espanyol de Montjuïc, es va convertir en una operació estètica que tenia com a finalitat la transformació de la ciutat en un espai seductor de cara als visitants. Així, és indubtable que la transformació de l'escenari central de Barcelona en un ambient gòtic tenia diversos objectius, i un dels més destacats va ser el de l'atracció de forasters: calia crear densitat històrica per atreure visitants estrangers. En aquesta operació urbanística i política, "la definició «planificación del pasado» remarca la paradoja de que la historia puede ser siempre revisada en el futuro o, en este caso, exhibida de varias maneras en función de lo que decidan determinados grupos de poder. O incluso algunas veces, puede ser directamente inventada" (Còcola, 2010: 260).

Per la seva banda, la Sociedad ja feia alguns anys que feia circular la imatge d'un art gòtic propi, sospitant que la confecció d'un escenari turístic d'atmosfera medieval podia causar una gran atracció al públic estranger. A principis dels anys vint *Barcelona Atracción* ja havia publicat tota una declaració ideològica sobre l'estil urbanístic de la ciutat i dels seus intangibles⁸. Cal identificar en aquesta estratègia de particularització urbanística un interès eminent per a la definició d'un escenari singular, la creació d'un espai únic, intervingut i conscientment preparat pel consum turístic.

L'any 1935 Pere Català Pic va realitzar un fotomuntatge per encàrrec de la Sociedad en el qual s'hi copsava visualment, i per primera vegada, el conjunt del Barri Gòtic (val a dir que aquest fotomuntatge alterava les dimensions reals del barri, en la mesura que hi incorporava altres edificacions). Tanmateix, apunta Navas (1995e), el Barri Gòtic, en tant que referent iconogràfic de la Barcelona turística, no es va consolidar com a tal fins anys després de la guerra civil.

La imatge oficial

La nova urbanització i monumentalització de la ciutat, conjuntament amb les operacions simbòliques i estètiques de magnituds francament considerables (com el Poble Espanyol i el Barri Gòtic), propiciaven noves representacions de la ciutat. Així, no hi ha dubte que la denominada imatge oficial de Barcelona ingressava en una nova etapa en la qual es mantenien i reforçaven tots els signes vinculats a la modernitat, mentre es ressaltaven de manera especial el conjunt de noves aportacions arquitectòniques (Garcia Espuche, 1995c). En aquesta ocasió, així com amb havia succeït en el context de 1888, no es va crear una imatge global de la ciutat, sinó que foren seleccionats una sèrie de símbols concrets i especialment visuals, com per exemple la Plaça d'Espanya, la nova avinguda i el Palau Nacional, que d'una manera o altra capitalitzaven la imatge global de Barcelona.

El vol, la fotografia i les exposicions universals, com a símbols inequívocs de modernitat, havien anat de la mà abans i en altres llocs, i també a Barcelona el 1888. Ara, el 1929, la maduresa de la tècnica del vol i de la fotografia aèria coincideix amb la realitat d'una Barcelona que ha consolidat molt més l'exemple i que permet ser vista des de l'aire com a gran ciutat (Garcia Espuche, 1995c: 55-56).

La imatge aèria significava un veritable compendi de la grandesa de la ciutat, i la imatge del detall, una aproximació a aquesta.

La imatge paradigmàtica de la Barcelona de 1929 es va concentrar, bàsicament, en la idea, metàfora i visió de la llum. Navas (1995d) analitza l'èmfasi que es donà a aquest element tan simbòlic, i destaca que una de les imatges més propagades en aquesta línia fou la que

⁸ "Barcelona, gòtica". A *Barcelona Atracción* (setembre 1921).

oferia una particular visió del Palau Nacional entre jocs d'aigües i llums. Va ser una imatge difosa arreu del món; era una imatge que es complementava amb la visió diürna del Graf Zeppelin, que va arribar a la ciutat en motiu del gran esdeveniment.

La imatge urbana de Barcelona durant el 1929 va ser la imatge de l'Exposició, de manera que la resta de ciutat en certa manera va desaparèixer o es va confondre amb els símbols del certamen. Els seus efectes lumínics es van transformar en signes de modernitat; tot plegat, sintetitza Navas (1995d), va donar lloc a una demostració de la vitalitat comercial, industrial i turística de la nova Gran Ciutat.

En aquells temps s'havien instal·lat els primers semàfors per regular el trànsit de Barcelona, alhora que el metro i el tren de Sarrià subterrani constituïen tota una novetat en el nou context urbà; aquesta sèrie de novetats i remodelacions generals eren, sens dubte, els veritables elements inclosos en la imatge oficial, que en bona part va ser difosa per la pròpia premsa de l'Exposició, la revista *Crónica Gráfica* i el *Diario Oficial*, apunta Navas (1995e).

Pel que fa als eslògans i imatge de marca, la ciutat de Barcelona va ser representada davant del món com la capital més important de la Mediterrània: Barcelona era nus de comunicacions, una metròpoli envoltada de boscos de pins i d'un gran mar, era cosmopolita i moderna. Barcelona seduïa pels seus monuments, pel nou urbanisme, per les diverses novetats creades en la vida urbana, i seduïa, sobretot, pel nou espai construït a la muntanya de Montjuïc: el Poble Espanyol, les fonts lluminoses, el Parc d'atraccions, el Zeppelin, el nou estadi, les representacions teatrals al Grec, les exposicions, la vida comercial...

A més d'aquesta nova imatge també hi havia noves oportunitats d'oci per a totes les classes i gustos: el cinema, per exemple, començava a ser un gran al·licient tant per a ciutadans com forasters (a l'any 1929, al Coliseum s'hi projectava per primera vegada una pel·lícula sonora); també els cabarets estaven de moda, els teatres i tot tipus d'espectacles anaven proliferant arreu de la ciutat. Els parcs d'atraccions representaven un al·licient important, mentre que l'atracció pel joc ja feia anys que s'havia consolidat, amb el Casino de l'Arrabassada com a referència més notòria. També s'havia popularitzat l'interès per les *corridas* de braus a les places Las Arenas i la Monumental; d'altra banda, la pràctica de l'esport s'anava estenent entre les classes més populars. Entre els barcelonins, les fontades als boscos i prats més propers a la ciutat continuaven essent una de les fórmules d'esbarjo més predilectes. I el Barri Xino, per la seva banda, continuava gaudint d'una particular fama internacional, de la qual mai va fer apologia el sindicat d'atracció ni cap organisme públic. Però si bé aquest element no es va arribar a incloure mai en la imatge oficial de Barcelona, el cert era que, a la seva manera, també va ser un element important de la imatge internacional de la ciutat.

Barraques, hotels, immigrants i forasters

La Barcelona dels darrers anys de la Dictadura primoriverista era una ciutat confosa entre el barraquisme, la misèria, les tensions socials, els foc d'artifici, les llums i l'espectacularitat monumental desplegada en nom d'una Barcelona que es pretenia gran i universal (Hernández, 1991). A l'altra cara de la imatge oficial hi havia una realitat allunyada de tots els signes relacionats amb el progrés i la modernitat: les barraques de les famílies immigrades.

Les obres de construcció i remodelació urbanística havien atret a nombrosos contingents de treballadors de les terres del sud, especialment de Múrcia, l'arribada dels quals va fer

augmentar la població de Barcelona, i de retruc, el tema de l'habitatge es tornava un problema important per a la ciutat. Així, i malgrat tot el progrés que aparentava, el cert era que Barcelona no estava preparada per acollir als nous contingents de població. De fet, Solà-Morales (1976) explica que l'Exposició va servir com a argument per a realitzar les primeres operacions massives de vivenda popular d'iniciativa oficial en els grups de cases barates per absorbir, en part, el barraquisme existent.

No molt lluny de les cases barates i del barraquisme, hi havia hotels. Molts hotels, però encara pocs (per absorbir la gran quantitat de demanda que va generar l'esdeveniment). Segons Romero (1989), a la Barcelona de 1929 s'hi localitzaven 101 hotels, que comptaven amb un total de 9.000 places.

El parc hotelier de la ciutat es classificava segons diverses categories, i la seva ubicació en el mapa de la ciutat no era casual: els hotels de luxe es concretaven entre La Rambla, la Plaça Catalunya i la zona de l'Eixample, principalment servien a viatgers estrangers i homes de negocis (els hotels de luxe eren el Ritz, el Colón i el Majestic i l'Inglaterra.). Els hotels de segon i tercer ordre s'ocupaven de comerciants, viatjants i viatgers de menys recursos econòmics, i finalment, les pensions cobrien principalment la demanda d'hostes permanents, és a dir, de treballadors i estudiants. La Rambla continuava essent l'àrea de la ciutat amb major quantitat d'establiments hotelers, de fet, concentrava la tercera part del total, recorda Romero⁹.

Amb motiu de l'esdeveniment de 1929 es va projectar la construcció d'un important complex hotelier ubicat a la Plaça d'Espanya, que va ser aixecat en només 6 mesos. L'havia dissenyat Nicolau M. Rubió i Tudurí al 28. L'explotació d'aquest complex va anar a càrrec d'empresaris del sector hotelier de la ciutat designats pel Marquès de Foronda; així, l'arrendament de l'hotel va ser assumida per un grup encapçalat per Josep Gaspart Bulbena i en el que hi estaven representats el Colón, el Continental, l'Orient Palace, el Nouvel i el Majestic; Miquel Regàs va ser-ne el gerent, constata Miguelsanz Arnalot (2009), que explica com l'explotació dels establiments no va ser gens fàcil, ja que passat el primer moment de congestió de l'estiu, l'ocupació va baixar sensiblement, i en arribar a la liquidació final, Hisenda Pública es va haver de quedar la part més important dels beneficis; a més, i com a anècdota d'aquesta situació, un cop es va clausurar l'Exposició es va acabar venent el mobiliari i l'equipament de l'hotel; aquest fet va tenir un cert èxit inesperat, de manera que es van haver de fabricar noves peces per a la seva venda i es van aconseguir, així, alguns beneficis que, al cap i a la fi, van ajudar a minimitzar les grans pèrdues del negoci.

El turisme en el marc de l'Exposició Internacional de Barcelona

A 19 de maig de 1929, Alfons XIII inaugurava l'Exposició Internacional de Barcelona. Unes 20.000 persones van entrar al recinte de l'Exposició just el primer dia de la seva obertura (Miguelsanz Arnalot, 2009). Però l'Exposició va obrir les seves portes sense comptar amb totes les obres finalitzades, i en un intent de defensar el contratemps, la Sociedad justificava que, tot plegat, era quelcom normal i propi dels grans esdeveniments: l'estadi de Wembley també s'havia estrenat oficialment sense tenir totes les obres acabades, també l'Exposició d'Arts Decoratives de París, molts anys després de la seva inauguració, encara presentava llacunes considerables en la seva construcció, puntualitzava l'edició de juliol de *Barcelona Atracción*, l'any 1929.

⁹ Concretament s'hi trobaven uns 32 establiments hotelers, que suposaven un total de 2768 places; d'aquests 32, tan sols 8 eren de categoria inferior (fondes i pensions), de manera que es dedueix que la Rambla encara conservava un alè de prestigi molt important.

Tres grans nuclis temàtics van organitzar l'esdeveniment internacional de 1929: l'esfera industrial, l'artística i la relacionada amb els jocs i l'esport. A més dels edificis que composaven les tres seccions temàtiques, també hi van haver altres exposicions que completaven el conjunt arquitectònic de l'Exposició. I tot plegat va servir per reunir a una gran quantitat de països visitants.

L'arribada de forasters va omplir els carrers de la ciutat i va desbordar la capacitat d'acollida dels seus establiments hotelers: consta que al voltant de 350.000 persones es van allotjar als hotels de la ciutat durant el 29. La capacitat d'acollida real de Barcelona quedava desbordada, de manera que es van haver d'instal·lar serveis d'allotjament flotants al port (vaixells ancorats que servien d'habitacions, destaca Miguel sanz Arnalot).

L'arribada de turistes i veïns de Catalunya va ser tan massiva que va ser necessari prendre algunes mesures per tal d'organitzar la vida a la ciutat, que per uns moments semblava una altra. Així, l'Ajuntament va prendre les primeres mesures de regulació de trànsit de què es té constància en la història de la ciutat; el dia 14 de gener es va pintar a la calçada de l'avinguda del Portal de l'Àngel, tocant a la plaça Catalunya, el primer pas de vianants, alhora que s'hi va destinar un guàrdia per a la regulació del trànsit. El dia 1 d'agost de 1929 es va posar el primer semàfor automàtic a la ciutat, just a la cruïlla del carrer Provença amb Balmes. També es van organitzar, aquell mateix any, els primers estacionaments en bateria a la Plaça Catalunya (Fabre i Huertas, 1991). Tot plegat suposava una transformació urbana que causava l'expectació de locals i forasters, i que sobretot, requeria de petites o grans adaptacions respecte a la nova forma de practicar, veure i viure la ciutat.

En el marc de preparatius per a l'Exposició s'havia constituït la Comisión de Turismo, que tenia l'objectiu de cobrir les múltiples i complexes necessitats que es preveïen a causa de l'arribada de forasters. Aquesta comissió, formada ja l'any 1923, estava integrada per diversos representants de la política i l'empresariat de Barcelona i Catalunya; la Sociedad de Atracción també en formava part¹⁰.

Una Reial Ordre del Ministeri de Foment havia disposat que les agències de transports i viatges nacionals i estrangeres servissin bitllets econòmics a fi de facilitar l'entrada de turistes al país: l'objectiu era incentivar les entrades de visitants tant a Sevilla com a Barcelona¹¹. Amb motiu d'ambdues exposicions, les companyies de viatge i transports també van crear cartells promocionals, sumant esforços a les tasques de propaganda oficials.

Al mes de maig de 1929, la Compañía General de Autobuses de Barcelona va posar en circulació un autobús turístic que feia recorreguts per la ciutat, per les seves avingudes, parcs i entorns¹². Consta, però, que anys abans de la celebració del certamen alguns ciutadans de Barcelona ja havien proposat a l'Ajuntament la creació d'aquest servei (Fernández Valentí, 2004)¹³.

¹⁰ "Comisión de Turismo". A *Barcelona Atracción* (gener 1923).

¹¹ "Els bitllets ferroviaris de l'Exposició". A *La Publicitat*, dimarts 10 de setembre de 1929.

¹² Permanyer, Ll. "El autobús turístico nació ya en 1929". A *La Vanguardia*, 19 de novembre de 2009.

¹³ A l'any 1926, Félix Pagès Vidal, ciutadà de Barcelona, havia presentat un projecte a l'Ajuntament per crear una línia d'autobusos que s'havia de denominar "Visita la Ciudad"; en el context de l'Exposició, un altre ciutadà de Barcelona, Magín Roca Sangrà, també va presentar a l'Ajuntament una proposta per fer circular una sèrie d'autobusos turístics arreu de la ciutat; la petició va ser denegada perquè l'Ajuntament no podia atorgar la concessió amb caràcter exclusiu, representant el monopoli.

El cas és que la posada en marxa d'aquest nou servei, a l'any 29, sorgia d'un acord entre la Compañía General de Autobuses i el Patronato Nacional de Turismo, el nou organisme del govern espanyol creat l'any 28 i que absorbia les funcions de la Comiraría Regia. El nou servei s'anunciava amb l'eslògan "Visitas a Barcelona", i els bitllets es podien adquirir als hotels, a les seus d'algunes agències de viatges de la ciutat i a les oficines de la Sociedad, el Patronato i la Compañía General de Autobuses. S'oferien dos recorreguts: el circuit de luxe, que consistia en una volta de quatre hores i que costava 12,50 pessetes, i el circuit interior, que durava tres hores i valia 3,75 pessetes; un i altre es realitzaven amb cotxes diferents, i el primer incloïa, fins i tot, un cicero intèrpret. Des del mes de maig de 1929 fins a finals d'any, el recorregut interior de l'autobús va transportar tan sols a 109 passatgers, per la qual cosa es van recaptar 398,50 pessetes; durant el mateix període de temps, en canvi, la línia que feia el circuit de luxe va ser usada per 1.583 persones, obtenint un benefici final de 18.635 pessetes (Fernández Valentí, 2004). Aquesta experiència era totalment inèdita, ja que no es coneixia cap altra ciutat que disposés d'aquest servei. Més endavant, Londres i París van imitar l'experiència¹⁴.



Autocar descobert amb turistes a la zona del Port (anys 20 o 30)¹⁵

La complicitat de la Sociedad amb l'organització i desenvolupament del certamen fou moralment indiscutible: uns i altres (dirigents de Barcelona i membres del sindicat) pertanyien i esperaven el mateix tipus de beneficis per a la Gran Barcelona, i com no podia ser d'altra manera, l'emblemàtica *Barcelona Atracción* es va convertir en una portaveu oficial de l'esdeveniment, ja que es va dedicar a ressenyar pràcticament tots els actes oficials generats al voltant del certamen, ocupant-se de retratar i comentar amb detall el ritme de l'esdeveniment. La SAF mai no deixà d'invertir esforços en la creació de literatura i imatge:

A mi me hace el efecto de que Barcelona fuera en estos instantes una madre prolifera y generosa y abriera sus brazos, sus fuertes brazos de matrona espléndida, para recibir en ellos a todos sus hijos, que son todos los ciudadanos del mundo, todos los hombres, no importa de qué patrias ni de qué cielos vengan. "¡Venid a mí!"-dice ahora la ciudad más bella del Mediterráneo, con su sonrisa y gracia latinas- (...) ¹⁶.

¹⁴ Permanyer, Ll. "El autobús turístico nació ya en 1929". A *La Vanguardia*, 19 de novembre de 2009.

¹⁵ L'autocar que figura a la imatge no és cap dels autocars turístics organitzats en el context de l'Exposició.

¹⁶ Guardiola, A. "Apoteosis de paz". A *Barcelona Atracción* (agost 1929), pàgs. 262-263.

Per a la Sociedad, l'Exposició de 1929 va constituir una oportunitat indiscutible per beneficiar els seus objectius, encara que el profit que se'n va treure i la dedicació que s'hi va prestar van ser força discretes des del punt de vista turístic, tal com es criticà alguns anys més tard.

A part de la difusió propagandística de l'esdeveniment i de la implicació d'alguns dels seus membres en els comitès organitzadors del gran certamen, la tasca que va assumir la Sociedad en el context de l'Exposició va ser la creació de serveis informatius i l'organització de serveis d'orientació, allotjament i atenció. En realitat, però, el paper de la SAF es va limitar a una actuació d'intermediació entre l'oferta i la demanda, apunta Blasco (2005), ja que va acabar assumint gestions com la reclamació als particulars de la ciutat perquè oferissin les seves habitacions per albergar els estrangers. La capacitat hotelera havia resultat insuficient per donar servei a les grans masses de visitants que van fer cap a Barcelona, de manera que la SAF va provar de gestionar l'organització d'aquest problema. Així, la SAF s'encarregà de gestionar l'Oficina de Información y Alojamiento, que va quedar ubicada als mateixos locals de l'entitat, a la Rambla número 30, tot i que es considerava que aquest no era el lloc més idoni per a la seva instal·lació. Afortunadament, durant el temps de l'Exposició l'oficina va ser traslladada al mateix recinte firal. La petita oficina constava de tres seccions fonamentals: informació, allotjament i servei¹⁷. S'havia previst d'instal·lar tres sucursals d'aquesta oficina a les poblacions fronteres d'Irún i Portbou, i una altra al Port de la ciutat, tot i que no es té constància que realment s'hagués aconseguit. A banda d'aquests serveis, consta que la SAF va organitzar un cos de guies per oferir itineraris i assessorament en els recorreguts per la ciutat:

(...) Los guías han de ser idóneos, ilustrados y honorables, porque de su conducta y erudición depende muchas veces el concepto que se forma de una Ciudad, por parte de sus visitantes¹⁸.

Una de les poques activitats que la Sociedad de Atracción va promoure en el context del certamen va ser una exposició composta de 272 fotografies rebudes en un dels concursos de l'entitat i que va tenir lloc al Palau de Projeccions de l'Exposició. Aquesta petita exhibició fotogràfica permetia a la SAF de fer visible la seva vida i obra davant de forasters i locals, fet que d'una manera o altra s'utilitzava com a plataforma per a l'autopromoció.

Nuestro Sindicato se ha dirigido a sus Delegados rogándoles envíen información detallada de las impresiones que recojan de las personas que han visitado Barcelona durante su Exposición.

Esta información puede resultar muy interesante y ser un excelente conjunto de observaciones referentes a este periodo tan intenso que ha pasado y pasa Barcelona¹⁹.

Més enllà d'habilitar una oficina per a l'acollida i d'utilitzar l'esdeveniment com a recurs per a la propaganda de la ciutat, la SAF no feu cap gestió extraordinària amb motiu de l'Exposició del 29, en el sentit que no es plantejà cap pla especial per a l'atenció del visitant ni cap gran campanya de promoció. És possible que la magnitud de l'Exposició de 1929 desbordés la Sociedad, no pas en els seus objectius, però sí en la seva capacitat de treball i creativitat.

Malgrat que va prestar alguns serveis d'atenció i allotjament, la Sociedad no va organitzar grans actes amb motiu de l'Exposició, i es considera que la seva presència va ser més aviat

¹⁷ "La oficina de información y alojamiento de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929". A *Barcelona Atracción* (abril 1929), pàg. 99.

¹⁸ *Barcelona Atracción* (maig 1929).

¹⁹ *Barcelona Atracción* (juliol 1930), pàg. 216.

discreta i poc efectiva en el context de l'esdeveniment; ni tan sols va arribar a fer un desplegament excepcional de propaganda. Pocs anys més tard, Antoni Muntanyola (1932) lamentaria el tipus de propaganda emesa per la SAF, titllant-la directament d'inefectiva i vergonyosa, fins i tot equivocada en molt sentits.

Després d'alguns mesos de funcionament, l'Exposició va tancar portes el dia 16 de juny de 1930. Es calcula que va deixar un dèficit de 12 milions de pessetes, el qual va ser novament sufragat per la ciutadania; entre d'altres iniciatives, es va crear un segell de correus que venia a ser la contribució, diguem-ne voluntària, que tot ciutadà hagué de pagar en nom de l'Exposició.

Tot i els efectes negatius, la celebració deixava una ciutat nova, de bon veure i un optimisme considerable a les butxaques de les classes benestants; de fet, un cop clausurada l'Exposició, un grup de ciutadans preocupats pel progrés de Barcelona es van agrupar i promoure la celebració de la Fira Internacional de Barcelona, encara que segons constatava *Barcelona Atracción*, no van comptar amb cap tipus de suport²⁰. Molts hotels de la ciutat, ja finalitzada l'Exposició, van ser rehabilitats com a dependències escolars o oficials.

Lluny dels mites i símbols positius associats i heretats de la història del 1929, el general Primo de Rivera va poder treure un profit directe de la celebració, en el sentit que el règim va lligar la grandiloqüència de l'esdeveniment amb als interessos del propi sistema. Entre altres aspectes, la Dictadura va aprofitar l'ocasió dels certàmens de Barcelona i Sevilla per instaurar un nou organisme de gestió turística estatal decidit a promoure una nova ideologia i manera de fer en el sector turístic espanyol: el Patronato Nacional de Turismo.

²⁰ "La VI Feria Internacional de Barcelona". A *Barcelona Atracción* (agost 1933).

Canvis polítics i nous gestors turístics

Els anys del tombant de segle van constituir un marc de canvis importants, canvis que en gran mesura van modificar el paisatge polític, econòmic, social i cultural del món occidental. Als anys vint ja s'havien produït una sèrie d'avenços significatius en matèria de turisme que entre altres aspectes havien afectat el procés de normalització legislativa del trànsit entre països; aquest fet havia millorat el viatge turístic de gran escala, que va créixer, sobretot, a causa de la revolució de l'automòbil, que introduïa una nova moda en el món del viatge i el turisme en general.

L'establiment de noves legislacions, noves tecnologies i adequades sinèrgies va produir passos decidits en l'aspecte de regulació i estructuració de l'activitat turística, tant en el pla internacional com nacional. Eren bones notícies pels promotors turístics de Barcelona.

El context era engrescador i alhora complex. A les grans ciutats industrials s'hi produïen una sèrie de canvis econòmics, demogràfics i socials que transformaven acceleradament la seva composició; en aquest marc de canvis, la intensa i creixent industrialització del territori tenia com a conseqüència directa l'augment de la seva població, provocant un desbordament dels censos i sovint derivant a greus problemàtiques associades a l'habitatge. A Barcelona, l'arribada de mà d'obra per cobrir nous llocs de treball donava peu a realitats socioeconòmiques prou complexes, generant situacions de marginalitat especialment crues en algunes capes de la societat. Pel mateix efecte de la industrialització, però, el nivell de vida de molts ciutadans també canviava en sentit positiu: augmentaven els ingressos, creixien les opcions de consum, millorava la qualitat de vida, apareixien noves comoditats i nous avenços tecnològics, majors béns de consum i més possibilitats en general.

El crack del 29 havia comportat una dura situació d'estancament econòmic que va afectar principalment l'economia americana i de retruc l'europea. Espanya se'n va ressentir, però comparat amb altres països europeus, la crisi hi va afectar de manera poc contundent; de fet, l'estabilització europea assolida després de la gran guerra havia propiciat certa bonança econòmica a l'Espanya de Primo de Rivera²¹.

El Patronato Nacional de Turismo

Al llindar dels anys vint i trenta es va produir una important transformació en matèria de gestió turística en l'àmbit estatal: la vella Comisaría Regia de Turismo y Cultura Artística Popular creada l'any 1911 i que amb tanta indiferència havia mirat la realitat catalana, ara desapareixia, i ho feia sense haver concedit una aportació positiva al desenvolupament turístic de l'estat espanyol. La situació de deixadesa i desinterès que identificava els darrers anys d'exercici d'aquesta institució havia estat contínuament criticada, sobretot per part de les entitats de promoció turística local, que seguien sense estar coordinades per una organització superior que aglutinés els seus interessos. De fet, durant la dècada dels vint, l'abandó estatal del turisme havia comportat que molts d'aquests sindicats d'iniciativa morissin o s'acabessin conformant amb una actuació absolutament raquítica.

L'Exposició Internacional de Barcelona, que havia produït fruits agredolços, es va celebrar simultàniament a la de Sevilla; ambdues van mantenir una connexió més que evident amb

²¹ Sobre el marc legal i econòmic del moment, veure: Esteve Secall i Fuentes García (2000).

la creació del nou Patronato Nacional de Turismo²², l'organisme que va substituir la vella i decadent Comisaría Regia de Turismo creada l'any 1911. El Patronato, que s'engendrava en temps de la dictadura i directament de la mà del mateix general Primo de Rivera, es constituïa al 1928, no casualment un any abans de la celebració d'ambdós certàmens. En tot això, alguns estudiosos hi han vist molt més que una simple coincidència (Barjau, 1997; Vallès, 1977). La desaparició de la Comisaría, doncs, va consistir en un reemplaçament d'un organisme per un altre, que s'efectuava a partir de la cessió de Vega-Inclán que va firmar el mateix Primo de Rivera. Així, i mitjançant un Reial Decret de 25 d'abril de 1928 promogut pel propi dictador, es creava el nou Patronato Nacional de Turismo, absorbint les funcions d'una destituïda i anacrònica Comisaría Regia²³.

La presència del nou organisme al mapa de la gestió turística de l'estat espanyol va estar condicionada per la paradoxa de ser un òrgan creat per Primo de Rivera, continuat en temps de la II República i mort durant la guerra, l'any 1938. Durant deu anys, el Patronato va viure atrapat en tres contextos sociopolítics totalment diferents i oposats, fet que va impedir, directament, la seva sana estabilitat. Primo de Rivera sortia de l'escena aviat, al 29.

Durant el primer període de funcionament del nou invent, i coincidint amb l'època monàrquica (1928-1931), es va inaugurar una etapa d'expectatives favorables i de renovades confiança de l'estat en matèria turística. De fet, el model del PNT reproduïa l'esquema organitzatiu que ja existia a les administracions turístiques d'altres països, responent, per fi, a una estructura funcional en principi més competent. Amb la constitució del Patronato les autoritats introduïen un canvi notable en el planejament turístic estatal, una actitud que de fet ja s'havia anat covant en els darrers temps de la Comisaría, sosté Pellejero Martínez (2004). Es van poder canviar algunes mentalitats importants, com per exemple l'interès per a l'ampliació de la planta hotelera (lògicament, a les ciutats de Barcelona i Sevilla la política de construcció hotelera havia avançat amb especial contundència, acompanyada, a més, d'un fet igualment notori: la creació de la Cambra Hotelera, institució que pretenia representar el conjunt de l'hoteleria de l'estat espanyol). Així mateix, una nova política de construcció de carreteres promoguda pel general Primo de Rivera afavoria l'expansió turística arreu de la Península.

A nivell organitzatiu, el Patronato s'integrava d'empresaris, polítics, comptes i ciutadans benemèrits; la nova organització es va estructurar a partir d'un Comitè Directiu i Executiu que es componia d'un president i tres vicepresidents. A més, al nou Patronato s'hi annexava un Consell General integrat per representats del món empresarial, polítics, directors i diverses figures implicades en el sector turístic²⁴. El primer president del PNT

²² PNT.

²³ A l'any 1923 havia estat celebrada a la ciutat de Barcelona una gran *Conferència Nacional del Turismo*, en la qual hi varen participar la majoria de sindicats d'iniciativa de l'estat espanyol; la idea de la trobada fou la d'instar a l'estat que procedís a la creació d'un organisme de foment turístic que actués a favor dels interessos dels sindicats de foment turístic; en aquesta conferència es confeccionà un projecte de llei que va ser acceptat i aprovat pel mateix govern. La creació del Patronato Nacional de Turismo està clarament vinculada a la *Conferència Nacional del Turismo* de l'any 1923 (veure capítol: *L'exigència de responsabilitats: conscienciació, crítiques i propostes*).

²⁴ El Consell General era annexat al Patronato i segons Muntanyola (1932) tenia caràcter purament nominal; estava compost dels mateixos elements que integraven el Consell Directiu i Executiu, a més de quatre vocals ciutadans nomenats pel Cap de Govern (els vocals eren directors generals de Belles Arts, Ferrocarrils i Tramvies, Obres Públiques i Comerç, Indústria i Assegurances; hi figuraven com a vocals representatius, un delegat del Reial Patrimoni, un altre de la Direcció General del Marroc i Colònies, un altre del Consell Superior Ferroviari, un altre del Consell Superior Bancari, un altre del Patronat del Circuit de Ferms Especials, un altre del Reial Automòbil Club de Madrid, un altre de les companyies de navegació, un altre de les de transport per automòbil, un

fou Alberto de Borbón i Castellví, i foren nomenats vicepresidents delegats els senyors Juan Antonio Güell López (alcalde de Barcelona entre 1930 i 1931), el Comte de Güell, Manuel Falcó Escandón, Marquès de Pons i Joaquin Santos Surárez.

Per tal d'exercir les funcions encomanades, el PNT s'organitzà a partir de tres grans delegacions: Art, Propaganda i Viatges, cadascuna de les quals era presidida per un dels tres vicepresidents del Comitè Directiu i Executiu. A més, el Patronato també comptava amb sis subdelegacions regionals i un secretari general. Segons Vidal (2005), el PNT constava d'una delegació central a Madrid i d'una Administració Regional que depenia de la central. La tercera de les divisions del Patronato pertanyia a Catalunya, Balears i Aragó i el seu delegat fou Juan Claudio Güell Churuca (fill de Juan Antonio Güell López). El Patronato va procedir a un considerable desplegament d'oficines, tot gestionant amb ajuntaments, diputacions i companyies de ferrocarril, entre d'altres organismes, la cessió de locals per ubicar les oficines turístiques. A Catalunya, el PNT va instal·lar les seves seus a les poblacions de Portbou, La Jonquera, Puigcerdà, Girona, Barcelona i Tarragona.

Més enllà de la Península, el Patronato també va habilitar oficines d'informació turística a l'estranger: a Gibraltar (63-67, Main Street-The Office Spanish Travel Bureau PNT), a París (12, Boulevard de la Madeleine, Office National Espagnol de Tourisme), a Brussel·les (19, Science, Représentation PNT) i a Buenos Aires (25 de Mayo, 158, Representación Honoraria)²⁵.

Mentre que les desaparegudes Comisión Nacional i Comisaría Regia havien estat finançades per les dotacions pressupostàries incloses en els corresponents Ministerio del Fomento i Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, el finançament del nou organisme va anar a càrrec dels recursos obtinguts d'una mena d'assegurança obligatòria de les persones que viatjaven en tren, així com de la ramaderia que s'hi transportava. A més, i segons Pellejero Martínez (2004), es va decidir que fins que no es recaptés aquesta quota, el Patronato rebria una anticipació per part del Tesoro d'una quantitat màxima de 250.000 pessetes (gairebé el 50% de tots els recursos que havia arribat a rebre la vella Comisaría durant el període 1924-1927).

El PNT suposava un avenç important pel que fa a la fórmula organitzativa, a la vegada que la renovació i ampliació dels seus objectius també implicava un pas important en matèria de turisme: per primera vegada, asseguren Esteve Secall i Fuentes Garcia (2000), el fenomen del turisme era políticament comprès com a font de riqueses i de prestigi nacional; segons els autors, aquesta va ser una concepció veritablement novadora que s'emmarcava en el si d'una perspectiva nacionalista molt pròpia de l'època²⁶. En aquest sentit, Moreno Garrido (2005) recorda que l'actuació del PNT s'ha d'identificar com la primera veritable administració turística espanyola, especialment pel fet que les seves realitzacions van conformar el primer intent seriós de gestió professional d'aquesta activitat²⁷.

altre de les de transport aeris, un altre de la indústria hotelera i tres de la Representació Artística i Històrica, nomenats pel ministre d'Instrucció Pública i Belles Arts).

²⁵ Segons el llibre *Autoòmnibus de Catalunya* (1934). D'altra banda, consta que també va tenir oficines a les ciutats de Munic, Roma, Londres i Nova York.

²⁶ La identificació de turisme com a font de riquesa i font de prestigi nacional era una associació que ja els homes de la CAFT i de la SAF havien difós durant la primera i segona dècada del segle XX.

²⁷ Les finalitats del PNT es concretaven en els següents set punts que figuraven a l'article 2n del Real Decret que el creà: a) *Divulgar, en todos sus aspectos, el conocimiento de España, fomentando para ello la publicación de guías, catálogos, anuncios, itinerarios, etc., dentro y fuera de nuestra patria, ya directamente o contando con su totalidad o en parte este importante servicio;* b) *Provocar y apoyar cuantas iniciativas tiendan a mejorar el turismo;* c) *estimular el desarrollo de la industria hotelera, otorgando auxilios en los casos en que interese especialmente al turismo;* d) *estudiar los*

La divulgació de les belleses del país, la procuració de facilitats al viatger, la promoció de totes les iniciatives favorables al desenvolupament del turisme i la contribució a la millora de les infraestructures i allotjaments van ser els principals objectius del PNT, que va crear alguns serveis específics per tal de desenvolupar millor la seva actuació: el Servicio de alojamientos, el Servicio de publicaciones i el Servicio de infomación (articulat en tres eixos: reglamentació de guies, intèrprets i correus, instal·lació d'agències a l'estranger i creació d'oficines a la Península Ibèrica). Pel que respecte a la política hotelera, el PNT va desenvolupar algunes accions importants tals com la classificació dels establiments en tres grups (grans hotels, hotels de tipus mitjà i petit i restaurants). En aquesta línia, es va crear una Caja de Crédito Hotelero i la Cámara Oficial Hotelera de España, una i altra dependents del Ministerio de Economía Nacional. A mans del Patronato va ser publicada una guia hotelera, s'implantà un llibre oficial de reclamacions, es creà la *Placa de Hotel recomendado por el PNT* i es van impulsar altres iniciatives relacionades amb la creació de noves plantes hoteleres. I com a element més remarcable, el Patronato va posar fil a l'agulla en la creació dels famosos paradors nacionals, aprofitant palaus i antigues residències aristocràtiques. També cal reconèixer que el Patronato va establir la primera zonificació turística del territori espanyol.

Cal remarcar, doncs, que la voluntat d'atendre totes les vessants del fenomen turístic va constituir la gran proposta i avenç del nou organisme turístic: l'atenció als serveis d'allotjaments, la generació de propaganda, la formació professional i la creació de centres oficials d'informació destacaven com les principals novetats de la gestió turística a mans del Patronato.

Justament, al Patronato se li deu el mèrit d'haver publicat, per primera vegada a la història del turisme espanyol, unes estadístiques oficials de visitants: en aquestes estadístiques aparegudes l'any 1929 es reflectia que Portbou era la segona porta d'entrada de visitants a la Península, després d'Irun, que conformava el principal accés de turistes.

Pel que fa a la promoció turística, el PNT es va esmerçar especialment en la difusió de les belleses naturals, artístiques i arquitectòniques d'Espanya. Segons Vidal (2005), les publicacions propagandístiques del Patronato pretenien incorporar informacions útils i pràctiques al viatger, fet que suposava una novetat respecte a les publicacions divulgades per la desapareguda Comisaría. Seguint la vella tònica, però, els recursos monumentals i artístics continuaven conformant el motiu central de l'oferta turística del territori. Vidal (2005) destaca que el PNT va arribar a realitzar algunes pel·lícules amb finalitat propagandística, films que van ser distribuïts a través d'oficines de turisme a l'estranger, consolats, ambaixades i universitats. Segons Barjau (1997), al PNT se li deu també una gran creació de cartells turístics (en dos anys en féu uns 25).

medios para, con la cooperación de los elementos que se presten a ello desinteresadamente, llegar a la implantación de Escuelas de Turismo que faciliten personal titulado en el número que se estime preciso, con dominio de los idiomas extranjeros más extendidos, y con la debida cultura artística para servir de guías aptos a los turistas; e) promover y apoyar la propaganda del turismo en el extranjero organizando, cuando así convenga, centros de información y viajes en otros países, correspondiendo la vigilancia de estos servicios a los representantes de Su Majestad; f) Fundar Centros o Agencias de Turismo en España, donde no existan, estableciendo relación colaboradora con las Juntas y Sindicatos de Iniciativa de Turismo, Comisiones de Monumentos y Sociedades de Amigos del País, así como con todas las entidades culturales de hidrología médica, playas y balnearios, deportivas, alpinas, ferroviarias, Clubs de automovilismo, Aviación, Circulos Mercantiles, Cámaras de Comercio, de la Propiedad y Hoteleras y, en general, con todas aquellas de iniciativa oficial o ciudadana cuya actuación pueda de algún modo utilizarse para merjor éxito de esta obra; g) Cualquier otra labor que contribuya a afirmar el prestigio de España entre los que vienen a visitarla, dándoles facilidades para hacerlo, y que, guardando conexión con las anteriores funciones, no le esté vedado por las leyes generales del Reino o por disposiciones especiales (Esteve Secall; Fuentes Garcia, 2000).

Patronato - Sociedad

La Sociedad de Atracción va veure amb bons ulls la creació i actuació del nou PNT, bàsicament perquè ja eren massa anys reclamant un veritable emparament polític. Pel que es coneix, les relacions entre Patronato i Sociedad van ser cordials i basades en la mútua col·laboració, i el terreny propagandístic va ser el principal punt d'encontre entre una i altra institució, segurament per la clàssica insistència de la SAF en promoure la imatge de la destinació: "(...) Un modesto foleto puede levantar el espíritu de una aldea adormecida alrededor de una estupenda iglesia románica"²⁸.

En aquest nou marc de col·laboració, la SAF confeccionava publicacions sobre la destinació Barcelona que cedia al PNT per tal que aquest les distribuís mitjançant la seva xarxa de relacions; una de les primeres publicacions relatives a Barcelona i repartides pel PNT fou l'àlbum intítulat *Barcelona*, que es va començar a difondre l'any 1929:

En estos momentos el Patronato Nacional de Turismo está repartiendo por las más importantes capitales del mundo la enorme edición de una suscita guía de Barcelona, cuya confección ha sido encomendada a nuestra Sociedad.

(...).

La empresa "Barcino", de acuerdo con nuestra Sociedad, ha publicado lujosísimamo álbum titulado "Barcelona", y formado por sesenta y cinco fotografías de plana entera en las que se reproduce lo más notable que encierra la ciudad antigua y moderna.

Es en realidad un magnífico testimonio de las bellezas de Barcelona, que ha de contribuir muy eficazmente a que sea, cada día más admirada y a que vaya creciendo, por lo tanto el número de turistas que desean visitarla²⁹.

La subdelegació que el Patronato instal·lava a la ciutat de Barcelona es trobava a la Gran Via de les Corts Catalanes, als baixos de la casa número 658. El Compe de Ruiseñada en va ser el portaveu. Les oficines del Patronato tenien una estètica moderna i un mobiliari conjuntat, opinava la SAF. Se situaven en una zona privilegiada a la ciutat de Barcelona, i aquest fet, destacava Vallès (1977), indicava clarament que el PNT disposava de recursos econòmics³⁰. En les oficines del Patronato es dispensava informació relativa a Espanya, Catalunya i Barcelona: un funcionari del RACC es responsabilitzava de les informacions referents a les comunicacions i un membre de la Sociedad s'encarregava d'informar sobre la Barcelona turística.

L'autobús turístic que s'havia posat en marxa l'any 29 amb motiu de l'Exposició Internacional encara va continuar circulant durant l'any 1930; si bé aquest servei havia sorgit d'una iniciativa conjunta entre la Compañía General de Autobuses i el Patronato Nacional, la Sociedad s'hi havia implicat de manera parcial, concretament gestionant la venda de bitllets a la seva pròpia oficina. Consta que durant l'any 1930, les dues línies que s'havien posat en marxa el 29 es van fusionar en una de sola, i que al llarg d'aquell any va ser usada per uns 827 passatgers. Però aquest servei va deixar de funcionar l'any 1931 (Fernández Valentí, 2004).

En una sessió celebrada a 17 de març de 1931, la Junta del Patronato Nacional acordà reorganitzar les seves juntes provincials de la següent forma: el governador de la província esdevindria el President; el President de la Diputació Provincial seria nomenat Vicepresident; i com a membres vocals figurarien el representant del PNT, un diputat

²⁸ "De turismo. Puntualizando". A *Barcelona Atracción* (novembre 1929).

²⁹ "Notas de turismo y de la Sociedad de Atracción de Forasteros". A *Barcelona Atracción* (gener 1930).

³⁰ L'oficina creada l'any 1928 va perdurar fins a 1997, any en el qual es traslladà a les dependències del Palau Robert (Jordi Montaner Montejano, entrevista febrer 2007).

provincial, l'alcalde de la capital, un representant de l'Ajuntament, dos membres de la Comissió Provincial de Monuments Històrics i Artístics, el Cap d'Obres Públiques i el Cap secretari de l'Oficina d'Informació (el número de vocals es podria ampliar amb un parell més de membres si, a judici de la mateixa Junta, es detectaven persones especialitzades en interessos turístics a la província en qüestió, així com també en cas que es veiés convenient donar representació als ajuntaments de gran importància de la mateixa província). Aquesta Junta comptaria amb una Comissió Executiva presidida pel representant del PNT a la província.

La Comisión de Monumentos Históricos y Artísticos de la Provincia de Barcelona destinà a Manuel Rodríguez Codolá i el senyor Comte de Vilanova perquè representessin l'entitat a la Junta Provincial del Turismo:

El Vicepresidente de la Comisión, en 6 de diciembre de 1913, demostró la necesidad de constituir en esta ciudad una Sociedad para el Fomento del Turismo, en lo cual tenía su Majestad el Rey D. Alfonso XIII un gran empeño, añadiendo que entendía que la base de aquella podía ser la Comisión de Monumentos, si ésta lo estimaba conveniente, idea que pareció acertadísima y cuya iniciativa sería bien vista en Barcelona.

Constituída la Junta Provincial del Turismo, en 1931, fueron designados el Presidente D. Manuel Rodríguez Codolá y el vocal Sr. Conde de Vilanova para que representasen a la comisión en ella³¹.

Pel que fa a la Diputació de Barcelona, el mes de març de 1931 designava a Joan Maluquer Viladot, el seu president, i a Josep Maria Fradera i Pujol, membre de la Diputació, com a vocals de la Junta Provincial de Turismo de Barcelona³².

L'entrada a la II República i els canvis en la gestió del turisme

Primo de Rivera havia dimitit a principis de l'any 30; el seu successor, el general Berenguer, també va dimitir a començaments del 31. Els republicans ben aviat van organitzar unes eleccions amb l'interès d'abolir la monarquia i instaurar un nou model polític i social, de manera que el dia 14 del mes d'abril de 1931 era proclamada la II República. Els reis d'Espanya es van haver d'exiliar, i el 10 de desembre d'aquell any, Niceto Alcalá Zamora era elegit President de la II República espanyola.

En certa manera, el gir polític va intranquil·litzar la Sociedad. El sindicat observava, amb temença, la possibilitat que el canvi polític fes brotar episodis conflictius i danyés la pau, imatge i accessibilitat turística a la ciutat i al país. En aquells moments, els dirigents de la SAF no van poder evitar ni amagar un clar neguit, raó per la qual es van afanyar a descriure i divulgar arreu del món la cívica rebuda que la població de Barcelona havia fet al nou govern republicà. Així, l'edició de *Barcelona Atracción* relativa al mes de juny de 1931 no passava per alt la instauració de la II República, encara que aquest fet no es tractava tant per la seva transcendència política i social, sinó que servia per valorar la dimensió cívica amb què Barcelona acollia i celebrava l'entrada del nou govern:

³¹ *COMISIÓN DE MONUMENTOS HISTÓRICOS Y ARTÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE BARCELONA. Memoria de la labor realizada por la misma en su primer siglo de existencia (1844-1944) redactada por el secretario de la corporación D. JOSÉ GRAHIT Y GRAU Abogado y Correspondiente de la Academia de Historia. Barcelona, MCMXLVII, pàg. 231.*

³² Carta del Governador Civil de la Província de Barcelona, Josep Marquès Caballero a la Diputació de Barcelona i carta del president de la Diputació de Barcelona, Joan Maluquer Viladot, a la Junta Provincial de Turismo; Expedient 72, lligall 4200, Arxiu Diputació de Barcelona.

No se han producido las escenas que muchos podían suponer, y el pueblo español todo ha dado una muestra de civismo y respeto mutuo que nos permite presentarnos ante el mundo como dignos merecedores de la más perfecta democracia³³.

Mariano Rubió, President del sindicat, ben aviat dirigí una carta a tots els delegats per tal que col·laboressin a difondre la notícia del canvi polític arreu del món, assegurant que s'havia produït amb tranquil·litat. Manuel Ribé recordava a l'obra autobiogràfica *Memórias de un funcionario* (1963) que una de les funcions que va assumir, un cop proclamada la II República, va ser la de difondre la imatge de tranquil·litat de Barcelona a l'estranger, tot assegurant que l'ordre i la civilitat urbana es mantenien perfectament, malgrat el nou govern³⁴.

Els canvis polítics no havien frenat l'arribada de caravanes a la ciutat, assegurava *Barcelona Atracción*, al mateix temps que no dissimulava una renovada esperança en matèria de gestió turística per a Catalunya, intuïnt que un govern més patriòtic segurament esdevindria més afí als temes lligats al turisme.

Abrigamos la absoluta convicción que el nuevo régimen atenderá como es debido al turismo; en el Gobierno provisional figuran hombres de fina sensibilidad que son una garantía. Desde los primeros momentos ofrecimos nuestra modesta colaboración.

Teniendo en cuenta la orientación política que se inicia, seguramente en el Estatuto para Cataluña podrá lograrse una organización turística peculiar para nuestra región. Sería de un gran interés y de una gran eficacia lograr una personalidad con fuerza económica para realizar una labor provechosa pro-Cataluña y España de acuerdo con los demás organismos similares de la península, incluyendo, a ser posible, Portugal, tan ligado turísticamente con nosotros.

Con una era de paz espiritual y material y una buena organización, Cataluña puede ser uno de los países más adecuados para el desarrollo del turismo en todos sus aspectos, pues lo tiene todo. Con nuestro esfuerzo y entusiasmo hemos de hacernos dignos de la riqueza que un día pueda desarrollar el turismo en Cataluña³⁵.

L'Estatut de Catalunya va ser vist amb bons ulls per la SAF; diverses fotografies de les votacions de l'Estatut complementaven el següent text, que es publicava a les pàgines de *Barcelona Atracción* l'octubre de l'any 1931:

Cataluña con su referèndum demostró haber comprendido el buen y ejemplar uso que debe hacerse de los derechos y deberes que ha reconocido el derecho político moderno. El dejar que un pueblo elija libremente sus representantes y votes u ley fundamental, es el mejor servicio que puede prestarse a la libertad, a la democracia y a la justicia. (...).

La votación del Estatuto de Cataluña está íntimamente ligado con el Turismo: una sociedad consciente y patriótica sabe amar y mostrar sus obras de arte, su panorama, su historia y el turismo; el verdadero turismo se basa en los pueblos dignos y conscientes de su pasado, de su presente y de su porvenir. Un pueblo sin alma, sin fundadas rebeldías, dominado, no puede mostrar una historia; sus museos serían grises y huecos, sin aquella palpación que proporciona el haberse levantado luchando con las adversidades que proporciona la Historia, para demostrar el temple y tesón de los escogidos en los anales de la eterna humanidad, en la que destacan siempre los que han amado lo suyo propio y respetado todo aquello que representa el patrimonio moral y material de los demás³⁶.

³³ "La proclamación de la República en Barcelona". A *Barcelona Atracción* (juny 1931).

³⁴ Ideològicament, Ribé era proper a la monarquia. De fet, durant la II República va ser destituït del seu càrrec a l'Ajuntament de Barcelona.

³⁵ "La proclamación de la República en Barcelona". A *Barcelona Atracción* (juny 1931).

³⁶ "La votación del estatuto de Cataluña". A *Barcelona Atracción* (octubre 1931).

Quant a la gestió turística estatal, el govern republicà va decidir transformar l'organisme turístic que havia estat creat pel dictador Primo de Rivera. En primera instància, va reconvertir el Patronato en Dirección General de Turismo: així, una ordre de 17 d'abril de 1931 dissolia el PNT, i a 23 d'abril del mateix 1931, amb el Govern provisional de Niceto Alcalá Zamora, es firmava el nomenament del nou Director General de Turisme, Claudi Rodríguez Porrero, que va procedir a liquidar els contractes, va realitzar una auditoria de la gestió, va modificar i posar al dia els serveis d'interès públic i va revisar els expedients de personal. Tot i l'intent de canvi, al mes de desembre del mateix any 31 es retornava a la vella fórmula de Patronato, tot reorganitzant-ne, això sí, les seves esferes administrativa i financera (Vidal, 2005).

Un decret de 4 de desembre de 1931 relatiu a la reorganització del Patronato disposava, en el seu vuitè article, que abans de finals de febrer de 1932 s'adjudicarien concerts econòmics amb les Diputacions i Ajuntaments que desitgessin contribuir a sufragar els costos pel sosteniment de les oficines d'informació.

A finals de desembre de 1931, en plena fase de canvis i reestructuracions, la SAF es mirava amb intranquil·litat el futur de la gestió turística espanyola, al mateix temps que deixava entreveure una certa expectativa positiva respecte a la creació d'un nou i primer organisme de gestió turística de Catalunya.

A 31 de desembre de 1931, la Direcció General del PNT dissolgué totes les delegacions provincials, i entre elles la de Barcelona; seguidament, es transferí la gestió de les delegacions als sindicats d'iniciativa locals. Seria justament l'1 de gener del 1932 quan el PNT va transferir la seva delegació de Barcelona, ubicada a Gran Via de les Corts, a la Sociedad de Atracción de Forasteros, que expressava així la seva satisfacció:

Seguramente la Atracción de Forasteros, con esta delegación, que tanto la honra, podrá desarrollar más iniciativas, y sin perder su personalidad característica, que no le pertenece, que es de Barcelona, sabrá estudiar y proponer al Patronato lo mucho que puede hacerse en la Provincia³⁷.

Segons *Barcelona Atracción*, la crida a Ajuntaments i Diputacions va tenir una resposta poc satisfactòria, i tan sols un petit nombre de corporacions va manifestar la seva intenció de costejar les oficines (aportacions, segons comentava la revista, insuficients)³⁸; tot demostrava que continuava predominant una actitud general d'inhibició i desinterès pel que fa a la indústria del turisme; els esforços a favor del desenvolupament d'aquesta activitat encara eren massa costosos i francament poc abastables per a la majoria de poblacions.

En general, de la tasca del Patronato se'n criticà la seva manca d'actuació pràctica, alhora que també se l'acusà de demostrar especialment la seva gentilesa cap a un determinat sector de l'aristocràcia (Moreno Garrido, 2005). Els seus detractors van considerar l'obra del Patronato com una simple continuació de la deficient tasca realitzada per la Comisaría Regia: un sector aristocràtic i frívol, un forat més a través del qual fer fonedissos els diners públics.

Però els temps de la II República van concedir certa autonomia i llibertat a Catalunya, i aquest fet va permetre crear noves plataformes de gestió i promoció. Van néixer nous criteris, nous agents i nous recursos i territoris, i sobretot, es va crear una renovada ideologia social i política a propòsit del turisme, fet que era d'una rellevància absoluta.

³⁷ "La delegación del Patronato Nacional de Turismo". A *Barcelona Atracción* (febrer 1931).

³⁸ *Barcelona Atracción* en la seva edició de març de 1932 va reproduir les bases establertes pel PNT.

La destinació Barcelona en el marc del nou turisme a Catalunya

L'entrada a la República no va assegurar un creixement de les rendes, ni tampoc una plena estabilitat política i social, sinó que més aviat es va haver de fer front a una debilitada situació econòmica; la crisi mundial dels anys trenta i alguns problemes d'ordre públic deixaven un paisatge ple d'inestabilitats i fins i tot provocaven certa paralització de l'activitat turística. Temps difícils pel nou govern republicà, que malgrat tot, va apostar per un clar intent de reordenació i modernització administrativa.

Els primers anys trenta van ser el marc de fites importants en matèria turística: a partir de l'establiment d'un Decret de 1934 es començaven a regular els requisits i formalismes administratius que els estrangers desembarcats a les Balears havien de complir; també a l'any 1934 entrava en vigor el codi de circulació que ordenava la matrícula turística; a més, una llei de 1935 va arribar a establir una sèrie de normes reguladores relatives a l'adquisició de finques i terrenys per estrangers a les illes espanyoles (Esteve Secall; Fuentes García, 2000). Malgrat aquests avenços, reconeixia Antoni Farreras l'any 1973, el govern central no es va interessar especialment per invertir diners i esforços en matèria turística.

Pel que fa a l'actuació del Patronato, cal destacar que, a més de les modificacions aplicades a l'organisme, el nou estat republicà va introduir un major control respecte a aquest servei. Se li reconeixien noves finalitats, com la contribució a la millora dels allotjaments, transports i similars, així com l'exercici de funcions d'inspecció. Tot i els intents de renovació, però, el govern central va fer marxa enrere en matèria de gestió turística, i prova d'aquest fet és que va acabar reduint les despeses, els crèdits i les activitats del Patronato. Segons Vallès (1977), la crisi econòmica dels anys trenta i altres raons com certs prejudicis van ser possibles causes del fet que el govern republicà retrocedís en l'assumpte turístic del país. Aquesta situació causava un significatiu descontent a Barcelona i a Catalunya, bàsicament perquè, aquí, la indústria del turisme ja comptava amb una tradició i estratègia força més consolidada.

En aquells moments, els desplaçaments i hàbits relacionats amb el turisme gaudien de certa popularitat: cada cop eren més les persones que aprofitaven els temps del descans per conèixer llocs nous, alhora que arreu del territori català ja s'hi aixecava una indústria hotelera i de recepció prou reconeguda. Durant la II República, la Generalitat de Catalunya va tenir prou marge d'actuació per gestionar el propi turisme, fet que era completament nou al país. Així, i si bé els recursos econòmics dels quals va disposar van ser limitats, la Generalitat va demostrar una interessant iniciativa i vitalitat en la qüestió turística. Per tot això, es pot dir que Catalunya va caminar a contracorrent, guiant-se per una mirada més positiva en relació als assumptes del turisme i afrontant una responsabilitat totalment nova en molts sentits. Però els objectius dels capdavanters del turisme català de la II República mai no van arribar a bones platges, ens diu Farreras (1973), fet que no se'ls pot retreure.

Una nova mirada al turisme

El turisme s'anava convertint en un assumpte d'interès social, i prova d'aquest fet és que la premsa del país introduïa, amb força freqüència, articles dedicats a aquesta temàtica: el

Mirador, setmanari d'esquerres, catalanista i progressista, en va ser un cas paradigmàtic. Durant els primers anys trenta, el *Mirador* va publicar diverses columnes d'opinió i notícies relacionades amb el món del turisme, articles que quedaven inclosos en la secció regular *Mirador turístic*. Moltes d'aquestes columnes venien signades pels germans Lluís i Antoni Muntanyola i també per l'advocat Ignasi Armengou i Torra.

Els articles publicats al *Mirador* tenien un caire completament diferent d'aquells que solien aparèixer a les publicacions de la SAF, especialment perquè la conceptualització de partida a propòsit del turisme era substancialment diferent en un i altre cas. Una visió més social i menys elitista de l'activitat turística, i sobretot més lligada a les qüestions d'identitat i cultura catalana, imbuïa les noves reflexions publicades.

Justament un any abans de la proclamació de la II República, i justament dos anys abans que es constituís l'Oficina de Turisme de Catalunya, Ignasi Armengou escrivia i publicava un parell d'articles molt interessants al setmanari *Mirador*: era la tardor de 1930; ambdós articles portaven per títol: "Per una indústria turística catalana".

En el primer, publicat el dijous 25 de setembre de 1930, Armengou destacava que la recent Exposició de 1929 havia fet augmentar la consciència relativa a la importància del foment turístic a Catalunya, tot i que lamentava la mala gestió de la propaganda efectuada durant els temps previs i els mesos de celebració del certamen, un fet que va impedir que es poguessin extreure rendiments més positius del turisme. Els lamentables resultats que l'Exposició deixava, almenys en matèria turística, es devien a un desinterès general per a la indústria del turisme i a l'absència d'una organització metòdica que exercís a favor del seu desenvolupament. El fet que ni el proppassat certamen ni la ciutat de Barcelona haguessin assolit el ressò internacional que s'esperava, criticava Armengou, es devien a la mala gestió d'un esdeveniment que, a més, havia perjudicat l'economia de la ciutat:

Cada dia que passi es veurà més clar que el fet d'organitzar una Exposició internacional d'una importància gairebé desconeguda fora de la península i completament desarticulada dels corrents del turisme mundial, ha costat molt car als barcelonins³⁹.

Armengou afinava una contundent crítica al funcionament turístic del país, mentre es declarava totalment disconforme amb la situació que es vivia en aquest aspecte. Armengou defensava una organització turística eficient, pública i catalana i adoptava un punt de vista novador i realista, pràctic i al mateix temps conceptual.

La creació d'un nou organisme gestor que coordinés el turisme català era una idea que ja s'estava començant a fer sentir. De fet, el mateix Armengou celebrava obertament la idea del nou projecte, al mateix temps que feia advertència d'una qüestió fonamental: l'èxit de la nova organització turística requeria, necessàriament, una consciència pública veritablement preocupada per les qüestions turístiques. Sense un sentit de complicitat mínim, opinava Armengou, cap projecte turístic tindria interès.

És freqüent sentir a parlar del turisme, àdhuc a persones que podrien estar informades, referint-se únicament a les seves manifestacions més externes i enlluernadores. La gent parla del turisme i pensa tot seguit en les grans estacions de moda, amb els seus *palaces*, casinos i camps de golf. O sigui amb el producte més alambicat i amb l'últim refinament de la indústria turística. Tot el que fa que això sigui possible, totes les activitats, tots els engranatges indispensables per arribar a aquest punt no interessent gaire. (...). Aquests elements desvetllen en la imaginació de molta gent un concepte purament literari i superficial del turisme, i gairebé ningú, si no són

³⁹ Armengou, I. "Per una indústria turística catalana". A *Mirador*, 25 de setembre de 1930, pàg. 3.

les persones que hi tenen interessos lligats, no es preocupa del turisme de segon ordre que pot ésser el més assequible, és precisament, com ja tindrem ocasió de demostrar, el que més directament influeix l'economia dels estats⁴⁰.

En el primer article d'Armengou hi ha almenys tres aspectes que són especialment destacables; d'entrada, la referència a l'entorn com a producte turístic en si mateix, fet que donava a entendre que el paisatge i hàbit de la destinació tenien un valor preeminent en la globalitat del producte i l'oferta. En segon lloc, l'al·lusió a l'activitat turística com a indústria i forma de desenvolupament econòmic dels països avançats. El tercer dels aspectes que integraven el discurs d'Ignasi Armengou, i que em sembla especialment remarcable, és el que tenia a veure amb la crítica al model turístic desenvolupat a Catalunya fins aleshores, una crítica en la que el retret a la SAF era clar, encara que no totalment explícit. Armengou venia a dir que el turisme promogut fins aleshores no corresponia a un sentit realista ni pràctic, ja que fins el moment s'havia esperat un turisme d'élits, de paisatges i productes superficials i distants, basat en una demanda inassequible que no acabava d'encaixar amb la realitat del país. Es tractava d'un tipus de turisme, per tant, que només anava dirigit a despertar les complicitats d'un únic sector involucrat en aquesta indústria, deixant de banda els interessos reals del conjunt de la població.

Armengou defensava un tipus de turisme anomenat de "segon ordre", lògicament més popular i democràtic, que podria afectar molt positivament el territori de Catalunya, i que, segons opinava, aconseguiria despertar els veritables suports i la cohesió de la població. Segons el criteri d'Armengou, l'aposta per un turisme d'élite i una incipient estructura de base del país eren els motius indiscutibles de l'actual fracàs de la indústria turística espanyola:

Si a Catalunya volem fer una cosa de profit en aquest ordre, abandonem certes fantasies que han fornit la història de molts fracassos, coneguts d'aprop alguns d'ells, amb l'actuació del Patronat Nacional de Turisme durant la Dictadura, i arrenquem les nostres futures empreses més de la nostra mediterrània imaginació del proverbial sentit pràctic que ha fet prosperar el nostre comerç i la nostra indústria.

A propòsit del producte, Armengou posava un èmfasi especial en l'element de l'originalitat, que qualificava de factor indispensable i essencial per tal de garantir el bon funcionament turístic del territori. Aquesta idea implicava un nou pas endavant respecte als clàssics criteris de la Sociedad, per als quals l'originalitat i la particularitat no figuraven com a elements essencials de l'oferta promoguda, potser perquè estaven massa obsessionats, com hem vist, en la reproducció dels valors associats a la modernitat i als indicadors de prosperitat propis de les ciutats competidores o referents. En aquest sentit, el canvi de concepció que proposava Armengou era indubtablement dràstic: "precisament el turisme de qualitat radica en la manipulació moderna d'una matèria vella".

En l'ideari d'Armengou, era el sentit actual de la cultura catalana i una visió de futur de país allò que havia d'inspirar l'obra turística i el creixement del país. Una Catalunya, per cert, que Armengou concebia com a Catalunya-Ciutat: un concepte que havia de prendre cos amb el desenvolupament de l'activitat turística, en la mesura que faria possible un increment de la comunicació i l'intercanvi de les relacions civils. És innegable que l'aportació d'Armengou incorporava un cert idealisme, probablement perquè la convicció amb què pensava i escrivia sobre el turisme era nova i optimista, i perquè, en el fons, estava imbuït d'una clara opció política de catalanisme.

Armengou també va tenir en compte la necessitat de disposar d'una oferta d'acollida bàsica per garantir la recepció dels visitants: vies de comunicació, establiments hotelers i

⁴⁰ Armengou, I. "Per una indústria turística catalana". A *Mirador*, 25 de setembre de 1930, pàg. 3.

de restauració havien de disposar-se al servei del turista, raó per la qual va defensar com a aspecte prioritari l'establiment d'una política de comunicacions per a tota Catalunya que comunicés amb França. Finalment destacava que, a tot això, també li calia una adequada campanya de publicitat.

El segon article d'Armengou del qual es té constància es publicava just al cap de pocs dies d'aquest primer; concretament, apareixia el 2 d'octubre de 1930, i ho feia igualment al rotatiu *Mirador*⁴¹. En aquesta ocasió, Armengou aprofundia en la concepció de "turisme de segon ordre", insistint en condemnar com a error la confusió que associava el turisme amb una única imatge relacionada amb els grans luxes i viatgers milionaris. L'aposta de la Catalunya turística, segons Armengou, s'havia de centrar en la recepció d'un turisme bàsic, un turisme compost per un sector molt més ample que incloïa classes viatgeres tan diverses com l'alta burgesia, els comerciants, els funcionaris en període de vacances, els petits rendistes, els homes amb professions liberals i els estudiants universitaris. Aquest conglomerat de viatgers conformava la base més sòlida i permanent del turisme, fet que hauria de permetre que l'anomenat turisme de gran alçada o de selecció es recolzés a la base del turisme més econòmic. En aquest sentit, la filosofia d'Armengou era clarament realista, i s'abstenia d'ambicions pretensioses; Armengou semblava conèixer bé les possibilitats i realitats tant de l'oferta com de la demanda turística del territori.

En el segon article, Armengou retornava a la idea del producte de Catalunya, i acceptava que no totes les comarques catalanes gaudien d'una bellesa i atractivitat igual, sinó que els valors històrics, religiosos i arqueològics es trobaven dispersats arreu del territori de forma desigual; així mateix, Armengou acceptava que no totes les èpoques de l'any eren igualment propícies per a l'activitat turística. Finalment, considerava que si bé la realitat turística de Catalunya no era massa poderosa, sí que comptava amb un gran esdevenir, i tot plegat, opinava, depenia d'una qüestió d'esforç.

Els articles d'Armengou aportaven una visió integral del fenomen turístic en la que es tenia en compte l'estreta interrelació dels seus diversos elements: l'oferta, la demanda i els efectes; Armengou, almenys des del punt de vista teòric, defugia els ideals que havien impregnat l'exercici de la SAF, aquells que associaven de forma unidireccional el turisme als valors de la vida moderna i de les classes benestants. Així, també aportava una nova mirada en relació a l'oferta turística del territori.

Per tot això, cal assumir que els articles d'Armengou feien pressentir un gir ideològic important, ja que introduïen una nova manera d'entendre l'activitat turística i les seves diverses vessants econòmiques i socials.

Ben aviat es van produir canvis importants en matèria de gestió, promoció i reflexió turística.

1932, nous temps, noves il·lusions i algunes incerteses

Des del punt de vista turístic, tres esdeveniments importants van marcar l'any 1932 a Catalunya: al mes de gener es creava la Federació del Turisme Catalano-Balear, i al mes de juny del mateix any, naixia l'Oficina de Turisme de Catalunya fruit d'un conveni entre el Patronato Nacional de Turismo i la nova Generalitat, organisme que va ser dirigit per Ignasi Armengou, l'autor dels articles al setmanari *Mirador*; a més de la creació d'aquestes

⁴¹ Armengou, I. "Per una indústria turística catalana". A *Mirador*, 2 d'octubre de 1930, pàg. 3.

institucions, el 1932 també va ser l'any de la publicació de l'emblemàtica obra d'Antoni Muntanyola, *Organització Turística de Catalunya*⁴².

A principis de l'any 32, però, es respirava una situació de veritable confusió davant la reorganització del Patronato a Madrid, especialment per a una institució com la vella Sociedad de Atracción, que veia amb por i amb incertesa els canvis que s'avenien, mentre temia que la nova organització resultés ineficient. És per això que el President de la Sociedad va dirigir una carta a Manuel Serra Moret, aleshores Conseller d'Economia i Treball de la nova Generalitat. En aquesta carta, Rubió plantejava els criteris i fonaments bàsics que havien de regir l'organització turística del país, precisant la idea que tota organització estatal de turisme havia de tenir forçosament en compte la labor de les societats de base:

Nuestra Sociedad que cuenta ya con veintitres años de existencia, sostenida por el Comercio, la Industria y la Banca, subvencionada por el Ayuntamiento de la ciudad, de las Diputaciones de Barcelona y Gerona y buen número de Ayuntamientos de Cataluña, tiene suficientemente señalado el camino que debe seguir para lograr que el turismo pueda llegar a ser una fuente de riqueza, como lo es en otras naciones⁴³.

Serra Moret va respondre la carta de Rubió. El Conseller, que es declarava afí als criteris de la SAF, va comunicar al President de la Sociedad que precisament en aquells moments ja s'estava gestant l'organització que regiria, amb autonomia, el turisme a Catalunya. Alhora, Serra Moret aprofitava l'avinentesa per declarar la predisposició d'establir col·laboracions entre el Govern de la Generalitat i la Sociedad de Atracción. Per tant, tot plegat feia que s'auguessin canvis positius i una primera i nova plataforma de col·laboració entre les destinacions Barcelona i Catalunya.

El mes de gener de 1932 apareixia un nou article d'Armengou a les pàgines del *Mirador*⁴⁴; l'article, "L'organització del turisme", es publicava el 14 de gener de 1932, i en aquesta ocasió, l'autor compartia obertament la mateixa sensació d'incertesa que tenia la SAF a propòsit de l'organització estatal en matèria turística. Crític i escèptic amb el Patronato, Armengou no reprimia comentaris directes i severs a una institució que qualificava, directament, d'inefectiva i poc seriosa. Les oficines del Patronato eren uns espais intervinguts per una "coterie d'artistòcrates, militars i altres servidors de l'extingida monarquia"; no eren més que un veritable focus de propaganda alfonsina, deia Armengou. A més, no s'estava de qualificar els tècnics i administratius del Patronato d'un "pintoresc distingit". Amb un to força cínic, Armengou jutjava que aquest organisme no havia estat res més que un camp fèrtil en el qual el senyor Borbó i el difunt dictador portaven a terme les seves genials iniciatives amb els diners públics. I encara hi afegia que els dirigents de l'organisme, que no havien dirigit mai res, estaven suggestionats per l'ambient de turisme de gran món i pretenien convertir la pobra realitat d'Espanya en un paradís poblat de jardins, casinos, *palaces* i camps de golf: "L'objectiu era magnífic i ells pretenien realitzar-lo, com la major part de les coses d'aquella època feliç, senzillament per miracle. Per alguna cosa governava Primo de Rivera".

A la dura crítica que Armengou feia als governants del turisme espanyol hi aportava una proposta expressa pel cas de Catalunya, que passava per l'activació d'una demanda de classe mitjana, tenint en compte que la tendència vers la nova demanda havia de ser fruit del mèrit i esforç d'una organització turística catalana. Així doncs, i segons Armengou, un desenvolupament adequat del turisme implicava tenir en compte els problemes de

⁴² Veure capítol: *El tribut d'Antoni Muntanyola al govern republicà*.

⁴³ "El Patronato Nacional del Turismo y la Sociedad de Atracción de Forasteros". A *Barcelona Atracción* (març 1932).

⁴⁴ Armengou, I. "L'organització del turisme". A *Mirador*, 14 de gener de 1932, pàg. 3.

transport terrestre, marítim i aeri, les estadístiques de viatgers, el règim de policia de les fronteres, la propaganda sistematitzada, la qüestió de la tècnica hotelera, el millorament de la indústria balneària, els serveis d'informació, les restauracions intel·ligents, la conservació de les belleses naturals i dels museus, la cooperació dels sindicats d'iniciativa, l'organització de vacances a crèdit i, entre d'altres aspectes, la desgravació de les càrregues fiscals que pesaven damunt les empreses i serveis de caràcter turístic, fet que permetria la reducció de tarifes. Armengou afirmava que tota organització turística d'un país s'havia de realitzar assumint aquestes qüestions bàsiques i no pas partint de divagacions allunyades de la realitat.

D'altra banda, la reorganització del PNT que els republicans intentaven fer era quelcom celebrat per Armengou, que no s'estava de mostrar, amb satisfacció, el fet que el nou govern hagués decidit donar per acabada "l'alegra diversió del que ha estat fins ara el turisme oficial". Així, el nou decret que preveia la gestió de les oficines del Patronato per part de les administracions públiques era ben vist per Armengou, que es mostrava partidari d'una organització pública i ben estructurada.

La vindicació d'una organització turística que inclogués el sector privat en la seva estructura va conformar una altra de les premisses importants de l'ideari d'Armengou, segons el qual el fet de confiar l'administració del turisme totalment al sector públic i als seus engranatges burocràtics era perillós; en aquest sentit, afirmava que "el turisme que no es nodreixi principalment de la iniciativa privada és un turisme mort", i defensava, obertament, que la missió dels organismes públics consistia en fomentar i coordinar l'obra de les entitats i empreses interessades en el turisme. Aconsellava a la Generalitat que es decidís a cooperar amb l'obra de les indústries turístiques del país. En aquest article de gener de 1932, el futur director de l'Oficina de Turisme de Catalunya celebrava la creació de la Federació Catalano-Balear de Turisme, que sota els auspicis de la Generalitat es proposava articular, en acció conjunta, tots els elements implicats en el turisme, el nou turisme a Catalunya.

La creació de la Federació del Turisme Catalano-Balear i la seva influència a la destinació Barcelona

El mes de gener de l'any 1932 va ser creada la Federació del Turisme Catalano-Balear, tal com Armengou ja havia assabentat en el seu darrer article. L'acte oficial de constitució del nou organisme, presidit pel Conseller Serra Moret, va tenir lloc al Departament d'Economia i Treball de la Generalitat de Catalunya: era el 23 de gener de 1932, i en el seu parlament, el Conseller exposava quines eren les noves línies que havien d'orientar la nova institució turística i el treball de la Generalitat:

Fa notar que la Generalitat, en posar-se al costat de la Federació, no pretén anar a la creació d'un organisme més, sinó recollir les aspiracions dels sectors que representen els interessos veritables del nostre turisme, procurar la seva unió i ajudar la seva obra, dintre d'una organització autònoma a la qual puguin quedar confiats els serveis de caràcter turístic⁴⁵.

El Comitè Directiu que va integrar la nova institució turística estigué conformat per les següents personalitats: Serra Moret figurà com a President d'Honor, mentre que la Presidència va ser assumida pel jurisconsult Francesc Maspons Anglasesell; el càrrec de Vicepresident primer va ser atorgat a Pablo Nicolau, de l'Automòbil Club de Catalunya, i el de Vicepresident segon a Manuel Ribé, Cap de Cerimonial de l'Ajuntament de Barcelona i

⁴⁵ "Constitució de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears". A *La Publicitat*, 24 de gener de 1932.

membre de la Sociedad de Atracción de Forasteros. Josep Esplugues figurà com a tresorer, Joan Massó com a comptador i Ignasi Armengou com a secretari. Formaven part de la Junta en qualitat de vocals els senyors Joaquim Folch i Torres, Juli Nogués, Jaume Marill, Enric Pedret, Francesc Sureda, Joan Badó, l'hostaler Miquel Regàs, Josep Serra i l'industrial Josep Encesa (Blasco, 2005).

Segons Farreras (1973), aquesta institució representava “una mobilització general de les forces ciutadanes espontàniament disposades a organitzar-se, a enquadrar-se per participar a qualsevol actuació que els serveis governamentals emprenguessin”.

Un total de cinc capítols estructuraven el reglament de la nova Federació del Turisme Catalano-Balear: en el seu capítol primer es disposaven set punts que descrivien l'objecte de la nova entitat, i el primer dels quals establí que la finalitat de la Federació radicava en “coordinar en una acció mancomunada tots els elements d'ordre personal i col·lectiu que tendeixin a una major desenvolupament de la riquesa turística de Catalunya i Balears”; el segon punt declarava el propòsit de “contribuir per tots els mitjans al millorament dels serveis de transport, comunicació i allotjament de turistes, realitzant totes les gestions necessàries prop les corporacions públiques i col·laborant en la labor de les entitats de caràcter privat”. El tercer punt del capítol primer perseguia l'objectiu d’“agrupar en una acció comuna les entitats que a Catalunya i Balears funcionen amb els noms de Sindicats d'Iniciativa, Societats per al Foment del Turisme i Atracció de Forasters i altres denominacions i caràcters semblants i promoure la seva creació en aquells municipis o comarques que per a la seva situació geogràfica, condicions naturals de comunicacions o qualsevol altra poden ésser considerades com estacions o zones turístiques”. El quart punt de l'article primer pretenia vincular les empreses que integraven el sector turístic: “Associar a les finalitats de la Federació tots els organismes que, a Catalunya i Balears, ostenten la representació de les indústries hotelera, balnearia i de transports; les agències de viatges, les entitats dedicades a la conservació del patrimoni artístic i monumental i riqueses naturals del país, les excursionistes, i en general totes aquelles que tinguin alguna relació amb el desenvolupament del turisme”. Els punts cinquè, sisè i setè de l'article primer assumien el compromís del desenvolupament de la indústria hotelera, l'organització de la propaganda tot establint agències o delegacions, edició de llibres, fullets i cartells i el manteniment de les relacions amb els organismes de caràcter general o internacional dedicats a l'expansió del turisme⁴⁶.

Segons el reglament, la Federació estava formada per un Comitè Directiu i per un Consell Superior. L'actiu social de l'entitat el definien les quotes dels associats, els immobles que adquirís, els béns mobles de la seva propietat, les quantitats que es recaptessin a partir de la subscripció o a partir de qualsevol altra fórmula, els donatius i subvencions; en definitiva, tot allò que tingués concepte legal de béns i fos propietat de l'Associació. Pel que fa als socis, aquests serien individuals i col·lectius: es disposava que els individuals haurien de satisfer la quota anual de cinc pessetes al mes, mentre que els col·lectius serien les empreses vinculades a la pròpia Federació. Així mateix, el reglament establí que les corporacions públiques i entitats que no representessin els interessos mercantils i industrials no estarien obligades a satisfer cap quota a la Federació, mentre que les altres persones i col·lectivitats serien obligades a pagar un mínim de 25 pessetes mensuals per a cada vocal representatiu. La seu de la Federació s'establí a Barcelona, concretament als baixos de la Rambla del Mig número 37.

El reglament, tota una declaració d'intencions relativa al funcionament turístic del país, posava l'accent en tres assumptes d'ordre primordial: d'entrada, la integració del territori

⁴⁶ Reglament de la Federació Catalano-Balear de Turisme. Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolors Vidal).

catalano-balear, fet que responia a una qüestió clarament estratègica (en aquells moments, Mallorca gaudia d'una competitivitat i prestigi més privilegiat que Barcelona i la resta de territori català); el segon element notori del plantejament era el fet que la Federació es constituïa fruit d'una simbiosi entre el sector públic i privat, que feia que uns i altres convergissin en els seus interessos i esforços vers uns mateixos objectius patriòtics i lucratius al mateix temps. En tercera instància, i si ens fixem en el reglament constitutiu de la nova institució, hom s'adona que l'aspecte de l'oferta bàsica d'acollida i les infraestructures d'arribada conformaven un interès clarament de primer ordre per a la nova Federació.

Tot plegat va suposar un pas endavant en matèria de turisme, era un clar intent per a replantejar la gestió turística del país, qüestió que, de fet, havia estat inexistent fins aleshores. En aquest nou plantejament s'abandonava l'interès "obsessiu" per la imatge i la propaganda que tant havia marcat la història de la Sociedad, i s'apostava per fer un reforçament real dels recursos i l'oferta bàsica del territori. Tot això obeïa a una visió més realista, probablement a causa del fet que la Federació del Turisme Catalano-Balear responia a un conglomerat d'interessos certament més ampli i representatiu. I aquest era un punt decisiu i significatiu per al canvi i evolució.

Per la seva banda, Serra Moret també es va involucrar en un Comitè de Diputats que el govern de Madrid va crear l'any 1932; l'objectiu d'aquest ens era la promoció del turisme⁴⁷. Així doncs, semblava que s'estaven activant noves possibilitats i figures en el marc de la política turística estatal, catalana i barcelonina.

A principis de febrer, Armengou publicava una nova columna a les pàgines del *Mirador* en la que se celebrava la creació de la nova entitat turística, tot ressaltant el suport prestat per la Generalitat a través del Conseller d'Economia i Treball⁴⁸. Segons Armengou, alguns dels mèrits de la nova institució tenien a veure amb la promoció general i coordinada de Catalunya i amb l'oportunitat de situar Barcelona com a lloc estratègic pels viatgers que es dirigien a Mallorca o al Migdia francès. Els avantatges de la "vida barata" podrien atreure a Catalunya la gent dels països amb moneda més elevada, augurava Armengou en el seu nou article:

Com a socialista he de sentir-me atret per una tasca com la del turisme, que té un significat internacionalista i és considerat arreu com un mitjà per intensificar i facilitar les relacions entre els pobles.

Cal encara que feu constar que el Govern de la Generalitat no pensa, almenys per ara, organitzar directament els serveis turístics de Catalunya. Aquesta feina quedarà confiada a la Federació de Turisme de Catalunya i Balears, que acaba de constituir-se espontàniament amb el concurs moral i econòmic de les entitats afectades pel turisme. Aquesta entitat en el seu règim serà autònoma i la nostra missió serà la d'intervenir-la d'una manera activa, vetllant perquè el seu funcionament s'ajusti sempre a l'alta conveniència del país. Jo celebros particularment la constitució d'aquesta Federació per haver pogut observar la confiança i l'entusiasme amb què els seus components han vingut a la Generalitat per a unir-se, sota els seus auspicis, en una obra de la més alta ciutadania.

⁴⁷ Blasco (2005) assenyala la nota que *Barcelona Atracción* (agost 1932) va publicar referent a la constitució, al Parlament Espanyol, d'un Comitè de Diputats dedicat a la promoció del turisme. Formaven part d'aquest comitè els parlamentaris catalans Ramon Nogués, Joan Esterlich i el Conseller d'Economia i Treball de la Generalitat de Catalunya, Manuel Serra Moret, que ostentava la Presidència d'Honor de la Federació de Turisme Catalano-Balear. Entre els diversos acords pactats en aquest Comitè Parlamentari, es destacava la defensa del patrimoni artístic espanyol; la crida als diputats de totes les regions per a la incorporació al Comitè; la petició que els fos concedida representació al PNT; la preparació d'un projecte de llei que regulés el turisme a Espanya.

⁴⁸ Armengou, I. "La Federació de turisme". A *Mirador*, 4 de febrer de 1932, pàg. 3.

A l'article de 4 de febrer, Armengou defensava l'autonomia del nou òrgan de gestió turística constituït recentment, del qual també n'era membre, a la vegada que en destacava el fet que era una institució vetllada directament per de la Generalitat, ja que el turisme, deia, era un assumpte d'interès ciutadà.

La Federació encarnava l'organisme que mai havia arribat a ser el Patronato Nacional de Turismo; i la Sociedad, tan avesada a sol·licitar protecció i compromís governamental, va veure amb molt bons ulls la nova Federació constituïda a Catalunya.

La vella SAF era partidària de mantenir els llaços entre Catalunya i les Balears, fins i tot un cop aprovat l'Estatut d'Autonomia de Catalunya, moment a partir del qual les qüestions administratives del nou govern separarien el principat de les illes Balears; per a la Sociedad no era possible concebre el turisme a Barcelona sense comptar amb el de Mallorca, per això opinava que un dels sentits més importants de la Federació consistia, precisament, en el foment de relacions entre Catalunya i les Balears.

A propòsit de les realitzacions i obres de la Federació, Vallès (1977) destaca que la tasca essencial d'aquest organisme va consistir en l'harmonització de relacions entre la Generalitat i les empreses, serveis i persones dedicades a la promoció del turisme de Catalunya. Cal destacar que si bé en principi la Federació va actuar pel bé conjunt del territori català i balear, el cert és que va provar de reforçar especialment les possibilitats de Barcelona com a destinació capdavantera del país.



Fulletó de Barcelona editat per la Federació de Turisme Catalano-Balear⁴⁹

⁴⁹ Col·lecció Josep Magrané Español; Dip: Cecília Magrané, (documentació cedida per Dolors Vidal).

En matèria de propaganda, sabem que la Federació convocà un concurs de cartells a finals d'aquell mateix 1932 amb la vocació expressa que cada població d'interès turístic disposés d'un cartell propi de propaganda. El jurat del concurs, tal com establia el punt 10 de les bases, estaria compost per un membre representant de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears, un representant de l'Associació de Cartellistes de Barcelona, un tècnic publicitari designat per "Publi Club", un expert en les arts gràfiques designat per la Federació i per un crític d'art designat també per la Federació.

També es té notícia del primer pla de propaganda que la institució va desplegar (les bases del qual consta que havien estat discutides amb el Comitè de Turisme de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya i amb altres elements)⁵⁰. En aquest document s'assegurava que l'oportunitat del foment turístic a Catalunya i Balears era especialment idoni, justament perquè les circumstàncies econòmiques i polítiques que mantenien una baixa cotització de la pesseta feien d'aquell moment una ocasió propícia per endegar un rigorós pla de propaganda que orientés el turisme a Catalunya i a les Balears.

Es va creure apropiat de situar el centre de la propaganda a la ciutat de París, precisament per una qüestió estratègica (circumstàncies com el veïnatge, el canvi actual dels francs i el fet de tractar-se d'un punt de confluència veritablement estratègic de turisme internacional). La situació de la propaganda de Catalunya i Balears a la ciutat de París es va prosseguir tenint en compte el conveni projectat entre Patronato Nacional de Turismo i Generalitat de Catalunya, el qual establia en un dels seus punts l'obligació de facilitar-se propaganda mútua⁵¹. Joaquim R. Peinado, que figurava com a sotsdirector de l'oficina del Patronato a París, accedí a la petició i s'hi mostrà completament receptiu.

El pla de propaganda dissenyat per la Federació incloïa, entre d'altres punts, la creació d'un diorama representatiu dels jocs d'aigua i de llum de Montjuïc a situar a l'aparador principal de l'Oficina de París, l'edició de 60.000 fascicles de Barcelona elaborats amb tipografia moderna i l'elaboració d'un cartell anunciador de les fonts de Montjuïc amb el calendari d'exhibicions (amb dibuix de J. Buigas). Consta que el Comitè de Turisme de l'Associació d'Hotelers o Similars de Catalunya acollí vivament aquest projecte i el considerà com a propi, oferint la necessària cooperació econòmica per a la seva realització immediata. A més de l'Associació d'Hotelers, el pla de propaganda també rebé el suport econòmic de companyies de ferrocarrils, sindicats d'iniciativa i altres empreses particulars⁵².

La Federació entreveia la gran importància d'organitzar festes i esdeveniments com a motius per a l'atracció turística, de manera que es va esforçar per omplir el territori de dinamisme i vitalitat, centrant-se de manera preferent en el cas de Barcelona. En un document intítulat "Festes de Tardor, Congrés i Exposició de Turisme", es declarava que més enllà de les disposicions bàsiques que un país requeria per tal d'aconseguir l'atracció turística, calia que es confeccionessin acurats plans d'esdeveniments i programes de festes a fi d'atraure l'arribada de visitants en determinades èpoques de l'any⁵³.

El senyor Nicolau, Vicepresident de la Federació, havia ideat un projecte de celebració de curses d'automòbils en el si del recinte del Parc de Montjuïc, acte que hauria de ser

⁵⁰ Pla de propaganda. Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolores Vidal).

⁵¹ Aquest punt fa referència al conveni entre Patronato Nacional de Turismo i Generalitat de Catalunya, que tal com s'exposa en aquest mateix capítol, es va fer efectiu al mes de juny de 1932 i tindria com a fruit la creació de l'Oficina de Turisme de Catalunya.

⁵² "Federación de Turismo de Cataluña y Baleares. Acuerdos importantes". *A Barcelona Atracción* (juliol 1932).

⁵³ Document "Festes Tardor, Congrés i Exposició de Turisme". Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolores Vidal).

patrocinat per les entitats Automòbil Club i Moto Club de Catalunya. Malauradament, però, ni la festa ni el conjunt d'actes que conformaven el pla ideat per Nicolau no s'acabaria realitzant, ja que un impediment de la Comissió de Parcs i Palaus de Montjuïc ho va fer impossible. Així doncs, després d'aquesta derrota, es plantejà el programa de Festes de Tardor (que programava activitats tan diverses com curses d'automòbils i bicicletes, partits internacionals de futbol, boxa, festa marítima, batalla de flors, concursos de música i dansa, congrés i exposició de turisme i hoteleria, concurs gastronòmic, entre d'altres). La importància d'aquesta celebració havia de revertir molt positivament a favor del turisme de Barcelona, Catalunya i Balears. Estava previst que en el marc de les Festes de Tardor també es portessin a terme una Assemblea i Saló de Turisme de Catalunya, Balears i València.

Cal destacar que, per la seva banda, l'Associació d'Hotelers o Similars de Catalunya també realitzava accions de promoció a través de la seva Comissió de Turisme. Entre d'altres iniciatives, van editar la revista *El viajero* i diversos materials de promoció, a més d'assumir diverses tasques relacionades amb l'atracció de visitants (Miguelsanz Arnalot, 2009).

A Barcelona, el mes de març de 1932, havia nascut una nova entitat relacionada amb el món del turisme: el Touring Club de Barcelona. La SAF va manifestar la seva alegria a través de les pàgines de *Barcelona Atracció*:

En un lujoso local de la plaza de la Universidad y con asistencia de un núcleo de distinguidas personalidades, entre las que abundaban elegantes damas y señoritas, se ha inaugurado recientemente el Touring Club de Barcelona, importante entidad que dentro de su rama especial vendrá a colaborar al turismo de nuestro país.

Nos felicitamos de la creación de este nuevo organismo, coincidente con nuestras propias finalidades y hacemos votos por la eficacia de su gestión⁵⁴.

Les pàgines del *Mirador* continuaven obsequiant el lector amb columnes dedicades al turisme; a finals del mes de març de 1932 la revista publicava l'article "Turisme", d'autoria anònima, tot i que les idees plantejades bevien de la mateixa filosofia que la promoguda per Armengou, i es pot acceptar la hipòtesi que fos ell mateix el responsable del nou article⁵⁵. En aquest escrit es feia defensa del denominat "turisme anònim" (aquell de classe mitjana), al mateix temps que s'evidenciava que, des de tres o quatre anys ençà, el turisme ja començava a ser una realitat important a Espanya; la circumstància de la baixa de la pesseta propiciava aquesta situació, alhora que destacava la idea que l'experiència del turista mantenia una relació directa amb la fama de la ciutat i del país arreu del món.

La primavera i la baixa de pesseta han portat les orenetes i els turistes. Ben mirat, el turista potser l'haurà commogut més la baixa de la pesseta que l'arribada de la primavera" (...) "Tots aquests turistes vénen a observar-nos. El moment és bastant compromès. Del que expliquin aquests turistes quan tornin a casa llur en depèn en gran part el nostre crèdit. Hi ha tantes senyores mòmies angleses i americanes que estan convençudes que Espanya ha perdut el prestigi i sumptuària d'ençà que n'hem tret el rei! La realitat els demostrarà que no ens barallem a trets amb la guàrdia civil i que els tarongers no fan bombes.

Al mes de maig de 1932, el *Mirador* publicava una nova columna d'opinió que feia referència a la gestió política del turisme de Catalunya i de Barcelona; l'article, de 5 de

⁵⁴ *Barcelona Atracció* (març 1932). Per ara, es desconeix quina va ser la veritable tasca del Touring Club de Barcelona, tot i que es pot deduir que la seva existència degué ser discreta i especialment dedicada a vetllar pels interessos d'aquells barcelonins que practicaven el turisme.

⁵⁵ "Turisme". A *Mirador*, 31 de març de 1932, pàg. 1.

maig de 1932, responia a les sigles d'M. B., i portava per títol: "Barcelona, camí de Mallorca"⁵⁶. S'auguraven canvis positius en matèria de gestió turística catalana i es pressentien renovades oportunitats; però tot i les esperances que s'advertien, l'autor no s'estalviava una dura crítica a la situació turística que en aquells moments existia a Catalunya i a Barcelona; la mala gestió del turisme, feia saber, era la culpable del fet que els turistes francesos que passaven les vacances a Mallorca partissin del port de Marsella i no del de Barcelona; al mateix temps, l'articulista lamentava la mala imatge que l'estranger tenia d'Espanya, i aprofitava per atribuir culpes directes d'aquest fet al discurs efectuat per Radio París, que predicava una mala fama del conjunt espanyol. L'eufòria pels canvis que ja s'estaven produint en el panorama de Catalunya, conjuntament amb els nous projectes que es començaven a realitzar, no es podia dissimular en aquest breu escrit, que conclouia amb les següents paraules: "Afortunadament, la Generalitat es preocupa del nostre turisme. Se n'ha encarregat en Serra i Moret. El nom és una garantia".

El cas és que des de Barcelona es continuava reclamant més protagonisme turístic a la capital catalana. Barcelona s'estava fent gran: la seva població augmentava, en aquells moments ja comptava amb més d'un milió d'habitants.

L'arribada de la República havia atorgat vida i inquietud a la ciutat, confirmava *La Publicitat* a mitjans de maig del 32; la nova dinàmica social havia contribuït a l'increment de la seva vida turística⁵⁷. Aquest article realitzava una aproximació ideològica al fenomen del turisme, que entenia i defensava com una manifestació d'amor a la pròpia terra i un noble afany per a donar-la a conèixer a l'estranger. Segons l'article, el turisme permetia a l'estranger conèixer les belleses i el civisme dels habitants de la terra que visitava, mentre que, d'altra banda, també significava un nou camp per despertar les indústries del país. La ciutat de Barcelona era coneguda per l'estranger pel mer fet de ser camí de pas a Mallorca, més que no pas pels seus atractius, assegurava *La Publicitat*. Així mateix, es realitzava, una vegada més, una crítica a l'actuació del Patronato, un organisme creat en el context de les exposicions de Barcelona i Sevilla que mai no havia comptat amb el recolzament real dels sindicats d'iniciativa, alhora que se celebrava, també una vegada més, la recent creació de la Federació de Turisme Catalano-Balear.

Segons *La Publicitat*, l'estratègia de vincular el principat amb les Balears esdevenia una oportunitat important per a reforçar el desenvolupament del turisme a Barcelona, en la mesura que Barcelona era el port que comunicava amb les illes, i per tant, lloc de pas obligat pels estrangers que s'hi dirigien.

Tot plegat constata que, a Barcelona, hi havia inquietuds i necessitats de canvi, sobretot en el marc de noves expectatives, idees i polítiques públiques en relació al turisme.

L'Oficina de Turisme de Catalunya, per un projecte de país

Al mes de juny de 1932, just al cap de poc temps d'haver estat creada la Federació del Turisme Catalano-Balear, va néixer una de les institucions turístiques més emblemàtiques del període republicà: l'Oficina de Turisme de Catalunya⁵⁸, organisme que, des del primer moment, va estar dirigit per Ignasi Armengou Torra.

L'Oficina es creava fruit de la confiança i aposta d'alguns polítics de la Generalitat encapçalats per Manuel Serra Moret, que van creure en la conveniència d'una gestió

⁵⁶ M. B. "Barcelona, camí de Mallorca". A *Mirador*, dijous 5 de maig de 1932, pàg. 1.

⁵⁷ "El turisme i la República". A *La Publicitat*, 11 de maig de 1932, pàg. 9.

⁵⁸ OTC.

pública i autònoma del turisme català. Es constituïa uns temps abans de l'aprovació de l'estatut d'autonomia; fins i tot, uns temps abans que es comencessin a realitzar els primers traspassos de l'Estat a la Generalitat restaurada.

Segons Vallès (1977), el naixement de la gestió turística autònoma catalana s'explicava per una visió de realitat que Catalunya va assumir davant la manca d'interès del govern de Madrid, a causa, sobretot, de les vacil·lacions del PNT durant els primers temps republicans i de la necessitat de definir una política pública pròpia de gestió turística. Així mateix ho confirma Montaner Montejano (1997), segons el qual la Generalitat de Catalunya va reaccionar ràpidament per tal d'afrontar l'actitud escèptica i la postura vacil·lant que mantenia el govern central respecte l'assumpte turístic.

El dia 1 de juny de 1932, el Patronato Nacional de Turismo i la Generalitat de Catalunya signaven un conveni a partir del qual se cedia a Catalunya l'organització turística del país. El Conseller d'Economia i Treball de la nova Generalitat, Serra Moret, i el President del PNT, Enrique Ramos Ramos, signaven el pacte de traspàs de responsabilitats a Madrid.

Un total de 10 bases confiaven l'autonomia en la gestió turística catalana: la primera establí que "El Patronato Nacional de Turismo confiere su representación a la Generalidad de Cataluña para la organización y desarrollo del turismo en Cataluña". La segona base disposava que la Generalitat de Catalunya gaudiria d'una àmplia autonomia en la gestió turística mantenint, això sí, un contacte necessari amb el PNT per tal de garantir la cooperació. La tercera base deia que la Generalitat de Catalunya assumiria les despeses de l'organització relativa als serveis de propaganda turística, mentre que el PNT assumiria la despesa i la responsabilitat de difusió d'aquest material turístic de Catalunya a l'estranger; al mateix temps, s'acordava que la Generalitat hauria d'assumir les despeses i responsabilitats relatives a la distribució del material propagandístic de la resta d'Espanya proporcionat pel PNT al territori català. La base quarta del conveni garantia l'intercanvi gratuït de material propagandístic entre ambdós organismes, al mateix temps que el PNT es comprometia a millorar, en la mesura de les possibilitats de cada moment, les seves edicions de propaganda relativa a ciutats i monuments de Catalunya. La cinquena base declarava el compromís que en totes les oficines de turisme espanyoles, incloses les de Catalunya, seria facilitada informació verbal, escrita o impresa, segons els casos, de tot el territori nacional. La base sisena del conveni comprometia a ambdós organismes a l'intercanvi d'informació necessària per a la bona marxa del servei en general. La base setena establí que ni el PNT ni la Generalitat haurien de pagar-se res amb motiu de qualsevol organització o treball que es realitzés a l'estranger, sempre i quan es tractés d'una labor que pogués beneficiar la totalitat d'Espanya. La base vuitena, de tipus organitzatiu, postulava que el PNT i la Generalitat es podien sol·licitar, mútuament, representacions en els propis organismes. La penúltima de les disposicions del conveni, la base número nou, declarava que el PNT cedia en usdefruit a la Generalitat les seves actuals oficines (Portbou, La Jonquera, Puigcerdà, Girona, Barcelona i Tarragona) amb totes les instal·lacions corresponents. La base novena del conveni incloïa l'apunt que les oficines de la Generalitat havien de disposar de personal capacitada per oferir tota classe d'informacions en castellà. La desena i darrera base responsabilitzava al PNT de procurar un intèrpret informador amb sou anual de cinc mil pessetes a les oficines de Portbou, La Jonquera, Puigcerdà i Barcelona; a partir de l'entrada en vigor de l'estatut de Catalunya els intèrprets quedarien a disposició de la Generalitat o del PNT segons un nou acord conforme a les disposicions estatutàries relatives al règim econòmic⁵⁹.

⁵⁹ Existeixen dos exemplars del conveni de 1932: "Patronato Nacional de Turismo CONVENI amb la Generalitat de Catalunya". Departament de Finances. Any 1934. Dins *Caixa MA 785 Expedient núm. 8 del Govern de la Generalitat de Catalunya*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona. / Fons 1

Allà on en el document de Madrid hi deia “delega”, el text de Barcelona va traduir “traspasa” (Farreras, 1973; Lavaur, 1980). El cas és que la Generalitat no va perdre el temps a l'hora de portar a la pràctica els acords pels quals es conferia certa autonomia al projecte turístic de Catalunya.

A 6 de juny de 1932, quan no feia ni una setmana que s'havia firmat el conveni a Madrid, el Consell Executiu de la Generalitat, a proposta del Conseller d'Economia i Treball, acordava i adoptava una sèrie d'acords relatius a les competències dels serveis i oficines de turisme cedides en usdefruit pel PNT. En aquesta sessió s'acordava que Ignasi Armengou seria el director dels serveis de les oficines turístiques, que en el seu conjunt passaven a denominar-se Oficina de Turisme de Catalunya (Montaner Montejano, 1997). El conveni inicial sofrí retocs i puntualitzacions posteriors que no van afectar ni canviar substancialment el seu esperit; l'OTC va viure durant quatre anys; es dissolia l'any 36⁶⁰.

Al llarg d'aquests temps, el Departament de Govern de la Generalitat al qual s'adscrivia l'OTC canvià; en una primera etapa, l'OTC va pertànyer al Departament d'Economia i Treball, però just a l'any 1933, l'Oficina passà a formar part del Departament d'Economia i Agricultura, que estava a mans del Conseller Joan Comorera. Aquesta Conselleria, que comptava amb els negociats d'Agricultura, Comerç i Indústria, va encabir els afers de turisme a la branca de Comerç. L'any 1935 novament es reubicava l'OTC en un altre Departament de la Generalitat, concretament al d'Obres Públiques, el Conseller del qual va ser Vallès Pujals. Lògicament, les relacions que Armengou va mantenir amb les diverses conselleries per les quals va balancejar el turisme van ser substancialment diferents, fins al punt que, en l'últim cas, va perdre el protagonisme de l'escena de la gestió turística del país⁶¹.

L'oficina central de l'OTC quedava ubicada a Gran Via de les Corts Catalanes número 658, el mateix local utilitzat anteriorment pel Patronato Nacional. A més de la seu a Barcelona, l'OTC es va fer càrrec d'un seguit d'oficines disperses arreu del territori català, les quals també havien estat transferides de l'estat central a la nova Generalitat.



Oficina de l'OTC a Puigcerdà⁶²

Generalitat de Catalunya (II República), Caixa 117, carpeta fons 1, codi 3755, descripció: documentació relativa a Turisme. Unitat número 117). Arxiu Nacional de Catalunya.

⁶⁰ Documentació dins Lligall OPP-5135. Arxiu Històric Diputació de Barcelona.

⁶¹ Veure capítol: 1935 i 1936, últims temps.

⁶² Arxiu Nacional de Catalunya.

Pel que fa el personal treballador, l'Oficina de Turisme de Catalunya va estar integrada per les següents figures: Ignasi Armengou Torra, cap de serveis⁶³; Josepa Martí Tarral, auxiliar primera; Antoni Farreras Pau, auxiliar primer⁶⁴; Josep M. Guimet Valls, auxiliar segon; Alfred Pla Lluís, auxiliar segon; Ramon Mussoles Cases, auxiliar segon; Miguel Santacana Vidal, auxiliar segon; Joan Lliteres Cursach, intèrpret auxiliar segon; Enric Moneu Noguera, dibuixant auxiliar segon; Lutgard Lopez Hecquard, intèrpret; Manuel Besa Negre, intèrpret delegat a Puigcerdà; Josep Gavanyac Porta, intèrpret auxiliar a Puigcerdà; Joan Muñoz Muñoz, intèrpret a La Jonquera; Gregori Montes Garcia, intèrpret a Portbou; Miquel Bosch Pagès, intèrpret a Tarragona. La reduïda plantilla va haver de fer front a la parsimònia amb què actuava l'administració central; tot plegat va fer complicar els esforços del nou organisme, les dotacions pressupostàries del qual van ser realment minses durant els seus 4 anys de vida. Montejano Montejano (1997) recorda que només 105.400 pessetes havien estat destinades per a l'OTC durant l'any 1933, quantitat irrisòria que va limitar la seva actuació. Malgrat els seus pocs cabals i una plantilla reduïdíssima, a parer de Vallès (1977) l'Oficina desenvolupà una tasca de remarcable eficiència, sobretot pel que fa a la publicació de guies, cartells i altres materials de propaganda.

El mèrit i esforç més considerable que desenvolupà l'OTC tingué a veure amb la seva tasca propagandística, que tot i que no va ser quantitativament molt significativa, sí que aconseguí una considerable difusió a l'estranger i una originalitat important en els seus materials. En totes les seves publicacions l'OTC havia de fer constar que obrava com a representant del Patronato, però no es té constància del rigor seguit en aquest aspecte.

Segons Farreras (1973), l'OTC va publicar tres guies: la guia *Autoòmnibus de Catalunya. Horaris. Tarifes. Itineraris. Gener-abril 1934*, la *Guia d'Hotels de Catalunya* i la *Guia Turística de Catalunya*, aquesta darrera enllestida l'any 1936, raó per la qual no va poder circular. A més, a mans de l'OTC també es van editar alguns tríptics sobre llocs específics de Catalunya, com el de la Costa Brava, el Pirineu Català, Montserrat, Sitges i Tarragona. Malauradament, i segons ens fa saber Farreras (1973), aquests fulletons tampoc no van arribar a circular mai⁶⁵.

Una de les publicacions més interessants de l'Oficina va ser precisament el llibre *Autoòmnibus de Catalunya. Horaris - Tarifes - Itineraris. Gener - Abril 1934*, que amb un total de 197 pàgines, pretenia ser una mena de guia informativa i pràctica sobre les possibilitats i rutes turístiques del país. Del fet que incorporés publicitat en les seves pàgines se'n pot deduir que va estar, almenys en part, finançada per la indústria privada.

⁶³ Entre els diversos aparells pels quals va circular Armengou Torra, consta que va ser Secretari del Consell de Comerç, Banca i Turisme del Govern de la Generalitat.

⁶⁴ Autor del llibre *El Turisme a Catalunya: del 1931 al 1936* publicat l'any 1973.

⁶⁵ "Pressupost per a una campanya de propaganda turística de Catalunya". Dins *Carpeta fons 1, codi 3755, descripció: documentació relativa a Turisme. Unitat número: 117 / Fons 1. Generalitat de Catalunya (II República) caixa 117*. Arxiu Nacional de Catalunya. Es tracta d'un document sense autoria ni data; de totes maneres, es pot deduir que pertanyia a l'organisme l'OTC, ja que en la seva previsió de propaganda es detallava l'edició d'una *Guia turística de Catalunya*. El Pressupost, a més, contemplava l'edició de fulletons, mida 44 x 42 cm, impresos a dues cares en gravat al buit i escrits en tres idiomes dels següents indrets: Pirineu Català (Puigcerdà, Camprodon, Vall d'Aran, Seu d'Urgell, Ribes, Ripoll); Costa Brava; Girona i les seves comarques; Barcelona amb plànol; Barcelona (Sitges, Montserrat, Maresme); Lleida i Pallars; A Mallorca per Barcelona; Tarragona (Poblet i Santes Creus); Vic, el Montseny i les Guillaries; els camins de Catalunya (fulletó de 24 planes, itineraris); mapa de Catalunya. Els següents cartells: Catalunya (dibuix, premi a oferir en el Concurs convocat per la Federació de Turisme de Catalunya i Balears concedida per la Generalitat de Catalunya la quantitat de 3000 pessetes per l'edició); Barcelona, dibuix; altres cartells. I, finalment, es pressupostava l'edició de la ja esmentada Guia Turística de Catalunya (hotels, comunicacions per ferrocarril i carretera. Esports, calendari turístic, etc., etc.). El total de la campanya pressupostada, que preveia l'edició d'un total de 615.000 exemplars, sumava 117.000 pessetes.

Un total de quatre grans capítols estructuraven el llibre: índex alfabètic de poblacions; horaris, tarifes i itineraris de línies; regles aplicables al servei de transport de viatgers per carretera; itineraris turístics per Catalunya. En aquesta guia s'informava el visitant dels horaris, tarifes i itineraris de les línies d'autobusos, es relacionaven alfabèticament una sèrie de poblacions, s'informava de les regles aplicables als serveis de transports de viatgers per carretera i es descrivien itineraris turístics d'arreu del territori català. Entre els diversos indrets recomanats de manera especial, hi constaven el Monestir de Poblet, Monestir de Santes Creus, Manresa, Vic, Solsona, Girona, Besalú, Olot, Ripoll, Tossa, Cap de Sant Sebastià, Sant Feliu de Guíxols, Port de la Selva, Sant Pere de Roda, Calella o Llafranc entre d'altres poblacions o paisatges. La descripció d'aquestes indrets es feia posant especial atenció en el seu aspecte monumental, històric i climàtic, i en alguns casos es destacava de manera especial el valor paisatgístic de l'entorn. Les informacions pràctiques dels llocs de sortida, horaris i tarifes dels busos que connectaven els diversos indrets suggerits conformaven un aspecte central de la publicació, que es pretenia eminentment pràctica i ordenada. Barcelona, en canvi, no apareixia ressaltada com a punt d'interès turístic.

A la portada d'aquesta edició, sota el títol *OTC representació del PNT*, s'hi detallaven sis punts relatius als serveis oferts per l'Oficina (informació general, propaganda, publicacions, Servei especial de recepció de viatgers als molls, estacions i fronteres, reclamacions i agències d'informació).

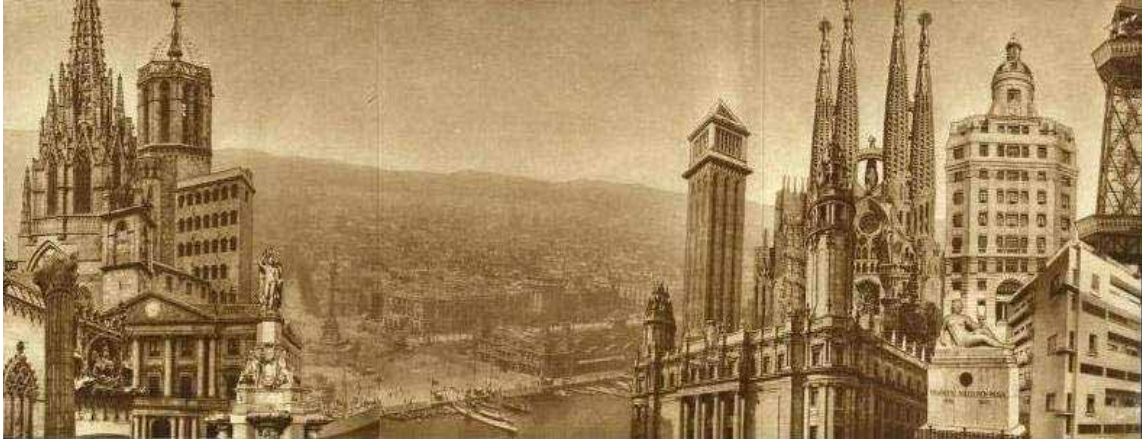
Un article titulat "L'obra de l'OTC. La propaganda turística", de Juan Cortes Vidal i publicat al setmanari *Mirador*, elogiava la incipient però digna propaganda desenvolupada per l'Oficina, al mateix temps que es criticava el tipus de propaganda que fins aleshores s'havia efectuat a nivell de Catalunya⁶⁶. L'articulista destacava de manera especial la creació de l'artista Enric Moneny, responsable de la part gràfica de la propaganda de l'Oficina, per la creació de cartells simples, vistosos i tan persuasius. De fet, i d'acord amb Vidal (2005), la creació i difusió de cartells va constituir una aportació molt significativa de l'OTC en la construcció de la imatge turística del país.

L'intercanvi de material propagandístic, tal com s'establia a les bases del conveni entre Patronato i Generalitat, va conformar una acció important de l'Oficina de Turisme de Catalunya, que va vetllar per a la difusió de la imatge de Catalunya tant a dins com a fora del país⁶⁷. Els valors paisatgístics i artístics, els elements rurals i les referències al món urbà i cosmopolita, conformaven eixos bàsics de la imatge turística del país; a més, el disseny modern i novador de la nova representació turística demostrava que el canvi era evident.

En aquest marc, Barcelona se situava com la capital dinàmica i moderna del territori català, el punt de confluències i centre turístic de referència del conjunt del país. En aquesta línia, l'aposta era absolutament coincident amb l'estratègia de la Sociedad, que com sabem, sempre va defensar la centralitat turística de Barcelona. Tot i així, la SAF mai no va difondre una imatge tan avantguardista com la de l'OTC, que va ser, certament, més moderna i atrevida.

⁶⁶ Cortès Vidal J. "L'obra de l'OTC. La propaganda turística". A *El Mirador*, any VI, núm. 281, Barcelona, dijous 21 de juny de 1934.

⁶⁷ A l'Arxiu Històric de Palafrugell es conserven cartes i telegrams que l'OTC havia enviat i rebut relatives a gestions de propaganda (per exemple, enviament de fotografies i negatius de paisatges). Aquest conjunt de documentació és prova de les relacions que mantenia amb les poblacions turístiques del país (documentació cedida per Dolors Vidal).



Fulletó de Barcelona editat per l'Oficina de Turisme de Catalunya



Fulletó de Barcelona editat per l'Oficina de Turisme de Catalunya

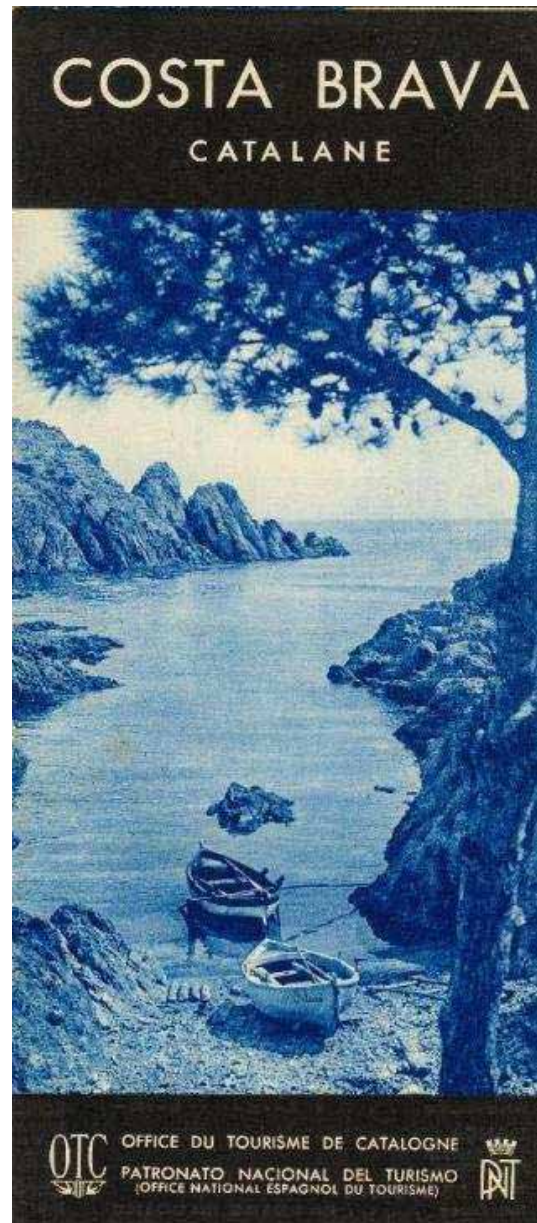


Fulletó de Barcelona editat per l'Oficina de Turisme de Catalunya⁶⁸

A part de l'obra propagandística, l'Oficina de Turisme de Catalunya també s'esforçà en l'organització de serveis d'informació i en el foment i organització de visites de congressistes de Barcelona; a més, consta que l'Oficina també va presenciar i formar part

⁶⁸ Documentació cedida per Dolors Vidal.

de fires i certàmens estrangers i catalans dedicats a la promoció del turisme català. La varietat d'accions i de propòsits delatava una clara preocupació i una visió àmplia sobre el fenomen del turisme.



Fulletó editat per l'OTC i el PNT (Costa Brava)⁶⁹

L'arribada de grans vaixells va constituir una de les motivacions principals de l'obra de l'OTC, i tot i que les dificultats i males condicions del Port persistien, l'esforç de l'Oficina va ser almenys moralment recompensat en l'ocasió en què el vicecònsol italià va dirigir una carta al Conseller d'Economia i Agricultura de la Generalitat tot felicitant-lo pels bons serveis prestats per part de l'oficina instal·lada al Port de Barcelona. En aquesta carta el vicecònsol italià deixava clar que la tasca dels empleats de l'Oficina de Turisme en la seva missió de recepció de turistes al Port de Barcelona era més que eficient.

L'OTC dels primers temps, gestionada a mans del tàndem Serra Moret i Ignasi Armengou, s'amarava d'un discurs totalment defensor de la gestió pública, decidida a potenciar el

⁶⁹ Documentació cedida per Dolors Vidal.

creixement turístic del país i prestant un clar suport a la tasca de la Federació del Turisme Catalano-Balear.

L'ideal de l'OTC passava per omplir el país d'una classe turística popular, convertint els recursos i atractius en propietats assequibles per un públic ampli, lògicament menys selecte d'aquell esperat per la Sociedad de Atracción. Aquesta divergència de criteris i de tècnica, que tenia a veure amb raons purament ideològiques, va allunyar l'OTC i la SAF, que si bé van saber coexistir, no van aprofundir en les seves relacions⁷⁰. Cal recordar que la SAF havia reclamat ja des dels seus inicis una estructura política oficial que donés cobertura i gestió al turisme; tanmateix, no hi ha cap prova que ambdós organismes cooperessin o actuessin continuadament en una mateixa línia de treball, més enllà d'alguna qüestió puntual. La revista *Barcelona Atracción* mai no dedicà cap reportatge o nota informativa reforçant la tasca de l'Oficina de Turisme de Catalunya, de la mateixa manera que *Barcelona Atracción* mai no s'esmerçà en defensar la nova Generalitat catalana.

Amb tot, el model de gestió turística assumit per l'Oficina de Turisme de Catalunya contrastava radicalment amb el del Patronato Nacional de Turismo, especialment perquè a Catalunya, com destaca Miguelsanz Arnalot (2009), el model de gestió era més àgil, professional, participatiu i operatiu, malgrat la manca de personal i de pressupostos que el va limitar. Finalment, i d'acord amb Miguelsanz Arnalot, no es pot passar per alt que el turisme va mantenir una categoria o interès polític relatiu, i que en el fons no deixava de ser tractat com un sector força marginal, tot i els esforços i conviccions amb els quals l'assumiren els seus agents responsables més directes.

Dècades més tard, en el marc del Congrés de Cultura Catalana de l'any 1978, es reconeixia que l'Oficina de Turisme de Catalunya s'havia convertit en signe i model de l'autonomia catalana del sector: els turistes estrangers sabien que venien a Catalunya, i podien veure que aquest era un lloc diferenciat de l'estat⁷¹.

⁷⁰ Serra Moret i Mariano Rubió havien intercanviat alguna carta a principis de 1932, un temps abans de la constitució de la Federació de Turisme.

⁷¹ *Congrés de Cultura Catalana: Resolucions II: Àmbit del turisme*, 1978. Barcelona, pàg. 173.

El tribut d'Antoni Muntanyola al govern republicà

A la primavera de l'any 1932 es publicava l'obra *Organització turística de Catalunya* d'Antoni Muntanyola, que va representar tot un tribut al govern republicà. Muntanyola estava lligat al món intel·lectual i al catolicisme (Casassas, 1999), i el seu llibre, segons Vidal (2005), estava dedicat a la Generalitat republicana a manera de contribució patriòtica.

El llibre de Muntanyola es publicava un temps després d'haver estat creada la Federació del Turisme Catalano-Balear i uns mesos abans de la constitució de l'Oficina de Turisme de Catalunya.

La publicació, l'estructura i els objectius de l'obra d'Antoni Muntanyola

A finals de l'any 1931, el diari *La Veu de Catalunya* es feia ressò d'una conferència que havia estat pronunciada per Antoni Muntanyola en el context del Centre Excursionista de Catalunya; a més d'encoratjar el treball del CEC a favor d'un turisme actiu, en aquesta ponència Muntanyola va avançar algunes de les idees que ben aviat es publicarien a *Organització turística de Catalunya*⁷².

Muntanyola va utilitzar un símil curiós per explicar el funcionament del turisme: el d'un organisme viu amb funcions pròpies i específiques, l'estructura de les quals permetia donar vida a l'organisme en qüestió. Muntanyola estava convençut que tot allò que s'havia de fer en matèria de turisme a Catalunya s'havia de fer amb entusiasme i sense perdre de vista els requisits bàsics dels diners i l'energia humana. Seguint aquesta lògica, Muntanyola creia que per tal que el govern català aportés diners al projecte de foment turístic calia plantejar-li, prèviament, una organització nodrida a base d'energia humana. L'organisme que hauria de regir el turisme a Catalunya, assegurava Muntanyola en el marc de la conferència al CEC, havia de disposar d'òrgans acoblats els uns als altres, alhora que cadascun d'aquests hauria d'executar una funció específica i particular; l'acció i l'eficàcia de l'organisme turístic, doncs, dependrien únicament de l'eficiència de cada òrgan en concret. Aquests eren, doncs, alguns dels aspectes bàsics de la filosofia de partida d'Antoni Muntanyola, de formació ideològica socialista i republicana.

Al mes d'abril de 1932, l'editorial Arts Gràfiques L'Estampa publicava el llibre *Organització turística de Catalunya*, de Muntanyola⁷³: incloïa un pròleg firmat per ell mateix i una fitxa bibliogràfica amb referències francòfones, angleses, italianes i castellaneres⁷⁴. Tres grans capítols, que comptaven amb diversos apartats en el seu interior, estructuraven el llibre: Generalitats i antecedents; organitzacions en els diferents països; Catalunya. Els textos s'acompanyaven de plànols o esquemes diversos, i no hi ha dubte que Muntanyola va fer

⁷² Muntanyola, A. "La futura organització turística de Catalunya i el Centre Excursionista". Conferència. A *La Veu de Catalunya*, 16 de desembre de 1931.

⁷³ Muntanyola, A. (2004) [1932] *Organització turística de Catalunya*. Barcelona: Turisme de Barcelona, 2004. Facsímil de l'edició: Barcelona: Arts Gràfiques L'Estampa, 1932.

⁷⁴ En una breu introducció a la bibliografia, es feia menció de l'escassetat d'obres de caràcter tècnic i econòmic relacionades amb el turisme, alhora que matisava l'ús de fulletons, revistes, anuals i preceptes de legislacions i altres materials com a fonts importants per al coneixement.

un notable esforç intel·lectual i de recollida d'informació i de dades en general. El llibre tenia més de 200 pàgines.

La primera part de l'obra es dedicava a l'exposició d'una sèrie de generalitats, consideracions i antecedents que havien d'interessar especialment als no iniciats en el tema turístic; seguidament, en un segon gran apartat, es comentaven les fórmules organitzatives del turisme existents a d'altres països. Segons Vidal (2005), es tractava d'un discurs que passava per analitzar el fenomen en clau europea per després crear un marc útil per a Catalunya; efectivament, l'exemple d'altres països servia a Muntanyola com a guia per reflexionar sobre les conveniències del cas català⁷⁵. Finalment, en la darrera part del llibre, Muntanyola dedicava una reflexió a la fórmula concreta que havia de regir l'organització turística de Catalunya.

El llibre *Organització turística de Catalunya* constituïa una clara aposta a favor d'un plantejament turístic autònom, públic, català i fomentat en criteris tècnics i patriòtics. Es tractava d'un llibre que, tal com declarava el seu pròleg, no pretenia analitzar mètodes, sistemes, fires ni projectes d'atracció, sinó que pretenia parlar d'organització turística en un sentit tècnic, la qual cosa implicava la coordinació i articulació dels elements vius de treball (l'ús del símil d'un organisme viu era recurrent en el pensament de Muntanyola). Les pretensions de l'obra de Muntanyola eren les d'estudiar les directius sobre les quals s'havia de moure la iniciativa privada i les accions de govern necessàries per a portar a terme l'endrecament general i la industrialització indispensables del país. Les bases de l'organització del turisme es trobaven en la confluència entre el sector públic i privat, defensava aferrissadament l'autor.

Més enllà de definir el mètode i la fórmula d'estructuració de la indústria turística, de defensar-ne les propietats i al·legar-ne responsabilitats i compromisos polítics, el llibre *Organització turística de Catalunya* recollia, de manera sistematitzada, els recursos del territori que gaudien de possibilitats turístiques, que es classificaven segons preferències i motivacions dels turistes. Tot plegat, evidenciava una voluntat integradora del territori en el qual cada element i recurs es destacava pel seu valor natural, per les seves possibilitats i per la seva pertinença a una totalitat turística. Un altre dels elements destacats de l'obra de Muntanyola era la consideració estratègica del fet turístic, que concebia com un element dinamitzador de l'economia del país i de la seva població.

Amb aquestes premisses de partida, Muntanyola va proposar un model de gestió turística innovador, realista, modern i europeu, i és per aquests motius que la seva obra pot ser considerada com una aportació ideològica important en la història del turisme a Catalunya.

El prestigi d'un lloc tenia a veure amb el seu èxit turístic

La premissa bàsica que va argumentar Muntanyola en el seu llibre passava per la clara convicció que el prestigi d'un territori estava completament associat al seu prestigi turístic. El turisme era font de riquesa natural de qualsevol país, però un brollador encara inexplorat a Catalunya, apuntava l'autor. Els beneficis que aportava l'anomenada indústria

⁷⁵ Muntanyola també al·ludia al conjunt del territori espanyol. Les dimensions de l'organització turística que es plantegen a l'estudi de Muntanyola, per efecte de l'Estatut d'Autonomia, es referien exclusivament al territori de Catalunya, tot i que l'autor afirmava que tant des del punt de vista material com espiritual, el turisme de Catalunya estava lligat amb la conveniència econòmica i social de les altres terres d'Espanya, sobretot les de parla catalana i de manera més concreta amb Mallorca (pròleg).

podien repercutir en dues línies: “tant pel que ateny al progrés econòmic que la intensificació d’aquesta afluença hauria de reportar a la nostra terra, com pel que es refereix al prestigi social i polític que s’esdevindria per raó d’aquesta realitat de caràcter internacional” (Muntanyola, 2004 [1932]: Pròleg).

El turisme era una necessitat natural de les persones i dels territoris, ahora que conformava un interès col·lectiu

El turisme constituïa una necessitat natural de les persones, afirmava Muntanyola. En aquest sentit no dubtava en qualificar el turisme com una qüestió també natural als territoris de recepció:

El turisme és practicat des dels temps més remots, per imperatius de salut, per esperit religiós, per interès d’estudi i pel plaer de contemplar tot allò que existeix de monumental, d’exòtic, de pintoresc. Modernament, per efecte de la difusió cultural i pels nous mitjans de comunicació, són tantes les forces motores d’aquest esport universal, que la seva pràctica ha vingut a generalitzar-se com a necessitat de l’esperit i d’equilibri, principalment, per a aquells que viuen dintre del cos trepidant de les grans ciutats. Així, el turisme, pot dir-se que ha esdevingut també costum, i afecta avui en major o menor escala la majoria de països del món, tot determinant un continuat bescanvi d’habitants d’uns pobles amb els altres.

Aquest trasbals de població, considerat en general, exigeix avui a tot poble civilitzat un mínim muntatge per a la recepció del foraster.

(...).

En aquest sentit, tota obra per a la promoció turística ha d’ésser orientada, no solament a procurar que el nombre de forasters augmenti i demori el major temps possible en un lloc o damunt un objectiu determinat, sinó, també, a fer que aquest objectiu posseeixi les condicions indispensables per a rebre’l, atendre’l i retenir-lo (Muntanyola, 2004 [1932]: 17-18).

Per tot això, Muntanyola considerava l’obra pro-turisme com a fruit d’una ambició col·lectiva i profundament patriòtica. A més, escrivia l’autor, la influència econòmica del turisme a la balança comercial dels països suposava un argument essencial que requeria tractar-lo com a fenomen d’ordre econòmic.

El turisme, en efecte, quan és extern (o internacional), ve a representar una *exportació interna*, perquè la mercaderia bescanviada pel diner estranger no és riquesa que surt, sinó riquesa que es consumeix dintre del mateix país. Així la moneda que esmerça el turista ve a representar, per al país que a cobra, un títol o capacitat de compra per adquirir en el dia de demà, riquesa en el país d’on el turista procedeix (Muntanyola, 2004 [1932]: 22).

Mentre que l’estat rebia beneficis indirectes de la indústria turística, el sectors hotelers, els restauradors, les companyies de transport i d’oci, també els muntatges d’esport i tota aquella varietat d’indústries de temporada que complementaven els al·licients de les estacions climatològiques i del termalisme, es beneficiarien de la indústria del turisme. D’una indústria, especificava Muntanyola, de la que també en formaven part una munió de petites indústries productores d’objectes típics, recordatoris, vistes fotogràfiques, ceràmica, vidre, ferro, entre d’altres. Igualment, l’activitat comercial lligada al turisme, com ara les agències de viatges, també es beneficiava del desenvolupament turístic del país. Semblava clar que la repercussió econòmica del fenomen era àmplia, suficientment dispersa i transversal en tot el territori de recepció.

La importància de crear un organisme públic de gestió turística amb la implicació de l'estat i sector privat, i la possibilitat d'una taxa turística

Muntanyola assumia que l'organització turística d'un país havia de comptar amb la necessària implicació dels seus sectors públic i privat, acceptant que tan sols una adequada articulació de totes les forces podia garantir un desenvolupament turístic ple i eficient. La raó d'aquesta convicció tenia a veure, novament, amb la idea de l'organisme viu, en el qual cada part complia una funció i la bona marxa del sistema general depenia de l'adequada organització i cooperació de les parts. En aquest sentit, defensava Muntanyola, l'organització turística s'havia de regir per un principi d'adaptació a la realitat.

Una de les principals insistències de la seva obra radicava en la necessitat que la promoció turística es veiés ben dotada de legislacions municipals, forestals, d'obres públiques o de conservació de monuments adequades: la implicació estatal, doncs, havia de constituir un puntal indispensable⁷⁶.

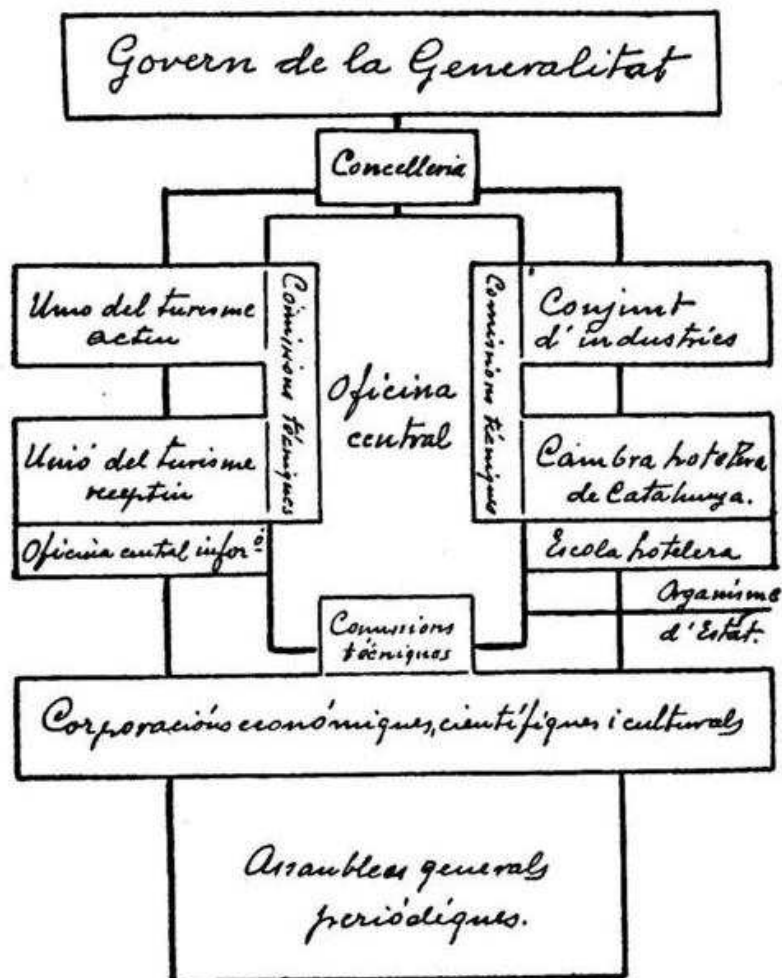
Segons Muntanyola, les comunicacions i els transports, l'aviació i les línies d'atracció en general, l'hostaleria, l'empreses urbanitzadores i les agències de viatges calia que cooperessin a favor del desenvolupament turístic de Catalunya; també l'empresariat i l'àmbit acadèmic formaven part de l'estructura orgànica que havia d'organitzar el desenvolupament turístic, opinava l'autor. Si bé no entrava de ple a definir quines competències concretes pertocaven als diferents àmbits públic i privat, cal recalcar la importància respecte la visió de participació conjunta d'ambdós sectors en l'organització turística del país. Tot un vell debat a Catalunya, recorda Vidal (2005).

El poder públic s'havia de preocupar d'annexar les organitzacions existents, ja que solsament l'administració disposava de la força econòmica i del prestigi per lligar i coordinar els serveis, empreses i organitzacions interessades en el turisme. L'articulació de tots aquests elements, i tots plegats amb el nexa comú del govern, havien de funcionar talment com un organisme, sostenia Muntanyola.

També la ciutadania, òbviament, formava part de l'engranatge d'una organització turística eficient; de fet, Muntanyola assegurava que l'atenció que havien de prestar corporacions, ciutadans i empreses vers el turisme responia a una qüestió d'actitud: i aquesta actitud, assegurava l'autor, no es podia adoptar si prèviament no se sentia l'egoisme pel desenvolupament turístic.

El turisme constituïa una obra de dignitat i de patriotisme col·lectiu, i segons Muntanyola era un error el fet de creure que per al seu desenvolupament tan sols es necessitaven diners; també calia "l'escalf benefactor del patriotisme" (Muntanyola, 2004 [1932]: Pròleg). A partir d'aquest disseny s'esquematzava l'organització turística que Muntanyola ideà:

⁷⁶ Muntanyola recordava els casos d'Itàlia, França, Bulgària, Dinamarca, Romania, Bèlgica, Alemanya, Suïssa o Letònia, demostrant com els països moderns organitzaven les seves associacions respectives, organitzacions i lleis en matèria de gestió turística. En concret, descrivia les fórmules organitzatives de països com Itàlia, Anglaterra, Estats Units, França, Alemanya, Suïssa, Estònia, Polònia, Finlàndia, Dinamarca, Bulgària, Letònia, Txecoslovàquia, Noruega, Holanda, Bèlgica, Iugoslàvia, Àustria, entre d'altres.



Esquema d'organització (Muntanyola, 2004 [1932]: Pròleg).

Pel que fa a l'assumpte econòmic, Muntanyola pressuposava que l'auxili estatal i la contribució indispensable de tota la massa social interessada en el desenvolupament de la indústria turística haurien de sostenir els organismes de foment. Pensava, també, que les taxes dels visitants entrats al país podien ser destinades als organismes socials del turisme receptor, especialment per a la prestació de serveis d'informació i de propaganda.

En aquest sentit és justíssim que l'Estat contribueixi directament a les despeses dels serveis d'informació i propaganda, sobretot quan no hi ha una tradició dins les indústries de caràcter turístic (Muntanyola, 2004 [1932]: 72).

Albirava amb bons ulls i amb optimisme confiat la instauració de la II República i pressentia que l'actuació en matèria turística que es disposava seria, finalment, eficient. Muntanyola confiava que el nou govern republicà transformaria l'obsolet Patronato en una nova organització, que es convertiria en l'eix central d'una federació de diverses organitzacions turístiques. En aquest sentit, Muntanyola no es va estar de fer una crítica directa al funcionament del PNT:

És possible que la història assenyali en la forma constitutiva del Patronat de Turisme d'Espanya una de tantes mostres de morbositat política espanyola en ordre de la seva constant tendència al burocratisme i al neopotisme mantinguts per l'escassetat d'homes capacitats i l'abundància d'snobs políticòlegs de què es rodejà molt sovint la monarquia. És també possible que la crítica històrica relacioni la data de la institució

amb la de la fallida oficial d'alguna gran empresa, la qual cosa motivà el consegüent tancament de porta a noves plantilles, i va fer necessària la superssió de càrrecs. Tanmateix, al voltant de l'ex-rei i de la noblesa digna i rica, ha hagut de viure constantment a Espanya un important contingent de noblesa ignorant i necessitada de prebenda (Muntanyola, 2004 [1932]: 123).

De la pèssima organització turística que havia actuat a l'estat espanyol, Muntanyola en retreia, entre d'altres aspectes, la manca d'articulació dels diversos elements interessats i l'absència d'una afecció pública al turisme. De fet, constatava Muntanyola, el PNT va ser un organisme més aviat dedicat a competir amb la iniciativa social i municipal, i lluny de fer-li costat, l'únic que causava era una veritable confusió i desorientació⁷⁷. El PNT no afavorí cap intent de nova legislació, ni cap acció encaminada al foment i a la promoció, ni tan sols creà un estímul efectiu per al desvetllament de l'interès general i de les energies públiques envers el turisme.

A propòsit del cas concret de Catalunya, mencionava els precursors de l'organització turística del país, tot valorant les accions i discursos del mallorquí Bartomeu Amengual i de la benemèrita Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona. Muntanyola destacava que en els darrers trenta anys havien florit un bon nombre d'empreses turístiques, alhora que s'havia procedit a reformar la totalitat de l'hoteleria barcelonina. Tanmateix, i malgrat els avenços, Muntanyola lamentava el fet que no s'hagués efectuat una veritable i efectiva cooperació de totes les activitats i serveis relacionats amb el turisme. Malgrat reconèixer els esforços i passos positius en matèria de desenvolupament i organització turística, l'autor posava de relleu el fet que la majoria de catalans encara no sentien l'egoisme per la riquesa que representava el turisme, i prova clara d'aquest fet era que molts pobles afavorits per belleses naturals encara avui menyspreaven la possibilitat de la indústria turística. La causa d'aquesta desatenció general provenia del fet que les corporacions públiques consideraven el turisme com a afer suplementari, mentre que les entitats econòmiques i mercantils es mantenien al marge de tota acció de propaganda, per la qual cosa les entitats dedicades al turisme actiu i receptiu representaven tan sols una ínfima part de tota la població catalana afectada pel turisme. En síntesi, el despit de polítics, economistes i de corporacions públiques i privades de Catalunya havien impedit un desenvolupament turístic d'èxit i efectiu a Catalunya.

En aquells moments, Catalunya disposava d'algunes organitzacions de turisme actiu (CEC, RAC, Clubs nàutics de Barcelona i una munió d'altres organismes de menor importància): caldria, segons Muntanyola, fer créixer aquestes organitzacions. I pel que respecte a les de turisme receptiu, Catalunya comptava amb diversos sindicats d'iniciativa; a excepció del de Barcelona, la resta foren constituïts per efecte d'una iniciativa idealista (tenien un origen més literari que econòmic, assegurava Muntanyola) i no pas com una conseqüència d'un interès general i de caràcter econòmic, confirmava Muntanyola. Realment, la majoria d'aquests sindicats es trobaven faltats de força i malvivien en un estat general de depressió a causa de la manca de suport.

Per al foment del turisme, primer calia comptar amb una base de recursos

Muntanyola defensava un model en el que la capacitació industrial i social del país per acollir al foraster constituïa una qüestió cabdal. Les condicions i l'equipament de base, així

⁷⁷ L'obra de Muntanyola mostrava amb detall els balanços del Patronato i demostrava com els 34 milions de pessetes que l'organització s'havia gastat entre els anys 1928 i 1930 havien estat realment desaprofitats i mal gestionats. Veure: Muntanyola (2004) [1932]: 127-135.

com la conveniència i la dignitat col·lectiva, eren els elements imprescindibles pel desenvolupament de la indústria turística, escrivia Muntanyola.

La industrialització turística significava tota aquella preparació necessària que el territori (les seves empreses i les seves institucions) havien d'executar prèviament a l'arribada de forasters. En aquest sentit, Muntanyola plantejava alguns problemes relatius a la industrialització turística que tenien a veure amb la necessitat de protecció d'un organisme superior que tingués cura de totes les activitats. Una de les preguntes que inquietava l'autor feia referència als riscos i incerteses que s'havien d'assumir en el moment que es pretenia industrialitzar un territori de bell nou: com saber el tipus de mercat que s'hi esperava? Com orientar i encaminar l'activitat? La valorització d'un indret turístic es començava mitjançant una industrialització adequada del lloc: garantint les bones condicions de camins, hoteleria i l'agenciament que hi portés els clients. Muntanyola suggeria l'oportunitat de seguir el model suís, que començà amb una adaptació lenta i modesta al turista, però finalment molt efectiva.

Muntanyola distingia entre turisme actiu i turisme receptiu, els dos grans àmbits que tota organització turística havia de comprendre i atendre. Definia el turisme receptiu com el conjunt d'elements que estructuraven l'engranatge dedicat a la recepció del visitant, i destacava quatre activitats bàsiques que havia de garantir aquesta tipologia de turisme: la cura i perfeccionament dels al·licients o atractius que determinaven o motivaven l'afluència turística; el foment esportiu, informació, tutela i guia del turista; la industrialització dels serveis indispensables per a la circulació, manutenció i allotjament del visitant; l'acció de propaganda per tal que el mercat consumidor augmentés i es mantingués addicte.

Mentre que la SAF havia procurat organitzar el turisme a Barcelona seguint la lògica segons la qual l'afluència turística a un territori havia de ser prèvia a la industrialització, ja que només amb la presència de turistes es podria estimular la seva industrialització, Muntanyola argumentava que la industrialització havia de ser forçosament anterior a l'afluència turística.

La importància dels recursos

Un altre dels punts destacats de l'obra de Muntanyola era l'èmfasi que posà en l'aspecte de recursos i al·licients del territori. Seguint la lògica que només un territori ben equipat amb una adequada oferta podria activar els fluxos turístics, Muntanyola destriava, classificava i sistematitzava el conjunt d'atractius de Catalunya, generant així una tipologia d'interessos i motivacions turístiques segons públics particulars.

Segons Muntanyola, Catalunya disposava d'abundants reserves que la qualificaven per a esdevenir un veritable centre de turisme: les qualitats paisatgístiques i la situació geogràfica de proximitat amb Mallorca, així com els monuments naturals i històrics, eren elements turístics de primer ordre: "són valuoses reserves de possibilitat per a l'atracció del turisme en general i d'una manera particular del contingent internacional que anualment voreja per Suïssa, el Pirineu Oriental francès i la Costa Brava" (Muntanyola, 2004 [1932]: Pròleg).

Els al·licients i factors promotors del turisme venien conformats per diversos aspectes que Muntanyola classificava de la següent manera: d'entrada, el caràcter turístic d'una regió es definia pels al·licients de tipus natural (pel clima, per allò que aquest tenia de pintoresc, les aigües de salut, l'abundor de la caça i de la pesca, les curiositats naturals, volcans, avencs, platges, cascades, glacials, valls de neu...) i pels seus monuments històrics,

museus, arxius, institucions culturals, santuaris, instal·lacions mineres, hidroelèctriques i industrials i grans muntatges industrials modèlics. En aquesta línia, Muntanyola apuntava que el “perfeccionament urbànic de pobles i ciutats” esdevenia igualment un motor i al·licient per a l’atracció turística.

El confort higiènic, el respecte al caràcter i el sentiment de l’equilibri i bon gust en les instal·lacions i edificacions públiques i privades no són ja solament símptomes de cultura, sinó uns imperatius de civilització. Tots els països capdavanters curen especialment d’aquests interessos amb mires que sigui respectada la tradició i l’harmonia (...) (Muntanyola, 2004 [1932]: 32-33).

L’efectivitat d’aquests aspectes només s’assegurava si es tenia en compte el desplegament d’una bona xarxa de comunicacions i una perfecta organització hotelera. Calia començar, segons Muntanyola, amb una visió de conveniència i de dignitat col·lectiva en el si d’uns determinats aspectes: la climatologia, allò pintoresc, allò urbà, la conservació de monuments, les vies de comunicació, la netedat i la higiene de les ciutats, pobles i platges, la civilitat dels seus fills, la cuina sana i la perfecció dels serveis de transport i albergatge eren els elements que calia valorar a fi de fer amable la terra catalana a ulls de l’estranger.

Els elements naturals i artístics i les condicions de situació geogràfica eren alguns dels exemples que avalaven el desenvolupament turístics del país; Catalunya no posseïa ni més ni menys al·licients que altres regions en les que la indústria turística ja s’hi havia desenvolupat, assegurava Muntanyola, segons el qual tot depenia de l’organització, de la valorització i de la industrialització efectuada per a “motivar dintre d’ella aquest fenomen migratori temporal del turisme” (Muntanyola, 2004 [1932]: 143). L’urbanisme també podia ser tractat com a recurs turístic, afirmava Muntanyola, matisant que si aquest s’esdevenia com a sinònim de creació i no d’especulació, era vàlid com a recurs turístic. I amb la producció fabril s’esdevenia pràcticament el mateix: si significava modernitat, aquesta era vàlida com a recurs turístic. De fet, tal com també entreveu Vidal (2005), per a Muntanyola el creixement, la industrialització o l’urbanisme havien d’avançar paral·lelament al sector turístic.

L’anàlisi de Vidal (2005) es fixa de manera especial en la relació establerta per a Muntanyola entre els atractius naturals i culturals del país en el marc del turisme. En aquest sentit, cal deturar-se en la contradicció que atrapa a Muntanyola i que hàbilment explicita Vidal: d’entrada, Muntanyola creia que certes ciutats mai no podrien arribar a ser suplantades en l’ordre cultural, acceptant que Barcelona mai no podria competir amb Roma, Florència, Granada o Egipte, centres urbans i històrics dotats de grans atributs monumentals. Tot i el prestigi del llegat monumental i artístic que es trobava a Catalunya, Muntanyola argumentava que era veritablement il·lusori gosar competir amb altres grans indrets proveïts de recursos monumentals i artístics més valoritzats turísticament. En efecte, Catalunya encara no havia dotat de prou reclam especular els seus recursos de tipus monumental i artístic, i per tant, semblava que no podia competir amb aquestes grans destinacions. Amb una actitud de certa resignació, Muntanyola afirmava que si a Catalunya no s’havia donat encara el degut caràcter especular al monument, no es podia pretendre que el turisme es fonamentés en base a aquest al·licient, ja que no es podia fer suportar l’èxit del turisme en un recurs prèviament poc valorat. Muntanyola, tal com adverteix Vidal, no tenia en compte que altres grans ciutats (com per exemple París), si bé no disposaven d’un recurs monumental tan valoritzat com els casos de Roma, Florència, Egipte o Granada, podien arribar a suplantar, i de fet ja ho estaven fent, a aquestes ciutats essencialment monumentals. I aquest podia ser el cas de Barcelona que Muntanyola no veia. París, com a capital rica en vida cultural, en moviment, en oportunitats i en oci, superava i despertava nous interessos turístics. Muntanyola prescindia del fet que París, com a ciutat viva i diversa, estava resultant emblemàtica i molt desitjada per als turistes

urbans de les primeres dècades del XX; en aquest sentit, Vidal considera que si Muntanyola s'hagués fixat en Barcelona i l'hagués comparat a París i no pas a Granada o Roma, hauria influenciat les polítiques de la Generalitat republicana que en aquells moments s'estaven gestant. Vidal també assenyala que Muntanyola llegia el producte d'aquestes ciutats talment com a recurs estàtic i lligat al passat, quan realment Roma o Florència ja estaven incorporant polítiques turístiques destinades a presentar una ciutat monumental, viva i dinàmica des del punt de vista cultural. Florència, diu Vidal, ofería una programació cultural ciutadana adreçada al turisme culte internacional i no només a l'interessat i afamat de monuments i d'art. Malgrat tot, Muntanyola identificava el recurs monumental com l'element primordial que convertia algunes ciutats en centre turístics de primer ordre. Afortunadament, el fet que Barcelona o Catalunya no disposessin d'un gran recurs d'ordre monumental i artístic per a Muntanyola no suposava un entrebanc per al seu èxit turístic. De fet, els al·licients vinculats a la natura, al climatisme i a les qüestions de salut i de repòs conformaven la motivació bàsica del turisme que havia de rebre Catalunya; d'aquesta manera, Muntanyola va plantejar la promoció del recurs monumental íntimament relacionat als al·licients identificats com a principals, procurant que el turista que acudís a les aigües termals també pogués gaudir, encara que de pas, d'un monument ben conservat; en definitiva, d'allò que es tractava era de crear sinèrgies entre els recursos monumentals i els climàtics o naturals⁷⁸.

Catalunya, un territori amb diverses possibilitats

L'interès de Muntanyola pel turisme urbà com a columna vertebral de la Catalunya turística el va portar a situar Barcelona com a epicentre turístic del país. Per raons polítiques i patriòtiques, calia actuar en la totalitat del territori de Catalunya, però sense perdre de vista la força i motor de la seva capitalitat, una ciutat que considerava realment ben equipada per a la recepció de forasters. Ressaltava la conveniència de lligar entre totes les parts del territori amb Barcelona, i defensava aquest punt adduint, també, raons econòmiques: l'estratègia d'orientar l'interès de l'especulació sobre un objectiu complex i de conjunt havia de resultar també sempre més eficaç que no pas actuar sobre la promoció d'un al·licient massa concret. Per tant, el protagonisme que havia de tenir Barcelona en aquest conjunt no havia d'eclipsar ni amagar la resta d'atractius, sinó que havia d'actuar com a força motriu capaç d'activar i grans fluxos turístics, que posteriorment es disseminarien arreu del territori. Contra la tendència a l'absorció, Barcelona s'havia de posicionar com a centre d'expansió centrífuga de turisme vers la resta de Catalunya; amb el prestigi de Barcelona, considerava Muntanyola, es podria valoritzar la resta del territori de Catalunya.

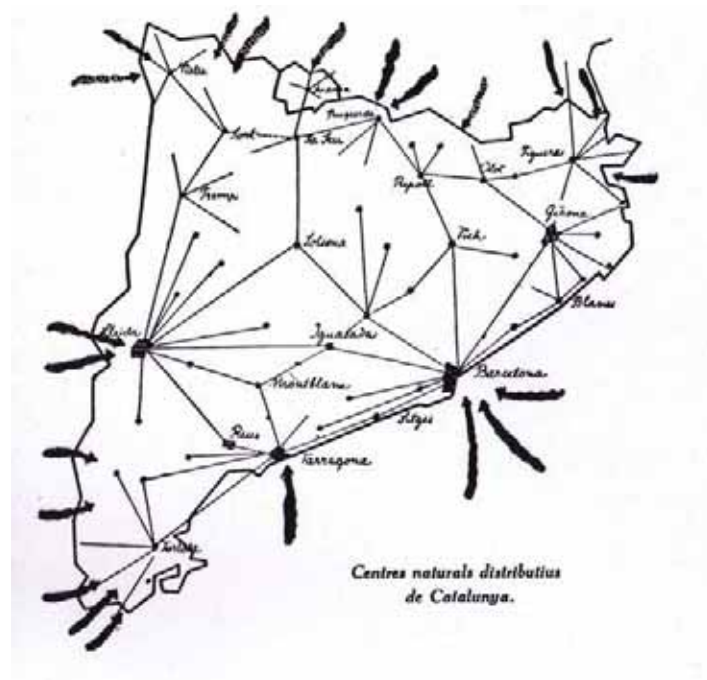
L'èxit del futur turístic de Catalunya passava perquè el govern republicà comprengués que la posició de Barcelona com a centre turístic era clau per al desenvolupament del país. Barcelona com a centre destinat a dinamitzar el turisme de la resta de país coincidia amb la visió que ja la SAF havia pressentit i potenciat. De fet, Muntanyola també considerava que calia enfortir la tasca de la Sociedad a fi de continuar apostant pel lideratge de Barcelona en el si de l'estat espanyol i per a convertir-la en centre aspersor del turisme per a la resta de Catalunya. Així, a partir del nou prestigi de capitalitat que pertocava a la ciutat Barcelona, es podria desenvolupar una marca turística que englobés i vinculés tota

⁷⁸ En aquest sentit, cal tenir present que l'opció de la Sociedad, pel cas Barcelona, havia estat molt clara quant a la promoció de recursos monumentals i arquitectònics (tant els lligats al passat com a la modernitat), de la mateixa manera que també havia estat molt clara la seva opció de promoure l'ambient cultural, festiu i urbà de Barcelona com a interès turístic de primer ordre.

la sèrie d'al·licients monumentals, climàtics, minero-medicionals i esportius del territori català.

Precisament una de les insistències principals de Muntanyola consistia en l'aposta per a la diversificació l'oferta de Catalunya, que va classificar en tres grans segments: la Catalunya climàtica, la minero-medicinal i l'artístico-monumental. La diversitat de recursos pertanyia a una diversitat d'objectius, i en aquest sentit, Muntanyola advertia de la conveniència d'una complementarietat entre els al·licients.

L'aposta de Muntanyola contemplava l'agregació de totes les zones climàtiques, minero-medicinals i esportives de Catalunya amb Barcelona i les altres grans ciutats. S'havia de produir una agregació material en l'ordre de comunicacions, i també de caire polític, econòmic i social. El centre urbà, a parer de Muntanyola, s'havia de situar i definir sempre com la base del mercat turístic, de manera que Barcelona, precisament a causa del valor cosmopolita que havia assolit, li pertocava actuar com a centre urbà de turisme i pol d'atracció i distribució dels corrents de visitants.



*Centres naturals distributius de Catalunya
(Muntanyola, 2004 [1932]: 145)*

Les ciutats suposaven una base de mercat que no es podia menysprear sota cap concepte, havien de ser l'eix central de la propaganda turística: "Pretendre prescindir de l'objectiu de Barcelona, com a centre distributiu general dins la nova marca turística de Catalunya, seria multiplicar considerablement les dificultats del problema publicitari" (Muntanyola, 2004 [1932]: 146).

A banda del turisme receptiu, existia l'actiu: Muntanyola detectava l'existència dels diversos mòbils i promotors principals que activaven el turisme, de manera que acabava establint un total de set categories de turisme actiu; turisme per curiositat, turisme cultural, turisme esportiu, turisme religiós, turisme artístic, turisme científico-tècnic, turisme higiènic o de salut i repòs. Muntanyola afirmava que "la utilitat d'aquesta classificació convencional no és altra sinó servir per a orientar l'acció publicitària vers aquelles formes de turisme que poden millor respondre a cada agrupació d'al·licients objecte de reclam" (Muntanyola, 2004 [1932]: 35).

La diversificació dels recursos en productes específics es considerava imprescindible per a l'atracció turística, ja que segons el mateix Muntanyola els desplaçaments turístics tenien a veure amb motivacions suggerides per diverses raons; reconeixia així alguns condicionants de tipus psicològic i social que promovien el viatge turístic, com el costum de canviar temporalment de residència, la internacionalització d'activitats culturals, econòmiques, socials i científiques (com per exemple el cas de Ginebra, amb la celebració de congressos, assemblees i conferències), l'afició a l'esport i, en el terreny industrial i comercial, les fires de mostres i exposicions.

La imatge, la propaganda i la informació

L'autor d'*Organització turística de Catalunya* no va passar per alt el paper de la imatge i dels serveis propagandístics, que concebia a partir de la presència d'una oficina distribuïdora de propaganda, dividida en quatre grans seccions (Catalunya, interior d'Espanya, estranger i Amèrica), que haurien de romandre sempre en estret i constant contacte amb les agrupacions interessades en el turisme. A més, i com a element molt important, seria precís que es desenvolupés un control estadístic de les entrades d'estrangers a Catalunya per motiu turístic (a base de butlletins estadístics recollits en els hotels es podria disposar d'aquesta base estadística, suggeria Muntanyola). El mètode i la importància de l'estadística com a element per conèixer els hàbits del visitant era cabdal, ja que l'estadística hauria de servir com a element útil per a la promoció, especialment per a la divulgació de les dades termomètriques i les del nombre de dies de sol de què es gaudia anualment.

Per a la promoció turística del territori català, Antoni Muntanyola concebia les anomenades marques genèriques, que s'activaven a cada regió o conjunt d'al·licients comuns o semblants o a base d'agrupaments d'objectius d'un mateix al·licient específic; la marca estratègica, afirmava l'autor, contribuïa considerablement a l'orientació geogràfica dels futurs clients, així com també a la valorització dels recursos i espais. Aconsellava no multiplicar excessivament les marques turístiques del país, és a dir, no fraccionar excessivament en objectius massa petits o de particularíssims interessos el territori català. Els agrupaments de recursos a partir de marques genèriques eren necessaris i útils per tal d'economitzar les despeses en material de reclam, apuntava Muntanyola.

L'adequada distribució de la propaganda i la font d'ingressos per nodrir els serveis informatius i propagandístics eren elements a tenir en compte en una correcta organització turística. Així, segons l'autor, les subvencions de l'estat i d'organismes públics, les quotes voluntàries dels elements interessats en el foment turístic i les taxes per raó de jocs d'atzar, de cura i de sojorn, podien esdevenir útilment invertides al servei de propaganda. Entenia que la propaganda era bàsica per al reclam turístic, i el poder públic hauria d'intervenir en la producció propagandística, la qual havia de presentar-se amb el caràcter d'oficialitat, unitat i modernitat del gust del turista. Per a la perfecta propaganda es feia indispensable la cooperació tècnica i general econòmica; seria d'interès que aquest material oferís de forma gràfica estadística les notes més característiques, demogràfiques, culturals, productives i de treball pròpies de Catalunya. Muntanyola ressaltava la pertinença de diferenciar Catalunya de la resta d'Espanya, territori amb el qual sovint venia confosa.

Muntanyola proposava que el material propagandístic, que havia de venir redactat sempre de forma clara i concreta, podia dividir-se en cinc apartats fonamentals: un de comunicacions; una guia oficial d'estatgeria; un d'aigües termals i minero-medicinals; un sobre itineraris i excursions; finalment, un de Catalunya com a país de repòs i de salut. Aquest darrer hauria de comprendre el conjunt d'al·licients de la terra, tot oferint de

manera molt curta i gràfica, apuntava l'autor, el conjunt dels atractius climàtics, esportius i monumentals relatius a totes les poblacions del país que presentessin caràcter turístic i ordenades en forma itinerària. Un opuscle que, segons Muntanyola, vindria a ser el prospecte general i l'element per a promoure la primera acció d'interès sobre el mercat extern. En aquest punt, cal recordar que va ser el mes de juliol de 1936 quan l'OTC enllestia la *Guia Turística de Catalunya*, un manual que en tota seguretat es va confeccionar i inspirar amb la proposta de Muntanyola⁷⁹.

Els serveis d'informació, que representaven una part molt important dels programes de les associacions privades de turisme receptiu, mai no es podien limitar a la labor d'aquestes organitzacions de caràcter local, sinó que el camp d'acció dels serveis informatius havia d'anar molt més enllà; al turista li calia una informació completa i referida abans d'emprendre el viatge, de manera que la necessitat d'efectuar una propaganda pràctica i intensa era clau per al desenvolupament turístic. Els serveis d'informació haurien de ser facilitats no només a través de les oficines locals, sinó també per agències de viatges, hotels i oficines especials, nacionals i estrangeres, que s'haurien d'implicar i garantir la divulgació i les condicions materials de l'indret. El diner per a la propaganda oficial hauria de provenir tant del turista com de les organitzacions gestores del sector:

Dins el pla d'una organització perfecta, és innegable que tots els recursos per a aquesta obra de reclam turístic haurien de sortir íntegrament dels que se'n beneficien, comptant-hi el mateix turista, ja que, mirat en conjunt, l'afer és com el d'una gran explotació industrial en la qual intervenen com a productors una gran part del treball del país, i com a consumidors, els turistes. Com en qualsevol altra indústria, la despesa, l'acreciment i la conquesta del mercat correspondria lògicament a la mateixa indústria, amb càrrec al preu de la mercaderia (Muntanyola, 2004 [1932]: 71-72).

La influència del seu pensament

L'atribució de prestigi a un territori a partir de la introducció del turisme va ser, sens dubte, una de les idees més destacables de l'obra de Muntanyola. Així mateix, la consideració de l'activitat turística com a necessitat natural de les persones i com a interès econòmic preeminent dels territoris esdevenia una altra de les qüestions més interessants de l'obra de Muntanyola, sobretot perquè aportava un plantejament del fenomen turístic més natural i popular respecte a aquell realitzat per la Sociedad, segons la qual el turisme tenia a veure amb una pràctica més elitista i socialment distingida. D'altra banda, el cert era que a principis dels anys 30 el fenomen turístic havia aconseguit un nivell de popularització més significatiu.

Muntanyola va concebre que tant el sector privat com el públic tenien un interès i deure inqüestionable en matèria turística, raó per la qual la seva obra podia ser interpretada com un toc d'atenció als agents implicats. Una adequada capacitat del territori i organització política de l'activitat farien possible un desenvolupament harmònic i equilibrat del turisme, l'oferta del qual s'havia d'estructurar a partir de la sistematització dels recursos del territori i l'establiment de marques genèriques, així com a partir de la connexió integral del conjunt d'al·licients dels que es disposaven. La definició de Barcelona com a epicentre i motor dels fluxos turístics del país denotava una perspectiva realista de la situació, que en el seu moment ja havia estat anticipada i impulsada per la clàssica Sociedad de Atracción de Forasteros.

⁷⁹ Malauradament, aquesta guia mai no pogué ser distribuïda a causa de l'esclat de la Guerra Civil.

Per als homes de la Sociedad les propietats del turisme tenien a veure amb una qüestió de regeneració social en un sentit especulatiu: el turisme venia a ser com una eina per a crear i refer la ciutat, una estratègia per restaurar, reparar i prestigiar la Gran Barcelona. La diferència fonamental entre el procés de la SAF i el dissenyat per Muntanyola era que aquest darrer, si bé defensava que el prestigi d'un territori tenia a veure amb el seu valor turístic, pressuposava que el valor del lloc, en primera instància, havia de néixer del propi lloc, mentre que la SAF, en canvi, creia que el valor del lloc l'havia de reportar, en bona part, la presència dels visitants. L'autoestima començava per un mateix, venia a dir Muntanyola.

El turista de classe mitjana, popular, no exclusivament elitista i burgès, era el perfil més representatiu de la demanda turística del país, de manera que Muntanyola defugia la visió classista que havia marcat el pensament i obra de la Sociedad. Muntanyola entenia que el turisme constituïa una via per a la generació de creixement i transformacions socials i econòmiques, però en un sentit més social i creatiu, i menys especulatiu que aquell proposat per la Sociedad. La importància d'un turisme de base popular constituïa una novetat important en el pensament de Muntanyola, de la mateixa manera que també era del tot inèdita la nova consciència a propòsit de la fragmentació de la demanda segons motius i al·licients; tot plegat suposava un considerable avenç tècnic a l'hora d'entendre l'univers del turisme.

Barcelona s'havia de convertir en el motor estratègic d'activació dels corrents turístics, integrant, així, l'ambient urbà i el context rural en un mateix nivell d'importància. La proposta turística imaginada per Muntanyola invitava a l'experiència, a la participació, a la descoberta i a la vivència del país. Així, mentre d'una banda donava molta importància a l'experiència sensitiva i emotiva del visitant, de l'altra no menystenien l'aspecte del coneixement i de la informació, sobretot perquè entenia que el turisme podia constituir un medi a partir del qual divulgar i donar a conèixer la realitat del país. Clarament, Muntanyola pretenia mostrar una nova Catalunya a l'estranger, deslliurant-la de vells estigmes i ressaltant la seva identitat particular.

En el seu conjunt, el llibre *Organització turística de Catalunya* va establir els criteris per una gestió del turisme que es basava en els principis d'igualtat i d'identitat, en el respecte als valors naturals, culturals i socials del país. El turisme, a parer de Muntanyola, conformava un bé col·lectiu per a tota la població i un segell de qualitat de la vida del lloc. Per tot això, l'*Organització turística de Catalunya* es pot considerar una declaració d'amor a Catalunya i al turisme, una obra excepcional en la història del turisme català.

Muntanyola va adreçar personalment alguns exemplars de la seva obra als elements més interessats en el desenvolupament turístic del país⁸⁰. Malgrat els seus esforços i ferma ideològica, la incidència real del pensament de Muntanyola va ser modesta; la manca d'aplicabilitat de les seves idees no tenia a veure amb la irrealitat o utopia dels seus propòsits, sinó més aviat va ser culpa de la poca experiència, consciència i feble suport que es va prestar al turisme en general. A més, és clar, del poc marge de temps que es va tenir per a la seva consecució.

⁸⁰ L'Arxiu Històric de Palafrugell conserva una nota de Josep Ensesa dirigida a Antoni Muntanyola, a 16 de juny de 1932, en la que expressava l'agraïment per l'exemplar rebut de l'*Organització turística de Catalunya* (documentació cedida per Dolors Vidal).

Patronat de Turisme de Catalunya, expectatives no realitzades

A principis de l'any 1933 va néixer una nova institució dedicada al turisme català: el Patronat de Turisme de Catalunya⁸¹. Que el seu recorregut estigués ple de traves és quelcom que potser ja no sorprèn. La llàstima, en aquest cas, és que les expectatives que va projectar eren veritablement novadores, de manera que la desil·lusió per a no poder-les complir, deuria ser encara major.

La creació del Patronat de Turisme de Catalunya

Un cop aprovat l'Estatut d'Autonomia del 32 es va decidir que calia dotar la Federació del Turisme de Catalunya i Balears d'un caràcter d'oficialitat; però mentre s'estava procedint per fer efectiva aquesta nova condició, no es va veure convenient que l'Oficina de Turisme de Catalunya, l'organisme oficial del turisme català, abastés els interessos d'un territori, el de les Balears, que no estava subjecte a la jurisdicció de la Generalitat. Així, a partir de la separació dels elements de la Federació, es creava el nou Patronat de Turisme de Catalunya, que estava integrat pels representants de les terres catalanes de la Federació i "de la qual pot considerar-se com a continuador"⁸².

El Patronat de Turisme de Catalunya quedava constituït el mes de gener de 1933; el seu Reglament es componia de 5 capítols i 24 articles. Les principals responsabilitats que assumia se sintetitzaven a partir dels següents propòsits: coordinar en acció comuna de tots els elements, individuals i col·lectius, que tendessin al major desenvolupament de la riquesa turística del país; contribuir a la millora de serveis de transport, comunicacions i allotjaments dedicats al turisme; associar els organismes de les indústries hostalera, balnearia i de transport, agències de viatges, entitats dedicades a la conservació del patrimoni artístic i monumental, entitats excursionistes i en general totes aquelles que tinguessin a veure amb el desenvolupament turístic del territori; organitzar la propaganda turística dintre i fora del país i mantenir les relacions amb els organismes catalans i internacionals dedicats al turisme⁸³.

Segons el Reglament, i a propòsit del govern i l'administració, el nou Patronat seria regit i administrat per un Consell Superior i per una Junta Directiva. El Consell Superior s'integrava per membres de dret propi i membres corporatius: del conjunt de membres de dret propi en formaven part tres delegats de la Generalitat de Catalunya, dos de la Federació del Turisme Catalano-Balear, un del Partonato Nacional de Turismo, un de la Junta de Museus de Catalunya, un de la Unió Catalana de Federacions Esportives, un de la Federació d'Entitats Excursionistes, un de la Cambra Oficial de Comerç, un de la Cambra Oficial de la Indústria i, finalment, un altre de la Junta d'Obres del Port. Pel que fa als membres corporatius del PTC es composava de dos delegats de l'Agrupament d'Empreses de Ferrocarrils de Catalunya, un delegat de l'Associació de Naviliers de la Mediterrània, dos delegats de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya, un de l'Associació Catalana de Balnearis, dos de la Federació d'Agències de Viatges d'Espanya designats entre les

⁸¹ PTC.

⁸² "Patronat de Turisme de Catalunya. Nota informativa de la seva actuació". Dins *Lligall OPP-5135, Expedient 1 "Touring Associació de Catalunya" gener de 1934*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

⁸³ Document dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

delegacions de Catalunya, un de l'Associació d'Empresaris d'Espectacles Públics, un de l'Aeronàutica Catalana, un de l'Automòbil Club de Catalunya, un de Moto Club, un de la Cambra de l'Autoòmnibus, un de la Federació de Bancs i Banquers i un del Rotary Club. I finalment, pel que fa al règim econòmic, el Reglament declarava que els fons del Patronat de Turisme provindrien de les quotes dels socis, del producte de la venda de publicacions, dels donatius o subvencions atorgades, de les quantitats recaptades en serveis que s'establissin i dels béns mobles i immobles que posseís la institució.

En concret, els elements fundadors del nou Patronat foren el jurisconsult Francesc Maspons Anglasesell, President de la Federació del Turisme Catalano-Balear; M. Regàs, R. Tarragó i J. Masó de l'Associació d'Hoteleres i similars de Catalunya; Josep Serra i Roca i M. Guarro de la Federació d'Agències de Viatge d'Espanya; Josep Esplugues de la Cambra de l'Autoòmnibus; Pau Nicolau de l'Automòbil Club de Catalunya; Jaume Hugues de Moto Club de Catalunya; Juli Nogués de la Companyia d'M.Z.A.; Josep Ensesa de l'Empresa urbanitzadora de S'Agaró; Jaume Marill del Sindicat de Turisme de la Costa Brava i J. Folch i Torres de la Junta de Museus de Catalunya. Entre els associats del Patronat de Turisme hi hagué altres elements, entre els quals hi figuraven diversos sindicats d'iniciativa i empreses del país. Tots aquests elements, conjuntament amb Ignasi Armengou -definit com a principal propulsor d'aquest organisme i secretari del Patronat i de la Federació fins al mes d'agost de 1933- van fundar el Patronat de Turisme de Catalunya, alhora que conformaven el seu Consell Directiu⁸⁴.

La combinació de representants aparentava una relació equilibrada: homes de negocis i empresaris, homes de sindicats del foment turístic i responsables de museus, polítics i tècnics en un mateix front. Així, el PTC pretenia seguir la filosofia de la Federació del Turisme Catalano-Balear destinada a harmonitzar les relacions entre els organismes polítics i el món empresarial. Pel que fa a la Federació, no va desaparèixer immediatament, sinó que encara va perdurar alguns temps més.

Un decret de 10 de juny declarava el Patronat de Turisme de Catalunya com a corporació oficial de Catalunya amb caràcter d'òrgan consultiu del govern de la Generalitat. El preàmbul del text de 10 de juny de 1933 que declarava Corporació oficial el Patronat de Turisme de Catalunya va ser firmat pel Conseller primer, Carles Pi i Sunyer, i pel Conseller d'Agricultura i Economia, Pere Mias; en aquest text es destacava, en el seu primer paràgraf, la importància econòmica a la balança comercial que l'activitat turística estava generant en d'altres països mediterranis. Els interessos que Catalunya podia despertar al turisme internacional venien definits per les seves qualitats monumentals i a causa de la situació natural del país, apuntava el preàmbul; a més, continuava destacant, aquest interès es veia "incrementat per les condicions d'una hospitalitat agradable i de poc cost en relació a la d'altres països".

En aquest mateix text també es recordava l'obra de l'Oficina de Turisme de Catalunya creada a primer de juny de 1932 fruit d'un traspàs de competències entre PNT i Generalitat: una obra que havia estat realitzada amb l'assistència patriòtica i desinteressada de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears, apuntava el mateix text. Pel que fa a la Federació, aquesta venia identificada com la corporació que havia tingut l'encert i el mèrit de reunir tots els elements més importants de Catalunya i Balears relacionats amb el sector turístic: les entitats representatives de les indústries de transport per ferrocarril i carretera, l'hoteleria, les agències de viatges, les empreses dedicades a la conservació del patrimoni, les excursionistes, les automobilistes i d'aviació i els sindicats de turisme comarcals i locals. Eren precisament aquestes entitats les que,

⁸⁴ Expedient 1 "Touring Associació de Catalunya" gener de 1934. Dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

agrupades en la Federació del Turisme de Catalunya i Balears i que perseveraven en la seva missió d'unir les activitats de turisme catalanes i balears, constituïen en l'àmbit de jurisdicció de la Generalitat el present Patronat de Turisme de Catalunya, "com un òrgan auxiliar i de col·laboració directa en les qüestions de turisme".

Quatre punts sintètics i clars integraven el Decret firmat a 10 de juny de 1933: el primer declarava el Patronat de Turisme de Catalunya com a corporació oficial a Catalunya; el segon punt, que declarava el caràcter d'òrgan consultiu al Patronat, establí que aquest podia assessorar el Govern en les següents qüestions: a) Qualsevol Projecte de Llei relatiu als serveis de recepció i d'hostatge de viatgers; b) Formació del Pressupost anual de Turisme; c) Creació de delegacions i oficines foranes dependents de la Generalitat. I, en general, hauria d'informar sobre els assumptes relacionats amb l'organització i funcionament dels Serveis de Turisme. El punt tercer del Decret declarava que la Generalitat tindria representació en el Patronat. El quart i darrer punt obligava al Patronat a presentar memòria i comptes de cada exercici al conseller d'Agricultura i Economia.

L'Exposició Internacional de Turisme prevista pel maig de 1934 a Barcelona

Va ser durant l'estiu de l'any 1933 (pocs mesos després que la Federació hagués estat "convertida" en Patronat de Turisme de Catalunya), que es va començar a plantejar la idea de celebrar una exposició internacional de turisme a la ciutat de Barcelona. La idea va aparèixer fruit d'una iniciativa de l'Asociación de Hoteleros de Cataluña, concretament del seu President, Miguel Regás, que amb el suport de l'arquitecte Carles Bohigas va apostar per la celebració d'un nou esdeveniment a fi de donar continuïtat a l'embranchada del 29 i aprofitar, així, el conjunt d'instal·lacions estrenades just feia quatre anys.

La Sociedad de Atracción de Forasteros, sumant entusiasme a la iniciativa, va manifestar públicament el seu suport a l'exposició:

Entre los diversos motivos que impulsan a la Federación a llevar a cabo esta obra, se cuenta senyalar, en primer término, la conveniencia de incrementar el turismo en un momento en que nuestro país, hasta ahora separado de las corrientes turísticas internacionales, despierta extraordinario interés en el extranjero.

Por otra parte, la existencia del Parque de Montjuich, de sus Palacios, Museos, Pueblo Espanyol y fuentes luminosas, imponen el deber de aprovecharlo, buscándole una compensación económica que hasta ahora no ha tenido⁸⁵.

La idea del gran certamen també va aparèixer reforçada a les pàgines de la premsa, que en general va sumar arguments i elogis a la nova proposta: així per exemple, el 22 de juny de 1933 el *Diario de Barcelona* ressaltava que la iniciativa de l'Asociación de Hoteleros de Cataluña havia traslladat a la Federació del Turisme de Catalunya i Balears requeria un gran esforç de col·laboració política⁸⁶. Segons s'informava en aquest article, la Federació havia convocat una assemblea al Saló de Cent de l'Ajuntament presidida per les autoritats i representants de les entitats relacionades amb el turisme en la qual s'havia de constituir un organisme que, d'acord amb la Federació, assumiria el projecte de la futura Exposició Internacional de Turisme. Així mateix, el *Diario de Barcelona* informava que el projecte d'ubicació de l'Exposició, elaborat segons les orientacions de l'il·lustre enginyer Bohigas, havia estat finalment aprovat: Montjuïc era el lloc idoni per a la nova celebració. De fet,

⁸⁵ "La Exposición internacional de Turismo". A *Barcelona Atracción* (juliol 1933).

⁸⁶ "La exposición internacional de turismo". A *Diario de Barcelona*, dijous 22 de juny de 1933, pàgs. 293-294.

l'Exposició de turisme representava una clara oportunitat per a la reutilització de l'espai que al 29 havia erigit com a referència i punt emblemàtic de la ciutat.

El 15 de setembre d'aquell mateix any es va nomenar una Comissió dedicada a la coordinació d'un pla general, un estudi d'estatut, reglament i projecte d'organització, així com l'estudi financer, pressupost i altres aspectes relacionats amb l'Exposició⁸⁷. Segons el Report, la Junta Superior d'organització del nou certamen s'integrava per personalitats destacades del món de l'arquitectura i del turisme: com a President hi figurava Josep M. Sert; com a Vicepresident primer, Francesc de P. Maspons Anglasesell, President de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears; com a Vicepresident segon, Juli Nogués, i com a Vicepresident tercer, Josep Sunyol Garriga. Entre els vocals, es destacaven noms com els de Lluís Duran i Ventosa, Josep Ensesa, Joaquim Folch i Torres, Pau Nicolau, Joan Pich i Pon, Manuel Ribé, Mariano Rubió, Jaume Serra Hunter, Francesc Puig Alonso, Josep Tarradellas, Manuel Serra i Moret i Josep Serra Roca⁸⁸. Empresaris, filòsofs, arquitectes, polítics locals i de la Generalitat, entre d'altres, conformaven el nucli de la Junta Superior per a l'organització del nou esdeveniment, per la qual cosa es pot suposar que les ambicions eren altes en aquest sentit.

La justificació del Pla general de l'Exposició que elaborava la Comissió atribuïa un caràcter patriòtic i ciutadà a la nova oportunitat; es tractava d'uns valors i sentiments que avalaven l'esdeveniment, la premissa bàsica del qual consistia en contribuir al bon nom de la ciutat de Barcelona. L'adaptació pressupostària a les accions recollides al Pla general de l'Exposició conformava una preocupació important, especialment per la temença que l'Exposició generés deutes posteriors; de fet, i segons el Report, era indispensable que el nou esdeveniment no comportés endeutaments ni a l'administració ni a la ciutadania. En aquest sentit s'afirmava que algunes de les iniciatives previstes al voltant de la celebració no es podien contemplar, precisament per la seva magnitud i pel perill que generessin déficits econòmics, "com són aquelles de millorament de la ciutat".

La memòria elaborada per la Comissió considerava que calia concretar el pla aprovat en tres eixos preferents de treball: organitzacions tècniques que afectaven directament al turisme (és a dir, l'exposició monogràfica pròpiament dita); atraccions turístiques (manifestacions de turisme que podien convertir-se en atraccions per al gran públic visitant); presentació turística de la Península i en particular de Catalunya (organització de viatges i exposicions d'art històric en diversos indrets que es coneixerien seguint circuits atractius).

La idoneïtat de celebrar l'esdeveniment durant l'any 1934 tenia la seva raó de ser, precisament perquè en aquell mateix any serien oberts els museus d'art de Montjuïc, element que sens dubte podia afavorir l'atracció de visitants a la ciutat; a més, i segons argumentava el Report elaborat per la Comissió, no estaven previstes altres grans exposicions arreu d'Europa durant l'any de 1934, de manera que això propiciaria que les agències de viatges organitzessin excursions a Barcelona; d'altra banda, es considerava que "l'estabilitat de l'economia mundial i les dificultats per les quals pot passar el nostre país no ens donen cap seguretat que el cost de la vida en relació amb el d'altres països,

⁸⁷ Document dins *Inventari 1 / Caixa 001 (05/11). Carpeta 238/001.07- Expedient: Report de la Comissió de l'Exposició de Turisme de 1934. Pla General, Pressupost, estudi financer i estatuts-. FONS 1. Generalitat de Catalunya (II República). CAIXA 419*. Arxiu Nacional de Catalunya.

⁸⁸ Document de l'estructura organitzativa de l'Exposició de Turisme. Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolors Vidal). No es pot perdre de vista la rellevància d'alguns d'aquests noms: Duran i Ventosa, primer impulsor de la vella Comisión de Atracción de Forasteros y Turistas, al 1906, Josep Encesa, de l'empresa urbanitzadora de S'Agaró, Ribé i Rubió de la Sociedad de Atracción de Forasteros, Josep Serra Roca, actiu empresari de viatges de Barcelona, Jaume Serra Hunter, filòsof, o fins i tot el mateix Josep Tarradellas.

que ara com ara és la raó principal del corrent turístic que ens afavoreix, perduri”; a tot això calia sumar-hi l’avantatge d’un ambient favorable a l’Exposició, fet que justificava la seva oportunitat; finalment, la disponibilitat que durant el 1934 els palaus de Montjuïc podrien ser usats per acollir l’esdeveniment, constituïa la raó final i definitiva per a prosseguir amb la idea de l’Exposició.

Segons el pla d’organització, la celebració del certamen havia de fer possible una finalitat immediata: l’estímul del turisme a Barcelona.

(...) la intensificació del corrent turístic envers la nostra ciutat, afegint a l’interès que ella pugui tenir en sí, i com a centre o punt de pas per a la visita del nostre país i de la Península, el dels actes, festes i exhibicions de l’Exposició. Aquests serien també motiu de l’afluència envers la nostra ciutat de multitud de forasters vinguts d’arreu de Catalunya, de la Península i de les regions frontereres del mig dia de França. Resultat de tot això fóra un moment de gran interès per a l’economia ciutadana, que es traduiria en un ritme accelerat i joiós de la vida barcelonina.

Al costat d’aquesta primera finalitat immediata i transitòria, però, es considerava que existien motius més transcendents que veritablement justificaven l’esdeveniment: “(...) l’Exposició hauria, a més, d’iniciar un desvetllament de la riquesa latent que constitueixen les possibilitats turístiques de la nostra terra”. Aquesta finalitat, afirmava el text del pla d’organització, es desglossava en un parell de finalitats més concretes: “(...) la divulgació del coneixement del nostre país en les seves possibilitats turístiques, i l’altre, el de posar-les en valor pel millor utilatge de les nostres indústries turístiques”.

Així doncs, la celebració de l’Exposició se sustentava en un pressupòsit i estratègia relatives al desenvolupament turístic i econòmic de la ciutat i del país, així com a la conscienciació social a propòsit d’aquesta indústria. Tot plegat feia que els arguments turístics i econòmics del certamen es trobessin estretament vinculats:

Per bé que el turisme a casa nostra no pugui assolir la importància que té en altres països en que és factor molt important de la nivellació de la balança comercial, això no vol dir que sigui un valor negligible, sinó que, pel contrari, es mereix una grandíssima atenció de part dels centres rectoros de la nostra economia, per la importància de l’increment de la nostra riquesa col·lectiva que pot representar la valoració turística de la nostra terra en els dos aspectes susdits.

El climatisme, el repòs i el termalisme es detectaven com a fonts de riquesa de primer ordre del paisatge turístic català:

La presentació d’aquests aspectes del nostre país hauria d’organitzar-se en esforços de divulgació orientats pels instituts científics que tenen per missió la investigació en aquests punts. El coneixement del nostre país a través de les dades meteorològiques i de les recerques dels instituts d’hidrologia no hi ha dubte que podria fer-se en forma atractiva i allisonadora. El recull de dades, llur comparació i valorització, el pla d’ulteriors investigacions, i la divulgació d’aquests coneixements podria constituir base d’una propaganda que així neixeria ben orientada.

Les bel·leses naturals i artístiques del país constituïen altres elements importants del turisme, que cercava al·licients com la varietat paisatgística, els monuments, les viles, les ciutats, el tipisme i el folklore. En aquest sentit, la Comissió organitzadora de l’Exposició considerava que, com a resultat de la mateixa, n’havia de restar l’organització d’un museu d’art popular, “projecte ja concretat i que té el valor d’afermar un altre esforç incorporat al patrimoni de la ciutat com és el Poble Espanyol de Montjuïc, record de l’Exposició gran,

que avui és un cos sense ànima i que amb el susdit museu resultaria una institució d'interès més complet i harmònic”.

Més enllà dels atractius pròpiament turístics, la Comissió no passava per alt la conveniència de facilitar circuits organitzats a fi de conèixer els paisatges i els indrets de valor paisatgístic de Catalunya; es tractava d'una proposta que podia interessar tant als visitants estrangers com a la gent del país, assegurava el Report. Així mateix, la pràctica d'esports conformava un important objecte d'interès per a grans sectors de visitants, de manera que l'Exposició de Turisme hauria de donar cabuda a aquest al·licient mitjançant la celebració d'actes esportius.

Segons la Comissió, un dels objectius que s'havia d'assolir, i que hauria de perdurar més enllà de la celebració de l'esdeveniment, tenia a veure amb el plantejament dels problemes relacionats amb l'organització del turisme dels organismes oficials, tant en l'àmbit de la Península com del govern de la Generalitat, així com dels organismes locals i sindicats d'iniciativa. A nivell de relacions internacionals, l'Exposició no deixava de representar una oportunitat per a la intensificació d'aquesta xarxa de vincles, i és per això que fins i tot es va planificar l'acollida d'organismes de foment turístic estranger mitjançant una oportuna invitació (es tractava de muntar una secció en la qual aquests organismes poguessin fer propaganda dels seus centres turístics).

Segons s'esmentava en el Report de la Comissió, la preocupació per la qualitat paisatgística i ambiental formava part dels punts a tenir en compte per a la preparació del país; es comentava que per a la bona marxa de l'Exposició hi havia tota una sèrie de problemes que requerien ser resolts, entre els quals es feia esment de la conservació del paisatge i dels monuments, la qual cosa volia dir evitar que aquests esdevinguessin enlletgits i espatllats a causa de les construccions “poc adients quan no de vertaders atacs al bon gust i a la sensibilitat artística de l'observador”. Per a resoldre aquesta problemàtica es precisava una educació popular, és a dir: una consciència sobre la necessitat de preservació de l'entorn natural i artístic; altres qüestions fonamentals com la indicació dels llocs i camins podrien ser objecte d'estudis i conclusions a prendre en congressos o reunions celebrades en el marc de l'Exposició de Turisme. A propòsit de les indústries hoteleres i de transports, calia adaptar-les a la tècnica contemporània, a fi de garantir un confort i servei digne i modern a l'usuari. En aquest sentit, el Report suggeria que l'Exposició podria muntar presentacions dels elements de l'hotel modern, tot comptant amb punts que contemplessin una clara finalitat didàctica. A més, es preveia que la iniciativa privada també tingués presència en alguna de les seccions de l'Exposició, pensant que el propi sector privat podia aprofitar l'ocasió per a fer propaganda comercial cercant l'atenció del possible comprador o també, clarificava el Report de la Comissió, aproximant l'oferta i la demanda entre els industrials o de cara al públic.

Un dels elements primordials en matèria d'organització era el referent a la propaganda de l'Exposició. L'Oficina de Turisme de la Generalitat, i fins i tot el Patronato Nacional, haurien de donar a conèixer l'Exposició a través dels seus mecanismes recurrents. S'establí així que la propaganda s'hauria d'encaminar vers el coneixement del país que acollia l'Exposició. Una propaganda, a més, que hauria de prosseguir desenvolupant-se de manera sistemàtica un cop finalitzada la gran celebració i que, òbviament, hauria de continuar actuant de manera sempre coordinada, no només a nivell de PNT i OTC, sinó conjuntament amb altres empreses interessades en la indústria turística de la ciutat i del país. La possibilitat d'utilitzar estratègicament l'Exposició com un mitjà de propaganda turística del país figurava sens dubte com a objectiu del gran pla; de fet, aquest constituïa el seu sentit més transcendental.

L'Exposició de Turisme, a més de les idees plantejades fins ara, hauria de venir envoltada d'un seguit d'actes i festes en relació més o menys directa amb el seu fons: espectacles, atraccions, manifestacions esportives i festes de tota mena haurien de representar-se de manera ininterrompuda i coordinada durant el temps de l'Exposició. És per això que la Comissió aconsellava la creació de comissions especials dedicades a l'organització i coordinació d'aquests esdeveniments paral·lels i complementaris al gran esdeveniment. Es planificava una mena d'estructura segons la qual s'havia de planejar i que il·lustra perfectament quina era la visió del turisme i les seves implicacions:

Sector I: Propaganda

- a) Propaganda directa (edició de cartells, fullets i altres gràfics de propaganda de l'Exposició)
- b) Propaganda per a la premsa i altres mitjans amb difusió pròpia
- c) Facilitats de viatge a informadors i altres mitjans indirectes)

Sector II: Instal·lació general

- a) Parcs, jardins, jocs d'aigua i de llum i il·luminació
- b) Ornamentació exteriors dels palaus i de la via pública
- c) Agencament interior dels palaus
- d) Serveis i concessions dintre del recinte

Sector III: Exposició monogràfica

- a) Objectius del turisme
- b) Climatisme (altura, repòs i platges)
- c) Termalisme (estacions d'aigües i balnearis)
- d) Coneixement de països (paisatges, monuments, ciutats, tipisme i folklore)
- e) Pràctica d'esports (alpinisme, esports de neu, yachting, automobilisme, ciclisme, etc.)
- f) Indústries turístiques
- g) Hoteleria
- h) Transports de persones
- i) Organitzacions de foment del turisme
- j) Organismes dels estats o amb caràcter oficial
- k) Organismes locals (regionals, municipals, sindicats d'iniciativa)
- l) Organismes dependents de grans interessos turístics (companyies de ferrocarrils o de navegació)

Sector IV: Organitzacions complementàries

- a) Organització de viatges i exposicions d'art locals per Catalunya i la Península amb motiu de l'Exposició
- b) Organització de festes, espectacles i diversions a dintre i fora del recinte de l'Exposició
- c) Organització de grans actes esportius
- d) Organització de congressos i reunions amb motiu de l'Exposició⁸⁹.

Segons una Ponència del Pla de Conjunt de l'Exposició de Turisme de 1934, es fixaven tres seccions generals previstes pel certamen: exhibicions organitzades directament per l'Exposició; exhibicions a càrrec de corporacions oficials, entitats, empreses i particulars, classificades en Nacionals i Estrangeres; instal·lacions municipals (parcs, fonts lluminoses, Palau Nacional i Poble Espanyol).

La secció primera comprendria els espectacles i conjunts panoràmics referents a costums, danses i paisatges diversos (viatge al voltant del món, les danses a través del temps, la

⁸⁹ Document dins *Inventari 1 / Caixa 001 (05/11). Carpeta 238/001.07- Expedient: Report de la Comissió de l'Exposició de Turisme de 1934. Pla General, Pressupost, estudi financer i estatuts-. FONS 1. Generalitat de Catalunya (II República). CAIXA 419*. Arxiu Nacional de Catalunya.

selva africana, el transport a través de totes les èpoques, palau dels esports i gran Kursaal); aquesta secció es preveia la més costosa, precisament pel fet que totes les despeses que comportava depenien de la pròpia Exposició, i és per això que es donà preferència a tres exhibicions concretes (viatge al voltant del món, Palau dels Esports i Gran Kursaal). Folch i Torres manifestava l'oportunitat de creació d'un Museu d'Art popular al Poble Espanyol coincidint amb l'Exposició de Turisme. La secció segona de l'Exposició de Turisme comprenia l'aportació dels organismes i empreses nacionals i estrangeres en matèria d'indústries, arts, productes típics i altres aspectes relacionats amb el turisme. Aquesta secció, que per al seu contingut es considerava l'eix de l'Exposició, se li adjudicava la màxima importància; a més, era la que suposava menys despeses per part de l'organització. La tercera secció comprenia una sèrie d'espectacles, concerts, esports i congressos que havien d'integrar el conjunt de l'Exposició de Turisme⁹⁰.

Així doncs, eren tres les seccions d'interès que havia d'incorporar l'Exposició: la primera secció recollia tres espais propis dedicats als temes *Viatge al Voltant del Món*, *Gran Kursaal* i *Palau dels Esports*. La segona secció se cedia a les empreses i corporacions dedicades al turisme. La tercera secció es reservava per a Barcelona. A més, tal com indicava el fulletó, la celebració de l'Exposició havia de coincidir amb l'obertura del Museu d'Art Català Antic i Modern. En el marc d'aquesta exposició es pretenia albergar les conferències més importants relacionades amb el turisme, de tal manera que es preveia que Barcelona esdevingués la seu de la II Conferència Europea d'Interessos Econòmics del Turisme i de l'Assemblea de la Federació Internacional de Periodistes, apunta Blasco (2005).

S'efectuà un pressupost per a la celebració de l'Exposició de 1934, que sumava un total de 3.917.000 pessetes⁹¹. Un resum de l'estudi econòmic classificava les despeses segons diversos apartats: pressupost de despeses d'establiment, 1.895.750; despeses generals d'explotació (sis mesos), 2.021.250 pessetes; total de pressupost de despeses, 3.917.000; pressupost d'ingressos, 3.917.000 pessetes, de manera que la balança quedava equilibrada. Segons un informe que acompanyava aquest estudi, el criteri que s'havia seguit per al càlcul de despeses i ingressos de l'Exposició Internacional de Turisme de Barcelona s'havia regit per una norma d'accentuada prudència. Efectivament, existia una voluntat explícita de no sobrecarregar la responsabilitat econòmica del projecte a la ciutadania ni a l'administració. De fet, la qüestió que marcava aquestes premisses se centrava en com obtenir recursos en cas d'haver d'eixugar un possible dèficit, que si això es produís, no hauria de sobrepassar la quantitat de 750.000 pessetes. Aquesta quantitat, s'estimava, es podria obtenir mitjançant la implantació d'uns impostos per la Generalitat de Catalunya (impostos que haurien d'acordar-se durant els temps que durés l'Exposició); un impost que hauria de recaure únicament sobre les indústries que obtinguessin un major guany amb l'Exposició i sempre en proporció a aquest guany. Concretament, es preveien aplicar impostos als establiments hotelers (Impost sobre la capacitat d'estatge a cada hotel, tenint en compte les seves tarifes oficials), taxa sobre excursions realitzades pels autocars de Catalunya, impost sobre taxis i autos de turisme, segell sobre la venda d'alguns productes a determinar sobre els que es consideressin més beneficiats.

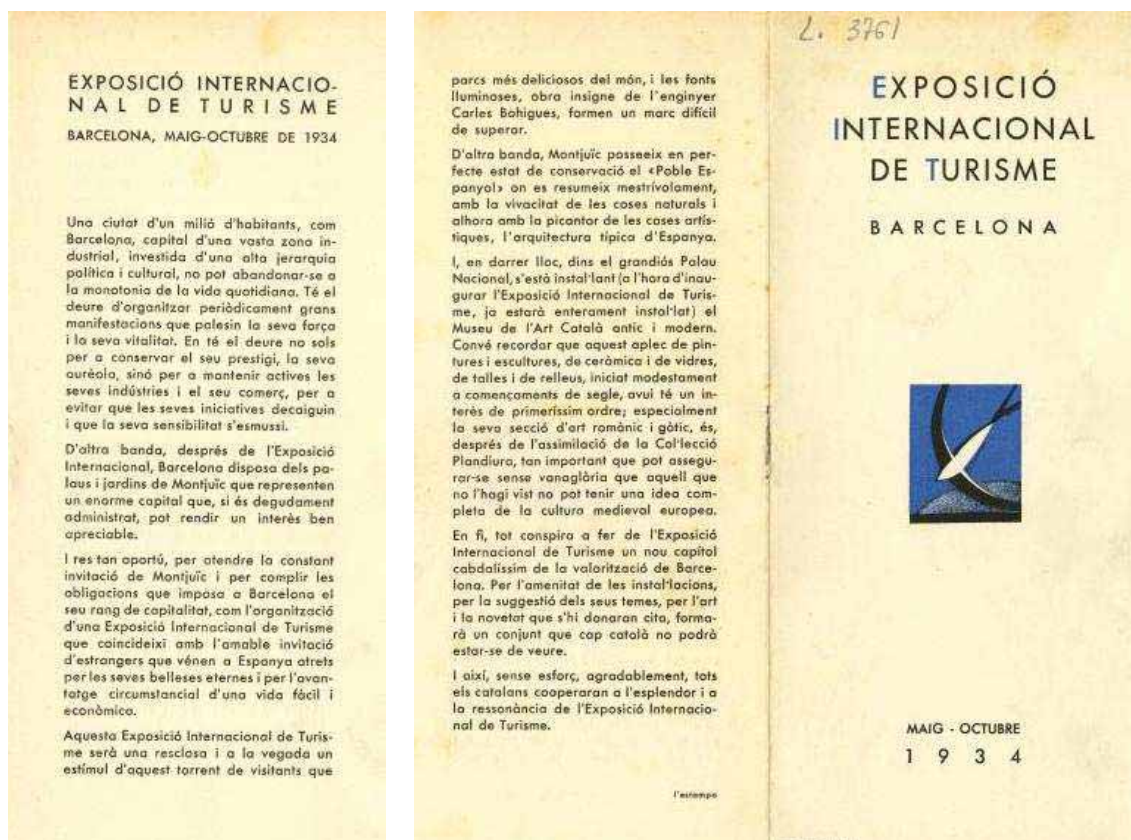
Amb l'aprovació d'aquests impostos per a la Generalitat de Catalunya –la recaptació dels quals podria ésser concedida a la Federació de Turisme de Catalunya i Balears com a organisme promotor de l'Exposició– a més d'estar cobert del risc d'un possible dèficit resoldria automàticament el problema de Tresoreria de l'Exposició ja que amb la garantia d'aquests impostos, juntament amb la de les recaptacions que per tots els

⁹⁰ Documents Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolors Vidal).

⁹¹ Documents Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolors Vidal).

altres conceptes han de produir-se, hom obtindria fàcilment un milió o milió i mig de pessetes indispensables per a fer front als compromisos del període d'organització. Com a nota final ens permetem insistir sobre el mirament que hem tingut en confeccionar els pressupostos, fins al punt que les partides d'ingressos han estat calculades en criteri molt restringit per tal que puguin ésser fàcilment superades en la realitat i en canvi les partides de despeses han estat posades al màxim per tal de permetre una reducció en el cas poc probable de què els primers resultats de l'Exposició no fossin prou satisfactoris; ultra això, i encara que no s'ha calculat com a suport bàsic de l'Exposició, cal esperar que les nostres Corporacions Oficials, valorant els beneficis que reporten a la riquesa col·lectiva del nostre poble una Exposició de la importància de la que es projecta voldran col·laborar-hi sense necessitat de cap estímul atorgant aquell ajut econòmic que considerin just i oportú.

S'arribà a editar un llibret informatiu de l'Exposició en el qual s'hi argumentava, de forma ben clara, que la realització d'esdeveniments era per a Barcelona un deure, la raó del qual tenia a veure amb el manteniment actiu del prestigi de la ciutat, de la seva aurèola i, evidentment, de la seva indústria i comerç.



Primera i última pàgina i coberta del llibret informatiu de l'Exposició Internacional de Turisme de Barcelona prevista per a l'any 1934⁹²

El dia 15 de maig de 1934 era la data prevista per a la inauguració de la gran Exposició de Turisme. Però no s'acabà celebrant.

Segons Ribé, les qüestions polítiques van fer desdir a l'organització: "el ambiente creado por la dichosa política, hizo imposible realizar. Fue una verdadera lástima. Barcelona y España en general, hubiesen obtenido muchos beneficios de la celebracion de la proyectada exposición" (Ribé, 1963: 289).

⁹² Documentació cedida per Dolors Vidal.

La reforma del Patronat i la creació del Consell Rector del Turisme Català

El mes de gener de 1934 s'havia reformat el Reglament del PTC; els canvis van ser aprofitats per ampliar el Consell Superior amb la integració de nous representants procedents d'altres institucions: Francesc Fàbregues de la Unió Catalana de Federacions Esportives, Bartomeu Amengual de la Cambra Oficial de Comerç i Navegació, Angel Bono de la Junta d'Obres del Port, Ricard Ramos de l'Associació de Naviliers de la Mediterrània, J. Pérez López de la Federació de Bancs i Banquers de Barcelona i Aureli Sanclemente de l'Associació Catalana de Balnearis, entre altres entitats que en el moment de redacció del document encara no havien comunicat el nom dels seus representants)⁹³.

En el document relatiu a l'ampliació del Consell Superior es declarava que, fins aleshores, l'actuació del Patronat s'havia limitat a recolzar i a prosseguir l'obra empresa pels mateixos elements que formaven la Federació de Turisme de Catalunya i Balears. Se sintetitzava la seva tasca en una labor d'intervenció constant en qüestions d'interès turístic general per mitjà de gestions amb les autoritats, companyies de transport i hotels i de servir d'element d'enllaç entre els interessos aplegats i els sindicats de turisme tot facilitant informacions i propulsant iniciatives. Així mateix es destacava que Federació i Patronat havien realitzat veritables esforços per activar la propaganda d'aquells indrets de Catalunya que no disposaven de suficients recursos materials per a efectuar-la per ells mateixos. S'esmentaven algunes accions concretes, com per exemple l'edició de fulletons de propaganda de Barcelona, la construcció i muntatge d'un gran diorama a París de les fonts de Montjuïc (de gran visualitat pels seus efectes de llum i color dirigit per Carles Bohigas, l'enginyer constructor de les fonts), l'organització d'un concurs de cartells de turisme amb 10.000 pessetes en premis oferts per diferents corporacions i entitats (van resultar premiats 12 cartells; el concurs va rebre 330 cartells i s'aconseguí que a més dels originals premiats, les entitats turístiques, ajuntaments i empreses interessades adquirissin nombrosos cartells entre els concursants, alguns dels quals van arribar a ser editats). A més, entre les accions destacades, no es deixava d'esmentar la proposta de realització de l'Exposició Internacional de Turisme a Barcelona. Consta que el Patronat havia assumit la redacció de l'estudi preliminar del pla d'exposició i que costejà els treballs preparatoris fins arribar a la convocatòria de l'Assemblea que es realitzà al Saló de Cent de l'Ajuntament de Barcelona i en la qual hi participaren les forces vives interessades en el projecte (assemblea en la qual s'hi havien creat els òrgans necessaris per a portar a terme el projecte).

Ja per acabar, el document recordava que la Federació de Turisme de Catalunya i Balears no havia desaparegut, sinó que continuava actuant com a nexa d'unió entre els sindicats d'iniciativa catalans i balears i amb el propòsit nou d'abastar els de València. La Junta, segons s'informava a gener de 1934, s'havia de reorganitzar a base exclusivament dels representants dels sindicats. La comissió que aleshores regia la Federació estava formada per Pau Nicolau, Manuel Ribé, Josep Esplugues i Jaume Marill⁹⁴.

A la Memòria aprovada en l'acte de constitució del nou Consell Superior, celebrada a 29 de gener de 1934, el Patronat es mostrava carregat de bones expectatives; el text, clar i optimista, emanava un entusiasme especial. Es tracta d'un document editat en forma de llibret que estava integrat pels següents capítols: *El turisme factor decisiu per a l'economia catalana*; *Organització del turisme català*; *Missió del Patronat de Turisme de Catalunya*; *Realitzacions d'ordre immediat*; finalment, es reproduïa el text de 10 de juny de 1933 a partir del qual la Generalitat havia declarat el PTC com a corporació oficial; a les

⁹³ Documentació dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

⁹⁴ Expedient 1 "Touring Associació de Catalunya" gener de 1934. Dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

darreres pàgines es relacionaven els membres que integraven el Consell Superior i la Junta Directiva⁹⁵.

El primer apartat del document, *El turisme factor decisiu per a l'economia catalana*, afirmava que avui dia totes les nacions reconeixien el turisme com a element de primer ordre que afectava la vida econòmica dels països. I justament en el moment en què a Catalunya s'estructurava la seva vida interna, era imprescindible que atengués de manera seriosa el tema del turisme. Segons declarava el document, l'organització que havia d'assumir el govern havia d'incorporar els objectius basats en una "acció persistent i continuada en l'endegament de tots aquells aspectes que puguin contribuir a situar la nostra terra entre els llocs preferits pel turisme internacional". La naturalesa i el patrimoni arqueològic feien de Catalunya una terra rica en possibilitats de tota mena: "cal només que nosaltres sapiguem aprofitar aquests dons". La conversió del país en centre de turisme era una qüestió que depenia de l'esforç i treball que s'hi dediqués, sobretot perquè Catalunya era una terra que disposava dels recursos bàsics necessaris⁹⁶.

En el segon apartat, *Organització del turisme català*, es remarcava i lloava la tasca desenvolupada per la Societat d'Atracció, que ostentava el privilegi d'haver estat el primer organisme veritablement preocupat pel foment turístic al país. També es destacava l'acció de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears, que amb la seva acció havia contribuït eficaçment al redreçament del turisme català i havia suposat un notable avenç en la política turística del país. De l'Oficina de Turisme de Catalunya en destacava els seus grans esforços i resultats, malgrat tractar-se d'un organisme que disposava de pocs mitjans; alguns dels principals fruits assolits per l'OTC tenien a veure amb els serveis d'informació i amb el vastíssim pla de propaganda de tots els llocs i d'autèntic valor turístic, recordant la borsa de lloguer per a l'estiueig i tantes altres accions. Destacava de manera especial una acció que havia obtingut una recompensa molt significativa: els serveis de recepció prestats a les fronteres i a l'arribada de vaixells al port. En aquest sentit, es feia esment d'una comunicació que les agències de viatges i cases consignatàries nacionals i estrangeres residents a Barcelona van fer arribar, feia pocs dies, al Conseller d'Economia i Agricultura:

D'aquesta manera s'ha obtingut el que poc podien esperar, o sigui, que en concursos que han tingut lloc en els creuers, organitzats per llurs cases consignatàries, el Port i la ciutat que més vots i simpaties ha obtingut, i quasi per unanimitat, ha estat Barcelona.

En aquesta comunicació efectuada per agències de viatges i cases consignatàries es remarcava que gràcies als esforços que s'havien realitzat durant els darrers anys, tot l'ambient ja es trobava ben preparat per emprendre seriosament una actuació de conjunt a favor del turisme; finalment, aquell era el moment oportú per a l'inici del treball del Patronat de Turisme de Catalunya.

En un següent apartat del text, titulat *Missió del Patronat de Turisme de Catalunya*, es definien les funcions que el nou organisme havia d'assumir de manera immediata:

fomentar la creació de sindicats d'iniciativa a les contrades turístiques de Catalunya on no s'existeixin encara; celebració d'actes o reunions pro-turisme; creació d'una

⁹⁵ Documentació dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

⁹⁶ En l'anàlisi que Vidal (2005) realitza de l'obra *Organització turística de Catalunya* hi detecta una contradicció important que no només acabà repercutint l'actuació del PTC, sinó que històricament ha constituït un problema de les polítiques de turisme catalanes, ja que segons Vidal, la visió segons la qual Catalunya ni Barcelona disposaven d'un excel·lent patrimoni monumental i artístic va acabar restringint l'aposta per una oferta en aquesta matèria.

biblioteca i arxiu turístic; creació d'un organisme auxiliar dels serveis de recepció en els quals hi tinguin representació tots els elements obligats a intervenir-hi: Ajuntament, Obres del Port, Hotelers, Taxistes, Cases consignatàries, Agències de Viatges, etc.; participació a les fires estrangeres; fiscalitzar l'efectivitat de les lleis de defensa dels nostres monuments, platges i boscos; gestionar prop dels serveis d'Obres Públiques la construcció i conservació preferent de les carreteres de marcat interès turístic i posar especial atenció en que la seva numeració i retolació estigui al dia, així com també que els serveis de socors i raviduallament responguin a les necessitats del turisme modern.

La mirada global al turisme i la responsabilització de les seves diverses esferes constituïa el repte més important plantejat fins aleshores. Es considerava que la feina del Patronat de Turisme també havia de consistir en la promoció de la creació d'una sèrie d'organismes bàsics en tota política turística, tals com un Crèdit Hotelier, una Escola professional hotelera i una escola de Guies i Intèrprets. Així mateix, la Memòria proposava que el Patronat assumís la creació d'un interessant programa de Festes de Primavera en el qual s'hi mostrés tot allò més característic de Catalunya, preveient que aquest podria ser emplaçat al Parc de Montjuic. En definitiva, es conclouia que aquell no constituïa un programa especialment ambiciós, però tampoc insignificant.

El Consell Superior del Patronat estava integrat pels següents elements: el Conseller d'Economia i Agricultura de la Generalitat de Catalunya Joan Comorera, President Honorable; Ferran Cuito, President; Pau Nicolau, de l'Automòbil Club de Catalunya, Vicepresident Primer; Juli Nogués, de l'Agrupació d'Empreses Ferroviàries de Catalunya, Vicepresident Segon; Jaume Gras, secretari. Com a membres vocals hi figuraven: Frederic Turell i Boladeras, del Departament d'Obres Públiques de la Generalitat; J. Carner-Ribalta, del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya; Ignasi Armengou i Torra, de l'Oficina de Turisme de la Generalitat; Manuel Ribé i Jaume Marill, membres de la Federació de Turisme de Catalunya i Balears; Joaquim Folch i Torres, de la Junta de Museus de Catalunya; Francesc Fàbregas, de l'Unió Catalana de Federacions Esportives; Lluís Creus i Vidal, de la Federació d'Entitats Excursionistes; Antoni Campmajo i Pujola, de la Federació Aeronàutica Catalana; Bartomeu Amengual i Andreu, de la Cambra de Comerç i Navegació; Josep Thomas i Corrons, de la Cambra Oficial de la Indústria; Àngel Bono i Cruixent, de la Junta d'Obres del Port; senyor Montserrat Fenech, membre de l'Agrupació d'Empreses Ferroviàries de Catalunya; senyor Ricard Ramos, de l'Associació de Naviliers de la Mediterrània; Joan Masó i Ramon Tarrago, representants de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya; Aureli Sanclemente, de l'Associació Catalana de Balnearis; Josep Serra i Roca i Maties Guarro, de la Federació d'Agències de Viatges d'Espanya; un representant de l'Associació d'Empresaris d'Espectacles Públics; Jaume Hugas, de Moto Club de Catalunya; Josep Espulgues Vila, de la Cambra de l'Autoòmnibus; Josep Pérez i Lopez, de la Federació de Bancs i Banquers de Barcelona.

La Junta Directiva quedà formada per Ferran Cuito, com a President; Pau Nicolau, com a Vicepresident primer; Juli Nogués, com a Vicepresident segon; Josep Esplugas, com a tesorero; Jaume Gras, secretari. Com a membres vocals quedaren designats: Frederic Turell, J. Carner-Ribalta, Ignasi Armengou, Manuel Ribé, Josep Serra i Roca, Ricard Ramos i Jaume Marill. El Consell Superior del PTC va correspondre al denominat Consell Rector del Turisme Català, el qual va ser constituït en el marc del Palau de la Generalitat⁹⁷.

⁹⁷ "Constitució del Consejo Superior del «Patronato de Turismo en Cataluña». A *Barcelona Atracción* (març 1934).

La combinació de política, cultura i empresa feia de l'equip del PTC un engranatge ric i positiu, i delatava, sobretot, una concepció del turisme com a realitat política, social, cultural i econòmica, no només estrictament empresarial o sectorial.

Saló de Turisme i dels Esports. Ciutat de Barcelona. Juny de 1934

No és d'estranyar que el PTC proposés un programa tan ambiciós, sobretot tenint en compte la diversitat de membres que el composaven, que es traduïa en una lògica pluralitat d'interessos. Tampoc és d'estranyar que Barcelona esdevingués identificada com la capital turística del país, especialment perquè ja comptava amb una gran capacitat d'atracció de visitants estrangers i un reconeixement internacional.

A principis de l'any 1934, *El Diluvio* publicava l'article "Breve comentario. Las Fiestas de Primavera" en el que animava al Patronat a tirar endavant la proposta de celebració de les primeres Festes de Primavera a Barcelona⁹⁸. El periòdic argumentava que per a l'atracció i moviment de visitants, tant si eren turistes estrangers com veïns més propers, era important que les ciutats ideessin estratègies tals com congressos, festivals, peregrinacions i inauguracions. L'article suggeria la idoneïtat de celebrar aquestes festes entre els dies 1 i 15 d'abril, pel fet que coincidirien amb la Pasqua, amb la celebració del tercer aniversari de la proclamació de la República i amb la inauguració, com a museu, del Palau Nacional de Montjuïc. Alternativament, també proposava els dies 12 i 20 de juny del mateix 1934, coincidint amb la celebració de la setena Fira de Mostres de la ciutat. Les Festes de Primavera haurien d'incloure representacions d'esports, festivals musicals, artístics i literaris, representacions folklòriques i de festes populars, festes d'aviació i fins i tot espectacles taurins. Un programa que havia de tenir com a marc idoni els jardins de Montjuïc.

De ben segur, la programació de les Festes de Primavera i del Saló de Turisme es va plantejar com a fórmula per substituir la gran exposició internacional del turisme que, pel que consta, tantes expectatives havia suscitat.

Al mes de juny de 1934 se celebrava el I Saló de Turisme i dels Esports en el context de la VII Fira de Mostres de Barcelona. Segons destaca Farreras (1973), aquest saló va esdevenir un dels esdeveniments més importants celebrats durant els anys trenta a Barcelona; es realitzava en col·laboració a la Fira de Barcelona, gràcies a l'esforç dels sindicats d'iniciativa de Catalunya i també amb el suport del Patronat de Turisme de Catalunya⁹⁹. El Saló va quedar instal·lat al subterrani de la Plaça Catalunya, i tal com afirmava Ribé (1963), va ser orientat expressament per donar un valor turístic a Catalunya. L'esdeveniment va ser un èxit, apunta Blasco (2005).

Consta que diverses entitats i corporacions van participar en aquest Saló: la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona, la Ciutat del Repòs i de Vacances, i representacions estrangeres com l'Office Français de Tourisme i els consultats d'Anglaterra i de la URSS. Tot i així, i segons l'estudi de Blasco, la major representació al Saló va ser integrada per representants dels Sindicats d'Iniciativa de Catalunya. Altres entitats participants varen ser Unió Catalana de Federacions Esportives, Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya, l'Àero Club Escola d'Aviació, l'Associació d'Amics de l'Art Vell, el Museu Arqueològic de la Generalitat de Catalunya i les Societats Esperantistes de Catalunya.

⁹⁸ "Breve comentario. Las Fiestas de Primavera". A *El Diluvio*, 4 de febrer de 1934.

⁹⁹ Document dins *Expedient de Governació relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934*. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

L'oportunitat del Saló, segons argumentava la Generalitat, era clarament estratègica tant des del punt de vista turístic com de relacions i presència internacional; a més, estava clar que l'esdeveniment proposat també representava una oportunitat propagandística de la mateixa institució, la Generalitat de Catalunya; amb aquests termes es defensava la seva realització:

PER UN SALÓ DE TURISME I D'ESPORTS

Barcelona es disposa a celebrar la seva VII Fira, el 2-7 de juny.

No constituiria per la Generalitat de Catalunya una magnífica oportunitat, aprofitar l'avinentsa que li ofereix aquella manifestació, per a fer arribar, d'una manera vistent i comprensible als ulls del poble, tot el que ha fet fins avui, no sols en matèria de turisme, sinó en totes aquelles altres activitats que hi tenen certa connexió i que en presentar-les conjuntament, donarien una idea del treball realitzat per a atendre i resoldre la complexitat de problemes que planteja la vida actual del nostre poble?

L'especial atenció que dediquen a aquesta classe de manifestacions tots els pobles, per tal de propagar l'obra dels seus governs i obtenir l'adhesió de les masses populars, demostren com és valoritzada l'eficàcia d'aquestes exhibicions.

Aquesta manifestació, caldria però que fos quelcom més que una catalogació de la tasca acomplerta, hauria d'ésser també la concreció de les grans expectatives que ofereix la Catalunya futura, com a poble modern, una volta posats en pla d'execució i desenvolupament, el conjunt de projectes sobre els quals dediquen les seves activitats els diferents departaments i serveis de la Generalitat.

Una senzilla enumeració d'alguns dels aspectes que podria comprendre, donarà idea de la importància que podria assolir aquest Ier. Saló de Turisme i Esports.

- Oficina de Turisme de Catalunya
- Patronat de Turisme de Catalunya
- Federació de Turisme de Catalunya i Balears
- Servei Forestal
- Regional Planning
- Balnearis i Sanatoris
- Museu d'Arqueologia
- Conservació del patrimoni natural i monumental
- Folk-lore
- Escola del Treball (indústries típiques)
- Aviació
- Escola Hotelera (en projecte)
- Vacances obreres
- Cinema aplicat al Turisme
- Obres públiques
- Cooperativa de la Citat de repòs i de vacances

Tenint en compte que a totes aquestes activitats hi corresponen altres tants serveis que desenvolupen una tasca eficient dintre de l'obra de conjunt de la Generalitat, el treball que s'hauria de realitzar per a portar a terme l'exposició del projecte podria ésser distribuïda entre aquells serveis sense necessitat d'una organització especial ni una despesa considerable.

Aquesta manifestació pública de l'obra de la Generalitat no es portaria a terme d'una manera isolada sinó que constituiria el sector més destacat d'un conjunt d'exhibicions que donarien la més suggestiva varietat al Saló.

Així, per exemple, aprofitant els oferiments rebuts per un certamen de caràcter anàleg que es projectava celebrar dintre d'aquest mateix any, seria relativament fàcil de comptar amb la participació dels elements següents:

- Serveis oficials de Turisme
- Patronat Nacional de Turisme de la República
- Sindicats d'Iniciativa
- Federacions de Turisme
- Companyies de ferrocarrils
- Empreses Navileres
- Línies aèries
- Hotels

Empreses d'urbanització
Agències de Viatge
Centres Excursionistes
Clubs Esportius
Seccions deportives dels Ateneus obrers
Automòbil Club
Camping

El que encara indueix més a preconitzar la conveniència i l'oportunitat d'organitzar aquest Saló, és allò que molt sovint impossibilita la realització de moltes coses que hom considera interessants: la seguretat de què no ha de constituir cap càrrega considerable d'ordre econòmic, ja que la facilitat que comporta el que la Fira posi a la disposició del Saló, l'espai adequat per a la seva instal·lació, així com el que es faci càrrec de les despeses de llum, guarderia, possibilita enormement la seva realització. Bé pot dir-se que amb sols posar en activitat els diferents departaments afectats per aquesta exhibició, es podria acomplir plenament la finalitat que hom persegueix. El Saló podria constituir doncs, amb la indiscutible oportunitat i amb un mínim esforç, l'instrument més eficaç per a la propaganda de l'obra realitzada per la Generalitat i per a obtenir l'adhesió a la que projecta realitzar, per a l'estructuració de Catalunya com a poble autònom¹⁰⁰.

Proposta d'establiment d'una taxa turística

El mes de juliol de 1934 el diari *L'Opinió*¹⁰¹ publicava una notícia segons la qual havia estat creada una llei relativa a una taxa sobre consum i serveis d'hostalatge i restaurant: es tractava d'una llei destinada al foment i protecció del turisme, i segons *L'Opinió*, era fruit d'una iniciativa del Patronat de Turisme de Catalunya.

Segons un document de 1934 en el que es reflexionava sobre l'oportunitat d'un tribut turístic, l'establiment de la taxa hauria d'ésser objecte de Llei del Parlament de Catalunya; en ésser consultat el Patronat de Turisme de Catalunya respecte a les línies generals que havien de determinar l'establiment d'aquest impost, la Junta Directiva va dictar una sèrie de bases que va sotmetre a aprovació pel Consell Superior del mateix Patronat de Turisme¹⁰².

Les bases confeccionades se centraven en l'aplicació de taxes segons els diversos àmbits relacionats amb l'activitat turística: en primera instància, es creia convenient d'establir una taxa sobre la despesa ocasionada pels hostes que pernoctessin un o més nits als establiments, amb un mínim de pensió completa per persona i dia superior a 7 cèntims; per altra banda, també es va idear una taxa sobre els restaurants i un arbitri sobre l'arrendament d'estades de repòs i estiuieg (en aquest darrer cas, la percepció de l'arbitri es prestaria íntegrament als ajuntaments i sindicats de turisme locals). El Patronat considerava fermament que l'establiment d'aquestes taxes hauria de millorar i desenvolupar els serveis de turisme a Catalunya, alhora que permetria la intensificació de la propaganda i crear noves institucions, com per exemple l'Escola Hotelera, la Guia-intèrprets, la Caixa de Crèdit Hotelier i algunes altres d'interès turístic; aquestes obres, afirmava el document, s'estimaven totalment inajornables per a la major eficàcia de tots els serveis relacionats amb el turisme. Amb aquests arguments es justificava la necessitat de la taxa turística:

¹⁰⁰ Expedient 1 "Stand al Saló de Turisme i Sport a la Fira de Mostres de Barcelona 1934". Dins *Lligall OPP-2982*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

¹⁰¹ "Llei relativa a la creació d'una taxa sobre consum i serveis d'hostalatge i restaurant". A *L'Opinió*, 20 de juliol de 1934.

¹⁰² Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

Arbitrar recursos per atendre les despeses del turisme català en general, i particularment les de propaganda al país i a l'estranger i a les que han de contribuir a la millora dels serveis hotelers mitjançant la creació de l'escola hotelera de Catalunya (...). El moment econòmic és especialment favorable per l'establiment de la Taxa d'Estada, sobretot tenint en compte el cost de la vida al país i la cotització del nostre signe monetari, la qual cosa faria que la seva imposició fós apenes notada per les persones que haurien de satisfer-la.

L'objectiu de la implantació de les taxes d'estada als turistes pretenia generar aportacions econòmiques que poguessin contribuir al desenvolupament de la indústria turística receptora. Segons el document, la tarifa d'aquesta taxa s'establia de la següent manera: hostatge de primera categoria: 0'50 pessetes; hostatge de segona: 0'25; hostatge de tercera: 0'10 (quedant exempts els turistes menors de 10 anys, agents comercials col·legiats, viatjants de comerç, obrers i funcionaris). Pel que fa a la creació d'una taxa especial sobre el consum i serveis de restaurants, aquesta havia de recaptar l'equivalent a un mínim del 2% respecte la quantitat de la despesa.

El Consell de Banca, Comerç i Turisme elaborà una Memòria en la qual s'hi reproduïen les deliberacions que havien tingut com a conclusió l'avantprojecte de llei de creació de l'anomenada *Taxa sobre serveis d'hostatge i restaurant i d'un arbitri sobre l'arrendament d'estatges de repòs i estiueig*; aquesta Memòria va ser aprovada pel propi Consell de Comerç, Banca i Turisme en una sessió de 23 de juny de 1934. El text de la Memòria també va ser elevat al Conseller d'Economia i Agricultura, conjuntament amb l'avantprojecte de Llei, que va ser signat per l'advocat i secretari del Consell de Comerç, Banca i Turisme del Govern de la Generalitat, Ignasi Armengou Torra¹⁰³.

La Memòria representava un compendi de les deliberacions que havien mantingut els membres del Consell de Comerç, Banca i Turisme que impulsà la creació de la llei de *Taxa sobre serveis d'hostatge i restaurant i d'un arbitri sobre l'arrendament d'estatges de repòs i estiueig*; aquest text, que va ser elaborat prèviament a la definició i concreció del propi avantprojecte, dóna a conèixer quins foren els diversos punts de vista debatuts i les conclusions establertes a propòsit de la creació de la taxa. Els punts que estructuraven el contingut de la Memòria eren els següents: *La taxa de turisme i la seva utilització; Els fonaments del Turisme; La defensa de les belleses; La propaganda turística; Els transports i les vies de comunicació; Els serveis d'hostalatge; El crèdit hotelier; Forma que s'ha de donar a la taxa de turisme; Casos en què no es deurà aplicar-se la taxa; Forma de percepció de la taxa.*

En el primer punt, *La taxa de turisme i la seva utilització*, servia per introduir i justificar la importància que tenia per al pagador de la quota el coneixement de la destinació del préstec que abonava. És a dir, calia fer conscient al pagador dels fruits de la seva aportació econòmica, sobretot si se'l feia sabedor que la quantia de la taxa s'aplicaria a la millora dels serveis que rebia i no pas per "augmentar la màquina administrativa o tècnica del servei, sense que el contribuent pugui donar-se compte molt visiblement dels seus resultats pràctics". És per aquesta raó, assegurava la Memòria, que calia esbrinar quina era la destinació més adient de les taxes; en aquesta línia es desenvolupava una clara reflexió al voltant de les conveniències, de les necessitats i preocupacions, de les coses més importants que calia protegir. I amb aquestes premisses el Consell procedia a desenvolupar els punts que defensaven, plenament, la importància de la taxa turística.

¹⁰³ Expedients: correspondència i documentació diversa. Dins *Fons 1 (Generalitat de Catalunya, II República)*, caixa 117, inventari 1 /3756, caixa 117 (3/4), carpeta any 1933. Número 18. Arxiu Nacional de Catalunya.

El punt intitulat *Els fonaments del Turisme* feia referència a l'oferta turística, tant a aquella relacionada amb els establiments i infraestructures d'acollida com als recursos atractius del propi territori. La preocupació que demostrava la Generalitat republicana en aquest sentit era evident, ja que comprenia que un adequat desenvolupament del sistema turístic havia de comptar amb els elements de base al territori:

L'existència del Turisme va lligada íntimament amb allò que n'és el seu fonament. El turista necessita coses per veure, però, també necessita saber que aquestes coses existeixen; ha de menester un mitjà per arribar fins a la cosa que vol veure, però si el viatge és llarg caldrà que se li doni lloc on hostatjar-se. Per això, podem dir que els fonaments del turisme són quatre: 1er.-L'existència de belleses naturals o arqueològiques que serveixin d'estímul al turista per determinar-se a visitar el país que les posseeix; 2on.-El treball que es faci per donar a conèixer aquelles belleses i els mitjans de veure-les en els països forasters; 3er.-Les vies de comunicació que permeten al turista a desplaçar-se amb comoditat; i 4rt.-Els serveis d'hostalatge que acullin al turista que ha de sojornar en el país objecte de la seva curiositat.

Així doncs, la protecció de les belleses i curiositats, el desenvolupament dels serveis de propaganda i d'informació, l'adaptació dels serveis públics de transport i el millorament dels hostalatges, refugis i restaurants conformaven, ni més ni menys, els principals eixos que calia disposar i articular a fi del correcte desenvolupament turístic del país.

Quant a la protecció de belleses i curiositats, es valorava que el monument, d'un temps ençà ja estava essent tractat amb la merescuda importància; malauradament, però, "al paisatge natural encara li resta el fer un paper de cara a l'economia i un altre de cara a l'art". Segons la Memòria, els boscos encara estaven regits amb lleis que s'emparaven a la clàssica visió espanyola "el árbol cria pájaros", en el sentit que s'ometia la possibilitat de donar un rendiment al bosc més enllà de la seva simple existència. Per això la Generalitat de Catalunya, a través de la Memòria de la taxa turística, precisava noves lleis que "es mirin l'arbre com un objecte d'art, i no solsament de cara al turista sinó de cara als catalans, que desitgem que la nostra casa sigui el més agradable que ens permeti la necessitat de viure dels seus productes naturals". La Memòria feia al·lusió al Pla Regional, coincidint plenament amb la filosofia d'entendre i tractar els productes naturals en funció d'un equilibri constant entre el paper artístic i el paper econòmic¹⁰⁴. Calia crear una legislació catalana en matèria de conservació del medi que suplís definitivament la llei espanyola.

Pel que respecte al tema de la propaganda turística, se citava la labor de l'Oficina de Turisme de Catalunya en la seva tasca de donar a conèixer allò que existia al país a fi que el turista sentís el desig d'acudir-hi. No obstant, i a fi de millorar i enriquir les tasques propagandístiques de l'OTC, es proposava que aquestes esdevinguessin difuses a través de procediments més moderns tals com la ràdio, el cinema i la premsa.

L'assumpte relatiu als transports i vies de comunicació esdevenia igualment un tema de màxim interès i preocupació per la Generalitat republicana. S'entenia que el transport aeri, marítim, per carretera o per ferrocarril (en aquest darrer cas, vies "filles d'una iniciativa privada no prou controlada en tots els casos", es deia), havien de conformar una adequada xarxa de transports i vies de comunicació, que havien de funcionar de manera integrada, a fi de beneficiar la indústria turística del país, però també la resta d'activitats i indústries del territori.

¹⁰⁴ El Regional Planning va ser un projecte que preveia una ordenació i protecció del territori català, sobretot amb la idea d'equilibrar els usos del territori natural del país. Veure capítols: *El valor del paisatge i una visió romàntica del turisme*.

Els temes relacionats amb l'hoteleria no eren de fàcil solució: es considerava del tot inadmissible que a Catalunya es pogués desenvolupar amb eficàcia una veritable política de turisme si prèviament no es dedicava una clara preocupació per a resoldre el problema que atenyia a l'hostalatge; però a causa del seu caràcter especial, el problema de l'hostalatge no oferia facilitats de solució. El fet que el control de la indústria hotelera estigués a mans de particulars dificultava l'establiment de solucions i la reparació de les deficiències; de fet, es retreia al sector hotelier una gran manca de professionalitat; segons la Memòria, en matèria de serveis relacionats amb l'hostalatge no es podia improvisar, calia una acció persistent i continuada dedicada a l'educació i professionalització del personal d'aquest àmbit. Si bé la Memòria redactada assumia que Catalunya disposava de bons hotels, s'acceptava, també, que en poblacions petites, però de gran interès turístic, els serveis relacionats amb l'hoteleria eren precaris a causa de la manca de recursos. S'establien algunes actuacions per millorar les deficiències endèmiques relacionades amb l'hoteleria: la creació d'una escola hotelera, l'establiment d'un crèdit hotelier (que en donar una intervenció econòmica en els petits establiments hotelers permetria a la Generalitat de tenir una intervenció tècnica), la protecció de la propietat industrial dels hotelers en relació amb els propis immobles i, finalment, la persecució dels qui practiquessin l'intrusisme i fessin competència il·lícita als establiments que exercissin la indústria legalment.

La creació d'una xarxa hotelera moderna i suficientment ben preparada i disseminada arreu del territori era un interès de primer ordre sense el qual no es podia procedir a un desenvolupament efectiu de la indústria turística. Segons la Memòria, les grans ciutats i centres urbans complementaven l'oferta del visitant que cercava repòs i tranquil·litat:

Que Barcelona, Tarragona o Sitges tinguin bons hotels no és prou perquè amb això no s'esgota la capacitat de població turística que pot sostenir Catalunya d'una manera permanent. La solució del problema s'ha de trobar posant-nos de cara a les comarques perquè l'estada a Barcelona serà sempre breu per al turista que cerca el repòs en un lloc tranquil i ensems agradable.

Finalment, la Memòria conclouia amb una idea fonamental: les belleses naturals que posseïa el país podien causar una gran admiració i desig als turistes, però la permanència dels turistes a Catalunya depenia de la confortabilitat que oferissin els serveis d'allotjament: "Posem-los bona taula i bon confort i ja veureu els dies que es passaran a la nostra terra i el difícil que els serà deixar-la".

El Patronat de Turisme de Catalunya va donar una importància vital al conjunt del territori català; sense deixar de tenir en compte la força de la seva capital, es creia fonamental el fet de potenciar l'oferta i demanda turística a totes les comarques catalanes, adduint a les motivacions turístiques de tipus natural, relacionades amb el repòs, la cultura i el paisatgisme.

El projecte de llei relatiu a la taxa d'estada de turistes (que fou dictaminat per Ribé i Armengou i aprovat a la sessió del Patronat de 26 de juliol de 1934) havia estat intensament deliberat en sessions anteriors¹⁰⁵. Tot i així, mai no s'arribà a crear com a tal.

En general, cal reconèixer que les dificultats que va tenir el Patronat al llarg dels seus pocs anys de vida, van ser considerables; a més, cal recordar que els seus pressupostos mai no van ser elevats. Segons la memòria de l'ens relativa al 1934, el conjunt d'actuacions que havia dut a terme durant aquest any s'havien desenvolupat amb pocs mitjans econòmics (consta que es nodria només dels propis ingressos sense haver rebut cap subvenció de la

¹⁰⁵ Memòria del Patronat elaborada el mes de febrer de 1935. Arxiu Històric de Palafrugell, (documentació cedida per Dolors Vidal).

Generalitat). Els esdeveniments succeïts durant el darrer mes d'octubre (feia referència als fets de l'octubre de 1934), havien afectat a les activitats del Patronat, bàsicament perquè hagué de frenar el seu ritme habitual a causa de la incertesa i inestabilitat que percebia com a organisme dependent de la Generalitat.

Però malgrat les complicacions en l'escenari polític i social i les limitades dotacions econòmiques, consta que a l'any 1934 el Patronat havia realitzat algunes actuacions prou significatives, entre les quals les gestions amb els operadors de la Casa Fox per a "impressionar un film documental de Catalunya amb destí a la seva «Alfombra» màgica". Segons la memòria de l'activitat relativa al 1934, el Patronat també havia fet donació d'uns obsequis que dedicà a l'expedició d'un miler d'escolars anglesos que van visitar Barcelona, en honor dels quals també s'organitzà una festa popular al Poble Espanyol de Montjuich amb la col·laboració de l'Hotel Ritz. Una altra de les accions realitzades havia estat l'edició d'un cartell de propaganda de Sitges. A més, consta que el Patronat va fer gestions encaminades a la creació de sindicats d'iniciativa locals i la intervenció i ajut en l'organització de la I Assemblea de Sindicats de Turisme de Catalunya, celebrada els dies 15 i 16 de juny a Barcelona de 1934¹⁰⁶. Igualment, la memòria destacava que durant el passat 1934 s'havien realitzat certes actuacions per facilitar l'entrada de vaixells al Port de Barcelona, obtenint millores en els serveis i tarifes de taxis, evitant la propagació de notícies alarmistes a l'estranger i en infinitat de suggeriments que, tant en el terreny oficial com en el particular, demostraven l'esforç i perseverança del Patronat. Finalment, la Memòria esmentava que el Patronat comptava amb la cooperació de nous elements, entre els quals, representants de la Companyia Transmediterrània, l'otel Ritz, Miquel Regàs i l'Agència Marítima Müller, entre d'altres.

Turisme i política

A ulls de la Sociedad de Atracción de Forasteros, acostumada a reclamar millores en matèria de gestió i promoció, la realitat turística de Catalunya no era precisament massa engrescadora. Existia un rerefons ideològic per desconfiar de les noves polítiques autonòmiques.

Segons les consideracions de Marinel·lo, a Catalunya les energies pro turístiques romanien massa desarticulades per culpa d'un egoisme interessat especialment en la recerca del triomf individual i no col·lectiu. Marinel·lo lamentava la no existència d'una cohesió en matèria propagandística, la qual cosa conduïa al fracàs¹⁰⁷. Si bé l'Asociación de Hoteleros de Cataluña havia invertit en l'edició de cartells turístics, el seu exemple no havia tingut continuïtat entre altres indústries que es beneficiaven de les arribades de l'anomenada immigració turística, deia Marinel·lo, que entre altres propostes, ressaltava la creació d'un Banco de Crédito Hotelero i la protecció econòmica dels sindicats d'iniciativa. Segons afirmava Marinel·lo, el Patronat de Turisme anava ben orientat, tot i que no havia pogut comptar amb el suport real de la política. Així, sense abandonar la dèria per la imatge i la propaganda que amb tanta intensitat va acaparar l'obra de la Sociedad, Marinel·lo esperava que s'aconseguís una propaganda turística metòdica, constant i eficaç: seria justament en aquest moment, afirmava Marinel·lo, que s'assoliria el triomf moral de tots aquells que, any rere any, s'havien esforçat per despertar l'amor al turisme a Espanya.

El cas és que la vida i obra de la corporació del Patronat va tenir molts alts i baixos en poc temps; li va tocar viure amb la precarietat econòmica i amb la manca d'un ferm suport

¹⁰⁶ Veure capítol: *1935 i 1936, últims temps*.

¹⁰⁷ Marinel·lo, M. "Propaganda turística". A *El Productor Hispano Americano. Industria, comercio, economía y finanzas*, Barcelona, any XVII, núm. 256, abril de 1935, pàgs. 17-18.

polític general, fets que van limitar la seva actuació. A principis d'estiu de l'any 1935, el Patronat elevava al Conseller d'Economia i Agricultura una documentació sobre l'estat actual dels serveis i indústries turístiques de Catalunya, tot incorporant quines havien de ser les iniciatives i les orientacions a emprendre per tal d'incrementar l'afluència de visitants¹⁰⁸. Tot plegat era una prova més que l'esforç de planificació que va realitzar el Patronat va ser, a pesar seu, molt superior respecte a l'execució i materialització real de les seves propostes.

El diari *El Diluvi* reproduïa les consideracions que el PTC esmentava a la nota que traslladava al Conseller d'Economia i Agricultura; d'entrada, i a causa de l'interès i de la importància econòmica que el turisme estava revertint a Catalunya des de feia alguns anys, apuntava que es feia imprescindible la reorganització dels serveis turístics, assignant-los una dotació econòmica adequada, tot procurant que la funció específica de cadascun d'ells respongués a un pla de conjunt que assegurés la seva eficàcia. Així, tot i reconèixer la notable labor empresa pels estaments oficials i econòmics de Catalunya en matèria turística, el Patronat de Catalunya proposava com a objectius immediats la reorganització de l'Oficina de Catalunya (especialment pel que respecte a la intensificació immediata de la propaganda i dels serveis d'informació, recepció i reclamacions), la creació d'un crèdit hotelier com a institució bàsica, conjuntament amb una Escola professional Hotelera; també es demanava l'adopció urgent d'un pla general d'urbanitzacions que evités el desordre que s'observava en determinats llocs de Catalunya i especialment de la Costa Brava. Igualment, el Patronat demanava l'organització de serveis de recepció a les estacions, molls i llocs més visitats de Barcelona, i la coordinació de tots els elements que hi intervenien: policia, guàrdia urbana, intèrprets oficials i agents de la Junta d'Obres del Port. Finalment, el document que el Patronat de Turisme elevava al Departament d'Economia i Agricultura l'instava d'aplicar, de manera rigorosa a totes les poblacions de Catalunya, les reglamentacions vigents en matèria d'hotels, transports i aprovisionaments.

Durant aquells anys, els sectors econòmics, polítics, culturals i socials representats al Patronat, a la Federació o a l'Oficina havien concebut el turisme com una qüestió també política, i prova d'aquest fet és que es va aconseguir implicar parcialment l'administració en els temes turístics del país. Però tot i que el govern català va demostrar un cert interès i suport en les qüestions turístiques i que formalment va prendre part d'algunes iniciatives, la seva implicació real va quedar lluny de l'efectivitat esperada. De fet, en realitat es pot considerar que no va exercir una veritable governabilitat del turisme, malgrat tot.

Per la seva composició i ideologia, el Patronat de Turisme de Catalunya hauria pogut esdevenir el gran organisme gestor del turisme català dels anys trenta. El Consell Superior que el conformava era, si més no, una garantia de l'amplitud de mires de la institució: la política, la cultura i les empreses del sector turístic hi havien confiat les seves esperances.

El Patronat de Turisme de Catalunya va desaparèixer l'any 1935: de repent, acabava el seu camí de somnis i de lluites, deixant alguns assumptes pendents i grans expectatives no complertes. A l'octubre de 1935, una convocatòria de reunió invitava als membres del Patronat a trobar-se per tractar dos temes únics: la dissolució del Patronat i el nomenament d'una comissió liquidadora d'acord amb l'article 24 del Reglament. Signava la nota Frederic Turell a 10 d'octubre de 1935¹⁰⁹.

Al cap de pocs dies, la premsa ja es va fer ressò de la desaparició del Patronat. A l'edició de 23 d'octubre, el *Diario de Barcelona* publicava l'article "El Patronato de Turismo de

¹⁰⁸ "Una nota del Patronato de Turismo de Cataluña". A *El Diluvi*, 1 de juny 1935.

¹⁰⁹ Documentació dins *Lligall OPP-5135*. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

Cataluña”, en el que es feia una sincera apologia de la institució que acabava de desaparèixer¹¹⁰. L'article repassava l'existència del Patronat, tot recordant la data i motius de la seva creació¹¹¹; se'n destacava la composició representativa dels diversos elements provinents de la indústria privada i de les corporacions interessades en el foment turístic, i confessava que l'única subvenció que havia rebut durant el temps de la seva actuació s'havia reduït a la mísera quantitat de 3.000 pessetes. L'articulista recordava les aportacions més destacades de la institució, posant especial èmfasi a les accions realitzades en el context de la Vall de Núria (tant en aspectes pròpiament turístics, sanitaris, com de repoblació forestal); a més, mencionava el seu projecte de reforma del Conveni entre la Generalitat i el Patronato Nacional de Turismo, també l'informe relatiu a la necessitat d'un pla d'urbanització del litoral de la Costa Brava, l'estudi i proposta sobre el projecte de l'Exposició Internacional de Turisme i l'organització del primer Saló de Turisme i dels Esports, que segons valorava el rotatiu *Diario de Barcelona*, “tanto éxito alcanzó”.

El mes de juliol de 1936 la revista *Barcelona Atracción* informava que s'estava procedint a la reorganització del Patronat de Turisme de Catalunya. No consta que s'assolís cap avenç en aquest sentit.

Lavour (1980b) recordava que el Patronat, constituït com a òrgan consultiu i considerat com a entitat de dret públic, va acabar desapareixent sense pena, però amb glòria, després d'haver elaborat un pla integral de planificació turística de Catalunya que, entre altres novetats, havia incorporat la creació d'un crèdit hotelier i d'una escola professional de turisme. Aquests temes, sens dubte, eren d'una rigorosa necessitat per assolir un millor desenvolupament de la indústria turística.

¹¹⁰ “El Patronato de Turismo de Cataluña”. A *Diario de Barcelona*, 23 d'octubre de 1935, pàg. 492.

¹¹¹ Erròniament, recorda que fou creat a 30 de setembre de 1933.

Barcelona, festes i creuers

A principis dels anys trenta la capital catalana s'havia convertit en la ciutat peninsular amb major cens de població (1.005.565 habitants). Aquest fet la portava a assumir amb molta convicció el paper de capital moderna de Catalunya i de gran ciutat espanyola (Carreras, 1993a). A més, Barcelona va esdevenir la segona ciutat europea en expectativa de viatge, afirma Vidal (2003).

En aquells temps, els retrats dels fotògrafs locals captaven la grandesa, potència i aparença d'aquesta magnitud, construint escenes d'una Barcelona que semblava nova per a tothom, autòctons i nouvinguts. Segons Garcia Espuche (1995c), l'obra del fotògraf Gabriel Casas produïda durant els anys trenta tornava a subratllar la idea de gran ciutat: les seves imatges mostraven elements com els gratacels, els automòbils, el port i la indústria, sinònims indiscutibles de progrés i de modernitat.

Nous models arquitectònics, una planta hotelera de categoria i certs detalls "anti-turístics" de la destinació Barcelona

A Barcelona es van experimentar renovats criteris en la creació arquitectònica i cultural, que en part estaven motivats per un estímul institucional i pels nous criteris ideològics i progressos materials de l'època. Eren anys farcits d'eufòria, afirma Hernández (1991).

Molts dels nous habitatges es construïen en base a uns criteris diametralment oposats als que havien predominat fins aleshores, responent als nous valors proposats per l'arquitectura racionalista: la importància de la higiene, la llum natural, la facilitat de desplaçaments d'un indret a l'altre dins el propi espai, la privacitat de cada estança, els avenços tecnològics del moment i l'ús d'un llenguatge simple dominaven l'elaboració i realització del nou model arquitectònic.

A Barcelona, aquesta nova aposta arquitectònica i conceptual va estar liderada per un grup d'arquitectes renovadors constituïts en el GATCPAC (Hernández, 1991). Aquests arquitectes van assumir un dels projectes més ambiciosos per a la Catalunya turística dels anys trenta: la construcció de la Ciutat del Repòs i Vacances, que preveia l'urbanització de la costa del Garraf. El projecte estava inclòs en l'anomenat Pla Macià de la Generalitat republicana i s'havia concebut en la línia del turisme popular i lligat als valors del treball i de la vida a la ciutat.

La Ciutat del Repòs i Vacances havia de ser un lloc per a les vacances dels treballadors de Barcelona i havia d'incloure parcs, jardins, restaurants, piscines, solàriums, balnearis, càmpings, parcs d'atraccions, espais de joc, botigues, horts i hotels, conformant tot un projecte residencial que s'enllaçava, clarament, amb una concepció metropolitana de la mateixa ciutat (Fabre; Huertas, 1988)¹¹³.

De la Ciutat de Repòs i Vacances tan sols se n'arribà a fer una inauguració simbòlica, que va tenir lloc, precisament, el dia internacional del treballador, l'1 de maig de 1934: se celebrà una gran festa popular i es va constituir la cooperativa que n'havia de finançar la construcció. Però la guerra civil va posar punt i final per sempre més al projecte de la

¹¹³ Al cap i a la fi, la Ciutat del Repòs no era més que un negoci, ja que segons Fabre i Huertas (1988), els promotors d'aquest complex perseguïen uns objectius especulatiu, malgrat que els arguments aparents del gran projecte coincidissin amb la visió del turisme popular.

Ciutat que s'havia d'estendre Llobregat en avall. Segons Carreras (1993c), tant el Pla Macià (que va ser un intent de conjunció entre política i urbanisme) com el Pla de Carreteres (també proposat per la Generalitat), van tenir escasses aplicacions. En el fons, es tractava de plans i projectes que havien despertat amb les eufòries dels nous temps, i que van coincidir almenys en un aspecte molt important: la voluntat d'intentar col·locar Barcelona com a veritable motor polític del país (un paper, segons Carreras, que mai no havia deixat d'exercir de facto).

Barcelona ja comptava amb un reconeixement turístic significatiu. Segons el registre de pernотacions als hotels que manejava la SAF, l'any 1934 havien fet estada a la ciutat uns 238.515 forasters, i al 1935, uns 241.069. Tot i així, apunta Miguelsanz Arnalot (2009), a l'any 1932 es van registrar 287.673 visitants, mentre que al 1934 la xifra va descendir a 273.155; al 1935, apunta, es va recuperar fins als 281.546, tot i que aquesta dada continuava essent inferior respecte a la de 1932. Pel que fa als turistes allotjats als hotels de la ciutat, es va passar de 14.858 al 1932 a 8.215 al 1934, i van augmentar fins a 12.956 l'any 1935. La retracció de la demanda turística, afirma Miguelsanz Arnalot, es va reflectir en el nombre d'establiments d'hosteleria i en els preus d'aquests, que es van contenir. Una pensió complerta als hotels de luxe oscil·lava entre 27,5 i 35 pessetes, mentre que a les pensions de la ciutat la pensió complerta era de 10 pessetes de mitjana¹¹⁴.

Barcelona ja era una ciutat ben equipada per a l'atracció turística, considerava Antoni Muntanyola en el seu llibre *Organització turística de Catalunya* escrit l'any 1932. Segons dades de Montaner Montejano (1998c), a l'any de 1934 la planta hotelera de la ciutat comptava amb un total de 31 hotels, entre els quals es destacaven els de primera categoria, com el Ritz, el Colon i el Majestic, i els històrics, com el Cuatro Naciones, l'Oriente i l'Espanya (aquests dos últims foren l'embrió d'Hoteles Unidos S.A., HUSA, companyia familiar creada per l'empresari Joan Gaspart l'any 1930). Durant aquest temps, la situació de l'hosteleria va passar per serioses dificultats, afirma Miguelsanz Arnalot (2009); una de les principals, seguint la tònica habitual, tenia a veure amb la desatenció de l'estat.

No es pot negar, doncs, que a nivell d'infraestructures d'acollida, l'oferta turística de Barcelona havia aconseguit estructurar-se en una sòlida plataforma de recepció: grans hotels, diverses i disperses pensions, nombrosos restaurants i cafès emblemàtics, un munt de comerços i una viva activitat cultural es disposaven tant per al consum dels seus ciutadans com dels seus visitants.

Barcelona no posseïa cap monument, museu o element especialment notori, però tal com recorda Lavour (1980b), Barcelona tenia el Poble Espanyol, Montserrat, la Sagrada Família, les places de toros, les Rambles, el Paral·lel i una exaltació i vitalitat molt important que la convertien en un ham de seducció de ressò internacional. A principis dels anys trenta es va posar en funcionament el Maricel, un parc d'atraccions a la muntanya de Montjuïc, artefacte que conformava un nou element de diversió en el paisatge barceloní. També el Barri Xino atreïa l'atenció dels visitants, fossin de la resta de comarques catalanes, de la Península Ibèrica o de l'estranger.

A principis dels anys trenta, Barcelona era una ciutat si més no excitant. I a la Rambla, escrivia Josep Maria de Sagarra a les darreres línies de *Vida Privada* l'any 1932, s'hi sentia una olor barrejada de noctàmbuls, d'excursionisme i de democràcia.

¹¹⁴ Segons la *Guia Barcelona* editada per la Comissió de Turisme de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya durant l'època republicana (Miguelsanz Arnalot, 2009).

La presència de visitants estrangers ja formava part, gairebé natural, del paisatge barceloní, mentre que per a la premsa de la ciutat el turisme constituïa tot un nou fenomen d'observació. A finals de l'any 1932, l'article "Detalls antiturístics" publicat al setmanari *Mirador* feia referència a l'estat de Barcelona com a destinació turística; el seu autor, Jaume Passarell, no s'estalviava elogis ni crítiques:

La dolça Barcelona no és pas únicament, com s'ha dit i repetit amb insistència porfidiosa, una ciutat d'hivern. Ans bé, ho és de tot l'any i especialment de la primavera, en la qual època sembla feta expressa per al conreu intensiu del turisme.

Déu Nostre Senyor, en fabricar el món, col·locà Barcelona entre els Pirineus i la Mediterrània, que és el rovell de l'ou d'Europa; la dotà de totes les gràcies i de tots els perfums. En féu un pom de flors. Li posà la mar als seus peus perquè tots els matins, en deixondir-se, pogués contemplar a pler la seva pròpia formosor, meravelladora de coneguts i estranys. I finalment, l'enjoïà amb uns voltants magnífics.

Succeeix que l'estranger, amb Kodak o sense, sol o acompanyat, escadusser o formant part d'una expedició que a qualsevol temps de l'any cau a Barcelona, en queda meravellat. Roda amunt i avall, s'entafura pels racons adormits de la ciutat vella, se'n va a Montjuïc a admirar el Poble Espanyol; puja a la torre de Jaume I, al Tibidabo o a Montserrat. Si li sobra temps, excursiona a la Costa Brava o s'arriba fins a Sitges; i quan sent la sirena del vaixell que l'ha portat ací, senyalant la marxa, té just el temps suficient per a prendre un taxi, allà on es trobi, i córrer al moll, pujar l'escala amb quatre salts i caure ajeçat a la llitera. Consti que se'n va amb recança i que li han quedat moltes ganes de tornar. Tant és així, que l'any següent, si fa no fa pel mateix temps, torna a fer cap a Barcelona, però aquesta vegada amb la família.

Aquesta era, segons l'autor de l'article, la versió positiva de la destinació Barcelona. Al costat d'aquesta bellesa natural i atractiu espontani, coexistia una altra Barcelona menys especial i més sòrdida, més vulgar i no tant encantadora:

Si Barcelona lluis un maquillatge turístic adequat; si hom s'hagués preocupat d'empolainar-la i alhora hagués dissimulat les seves nafres, és evident que, tot l'any, els turistes estrangers s'hi estaloniarien els uns als altres.

Perquè la nostra ciutat, al costat de les seves belleses naturals, presenta lletjors que no costarien gens ni mica d'esbandir si aquí no ens trobéssim, com ens trobem, a les beceroles del turisme; si no creguéssim que solament mostrant les muntanyes de Montserrat o les cales de la Costa Brava a un estranger, ja ens podem permetre el luxe d'obsequiar-lo amb una solemne passejada de vedelles per l'Eixample, o permetent que en posar el peu al Moll, en sortir del vaixell o en saltar del tren, segueix impunement atacat pel parasitisme turístic que hi pul·lula... i que l'una cosa va per l'altra.

Amb aquestes paraules l'autor de l'article s'esplaiava en reconèixer i lamentar les nafres d'un paisatge barceloní ple d'impertinències i de desordres que provocaven, lògicament, el recel dels visitants estrangers. Hi havia perills, abusos, brutícia, trampes, picaresca i desconfiances. L'autor considerava que les nafres i detalls antiturístics de Barcelona s'havien d'eradicar, i si continuaven existint, era perquè Barcelona encara es trobava a les beceroles del turisme.

Vet ací que un senyor que fa cara de foraster, al moll o a l'estació, puja dalt d'un taxi i demana al xofer que el porti a un hotel. Molt bé. El xofer posa en marxa el motor. Pel camí, però, alenteix per a cercar conversa al viatger. Li insinua que a l'hotel que li ha indicat hi ha *bestioles* i que faria molt santament d'anar a un altre. N'hi ha que hi cauen, i n'hi ha que no. Els que hi cauen són els que no el coneixen, naturalment. I el taxista cobra, per aquest servei, una propina o una comissió de l'amo de l'hotel recomanat amb aquest procediment. Hi ha xofer que per aquest cantó es fa deu o quinze pessetes diàries.

Un altre truc. D'agafar un taxi, al moll, per anar a la ciutat, en cobren dotze pessetes; per tornar-hi solen exigir-ne dotze més. I això és un abús evident.

(...).

Heus ací, ara, els carros de paperassa d'Hospitalet que es dirigeixen, calmosos, vers les fàbriques de paper del carrer de Marina. Passen per la Granvia, pel davant del Ritz, pel passeig de Gràcia. És a dir, per tots els llocs que és fàcil de trobar turistes. Sembla que ho facin expressament, o bé que algú els hagi indicat que el seu pas per aquells llocs constitueix un número agradable per al programa d'una excursió turística.

I ara, la clàssica desfilada dels ramats de vedelles per l'Eixample. Surten de l'Estació del Nord, on les descarreguen els trens de Galícia, i solen passar per la Granvia i pel carrer Bailén amunt. L'espectacle pot ésser fruit i contemplat gairebé tots els dies, de les nou del vespre en avall.

Els ramats, afilerats, desfilen pel mig del carrer, interrompent el pas dels peatons i dels cotxes. Si cal, àdhuc els tramvies. Omplen el carrer de brams harmònics, els quals es barregen amb els esgarips dels conductors i els cops de vara que administren a les bèsties que rebequegen.

Si n'hi ha alguna que, cansada del viatge, es rerassaga, la lliguen a un arbre o a un fanal, i ja cuida de recollir-la un carro que sol anar al darrera del ramat, amb aquest fi.

Els conductors duen una brusa llarga, un mocador de pita al coll, i una vara d'un tamany regular.

Al turista que, després de sopar, se li ha acudit anar a donar un tomb per l'Eixample, es toparà amb aquest espectacle pintoresc i, a ben segur, que li agradarà molt, car fa molt bonic. Si duu una màquina d'objectiu ben lluminós, en podrà treure unes fotografies ben curioses. I, en arribar al seu país, amb un xic d'imaginació, podrà convertir aquell espectacle en una estampa flamenca.

Altres motius desil·lusionaven Jaume Passarell: "edificar unes cases poca-soltes, al costat d'un carrer vell, abans dotat d'una perspectiva tan bonica com té el carrer de la Tapineria, venint del moll, donen a comprendre que a Barcelona, encara, això de l'urbanisme és molt rudimentari". Concloïa l'article amb la següent consideració:

És evident que si hom s'hagués adonat ben bé de les incomptables bel·leses de la ciutat i hagués entrellucat el rendiment que se'n podia treure, cuitaria a netejar-la de totes les impureses que hem explicat i d'altres, per tal de fer-ne -i fóra fàcil, evidentment- una de les ciutats de turisme més importants d'Europa.

Aquest article és il·lustratiu en la mesura que reflectia les exigències d'un ciutadà a l'administració en matèria de turisme, reflectint la manca d'atenció pública respecte al turisme¹¹⁵.

D'altra banda, feia temps que la picaresca s'havia convertit en una pràctica freqüent per part d'alguns ciutadans espavilats, que veien en l'activitat turística una mena de "negoci" fàcil i a l'abast. Així, els que s'aprofitaven del turista despistat o ingenu causaven molèsties als turistes que visitaven la destinació Barcelona; l'article "Els ciserons fantasiosos", escrit per Josep Maria Casas l'1 de desembre de 1932 i publicat també al rotatiu *Mirador*, elogiava les bones actituds d'alguns barcelonins al mateix temps que lamentava l'intrusisme i abús d'uns altres:

Sembla que Barcelona ja ha estat descoberta definitivament i que podem considerar-la inclosa en la ruta normal del turisme. Fa bonic de veure com els nostres carrers es veuen concorreguts per grups més o menys nombrosos d'aquesta exòtica mena d'homes i dones que hom designa oficinescament amb el nom de turistes, i, popularment, amb el d'estrangers. Nosaltres, com qualsevol altre ciutadà haurà pogut fer, sempre que ens hem creuat amb ells, els hem mirat falaguerament, sense pensar en la baixa de la pesseta, absolutament sense cap mena de reserva mental; fins i tot

¹¹⁵ Passarell, J. "Detalls antiturístics". A *Mirador*, 1 de desembre de 1932, pàg. 11.

hem procurat modificar el pas en sentit de la marcialitat, hem estudiat una aparença de satisfacció atràfivola, i hem donat una indicació gratuïtament i tot somrient quan ha estat el cas. Hem fet ús de l'erudició arqueològica, artística i històrica de la manera que ens ha semblat més justa i ponderada.

Tot el nostre esforç ha tendit a suscitar altre cop o a corroborar-la, l'afirmació d'alguns turistes d'importància, que Barcelona és una ciutat clàssicament cosmopolita¹¹⁶.

Segons l'autor, existien guies que es dedicaven a difondre llegendes o falsedats sobre Barcelona a grups de turistes: eren els cicerones fantasiosos, que sorgien espontàniament i perjudicaven la bona fama de la ciutat.

Si bé la picaresca es feia lloc entre el turisme, algunes agències de viatges i de guies ja tenien un paper força important en l'estampa turística de la destinació; Marsans, la més antiga i que als anys trenta havia aconseguit una considerable expansió, tenia la seva seu instal·lada a la Rambla Canaletes; oferia itineraris guiats a la Barcelona i als seus voltants: la Rambla, la Boqueria, la Diputació, l'Aduana, el Port, la Plaça Espanya, la Plaça Catalunya i la Sagrada Família eren alguns dels principals punts de les seves rutes turístiques. Més enllà de la ciutat de Barcelona, hi havia altres propostes per fer-hi tot tipus d'excursions: el Monestir de Montserrat, la vila de Sitges, el conjunt de Poblet i Santes Creus o la ciutat de Tarragona, entre d'altres¹¹⁷.

Creuers

A Barcelona, el turista arribava en tren, per carretera o per mar. Els que escollien la darrera opció, els creueristes, eren gent de pas, forasters que hi queien casualment perquè el vaixell en el que viatjaven feia escala a la ciutat només algunes hores o poc més d'un dia sencer.

El *Mirador* havia compartit la preocupació per l'estat del Port en un article publicat a 30 de juliol de 1931 signat per Lluís Muntanyola¹¹⁸. L'article reflectia una conversa mantinguda entre Muntanyola i Baixas (consignatari del port), en la qual aquest últim es mostrava obertament pessimista a causa de la darrera vaga que havia afectat el Port d'una ciutat que, segons creia, encara no era capdavantera de la Mediterrani. Baixas assegurava que a principis dels trenta es vivia en una època de decadència, que venia fatalment marcada per les dificultats que tenien els vaixells a l'hora d'entrar al Port de Barcelona¹¹⁹:

Al Port de Barcelona entren anualment uns 5.000 vaixells, que representen uns 162.000 passatgers, dels quals únicament desembarquen uns 15.000, i aquests en la seva majoria gent que desconeix Barcelona, i per tant bons clients per a les indústries turístiques.

Baixas suggeria invertir aquesta situació; especulava que amb el doblament del nombre de creueristes es podrien aconseguir més beneficis per a la ciutat, i considerava que, per a fer-ho possible, calia intensificar la propaganda de Catalunya per motivar l'arribada de més creuers, alhora que calia rebaixar els drets d'entrada al Port i facilitar l'establiment de noves línies de navegació.

¹¹⁶ Casas, J. M. "Els cicerones fantasiosos". A *Mirador*, 1 de desembre de 1932, pàg. 10.

¹¹⁷ "VISITA A BARCELONA Y ALREDEDORES". A *Revista de Turismo. Viajes Marsans*. Barcelona: Viajes Marsans, 1931-[19-- (Barcelona): Impr. P.C.B.-E. Vidal-Ribas). Núm. 1 (enero, febrero, marzo 1931).

¹¹⁸ Lluís Muntanyola era germà d'Antoni Muntanyola, autor de l'obra *Organització Turística de Catalunya*.

¹¹⁹ Muntanyola, Ll. "El Port de Barcelona". A *Mirador*, 30 de juliol de 1931, pàg. 8.

Cal recordar que l'Oficina de Turisme de Catalunya va dedicar un interès especial al foment d'aquest tipus de turisme, sobretot pel que fa a la millora de les condicions del Port i en temes d'atenció als forasters que hi desembarcaven.



Turistes al Port baixant d'un creuer (anys 20 o 30)¹²⁰

Un article de premsa publicat a principis de l'any 1936 a *El Diluvio* donava notícia de les quantitats de turistes que havien arribat a Barcelona per mar, així com dels ingressos que aquests visitants produïen a la ciutat; també es remarcaven les excursions que efectuaven els visitants creueristes.

Puede que cause sorpresa a nuestros lectores que el turismo marítimo tenga en nuestra ciudad tanta importancia. Tal vez nunca se le haya ocurrido pensar que esos grupos de turistas que durante el año invaden nuestras avenidas, con su indumentaria que denota prontamente su presencia, pudiera llegar a sumar tantos miles.

¿Y cuántas veces al cruzarse con algunos de estos grupos no les habrá contemplado con cierta curiosidad?

Pues bien; estos turistas que de abril a octubre invaden nuestra ciudad, la mayoría de ellos ingleses, dando a la misma una simpática nota de color, curioseando todo lo interesante que puede ofrecérsele en su visita, produjeron en Barcelona el pasado año un ingreso de 2.953.500 pesetas¹²¹.

¹²⁰ Arxiu Nacional de Catalunya.

¹²¹ Castro Cheser J. "El turismo marítimo ha producido en Barcelona durante el año 1935 un ingreso de cerca tres millones de pesetas. 25,419 turistas extranjeros visitaron nuestra ciudad". A *El Diluvio*, 19 de febrer de 1936, pàg. 7.

S'estimava que l'activitat dels més de 25.000 creueristes a la ciutat, que havien arribat en 57 bucs, havia produït un benefici directe de gairebé tres milions de pessetes; aquests beneficis, feia saber l'articulista, s'havien repartit entre restaurants, taxis, cines, autocars, teatres i comerç en general. Segons la premsa, els turistes arribats en vaixell acostumaven a realitzar excursions a Sitges, Montserrat, Santa Fe del Montseny o el Tibidabo, i la majoria d'ells, encara que no tots, també visitaven Barcelona; tot i així, els creuers només romanien entre 10 i 12 hores al Port, de manera que les oportunitats per conèixer Barcelona o fer excursions quedaven certament força limitades.

L'any 1935 no fou especialment positiu per a l'entrada de turistes al Port, ja que tal com afirmava l'article, les situacions conflictives que es vivien a Espanya van fer desistir la parada de vaixells a Barcelona de les grans companyies de viatges d'Europa. *El Diluvio* també aportava dades relatives a l'activitat de creuers d'anys anteriors: així, al 1933 un total de 22.466 turistes creueristes havien passat per Barcelona, aportant-hi un total de 2.553.500 pessetes; l'any 1934, els turistes arribats per mar ja eren 30.272, el conjunt dels quals havia deixat 3.257.500 pessetes a la ciutat.

A més, l'article proporcionava altres dades d'interès i detalls relatius a les despeses i hàbits dels creueristes de Barcelona. S'afirmava que durant l'any 1935 els turistes de creuers que havien fet excursions arreu de Catalunya havien deixat les següents quantitats de diners: 120.000 pessetes en autocars; 190.000 pessetes en cotxes de luxe; 200.000 en taxis; 550.000 pessetes en concepte d'àpats i festes durant les excursions i estades a la ciutat; 60.000 pessetes per la venda de licors; 17.000 pessetes per intèrprets; 35.000 pessetes generades per la venda de postals; 76.000 pessetes pels banys i consumicions a les mateixes estacions de banys; 450.000 pessetes en compres a establiments diversos; 75.000 pessetes destinades a la compra de segells i efectes de correus; 32.000 pessetes en toros; 40.000 en taxis; 903.000 pessetes en teatres, cines, music-halls, dancings i altres espectacles nocturns. També es recomptaven les despeses ocasionades pels 57 bucs que havien transportat als turistes: Junta d'Obres del Port, Sanitat marítima, pràctics i remolcadors, 206.500 pessetes.

A part de recomptar els beneficis econòmics que els creueristes generaven a la ciutat, l'article d'*El Diluvio* també complementava la informació amb una referència sobre les valoracions de Barcelona fetes per part dels seus visitants: d'entrada, s'assegurava que els turistes consideraven que la ciutat de Barcelona era la més interessant de totes les visitades i en la qual se'ls havia prestat una millor rebuda en la seva arribada al Port (segons consta, en tots els creuers marítics era costum realitzar enquestes de satisfacció als passatgers, ja que així es podia conèixer i avaluar la seva opinió i, consegüentment, assessorar les empreses organitzadores dels creuers).

En la mayoría de ellos y casi por unanimidad figura en primer término Barcelona como la ciudad más interesante visitada, así como por el perfecto servicio de recepción con que cuenta nuestro puerto. Ha de enorgullecernos como buenos barceloneses esta predilección del turismo internacional por nuestra ciudad así como por el cuidado que en esta misión dedica la Oficina de Turismo de la Generalidad, a cuyo cargo estaba encomendado dicho servicio y de los cuales hemos tenido ocasión de ocuparnos repetidamente a la llegada de los buques por la eficaz labor llevada a cabo por el delegado de intérpretes de la mencionada oficina de la Estación Marítima, secundados por los agentes de la autoridad, del puerto y de las entidades taxistas. A pesar de ello creemos que dichos servicios podrían todavía superarse si a los citados agentes de la O.T.G. se les facilitase los medios de poder ofrecer una completa información a los turistas en la propia Estación Marítima, actualmente muy difícil de realizar por carecer de sitio a propósito para ello.

L'articulista proposava l'habilitació d'un dels quioscs de la zona per facilitar la feina dels agents de l'OTC. Així mateix també proposava que s'instal·lés un nou espigó provisional a continuació del moll de l'Estació Marítima, ja que així es facilitaria l'entrada de bucs, de manera que si en un mateix moment coincidia l'entrada de dos creuers al Port, un no hauria d'atracar als molls no habilitats per a la rebuda de passatgers, cosa que en aquells moments encara passava. L'articulista instava als responsables de l'organització turística de Catalunya de fomentar encara més el turisme a Barcelona, especialment per via terrestre, ja que el nombre de creuers previstos per al proper any no es preveia gaire favorable a causa de la inestabilitat del Mediterrani i del conflicte italo-abisí.

Barcelona gaudia de certa fama que calia aprofitar per a la promoció del turisme a la resta de Catalunya, defensava l'articulista. De fet, es tractava d'aprofitar el valor de Barcelona com a epicentre d'atracció per així difondre el corrent turístic vers la resta del territori català. Aquesta premissa coincidia amb l'eix que va vertebrar l'obra *Organització turística de Catalunya*, d'Antoni Muntanyola, en la qual es destacava, amb insistència, la necessitat i estratègia de situar Barcelona al centre del mapa turístic català, entenent que la capital havia d'actuar com a locomotora de l'activitat turística de la resta de país. D'altra banda, cal recordar que la capitalitat turística de Barcelona també era un criteri intensament fomentat per la Sociedad de Atracción des de principis de segle.

La Comissió Consistorial de Festes i Turisme

L'any 1934 es va crear una comissió municipal dedicada a la promoció de festes i turisme: la Comissió consistorial de Festes i Turisme. Amb la posada en escena de la nova entitat es feia explícit un cert reconeixement de les competències de l'Ajuntament en matèria de turisme, una qüestió que fins aleshores havia relegat a una entitat subvencionada, la benemèrita Sociedad de Atracción de Forasteros.

Els antecedents ideològics de la Comissió de Festes i Turisme es remunten almenys un parell d'anys abans de la seva constitució, justament al 1932, quan el qui seria el principal emprenedor de la nova Comissió, el conseller municipal Xavier Calderó, publicava l'obra *El problema del turismo. Contribución a la formación de una política turística en España*¹²². Calderó era regionalista, vell amic de Duran i Ventosa i membre de la Sociedad de Atracción. *El problema del turismo. Contribución a la formación de una política turística en España* no era la primera ni única publicació sobre temes turístics realitzada per Calderó, ja que també havia publicat alguns articles relacionats amb el tema.

La premissa bàsica que estructurava l'obra del regionalista Calderó tenia a veure amb la idea que per al disseny d'una política turística, allò que prèviament calia era estudiar, conèixer i definir la pròpia regió. La primera part que estructurava el llibre *El problema del turismo* aportava una sèrie d'idees generals i principis bàsics a tenir en compte per a l'organització turística seriosa del país. Així, Calderó comparava la situació espanyola amb la d'altres països en els quals la indústria turística havia estat capaç d'aportar importants beneficis econòmics i aspectes de caràcter intangible, fet que en el cas de França, argumentava, havia contribuït a l'enfortiment del propi patriotisme. Els aspectes climàtics i les belles naturals feien d'Espanya un indret especialment atractiu per al turisme, tot i no comptar amb un adequat programa turístic, considerava Calderó, que se sumava a les crítiques en contra l'actuació del PNT. La crítica a l'actuació del Patronato era clara i directa: no era més que una institució regida per ducs, comtes, barons i marquesos que no tenien cap mena de coneixement científic de l'assumpte i que malbaraten els fons de la

¹²² Calderó, X. (1932) *El problema del turismo. Contribución a la formación de una política turística en España*. Barcelona: Tipografia Emporium.

institució; una obra nefasta, puntualitzava Calderó, que en menys de tres anys havia perdut 45.000.000 de pessetes.

Así, tenemos pues, las Delegaciones del Patronato Nacional del Turismo en el extranjero convertidas en Palacios encantados en donde docenas de empleados ocupan sus ócios ojeando periódicos y revistas detrás de sus mesas de caoba, en espera del viajero incauto que vaya a distraerles un rato; pero que cada día se hace más raro, ya que el uno se lo explica al otro (Caledrò, 1932: 67-68).

Lamentant la mala gestió d'aquest ens, Calderó dissenyava un programa que s'hauria d'aplicar seguint diverses fases: en primer lloc, suggeria inventariar la riquesa turística en forma de guies turístiques; en segon terme, creia oportú treballar per fer agradable l'estada dels turistes mitjançant la promoció d'entreteniments, senyalització de rutes i elaboració de plànols i mapes pràctics i complets; seguidament, caldria garantir l'organització hotelera; consegüentment, i un cop organitzades aquestes qüestions preliminars i bàsiques, es passaria a l'organització de la propaganda. Aquest ordre hauria de garantir decididament l'èxit del desenvolupament turístic: "toda transposición o negligencia en el orden de ejecución de estos capítulos conduce fatalmente al descrédito y retrasa por largos años la estabilización de la corriente turística" (Calderó, 1932: 22).

Per a l'establiment d'una acció propagandística eficient i tècnica, Calderó es preguntava quins corrents turístics es podien atreure amb més o menys esforç i amb majors possibilitats d'èxit (és a dir, un cop definida la demanda s'havia de passar a la creació de propaganda). A la seva manera, Calderó efectuava una segmentació dels mercats potencials, distingint els turistes francesos, llatinoamericans, anglesos i portuguesos i identificant els seus gustos i preferències particulars. Per damunt de tot, matisava Calderó, allò que calia era disposar d'una base adequada per a la recepció del foraster:

Un paisaje, un monumento, no importa qué punto de atracción, perderá un 50% de su encanto si para lograr contemplarlo se han tenido de sufrir incomodidades y molestias de hospedaje, y es indudable que quien haya tenido que soportarlas se convertirá en un contra-propagandista decidido (Calderó, 1932: 35).

La Comissió Consistorial de Festes i Turisme es constituïa a partir d'un dictamen datat el 25 de maig de 1934, segons el qual els precedents directes i concrets que induïen la creació de la Comissió eren la celebració de les Festes de Primavera de 1934 i un prec de Ferran Cuito, del Patronat de Turisme de Catalunya¹²³. Concretament, però, la proposta de creació del nou organisme provenia del nucli format pels regidors Xavier Calderó, Bausili i Duran i Ventosa.

Com a President de la comissió organitzadora de les Festes de Primavera, Calderó s'havia sentit empès a la creació d'un nou organisme que treballés expressament per a la celebració de festivitats i foment turístic, ja que s'havia adonat de fins a quin punt era factible l'organització de festes per a un efectiu foment turístic: sense gaire esforç ni considerables despeses (sempre que s'obtingués la necessària col·laboració d'entitats importants de la ciutat), es podia aconseguir captar l'atenció de nombrosos visitants.

Per la seva banda, Ferran Cuito, President del Patronat de Turisme, presentà una instància demanant la participació i el patronatge de l'Ajuntament de Barcelona en la creació d'una comissió permanent de festes, constituïda per representants de l'esmentat Patronat, de la Cambra Mercantil, de la Fira de Barcelona i de l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya:

¹²³ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

la susdita instància ha vingut a confirmar el criteri exposat en el relatiu a incorporació a la labor turística estricta de tot quan faci referència a festes ciutadanes, portant als subscriptes una ferma en la convicció de que es necessari i urgent unificar iniciatives i treballs sobre la direcció de l'Ajuntament. Per això, tot celebrant la coincidència amb organisme tant representatiu com es el Patronat de Turisme de Catalunya i amb entitats tant significades com la Fira de Barcelona, la Cambra Mercantil i l'Associació d'Hotelers i similars de Catalunya, s'ha entès que podia acceptar-se la seva demanda i es devia mantenir la proposta elaborada en presència de les realitats vives del moment¹²⁴.

Per totes aquestes raons esmentades, la Comissió consistorial de Turisme i Festes es constituïa i assumia les següents finalitats:

fomentar i incrementar el turisme vers la nostra ciutat i coordinar les iniciatives i la labor que, amb objectius similars, realitzen ja, entitats i organitzacions oficials i privades de Barcelona; d'organitzar els actes i festes populars consuetudinàries a la ciutat i d'altres que estimen convenients, així com d'impulsar totes aquelles idees i activitats anàlogues que puguin representar una mobilització del turisme i motiu de vinguda i estada de forasters i de vetllar, de manera efectiva per la modernització i pel decorum de la nostra hostaloria.

En definitiva, el nou organisme assumia la funció de col·laborar amb les altres entitats i empreses de foment turístic, de vetllar pel bon funcionament dels serveis d'hostaloria i, sobretot, de contribuir en l'organització de tota mena d'actes oficials, privats o populars, que servissin per a l'estímul del turisme.

La Comissió va ser integrada pels següents elements: consellers regidors de Governació, de Serveis Públics i Contractes i d'Ingressos, despeses i patrimoni; quatre consellers, un secretari, sis vocals assessors, representants del Patronat de Turisme de Catalunya, de la Sociedad de Atracción de Forasteros, de la Fira de Barcelona, de la Cambra Mercantil, de l'Associació d'Hotelers i similars de Catalunya i de les Federacions Esportives.

El dictamen de creació de la nova Comissió afirmava que, davant la importància assolida per turisme tant en l'ordre de les relacions institucionals com en el de l'economia dels pobles, els governs el situaven clarament com a primer pla de la seva obra; per això, l'Ajuntament de Barcelona, ciutat de grans possibilitats turístiques, no podia limitar-se al patronatge o recolzament de la iniciativa privada, tal com havia fet fins aleshores, de manera que la nova iniciativa turística promoguda pel govern municipal es qualificava d'efectiva i directa, i s'esperava que les seves realitzacions conduïssin al prestigi urbà de Barcelona. A fi i efecte d'aquestes voluntats, sostenia el dictamen, el Conseller regidor subscript s'havia vist obligat a estudiar un pla de contingut que elevava al Govern de la ciutat, el qual preveia la promoció i el foment del turisme vers la ciutat de Barcelona d'una manera oficial i dirigent "com correspon a la preeminència jeràrquica de la Corporació dintre la vida ciutadana"; a més, el pla preveia la necessària coordinació de tots els interessos vinculats al turisme. I aquesta darrera funció, segons considerava el Conseller regidor, solament es podia exercir amb plena garantia per als afectats a través de l'organisme que els representava a tots per igual: el consistori.

En síntesi, el pla elevat al govern municipal comprenia la constitució d'una Comissió Consistorial de Turisme i Festes i la delegació de l'Ajuntament per a dur a terme la política de turisme a emprendre per aquesta Comissió; el pla incorporava les línies de treball de la seva actuació i el radi de la seva competència; s'hi incloïa també la designació d'uns vocals

¹²⁴ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

assessors representants de les activitats turístiques i dels interessos relacionats amb l'atracció de forasters, que segons afirmava el document, romanien encara disperses. S'encomanava a la Comissió a preocupar-se i treballar per l'organització i promoció de festes "per tal com aquestes constitueixen un dels factors més poderosos per atreure i retenir visitants a la ciutat".

Així doncs, el dia 25 de maig de 1934 l'Ajuntament de Barcelona acordava procedir a la constitució de la Comissió:

Primer.- Que es constitueixi una Comissió Consistorial de turisme i festes la finalitat de la qual serà fomentar i incrementar el turisme vers la nostra ciutat i coordinar les iniciatives i la labor que, amb objectiu similar, realitzen ja, entitats i organitzacions oficials i privades de Barcelona, d'organitzar els actes i festes populars consuetudinaris a la ciutat i d'altres que s'estimen convenients, així com d'impulsar i patrocinar totes aquelles idees i activitats anàlogues que puguin representar una mobilització del turisme i motiu de vinguda i estada de forasters i de vetllar, de manera efectiva per la modernització i pel decorum d la nostra hosteleria. Segon.- La Comissió està integrada pels Consellers Regidors de Governació, de serveis públics i construcció i d'ingressos, despeses i patrimoni, quatre consellers, un secretari i sis vocals assessors, represenatants del Patronat de Turisme de Catalunya, de la Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona, de la Fira de Barcelona, de la Cambra Mercantil, de l'Associació d'Hotelers i similars de Catalunya i de les Federacions esportives, i Tercer.- Apart de la tasca d'informació i d'iniciativa que realitzi la Comissió, aquesta haurà de donar compte a la de Govern municipal, abans de posar-los en pràctica, d'aquells acords concrets que comportin l'organització o patrociniament d'actes, festivals (...) ¹²⁵.

En data de 12 de juny de 1934 quedava definitivament constituïda la Comissió consistorial de Turisme i Festes. El seu mentor, Xavier Calderó, en fou designat President ¹²⁶. Duran i Ventosa, principal promotor de la vella Comissió de Atracció de Forasters y Turistas de 1906, també va participar de la Comissió de Festes i Turisme. El cert és que la Comissió naixia en un context força privilegiat, bàsicament si es té en compte que la SAF ja portava tres dècades actuant, i que la feina que havia fet quant a creació i difusió de la imatge de Barcelona havia estat realment notable. La missió que perseguia la nova entitat no se solapava, sinó que complementava aquella afavorida per la clàssica SAF. Amb tot, allò de més significatiu que cal ressaltar és la voluntat de convertir el turisme i la seva promoció en una responsabilitat eminentment pública i política.

Una de les primeres resolucions de la nova organització, tal com informava *Barcelona Atracció* l'octubre de 1934, fou la d'interessar l'Ajuntament sobre la prohibició de destruir o modificar, sense dictamen tècnic previ, l'exterior o l'interior d'edificis que, pel seu valor històric i artístic, es podien considerar elements importants de la bellesa de la ciutat. El cert era que el fet de vetllar pels aspectes relacionats amb l'urbanisme, les infraestructures o el mobiliari urbà no van ser mai tasca directa de la Comissió, tot i que la SAF va utilitzar la via de la Comissió per traslladar a les altes instàncies de l'Ajuntament una petició relativa a les infraestructures: a 16 de desembre de 1935, Mariano Rubió dirigia una nota a Xavier Calderó (pregant-li que instés a l'alcalde, una vegada més, a fi de millorar la il·luminació de la carretera d'Espulgues, una via freqüentada per a turistes i que en aquells moments no gaudia de la il·luminació suficient, raó de moltes queixes).

¹²⁵ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

¹²⁶ Segons una nota de *Barcelona Atracció* (octubre de 1934), el President de la Comissió va ser el senyor Escofet, tot i que la iniciativa de l'organització havia estat del Conseller Xavier Calderó.

La principal vocació de la nova entitat consistia en la subvenció i activació de celebracions festives destinades a l'atracció del públic forà. Ho deia ben clar un article aparegut al diari *El Diluvio* el mes de març de 1936: si un país no posseeix belleses naturals, ha d'activar l'interès per les seves belleses arqueològiques; i quan tampoc no en posseeix, ha d'organitzar festes, fires i certàmens. Segons l'article, Pi i Suñer, Alcalde de Barcelona, era partidari d'aquestes festes¹²⁷.

Durant els seus anys de vida, la Comissió va tenir cura d'estimular les revetlles de Sant Joan, els espectacles de fonts lluminoses de Montjuïc, va subvencionar festes, exposicions i concursos organitzats per diverses entitats o clubs de la ciutat. Malgrat les contradiccions i convulsions socials, els anys trenta van ser temps d'exposicions, fires i festes abundants a Barcelona. Entre el conjunt de sol·licituds de subvenció que va rebre la comissió, es pot destacar la petició del rotatiu *Luz Diario de la República, Sección de Viajes*, que dirigia una carta a la Comissió per demanar recolzament econòmic a fi de publicar algunes pàgines sobre la destinació Barcelona.

Consta que a l'any 1935, la Comissió va atorgar les següents partides de diners: subvenció a la Sociedad de Atracción; partida per a la celebració de festes populars, caramelles, carnivals, festes de barriades, exposicions i concursos; partida de diners per a la celebració de la Gran Quinzena de Barcelona, en la qual estava projectat el Saló Internacional de Turisme, que havia estat declarat oficial pel Ministeri d'Economia, Indústria i Comerç¹²⁸.

El mes d'octubre de 1935 la Comissió rebé una circular del PNT de Madrid en la que es demanava que li fos tramesa una nota amb els esdeveniments més interessants de la ciutat a fi que el PNT pogués confeccionar el *Calendario Turístico de España para 1936*. Els esdeveniments que interessaven, segons s'esmentava en aquesta circular, eren els següents: concursos esportius, *corridos* de toros, festivals artístics i culturals, festivals religiosos i processons, fires de gran interès, congressos i assemblees, festivals i manifestacions diverses (focs artificials, fonts lluminoses, etc.), festes populars, romeries, balls i cants típics, entre d'altres.

Una de les propostes de més importància que autoritzà la Comissió consistorial fou la celebració de la *I Setmana Gastronòmica Catalana*, prevista per al mes d'octubre de 1934. Malauradament, la gran festa, que estava plena de propòsits originals i molt atractius, no s'acabà realitzant (a causa dels fets del 6 d'octubre).

El cas és que la Comissió de Turisme i Festes havia autoritzat la memòria presentada pel comitè organitzador, del qual es desconeix el nom dels membres promotors. Aquest Comitè, que tenia les oficines a Plaça Catalunya (Estació F. C. de Sarrià), declarava en una carta, quina era la intenció de la celebració de l'esdeveniment (la carta, signada a 24 de setembre, anava dirigida al Conseller d'Economia i Agricultura de la Generalitat)¹²⁹.

Segons l'escrit del Comitè organitzador, la idea es fonamentava en l'organització d'una sèrie de festes i manifestacions "d'ordre accentuadament popular", amb l'objecte primordial d'enlairar la cuina catalana i la producció vitivinícola i alimentària de

¹²⁷ Castro Cheser, J. "Barcelona y las fiestas de primavera. Su celebración fueron beneficiosas para el comercio barcelonés y para el turismo catalán". A *El Diluvio*, 13 de març de 1936, pàg. 12.

¹²⁸ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona (en aquest expedient s'hi conserven cartes trameses per entitats catalanes sol·licitant subvencions per a la celebració de festes).

¹²⁹ Expedient: correspondència diversa. Dins Fons 1, Generalitat de Catalunya (II República), caixa 117, inventari 1 / 3756. caixa 117 (4/4). Carpeta any 1933, número 19. Arxiu Nacional de Catalunya.

Catalunya, “encare que l’objecte final sigui d’iniciar un ressorgiment que abarqui el conjunt d’interessos que formen l’Economia Catalana”. Així, es declarava que l’esdeveniment tenia com a fi la consecució de dos principis bàsics: “reanimar la confiança i revaloritzar la producció catalana”.

Hem cregut que atènyer el primer punt, era imprescindible crear un ambient de festa que incités al poble, -ànima de tota manifestació popular- a vibrar conjuntament amb nosaltres, i a prestar-nos aquella dòsis d’entusiasme i d’optimisme que sols les masses populars exhaleu. D’aquí la celebració d’actes que res tenen de comú amb la Gastronomia pero qué, per contra, son factors importantíssims per la plena reeixida de la Setmana.

Es recalca la importància de donar un “caire popular i pintoresc” a les manifestacions de la setmana gastronòmica, que no amagava, sinó al contrari, un evident interès en la promoció econòmica, per a la qual el turisme n’era un bon pilar: “ho hem fet girant els ulls cap a una de les possibilitats més importants de l’Economia pàtria. Hem anomenat el Turisme”. En aquesta línia, les festes esdevenien un generador de dinamisme i prosperitat a tenir en compte:

Creiem, mercès a l’intensa propaganda que estem desenrotllant a fora de Barcelona, fer venir a la nostra ciutat un contingent elevat de forasters, el que, afegit a l’animació del poble barceloní en si mateix, significarà l’exaltació de l’esperit ciutadà.

Segons s’esmentava, el desenvolupament del programa de la *Setmana Gastronòmica* comptava amb l’ajuda moral i material (si bé no econòmica) de l’Ajuntament de Barcelona, patrocinador de les festes. Josep Massip, Regidor de Governació del Consistori, fou nomenat president honorari del Comitè organitzador. La carta sol·licitava la col·laboració directa de la Generalitat, sobretot tenint en compte que l’activitat proposada havia de beneficiar no tan sols la ciutat de Barcelona, sinó la resta de país.



Document del Comitè organitzador de la I Setmana Gastronòmica Catalana¹³⁰

El *Projecte de Programa de les Festes de Tardor i Setmana Gastronòmica* estava farcit de tot tipus de propostes lúdiques i festives. Era un pla veritablement ambiciós en el que s’hi havia de realitzar activitats tan diverses com un concurs de creació de la cançó gastronòmica fins a un congrés internacional de Publicitat. Es tractava d’un projecte sobradament optimista, de contingut popular i amb un rerefons totalment especulatiu:

Exposició de Vins, productes Alimenticis i indústries anexas, en el Passeig de Gràcia (entre Pl. Catalunya i Corts) i Corts Catalanes (desde Passeig de Gracia a Roger de Llúria).

Exposició d’un Hostal Masia Catalana, al solar de “El Dorado”.

¹³⁰ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

Guarniment i il·luminació de les Rambles, convertint-les en una vinya monumental.
Gran Cabalgada de Plats Comarcals i de la Catalunya Gastronòmica.
Inauguració del Museu Nacional.
Banquet de Gala en honor de les Autoritats de Barcelona.
Congrés Internacional de Publicitat.
Fonts lluminoses a Montjuich. (Servei diari o semi-diari)
Gran ball de gala en un Palau de Montjuich.
Gran Concert al Palau de Projeccions de l'Exposició.
Programa diari de Curses de Braus.
Festes esportives. (matx de boxa, Concursos de natació, regates, etc)
Gran Castell de Focs Artificials.
Batalles de Confettis, boles i serpentines.
Presentació dels Gegants i Caps-grossos. Exhibició dels Xiquets de Valls i Similars. Desfilada de comparses de tipus catalans.
Reproducció d'Hostals antics i festa vuit-centista al Poble Espanyol.
Instal·lació per part de tots els establiments dedicats al ram de l'Alimentació, de taules i parades, a la via pública, exemptes d'arbitris.
Retrospectiva històrica de la taula i dels fets importants que s'han desenrotllat entorn de la mateixa.
Recull del folk-lore gastronòmic de Catalunya.
Diades del vi, cervesa i de la beguda.
Diada de la flor i concurs de la flor.
Diada de la beneficència i Gran Banquet benèfic en honor dels desvalguts de Barcelona.
Diada del menjar.
Diada de la fruita.
Diada dels dolços.
Gran concurs de la cuina catalana, a l'Hostal Masia de "El Dorado"
Concurs de carrers guarnits.
Concurs de l'elegància de l'automòbil.
Concurs de publicitat lluminosa, combinat amb la decoració de les Rambles.
Concurs de taules parades i plats típics catalans.
Concurs del menú artístic.
Concurs de plats montats.
Concurs de Reposteria.
Concurs de Pastisseria.
Concurs de Confeteria.
Concurs de cocktails
Concurs de tiraders de cervesa.
Concurs d'articles periodístics de caracter medical i gastronòmic.
Concurs del dibuix gastronòmic i la caricatura a la taula.
Concurs literari musical de caracter gastronòmic, per a la creació de la cançó gastronòmica.
Concurs de decoració de façanes i aparadors d'establiments.
Concurs de chors amb cançons del 1800.
Concurs de cobles i orquestres típiques catalanes.
Organització de l'Institut Professional Gastronòmic i del Grup d'Amics de la Bona Taula.

L'objecte de la Comissió es va definir per ser el nucli que havia d'avaluar qualsevol activitat festiva que tingués relació amb l'Ajuntament (perquè en fos promotor o subvencionador); així s'acordava en una Junta de la Comissió celebrada el 24 de maig de 1935, en la qual hi participaven els membres Caledró, Farrero, Roldós, Bastida, Roviralta, Blanch, Bassols, Miserachs, Quintana i Vendrell. El President Calderó reafirmava els objectius de l'entitat:

La Presidència es refereix a l'estructura que degui donar-se als serveis de la Comissió i, com sigui que, de moment, no es possible resoldre per manca de consignació pressupostaria, s'acorda: en primer lloc que es nomeni una ponència per a estudiar-la, integrant-la el senyor President i els senyors Farrero, Miserachs i Bastida; i en segon

lloc que, fin que altra cosa no es resolgui, continui portant l'expedient de la Comissió i actuant d'Oficina de treball de la mateixa, la d'Assumptes Generals de Governació.

Del conjunt de decisions preses en aquesta Junta, s'acordà, entre altres temes, la importància de dirigir una comunicació a les comissions consistorials per tal que, per a totes aquelles qüestions relatives al turisme i festes, es requerís un informe previ de la Comissió de Turisme i Festes; igualment, es va decidir que calia establir una gran Quinzena Anual a Barcelona, que havia de tenir caràcter permanent, tal com succeïa a d'altres grans ciutats europees; també s'acordà donar un vot de confiança al President de la Comissió perquè gestionés amb la Generalitat de Catalunya la participació de l'Ajuntament en el Patronat de Turisme de l'esmentada Generalitat.

A mitjans de 1935, just a l'equador de la seva curta vida, la Comissió aprovava un nou dictamen que reestructurava i ordenava les funcions de l'organisme: aquesta reorganització s'aprovava al Ple Municipal celebrat en la sessió del 27 de juny de 1935:

Les atribucions d'aquesta Comissió, establertes en el dictamen pel que fou instituïda, adoleixen d'una imprecisió i vaguetat que fan materialment impossible la fixació d'un pla conjunt i àdhuc el normal desenvolupament de les seves activitats.

Segurament per aquesta raó, continuen disperses en diferents Comissions Municipals, facultats que, lògicament, corresponen a l'objectiu que aquesta te assenyalat, amb la qual cosa es produeixen interferències i confusionismes que, ultra d'entorpir la tramitació dels afers, donen lloc a desagradables qüestions de competència, i, debades, deixen mal parada la serietat de l'Administració Municipal, concedint-se per unes Comissions el que es denega per altres o accedint-se, en forma igual o distinta, per dues Comissions a la vegada¹³¹.

Amb la intenció de solucionar certes vaguetats en les funcions de l'organisme, s'establien de nou els punts que havien de ser atribucions exclusives de la Comissió de Turisme i Festes:

En ordre al Turisme.- Al foment del corrent turístic vers la nostra Ciutat a base de A) Coordinar les iniciatives i la labor que, amb objectiu igual o similar, realitzen ja entitats i organitzacions privades de Barcelona, màxim quan estan subvencionades per l'Ajuntament. B) Participar oficialment en la institució o finalitat turística que actui a la Generalitat de Catalunya o en una ponència mixta que s'establís d'acord amb l'esmentada Generalitat, al propi objecte.

En ordre a Festes.- Serà de competència de la Comissió A) Organitzar els actes i festes populars consuetudinarios a la nostra Ciutat, i d'altres que s'estimin convenients, per exemple la Gran Quinzena de Barcelona. B) El Patronatge o suport dels actes o festes d'iniciativa particular que redundin en prestigi de la Ciutat, representin nobles manifestacions de la seva activitat o constitueixin mobilització del turisme. S'entendrà per Patronatge, el caràcter oficial que, en casos de reconeguda importància i vàlua, podrà atorgar-se a determinats actes o festes, patronatge que podrà comportar el recolzament material dels susdits actes o festes, no essent però obligat. S'entendrà, concretament, com un suport, la cessió d'edificis, llocs d'esport o parcs municipals per a la celebració d'actes o festes, el facilitar per els mateixos elements de muntatge o decoració, propis de l'Ajuntament, i la concessió de subvencions o premis. Tant l'expressat Patronatge com les esmentades formes de suport seran per tant, competència particular de la Comissió de Turisme i Festes.

Les autoritzacions per a sardanes, balls i altres festes d'esplai popular a la via pública, continuaran essent de la competència dels Consellers Delegats de Districte.

¹³¹ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

Una de les grans ambicions de la Comissió va ser la celebració de la Gran Quinzena, que havia de tenir periodicitat anual i que el seu objecte directe consistia en accelerar el desenvolupament turístic de la ciutat; es tractava d'una festa que seguia el model d'altres grans ciutats europees, més avesades a l'habilitació de recursos festius dissenyats expressament per a l'atracció de forasters. La Comissió va preveure celebrar la Gran Quinzena entre els dies 23 de juny i 7 de juliol de 1936, amb la voluntat que l'esdeveniment assolís la màxima atracció turística internacional.

En un esborrany del projecte de la Gran Quinzena de Barcelona escrit per Calderó (signat al mes d'agost de 1933 a Lloret de Mar), es preveia que la celebració es dividiria en tres grans parts: Saló Internacional del Turisme; espectacles, manifestacions i actes amb motiu de la Gran Quinzena; presentació de Catalunya i Balears en el Mapa turístic d'Europa. En aquest informe, Calderó expressava quin era el veritable sentit d'aquesta Exposició:

Exposició Internacional de Turisme, o bé vol significar exposició d'iniciatives, de procediments, de sistemes, ideats o ja posats en pràctica, per a promoure, fomentar i encoratjar el turisme; i sobre tot, Exposició dels perfeccionaments operats en les diferents Indústries sobre les quals el turisme reposa o sense les quals aquest no podria concebir-se, o bé aquella expressió resta buida de tot sentit; no vol dir res.

Per això nosaltres proposavem com a títol o sub-títol "Exposició Internacional d'iniciatives i indústries per a el Foment del Turisme.

És per això que l'Exposició hauria de reflectir els tres moments bàsics que componen el turisme: "moment de propulsió o llançament que en podríem dir manifestació de propaganda; moment dinàmic en quant significa trasllació, moviment que podríem anomenar: manifestació del turisme actiu; i moment estàtic o sia moment de repòs, d'arribada, de recepció; podríem titular-lo: manifestació del turisme receptiu".

El preprojecte detalla el contingut de les exposicions que explicarien els anomenats tres grans moments del turisme: exposicions de cartells, fullets, diorames, mapes, plànols, agències de viatges, circuits, representació de les indústries de transport, marítimes, aèries, serveis d'hosteleria i restauració, etc. Una vasta exposició de material turístic.

Pel que respecte a la segona gran part de la Gran Quinzena de Barcelona, es preveia la realització d'espectacles, manifestacions i actes diversos en motiu de l'Exposició i que servirien, tal i com assegura el preprojecte, per tal d'assegurar l'èxit de la Gran Quinzena: espectacles teatrals, esportius, congressos turístics, artístics, científics, concursos, conferències, etc.

La presentació de Catalunya i Balears a Europa, tercer bloc de la Gran Quinzena: la intenció requeria en retenir els turistes a Catalunya; l'Exposició havia de servir per retenir, encara que fos només dos dies, als turistes que passaven per Catalunya i que es dirigien a Balears, Andalusia o Marroc. Catalunya i Barcelona eren eminentment estacions de trànsit, tal i com afirma aquest document preprojecte de la Gran Quinzena; un document que més aviat sembla una pluja d'idees i d'intencions del que es pretenia que fos aquesta celebració internacional.

Trobem en aquest expedient el projecte de bases per a un concurs de cartells:

"Amb motiu de la Gran Quinzena de Barcelona 1936 que organitza la Comissió de Turisme i Festes de l'Ajuntament de Barcelona, s'obre un Concurs de Cartells entre artistes espanyols i estrangers residents a Barcelona, per tal d'anunciar la susdita Gran Quinzena, el qual concurs es regular a per les següents Bases (...)".

Segons una nota escrita a mà amb paper oficial de l'Ajuntament, es comentava que la Gran Quinzena de Barcelona s'havia de convertir en una cita anual i de referència internacional. Així com el Saló de l'Automòbil portava aparellat el nom de París, el de l'Aviació el de Londres, es pretenia que el nom de Barcelona s'associés al del turisme¹³².

¹³² Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

La proposta de la Comissió no va prosseguir a causa de l'esclat de la guerra, tot i que es desconeix fins a quin punt es va avançar en la seva preparació. Més enllà d'aquesta ambiciosa programació, Calderó també havia impulsat la creació d'un comitè pro Carnaval del qual en formaven part alguns membres de la SAF, el Cercle Artístic, Ràdio Barcelona, Ràdio Associació de Catalunya, la Companyia General de Cotxes i Automòbils. Els següents fragments apareixien escrits a la nota que justificava la celebració del Carnaval:

En apropar-se la diada de Carnaval, la Comissió de Turisme i Festes de l'Ajuntament, que presideix el President de l'Assamblea Municipal, Conseller Senyor Calderó, ha tingut un canvi d'impressions per tal d'arribar a la confecció d'un programa de festes que no desdiguí de les fins ara han portat el nom de Barcelona al nivell de les ciutat estrangeres més prestigiades pel seu bon gust.

(...).

Si en tot temps és convenient i necessari estimular les expressions de caràcter popular, mai com avui considerem urgent i apremiant remoure tots aquells elements que naturalment es senten inclinats a col·laborar en tota manifestació de públic d'esbarjo, per tal de contribuir al revifament de les activitats ciutadanes, impulsar el comerç i aminerar tant com sigui possible la gran crisi de treball que pateix la Ciutat.

La Comissió deu fer avinent a tots en aquesta ocasió ha tingut especial interès en dignificar les Festes, eliminant de les mateixes totes aquelles manifestacions de mal gust i de grolleria, que, coincidint amb la decadència del Carnaval s'havien produït pels carrers de la Ciutat.

El Carnaval modern suposa una exaltació dels sentiments artístics del poble, estimulats per mitjà de concursos, i un motiu ademés d'incorporar a les propagandes industrials i comercials el sentit de l'originalitat i del bon gust, aprofit no sols de l'estètica ciutadana, sino també de l'eficàcia que deu tenir aquella propaganada amb les obligades repercussions en el progrés de les indústries i del comerç en general¹³³.

Calderó va actuar com a líder indiscutible de l'ens; tenia moltes idees i va arribar a planejar una quantitat considerable d'esdeveniments, la majoria dels quals no van reeixir. L'ordre del dia d'una acta de convocatòria de reunió ordinària de la Comissió relativa a l'any 1935 delatava clarament la quantitat i tipologia d'interessos de Calderó; així, entre altres punts, s'esmentava la celebració de la Gran Quinzena de Barcelona i del Saló de Turisme; la sol·licitud al Ministeri de Marina per tal que en l'avinentsa de la Gran Quinzena, l'Esquadra espanyola realitzés unes demostracions en aigües de Barcelona i una altra sol·licitud al Patronat Nacional de Turisme perquè concedís un premi per a un dels Raids que s'organitzarien amb motiu de l'esmentada Quinzena; l'explotació turística del Poble Espanyol; l'organització de les Festes de Carnaval i nomenament d'una Comissió per tal finalitat; instància de la Lliga d'Associacions de Música de Catalunya demanant la cessió gratuïta del Poble Espanyol per a celebrar-hi una festa folklòrica el dia 23 de febrer¹³⁴.

Una altra de les propostes que tampoc no s'arribarien mai a complir va ser la celebració d'una Gran Festa Major de Catalunya: Emili Lloret Guitart, President de la Comissió de Festes i Espectacles de la Federació Comarcal de Catalunya, havia dirigit a la Comissió consistorial de Turisme i Festes la proposta de celebrar, durant la Mercè de 1936, una Gran Festa Major de Catalunya.

En la mentalitat de la Comissió, la festa es va convertir en el principal recurs turístic de Barcelona, i alhora, en un element de prestigi urbà. El poder polític municipal representava que s'havia adonat de la importància i responsabilitat dels temes turístics,

¹³³ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

¹³⁴ Expedient de Governació GM 164 / A 183 relatiu a la Comissió Consistorial de Turisme i Festes, 1934. Arxiu Municipal Administratiu de Barcelona.

tot i que les gestions reals que va fer la Comissió mai no van anar més enllà de la concessió de subvencions i el foment d'activitats lúdiques i populars.

Mentre que la SAF havia entès que el pretext del turista a Barcelona tenia a veure fonamentalment amb el comerç, el canvi de clima, l'oci, la cultura, el passeig, la diversió, la instrucció i els negocis, la Comissió centrava en l'oci i el recurs festiu el principal motiu i al·licient per incentivar el desplaçament turístic a la capital catalana; amb tota probabilitat, l'aposta per aquesta temàtica tenia a veure amb el nou perfil de clientela turística que durant aquells anys es desplaçava als centres urbans, ja que si bé no s'havia arribat encara a la popularització del viatge turístic, noves classes socials s'estaven iniciant en el món del lleure i el desplaçament turístic. Pel que fa a la demanda, l'aposta de la Comissió va ser certament menys elitista que l'esperada per la SAF, acostumada a anticipar un turista d'alt nivell adquisitiu.

En el transcurs d'aquests anys, Calderó va participar d'altres organitzacions relacionades amb el turisme; conjuntament amb el Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat, Joan Vallès Pujals, va crear la darrera de les grans entitats del turisme català de la República, la Touring Associació de Catalunya, suplantant al Patronat de Turisme de Catalunya i en certa manera deixant fora de joc a l'Oficina de Turisme de Catalunya. Tota aquesta trama es produïa només alguns mesos abans de l'esclat de la guerra¹³⁵.

La Comissió de Festes i Turisme va viure i actuar entre el mes de juny de 1934 i el mes de juliol de 1936. La vida d'aquesta nova iniciativa va ser breu i fins i tot anecdòtica, en el sentit que les seves aportacions no han arribat a tenir una gran transcendència en la història turística de la ciutat. De fet, causa o efecte de la seva poca importància, la vida i obra de la Comissió de Festes i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona ha estat poc tractada pels estudiosos del tema, pràcticament menystinguda des d'una perspectiva històrica.

¹³⁵ Veure capítol: *1935 i 1936, últims temps*.

El valor del paisatge i una visió romàntica del turisme

Durant els anys trenta, cada cop eren més els visitants que coneixen el país i que es dispersaven arreu del territori, mentre hi deixaven les seves divises i franca admiració. A mitjans dels anys trenta, assegura Montaner Montejano (1997), les poblacions de Sitges, S'Agaró, Barcelona i determinades zones pirinenques eren els indrets que més havien avançat en l'expansió del turisme. A Catalunya es va saber extreure un partit prou satisfactori del ventall d'atractius i recursos que es repartien arreu del territori i que es dirigien a un públic foraster en constant augment i potenciació, afirmava Lavaur (1980b).

A principis dels anys trenta havien estat creats els primers albergs de carretera a Espanya, alhora que la xarxa de comunicacions i de transports va facilitar, encara més, els desplaçaments del turisme, dels quals ja participaven part de les classes mitjanes de les societats occidentals. De fet, la millora de l'accessibilitat feia possible una nova estructuració del territori, i per efecte, la posada en valor dels seus recursos naturals i culturals.

En aquells temps, les institucions gestores del turisme català estaven concebant el turisme en una línia que en certs punts diferia essencialment d'aquella pensada per la clàssica Sociedad de Atracción; tant l'Oficina de Turisme de Catalunya com el Patronat de Turisme de Catalunya es van esforçar a incloure el turisme "popular" en els seus plans turístics, fet que significava una aposta per a la democratització d'una pràctica que, com sabem, estava tradicionalment associada als costums de les élites o als valors dels individus més excèntrics, normalment burgesos o artistes. Si bé les capes altes de la societat continuaven essent el perfil de públic més desitjat per a la majoria de destinacions, ja es començava a reconèixer la importància del turisme de classe mitjana i l'anomenat turisme interior. D'altra banda, cal recordar que a iniciativa de la Generalitat republicana, a l'abril de 1934, s'havia creat el nou servei de turisme *Viatges i vacances obreres* amb l'interès de promoure el viatge interior, tant a Catalunya com a Espanya, i especialment amb l'objectiu de donar a conèixer Catalunya als catalans (Miguelsanz Arnalot, 2009).

El territori, des de sempre, és i ha estat el principal recurs i suport de l'activitat turística; i en aquells moments ja s'havia creat una consciència social i política que això era, en efecte, així. Alhora, s'entenia que la indústria del turisme podia causar efectes complexos al territori, a la vegada que representava un canal per al reconeixement i projecció del mateix territori i de tot el que aquest significava.

L'activitat turística i el valor del paisatge en el marc del Regional Planning

A principis dels anys trenta es va aprendre a mirar el paisatge natural del país d'una manera diferent; es reconeixia la importància del medi ambient i s'intentava respectar el valor que tenia per ell mateix, més enllà dels seus atributs com a espai de gaudi, contemplació o admiració; el paisatge natural contenia senyes d'identitat i trets diferencials que anaven molt bé per als promotors turístics i per al projecte polític del país; per tot això, es va veure la conveniència de respectar-lo i protegir-lo.

Es va idear el "Pla de distribució en zones del territori català", conegut com a Regional Planning i endegat en l'àmbit del Govern de la Generalitat. El Pla s'ajustava a les tendències

modernes i prenia com a models altres *Regional Plannings* aplicats a països europeus o americans; així, el Regional Planning català s'ideava per tal d'assegurar l'equilibri i l'ordre en el desenvolupament de les activitats de l'home en la seva lluita constant per a la possessió de la superfície del país; en altres paraules: el Regional Planning català pretenia exercir una protecció del territori mitjançant pautes ordenadores i de control de les diverses activitats humanes generades en paisatges determinats. Venia a ser com un element de control i de coordinació destinat a acomodar totes les activitats desenvolupades, prestant una atenció especial a aquelles activitats previstes de desenvolupar en un futur més o menys llunyà.

L'avantprojecte del Regional Planning de Catalunya s'havia enllestit durant l'any 1932, i es presentava al públic per mitjà d'una exposició de gràfics i de fotografies instal·lada al Saló de Sant Jordi als mesos d'estiu de 1933; aquesta exposició es va clausurar amb una conferència pronunciada per Rubió i Tudurí, un dels enginyers autors de l'avantprojecte¹³⁶.

Un projecte de decret d'abril 1934 aconsellava l'aplicació del Pla, sobretot per la gran quantitat de problemes que calia afrontar en matèria de paisatge; l'aplicació de solucions estava a mans de l'Administració pública, afirmava el decret. A més, havien estat efectuades una sèrie de peticions als diversos departaments del Govern, i en el seu conjunt demostraven la certa urgència d'implementació del Regional Planning de Catalunya: consta que arqueòlegs, artistes, amants de les coses velles desitjaven especialment la conservació del patrimoni natural català i reclamaven l'aplicació d'aquesta intervenció ordenadora i protectora del territori¹³⁷.

El projecte de decret proposava la creació d'un servei depenent del Departament d'Economia i Agricultura, entenent que els serveis agrícoles, ramaders, turístics, industrials i forestals, els més afectats i necessitats de l'ordenació del terreny, depenien d'aquesta àrea concreta del Govern. La creació de la comissió o consell en el qual havien d'estar representats tots els serveis afectats pel Pla de Zones seria l'encarregat d'estudiar les demandes i necessitats de la població i del terreny i de dirigir al departament que es cregués més adequat el desenvolupament de les solucions. Prèviament a la creació del consell, una Oficina tècnica, dirigida per Rubió i Tudurí, va estudiar quina havia de ser l'estructura més adequada per compondre l'esmentat consell.

En la conferència pronunciada per Rubió i Tudurí es defensava la conveniència del Pla tot recorrent a l'exemple d'altres països europeus i americans. La conferència es dictava el mes d'agost de 1933, i en ella es recordava que una de les vocacions que el Pla promovia era que els propis habitants de Catalunya coneguessin les bel·leses del seu país; entre altres propòsits, el Regional Planning també volia facilitar la creació de Parcs Naturals destinats a tenir un règim especial de conservació. Rubió i Tudurí constatava que el Regional Planning no era ni una divisió administrativa ni un pla d'obres, era simplement un mètode per al control:

Tota tendència a la cristallització ha d'ésser exclosa per inadequada i abominable. Un poble és un organisme viu que fuig de tota limitació, que no tolera de bon grat cap cadena. I si el Servei que s'encarregués d'harmonitzar aquelles activitats caigués dins del vici de voler fer motllos permanents enlloc d'emmotllar-se ell a les exigències de la

¹³⁶ Santiago Rubió i Tudurí era germà de Nicolau Rubió i Tudurí, arquitecte i urbanista vinculat als òrgans de la Sociedad de Atracción i destacat per la seva obra d'enjardinament de Barcelona. Eren fills de Mariano Rubió.

¹³⁷ Fons 1. Generalitat de Catalunya (II República), caixa 117 / Inventari 3755/Caixa 117 (1/4) / - Carpeta any 1933. Núm. 15. Lligall 110. Arxiu Nacional de Catalunya.

vida del poble, el Regional Planning així concebut, no fora més que una de tantes coses que sols neixen per a ésser arxivades en el recó dels estris inservibles.

La formulació del Regional Planning posava en evidència la necessitat i consciència d'actuar en el territori a partir de la planificació i gestió, assumint que el seu desenvolupament no es podia abandonar a la improvisació ni al desordre, sinó que calia dirigir i dissenyar la seva disposició i funció turística. Aquesta va constituir una visió avançada i moderna.

El 31 de maig de 1934 una nova conferència de Rubió i Tudurí, aquest cop pronunciada en el context del Centre Excursionista de Catalunya, servia per donar a conèixer a la ciutadania els propòsits i filosofia del nou Pla: en aquesta ocasió s'aprofitava l'avinentsa per fer una crida pública destinada a recaptar fotografies i referències de paisatges de Catalunya que es cregués oportú de protegir. Pel que fa a la justificació del Pla, Rubió i Tudurí en ressaltava la seva conveniència defensant que aquest no havia estat concebut fruit d'una improvisació del moment de bon humor del Govern, sinó que el Pla responia a la veritable necessitat i desig d'un "poble que no es resigna a veure convertir tot el país en el pati d'una fàbrica encara que aquest pati tingui pretensions de jardí". Es precisava la importància de mantenir totes les activitats del país de manera ordenada, sense que s'envaïssin les unes a les altres. Així, amb el lema "cada cosa al seu lloc i un lloc per a cada cosa", Rubió i Tudurí intentava demostrar que la implementació del Pla asseguraria una "ocupació efectiva del territori". Era la manca de control, i no pas l'excés d'activitats, allò que fins ara havia causat problemes paisatgístics, de manera que el Pla resoldria l'equilibri paisatgístic amb l'aplicació de criteris d'un ordre racional i controlat.

Conscients que l'activitat turística cada dia prenia un paper més significatiu en el desenvolupament del territori, semblava lògic que la indústria turística figurés com un dels elements importants a tenir en compte en el projecte de Rubió i Tudurí; de fet, es comentava que el turisme tan sols constituïa una activitat més en el territori català, però no la única ni principal; allò que calia era fomentar el desenvolupament equilibrat de totes les activitats; només a partir d'una estructuració concebuda des de la flexibilitat i amb un manteniment constant de l'esperit de revisió, es podia vetllar pel benestar del paisatge. Per tot això calia operar a través d'un Consell consultiu en el qual hi fossin representades totes les activitats que tenien incidència en el territori.

El paisatge, element bàsic en la proposta d'ordenació del territori de Rubió i Tudurí, comptava amb dues vessants que calia valorar de manera imprescindible: els monuments i la naturalesa. Segons Rubió i Tudurí, calia prestar més preocupació per l'aspecte de la naturalesa, ja que el tema dels monuments ja havia superat aquella fase segons la qual s'identificava amb les pedreres. La naturalesa, a parer de Rubió i Tudurí, havia de tractar-se de tal manera que pogués servir per al gaudi de les persones.

La filosofia del Regional Planning coincidia plenament amb la visió d'Antoni Muntanyola que, en la seva obra *Organització turística de Catalunya* (1932), va destacar la importància del paisatge com a element bàsic de l'activitat turística.

Tot i que el Regional Planning no va ser més que un projecte i el reflex d'una ideologia, cal rescatar la concepció del territori com a actiu bàsic del sistema turístic, sobretot atenent a la idea que només amb una adequada preservació i utilització dels elements naturals es podia aconseguir un bon desenvolupament del turisme.

Tota aquesta filosofia de salvaguarda i valorització de l'espai acabaria essent molt durament contrariada i negada per l'acció descontrolada i especulativa de les dècades

següents, quan el territori es veuria sucumbit a les dinàmiques d'activitats "no controlades".

Paisatge, turisme i economia a l'obra de Creus i Vidal

El territori entès com a suport i recurs de l'activitat turística també va ser un dels elements tractats en l'obra de Lluís Creus i Vidal, economista i enginyer industrial que l'any 1934 va escriure *Visió econòmica de Catalunya*¹³⁸.

L'obra de Creus i Vidal partia d'una definició completament romàntica i espiritual del país, segons el qual el "cos" corresponia a la seva economia, mentre que allò cultural i artístic formava part del seu "esperit". De l'obra de Creus i Vidal interessa destacar, fonamentalment, la concepció del turisme com a matèria bàsica del creixement econòmic del territori. Segons l'autor, l'economia catalana se sostenia en l'agricultura, el comerç, la indústria i el turisme, i calia que aquesta activitat fos protegida i guiada per les mans expertes d'un govern propi. Un govern que, segons Creus i Vidal, havia d'estar regit per homes que estimessin el país.

Més enllà d'aquesta actitud romàntica i essencialista que marcava la visió de l'autor, és important destacar la seva visió sobre l'esfera turística del territori, un aspecte que detallava amb precisió en el tercer capítol de l'obra: "Turisme i salvaguarda del paisatge", estructurat en els blocs: "Organització del nostre turisme" (que incloïa les següents seccions: "Turisme arqueològic i artístic"; "Turisme de muntanya catalana i estacions balnearies, *Montserrat*"; "Turisme de la Marina Catalana"; "Atracció turística, *Atracció turística de Barcelona*"; "Propaganda turística de Catalunya"); "Creació de Patronats de Muntanya" (bloc dividit en tres seccions: "Patronat del Montseny"; "Patronat de les Guillerries"; "Patronat de Sant Joan de l'Erm").

Creus i Vidal proposava la creació d'un servei anomenat Direcció de Turisme i Salvaguarda del Paisatge, que hauria de pertànyer al Departament d'Economia de la Generalitat:

El Director i secretari de la Direcció de Turisme de la Generalitat de Catalunya, que, al nostre entendre, hauria d'ésser el mateix actual Patronat, cal que siguin persones verament escollides, i que reuneixin rars condicions, entre les quals cal comptar la pràctica especial i dosi de món necessària per ben acomplir llur tasca; experiència de l'ofici, que sols s'adquireix havent realitzat nombrosos viatges; i, per fi, els cal un patriotisme a tota prova i un entusiasme i coneixement tal de les belles coses de Catalunya, que solament podran haver-lo adquirit amb una veritable vida excursionista, que els hagi permès tocar i conèixer fins les més pregones raconades de la nostra terra.

(...).

Afortunadament per a Catalunya, els Serveis de Turisme de la Generalitat ("Ofinica de Turime", en connexió amb el Patronat Nacional de Turisme d'Espanya, comptant amb un Consell de Turisme, tot el conjunt dintre del Departament d'Economia i Agricultura de la Generalitat de Catalunya), compten amb un cap veritablement exemplar i amb funcionaris modèlics, de l'esperit de treball i sacrifici del qual cap esperar els més ubèrrims fruits en bé del Turisme català. N'hi ha prou amb veure la tasca que han realitzat, amb subvencions irrisòries i mitjans limitadíssims, en aquests dos darrers anys en què Catalunya ha començat, malgrat tot, a tenir serveis turístics oficials dignes de tal nom.

¹³⁸ Creus i Vidal, L. (1934) *Visió econòmica de Catalunya*. Barcelona: Llibreria Catalònia, Vol II.

En Consell Superior de Turisme s'ha transformat ja, avui, la Federació Catalana del Turisme, actualment compost de representacions de totes les Entitats, Institucions i interessos relacionats amb el turisme i les seves branques (Creus i Vidal, 1934: 134).

Creus i Vidal estudiava cadascuna de les seccions que haurien de conformar l'organització turística del país: en una primera secció denominada "Turisme arqueològic i artístic", l'autor distingia tres subseccions (Barcelona, Tarragona i la conformada per Lleida i Girona). Pel que respecte a Barcelona, l'autor assenyalava la importància de fer veure al turista tot allò que la gran ciutat i les poblacions més properes a ella disposaven en matèria turística. Així, en el seu ideari, Creus i Vidal apostava per una dimensió metropolitana de la destinació Barcelona, que alhora estava integrada en un paisatge i realitat cultural molt més àmplia i clarament diferenciada de la resta de territori peninsular.

Per tot això, Creus i Vidal destacava tant el valor de les biblioteques com l'art dels pobles de la circumscripció de Barcelona, elements que, un i altre, havien de formar part dels itineraris turístics. En aquesta concepció, els aspectes urbanístics i artístics tenien un pes certament important:

per la seva raresa, entre tot el que antecedeix, destaca la necessitat de fer conèixer les riqueses del barri gòtic barceloní i el Museu d'Art Romànic nostrat, tan notablíssims, aquest darrer únic al món. Serà bo l'estudi del que s'ha fet en les grans ciutats d'art, a Itàlia, com Roma, Florència, Venècia, Pisa, etc., especialment en aquests darrers anys, així com en d'altres ciutats de condicions anàlogues (Creus i Vidal, 1934: 138).

Segons el criteri de Creus i Vidal, el turisme de muntanya i d'estacions balneàries havia estat un àmbit completament negligit per les polítiques turístiques estatals, que no havia procedit a treure cap mena de partit de les belleses naturals de la muntanya catalana. Calia, doncs, potenciar aquest tipus de turisme i no perdre de vista aquella màxima que tendia a evitar la marxa dels propis turistes a l'estranger i atreure tants forasters com fos possible. La idea de la quantitat de turistes constituïa tota una finalitat.

La secció tercera del llibre de Creus i Vidal es dedicava a l'estudi de la mar, tot posant èmfasi a la necessitat de tutelar restaurants i atraccions del Port de Barcelona i de l'Aeri Miramar-Barceloneta a fi de gestionar adequadament la vida del passatger creuerista, caracteritzat per una curta estada a la ciutat de Barcelona. Novament, l'autor reiterava la importància de limitar l'èxode turístic dels conciutadans de Catalunya a l'estranger, concretament a la Cote d'Azur, i atreure especialment els creuers de les costes franceses i italianes a Barcelona, així com de gestionar que els creuers anglesos i americans que tinguessin com a escenari la Mediterrània s'aturessin a Barcelona, cosa que de moment encara no feien, assegurava l'autor.

La quarta secció de *Visió econòmica de Catalunya* es dedicava a l'atracció turística pròpiament de Barcelona que, segons l'autor, era una ciutat amb una personalitat especial. Proposava una revisió i exhaustiva sèrie de consideracions a tenir en compte que, per la seva precisió, reflectien prou acuradament en quin punt es trobava la destinació Barcelona en matèria d'oferta turística. Barcelona era una ciutat que, segons Creus i Vidal, era difícil d'ensenyar al món: al costat de magnificències, tenia trossos d'una banalitat insuportable.

Coordinació de temporades teatrals, especialment propulsió i encoratjament de les del Liceu. Propaganda d'aquest darrer punt a la resta d'Espanya i estranger. Encoratjament del teatre clàssic espanyol (tipus, per exemple, temporades del teatre Novetats), tan apreciat pel turisme Estranger.

Esdeveniments esportius: grans partits nacionals i internacionals de futbol. Ídem de boxa. Ídem grans manifestacions esportives olímpiques a l'Estadi. Especialment sobre aquest punt, propaganda turística a la resta d'Espanya i estranger. Ídem esports de mar. Ídem manifestacions ciclistes: volta a Catalunya, i altres grans manifestacions del motor i de l'automòbil: Criteriums, Voltes, Circuits, etc., etc.

Ídem d'aviació.

Curses de braus.

Arranjament de parcs i dels voltants: parc de la ciutadella, par güell, estudi de possible aprofitament del malauradament desaparegut Turó Park, etc. arranjament dels petits jardins de la ciutat, etc.

Arranjament dels vells voltants de Barcelona tutela pel perfeccionament de les vies d'accés: (...).

Tutela hotelera i d'endegament del paisatge a Sarrià, Pedralbes, Sant Pere màrtir, Vallvidrera, Les Planes, Vallldoreix, La Floresta, Bella terra, les fonts, Tibidabo, la Rabassada, Sant Medí, Can Gomis, Horta, Sardanyola, Moncada, etc., etc.

Tutela sobre el millorament dels serveis de recepció dels viatgers a les estacions de Barcelona, especialment M. S.A., Baixador, Nord (Nord i Plaça Catalunya).

Ídem sobre el millorament dels serveis hotelers de tota calsse a Barcelona. atenció especial als serveis hoteles de segona classe i classe modesta.

No seguim especificant projectes expressament. Quedi a estudi acuradíssim posterior, i a aprofitament de tots quants meritíssims esfrços porten fets els Sindicats d'Iniciativa i altres entitats similars a Barcelona (Societat d'Atraccio de Forasters).

Una preocupació que caldria tinguessin els nostres Serveis de Turisme, hauria d'estar derivada de la consciència d'una missió especial que els hauria d'estar encomanada, devint ésser aquesta la de realçar davant l'estranger el nostre prestigi de *país avançat en economia, indústria, comerç, (...) que som*.

Ara que, entre la baixa de la pesseta, i forces ocultes més o menys misterioses que sembla que ens han perdonat la vida en mèrits d'haver instaurat la República, sembla que ja no plana aquella inexplicable "maledicció" que feia que s'allunyessin com per art de màgia totes les possibilitats d'atracció de turistes, seria una bella ocasió d'aprofitar, per a aixecar el nostre prestigi, aquestes corrues de turistes que, afortunadament per fi, ens envaeixen (i que, ai las!, amenacen de tornar a oblidar-nos).

Caldria -ni que fos dolçament forçant els visitants estrangers a seguir els itineraris convenients, els més instructius, no els més agradables, amb un xic, és clar, de "savoir faire"- que, en lloc de portar-los al "Barri Xino", ens esforcéssim tots a esborrar de llur ment la idea de l'Espanya de la "llegenda negra" i dels "spanish shawls", de les Càrmens i "majas" de la navalla a la lligacama, i fantasies similars.

A tal fi, caldria establir un itinerari de la Barcelona meravel·la moderna, "ciutat més avnaçada del món". Pot, si es vol, la nostra idea, pecar de provincianisme, o ésser digna, tal volta, de Tarascó. El fer-ho, però, per a guanyar tal prestigi, no és cosa menys necessària.

Nosaltres propugnaríem per editar un fullet, bonic, amb un "mapa" i on, tractant dissimuladament de "pagès" el foraster (la major part de forasters que ens visiten, sobretot els anglo-saxons, cal no oblidar-ho, són uns insignes "pagesos", que, sense excepció, descobreixen la Mediterrània), se li digui, acompanyant-lo de gravats:

Que Barcelona, contra el que puguin creure, és una de les ciutats més avançades del món.

Que la indústria catalana empra una potència de 700.00 CV., en tantes indústries i en tants... de fusos i telers.

Que Barcelona compta amb la tercera estació (en ordre de magnitud i magnificència) de l'Occident d'Europa.

I amb la primera estació subterrània d'Europa.

I amb el "Metro" més gran del món.

Amb la tercera torre (en altura) metàl·lica d'Europa (Port).

I amb el més gran transbordador aeri del món en el seu gènere.

Amb quatre funiculars, un d'ells subterrani.

Amb el ferrocarril de "banlieu" (les Planes) més graciós del món.

Amb l'Exposició, espectacle el més gran que ha presenciada la humanitat.

Amb l'estadi més bonic i magnífic del món.
Amb 20 quilòmetres de ferrocarrils suburbans.
Amb el tercer port de la Mediterrània.
Amb la muntanya de Montserrat, prodigi universal, amb un cremallera, dos aeris (el de Sant Jeroni el més atrevit del món) i dos funiculars.
I amb l'òpera més aristocràtica i magnífica d'Europa (Liceu).
(...)
Gràcia perquè tots els taxistes, en sortir de l'estació de França, en lloc de passar per llocs vulgars, passessin, com qui no fa res, pels jardins de la ciutadella! Penseu tot que, mantes voltes, per a un turista, al primera impressió és ja la definitiva!
Gràcia per no portar la gent al "Barri Xino", mentre hom és incapaç de portar-los al Liceu! Gràcia per a saber portar-los als dos o tres grans cinemes barcelonins, distingidíssims i monumentals, en lloc de dur-los als llocs de putrefacció! (Creus i Vidal, 1934: 161-163).

Pel que fa als espais residuals de la passada Exposició de 1929 (que segons Creus i Vidal havia tingut una irrisòria difusió arreu del món a causa de la mala gestió de la propaganda), calia reaprofitar-los per al turisme: els espais de Montjuïc, apuntava, podrien contenir exposicions de flors, festivals clàssics, esdeveniments esportius, concursos, o altres esdeveniments d'interès turístic. Creus i Vidal va suggerir l'estudi de festes típiques catalanes i espanyoles al "Poble Espanyol", l'estudi especial d'organització turística en relació amb les Fires de Mostres, la tutela i la intervenció sobre la conservació de jardins i monuments de l'Exposició, i sobre els seus mitjans d'accés (Funicular Montjuïc i Aeri Miramar, així com també els restaurants i atraccions existents).

Creus i Vidal, així com Muntanyola i altres pensadors del turisme català, reclamaven una organització, estructuració i correcta preparació del sector i dels seus recursos, a més d'una clara vindicació dels elements d'identitat catalana; en el fons, reconeixia Creus i Vidal, s'havia de propulsar una difusió de Catalunya arreu del món. En aquest sentit, estava clar que concebia el turisme com un fenomen a partir del qual projectar el territori arreu del món. Aquesta idea també estava fortament present en l'argumentari de la Sociedad de Atracción.

Tant Muntanyola com Creus i Vidal, apunta Montaner Montejano (2002), partien d'una visió molt romàntica sobre el turisme, massa centrada en els elements de la muntanya i del paisatge com a base pel desenvolupament d'aquesta indústria. A més, destaca Montaner Montejano, ambdós autors van prescindir de la importància de l'element artístic com a plataforma per a la imatge turística. Probablement l'excessiu interès per la qüestió del medi ambient va deixar enrere altres assumptes i recursos importants, raó per la qual podria semblar que els programes de Muntanyola i Creus i Vidal partien de la ingenuïtat.

El cas és, però, que s'havia assumit que el turisme constituïa una valor econòmic molt important per al progrés de Catalunya, i que pel seu desenvolupament calia tècnica, ideologia i ordenació. No s'hi valien les inèrcies o les improvisacions, sobretot perquè eren moltes les coses que es posaven en joc: la identitat, l'economia, la projecció internacional del país, l'activació cultural, la creació de llaços i nous mercats interiors i exteriors. Tot i les noves ideologies a propòsit del turisme que es van desvetllar a principis i mitjans dels anys trenta a Catalunya, la realitat dels fets, en general, no sempre es corresponia amb les noves visions i consciències.

1935 i 1936, últims temps

Poc temps abans de l'esclat de la guerra, el turisme a Catalunya gaudia d'un prestigi i reconeixement significatiu, que es devia, en part, a la millora de les infraestructures d'accessibilitat i a la popularització del fenomen turístic a l'estranger, així com als esforços realitzats pels nous ens de promoció apareguts en els darrers temps.

Encara en els últims anys de la República es van produir alguns canvis i es van crear nous organismes turístics en el marc barceloní, català i espanyol, cosa que indicava, si més no, la vitalitat del sector.

Sindicats d'iniciativa: federacions, assemblees i oficialitat pública

L'any 1935 es va constituir el Patronat de la Costa Brava, que entre altres compromisos assumia la responsabilitat d'evitar que el dret de la propietat privada arribés a anular el gaudi públic i que contribuís a la destrucció del medi natural (Blasco, 2005). Durant els mesos estivals, la Costa Brava s'omplia de visitants, i tot i que ja feia temps que es tractava d'una realitat força coneguda, no deixava de passar desapercebuda per la premsa del país, que ocasionalment li donava un tractament especial. El mes de maig de 1935, el rotatiu *El Noticiero Universal* informava que tant l'Oficina de la Generalitat com diverses agències de viatges del país estaven rebent abundants demandes d'informació que provenien de l'estranger, especialment d'Anglaterra, i que s'interessaven per venir a passar les vacances a les poblacions costaneres de Catalunya¹³⁹. El turisme era novetat, gent, modernitat, activitat econòmica, moviment i frescor.

En aquells temps també es va crear una nova entitat, d'altra banda força singular, anomenada Touring Club de Catalunya i Balears, l'objectiu de la qual era esdevenir una associació de consumidors. La nova entitat es creava l'any 1934 i venia a ser una institució dedicada a vetllar pels interessos dels viatgers. Segons Farreras (1973), aquesta associació va significar un interessat intent de popularitzar el turisme. La seva actuació, recorda, va ser realment breu; el poc volum de turistes que no pertanyien a les classes benestants (les que realment viatjaven més), van ser les causes del seu relatiu èxit. Tot i aquesta discreta i modesta actuació, la mera presència del Touring Club de Catalunya i Balears indicava que el tema turístic anava prenent cos i dimensió social¹⁴⁰.

A mitjans de la dècada dels trenta, els sindicats d'iniciativa més importants encara mantenien un paper destacat en el desenvolupament de la indústria turística. Així per exemple, la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona seguia amb el seu habitual to, mentre que alguns dels seus elements més destacats també formaven part de les estructures d'altres organismes creats en el context barceloní i català.

Consta que a Espanya l'assumpte turístic havia perdut interès polític, econòmic i social: es comptava amb uns 55 sindicats d'iniciativa, que segons Muntanyola (1932), portaven una vida bastant pobra a causa de la manca de dotació oficial i afecció pública.

¹³⁹ "El turismo en la Costa Brava". A *El Noticiero Universal*, 22 de maig de 1935, pàg. 13-22.

¹⁴⁰ L'any 1932 havia estat constituït el Touring Club de Barcelona, que també venia a ser una agrupació de turistes i de la qual es desconeix la seva actuació.

A l'estiu de l'any 1932 s'havia creat la Federación Española de Sindicatos de Iniciativa de Turismo¹⁴¹ a Palma de Mallorca, una entitat que aglutinava el conjunt de societats d'atracció espanyoles i que es constituïa per vetllar pels interessos mutus i del turisme. La Sociedad de Atracción de Barcelona s'hi va apuntar, de manera que va poder participar, activament, a les assemblees organitzades per la nova federació. La primera havia tingut lloc a Mallorca l'any 32, la segona a Barcelona durant el 33, la tercera a Saragossa al 34, la quarta a Madrid i Alcalá de Henares l'any 1935; la darrera de les assemblees de la FESIT va tenir lloc a Tarragona el mes de gener de 1936. En aquesta darrera trobada de sindicats d'iniciativa s'aprofità l'ocasió per organitzar una mostra de material de promoció utilitzat pels sindicats membres (exposició que la revista *Barcelona Atracción* d'agost de 1936 va identificar com la I Exposició de Turisme d'Espanya). El cas és que la celebració de les diverses reunions estatals de sindicats d'iniciativa indicava que existia un interès per treballar conjuntament, tant en l'àmbit del foment turístic com en l'aspecte de la reivindicació i força comuna.

La reorganització del Patronato Nacional de Turismo va produir una sorpresa desagradable als sindicats d'iniciativa: s'havia exclòs la seva representació en l'organisme, i tant la SAF com la Federación Española de Sindicatos de Iniciativa de Turismo van enviar comunicats al Patronato sol·licitant la seva inclusió. Després de la insistència, hi van ser inclosos. De totes maneres, era poc el temps que els restava per treballar plegats.

L'oficialitat dels sindicats d'iniciativa espanyols arribava tard. L'any 1935, gairebé trenta anys després del seu naixement, i després d'una vida plena de lluita intensa i d'adversitats importants, s'assolia el caràcter d'oficialitat de les entitats de foment turístic, per a les quals només quedaven uns pocs mesos de vida i de treball¹⁴².

El mes de gener de 1936 la revista *Barcelona Atracción* publicava l'article "La oficialidad de los Sindicatos de Iniciativa", en el que s'expressava la satisfacció pel reconeixement governamental de la utilitat pública de la Federación Española de Sindicatos de Iniciativa y Turismo, de manera que tots els sindicats que en formaven part podien ser declarats igualment d'utilitat pública previ informe del PNT i mitjançant una Ordre Ministerial de la Presidència del Consell de Ministres. *Barcelona Atracción* augurava que el proper pas que s'havia de produir passava per incloure un representant de la FESIT al Consell del PNT, així com l'atorgament d'auxili econòmic per part de l'estat, imprescindible per a l'activitat de cadascuna de les entitats que en formaven part.

El 20 d'abril de 1936, el govern de la II República declarava l'associació Sociedad de Atracción de Forasteros com a entitat d'utilitat pública. I així, al mes de juny de 1936, *Barcelona Atracción* publicava l'article "La sociedad de Atracción de Forasteros ha sido declarada entidad de utilidad pública"; es reproduïa la disposició oficial apareguda a la *Gaceta de Madrid*; el to de les seves paraules expressava molta satisfacció:

A propuesta de la Federación de Sindicatos de Iniciativa y Turismo y previo informe del Patronato Nacional de Turismo.

Esta Presidencia del Consejo de Ministros, de acuerdo con su Ordeb circular de fecha 21 de noviembre de 1935, ha tenido a bien declarar asociación de utilidad pública a la entidad Sociedad de Atracción de Forasteros (Sindicato de Iniciativa).

Madrid, 20 de abril de 1936

p.d. Luis Fernández Clérigo.

¹⁴¹ FESIT.

¹⁴² Els sindicats van ser declarats *Asociaciones de utilidad pública a tenor de l'Ordre de 21 de novembre de 1935*; amb aquesta qualificació, cada sindicat estava obligat a remetre al *Patronato Nacional de Turismo* els pressupostos anuals i la liquidació i inversions de fons del curs anterior, conjuntament amb una memòria explicativa de la seva acció anual (Jose Ignacio de Arrillaga, 1955).

A Catalunya el moviment associatiu dels diversos sindicats d'iniciativa estava produint fruits bastant interessants. Durant els anys 1934, 1935 i 1936 van ser celebrades tres grans assemblees que, en el seu conjunt, van reunir un bon nombre de representants dels sindicats turístics del país; les conclusions que se'n van extreure estaven farcides de grans acords i fermes propòsits (que mai no van arribar a bon port).

Així, el mes de juny de 1934 se celebrava a Barcelona la I Assemblea de Sindicats d'Iniciativa de Turisme de Catalunya¹⁴³. Aquesta trobada, que va tenir lloc al Palau de la Generalitat, va representar una gran oportunitat per als diversos sindicats, que van intercanviar impressions i fornir relacions. L'assemblea va ser presidida pel veterà Manuel Ribé, Secretari de la Sociedad i President de la Federació de Turisme Catalano-Balear, mentre que el Conseller d'Economia i Agricultura de la Generalitat n'ostentà la presidència honorífica. En aquesta ocasió es va aprovar un nou reglament de la Federació de Sindicats de Turisme de Catalunya i s'elegí una nova Junta Directiva, el President de la qual fou el mateix Ribé. Les conclusions de l'Assemblea, redactades per la nova Junta Directiva, van ser elevades a la Generalitat¹⁴⁴. El conjunt d'idees acordades no feien més que demostrar la necessitat i confiança en el progrés del foment turístic: es demanava la declaració d'oficialitat dels sindicats d'iniciativa sota el patronatge de la mateixa Generalitat, l'habilitació de l'aeroport per tal que Barcelona tingués comunicació aèria internacional, la publicació d'una Guia de Museus, la publicació i confecció d'un calendari de festes (actes artístics, populars i esportius), la publicació de fulletons de diversos indrets de Catalunya, la conservació dels boscos, la declaració de Parcs Nacionals de Catalunya, l'arranjament general de les carreteres i la facilitació del pas a la frontera. A més, la Junta de la Federació de Sindicats prengué altres acords, com per exemple el de fer veure als ajuntaments que encara no comptaven amb cap sindicat d'iniciativa la importància de constituir comissions municipals de promoció turística, així com de procurar que els diversos sindicats de Catalunya col·laboressin en l'edició d'una guia sumària de museus i d'història de Catalunya.

En aquest context, el President del Patronat de Turisme, Ferran Cuito, va tenir l'honor de llegir una conferència que versava sobre les possibilitats i condicions del desenvolupament turístic. L'alcalde Pi i Sunyer i el President Companys també van participar en l'acte del Palau de la Generalitat:

Terminó el Sr. Cuito alentando a los Sindicatos a proseguir su labor y ofreciéndoles la cooperación del Patronato. (...) El señor Companys les alentó a seguir el camino emprendido al objeto de alcanzar la máxima eficacia en su contenido. Dijo, al mismo tiempo, que, en vista de la importancia que tiene el desenvolvimiento del turismo en Cataluña, la Generalidad haría todo cuanto estuviera a su alcance, colaborando en esta obra de sumo interés para nuestra patria. (...) El alcalde, Sr. Pi y Sunyer, después de saludar a los asambleístas, expresó su simpatía personal por las cosas del turismo en Cataluña, diciendo que el Ayuntamiento ya se había preocupado de esta cuestión como lo demuestra el haber constituido una comisión de turismo. Hizo votos para que fueran una realidad las iniciativas que han motivado la Asamblea y animó a los organizadores para que prosigan su trabajo hasta hacer de nuestro país un gran centro de turismo¹⁴⁵.

La segona assemblea dels sindicats catalans tingué lloc l'any següent a Tarragona. En aquesta trobada, celebrada els dies 8, 9 i 10 de juny de 1935, es van aportar noves idees per a la confecció del programa d'una Exposició Nacional de Turisme i Art Popular, que es

¹⁴³ FSTC.

¹⁴⁴ "Conclusiones de la Asamblea de Sindicatos de Iniciativa de Cataluña". A *Barcelona Atracción* (octubre 1934).

¹⁴⁵ "La I Asamblea de los sindicatos de turismo de Cataluña". A *Barcelona Atracción* (agost 1934).

preveia realitzar de cara al 1936 (en realitat, es va tractar de l'exposició de turisme que se celebrà amb motiu del cinquè congrés de la FESIT). Altres acords presos en la segona reunió dels sindicats catalans tenien a veure amb la demanda a la Generalitat perquè obligués als municipis turístics a dedicar partides pressupostàries a la creació de Sindicats d'Iniciativa (una quantitat entre l'1 i el 3%); segons Blasco (2005), també s'acordà d'instar a la Generalitat i al Patronat de Turisme de Catalunya la construcció de dos paradors (un a la Collada de Toses i l'altre al Port de la Bonaigüa), així com de reclamar l'edició d'un fulletó integral de Catalunya com a destinació turística. A nivell d'infraestructures, l'assemblea dels sindicats catalans va concloure que calia seguir insistint en reclamar la millora de la xarxa de comunicacions per tal de facilitar l'accessibilitat dels visitants; entre altres acords presos a la trobada de Tarragona, també es destacava una evident preocupació a propòsit del ritme de construcció que es produïa a les zones litorals del país i el consegüent deteriorament dels seus espais naturals¹⁴⁶.

Finalment, la tercera assemblea dels sindicats d'iniciativa federats se celebrà a Sitges, just un parell de mesos abans de l'esclat de la guerra; segons l'article "La Federació de Sindicats de Turisme de Catalunya celebrà a Sitges la seva tercera Assemblea" publicat al diari *La Rambla*, aquesta celebració comptà amb el patrocini de la Conselleria d'Economia i Agricultura de la Generalitat¹⁴⁷. En aquesta ocasió s'havia acordat que els diversos sindicats i juntes que integraven la FSTC fomentessin la publicació de seccions de turisme a la premsa catalana; igualment s'acordà que la Junta de la Federació de Sindicats, amb cooperació activa amb els sindicats locals i amb l'ajut del Patronat de Turisme de Catalunya, emprenguessin les gestions necessàries per tal d'instar als Poders Públics, autoritats locals o empreses particulars, que fessin efectives algunes aspiracions concretes, com per exemple la declaració d'oficialitat dels sindicats de turisme de Catalunya per part de la Generalitat, la concessió de subvencions dels Ajuntaments per continuar sostenint els propis serveis dels sindicats, la incorporació a les cambres de comerç, en qualitat de vocals, dels presidents dels sindicats de turisme a les localitats respectives, l'habilitació, per part dels ajuntaments que tinguessin sindicat d'iniciativa, d'un funcionari especial que actués com a guia-informador de la població. Altres decisions preses en aquesta darrera assemblea tenien a veure amb la potenciació de les millores relatives a les comunicacions, la senyalització, les habilitacions de serveis, l'edició de propaganda o la facilitació de tràmits d'entrada a Espanya als turistes estrangers.

La Federació de Sindicats constituïa una plataforma per a l'impuls de millores, la unió d'esforços i el progrés turístic del país. La seva vida va ser excessivament breu, els seus resultats directament imperceptibles.

La creació de la Touring Associació de Catalunya. La coalició d'administracions i el problema del finançament

El 12 de juny de 1935, el President de la Generalitat de Catalunya demanava formalment a la Comissió de Festes i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona que designés un representant de la comissió per tal de discutir, conjuntament amb el Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat, la coordinació dels serveis de turisme entre les dues corporacions que representaven, Ajuntament i Generalitat (en l'àmbit autonòmic, els temes de turisme havien estat traspassats a la cartera d'Obres Públiques, el Conseller de la

¹⁴⁶ En l'edició d'agost de l'any 1935, *Barcelona Atracción* destacava els acords presos en les sessions de treball de l'Assemblea.

¹⁴⁷ "La Federació de Sindicats de Turisme de Catalunya celebrarà a Sitges la seva tercera Assemblea". A *La Rambla. Diari Catalanista de les Esquerres*, 9 de maig de 1936, pàg. 6.

qual era Joan Vallès Pujals). Xavier Calderó, de la Comissió municipal de turisme, va ser nomenat el responsable per dialogar amb la Generalitat.

Ben aviat, el Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat i el President de l'Assemblea Municipal de Barcelona van proposar, formalment, la seva més decidida cooperació oficial al Patronat de Turisme de Catalunya, amb la finalitat bàsica de donar un impuls seriós al desenvolupament turístic del país¹⁴⁸.

El Patronat sembla que va rebre amb satisfacció la proposta de col·laboració institucional, al mateix temps que lamentava, i s'excusava, que si fins aleshores no havia pogut desenvolupar en major grau les seves iniciatives havia estat per l'escassetat de recursos amb què comptava. La nova proposta de col·laboració institucional comportava dotar d'una nova estructura l'organisme del PTC, així com passar-lo a denominar Touring Associació, tot i que finalment es desestimà el canvi de nom, ja que no es va veure convenient supplantar la denominació original de la institució, per bé que, com es deia, recordés al Patronato Nacional de Turismo d'Epanya.

Els responsables del Patronat de Turisme de Catalunya emetien aquesta resposta a la proposta del Conseller d'Obres Públiques i del President de l'Assemblea Municipal de Barcelona:

No veiem cap motiu per no utilitzar la denominació actual de Patronat de Turisme de Catalunya, sobretot si tenim en compte que l'organització que, a judici nostre, hauria d'adoptar. No creiem pugui ésser un obstacle el fet de què existeixi a Espanya un organisme estatal que sigui designat amb un nom molt semblant, sempre que s'organitzi d'una manera molt distinta de la què aquest darrer va tenir en els seus començaments, quan semblava destinat a la creació de càrrecs i prestació d'auxilis econòmics a organismes que si bé podien tenir una relació amb l'esport, no en tenien cap amb tot el que es refereix al turisme en el seu aspecte de cooperador de l'economia nacional.

I continuava de la següent manera:

L'organisme que d'una manera molt resumida ens fou esboçat, ens sembla complicat en excés, i la part més encertada i ben orientada és segurament la de mantenir-lo allunyat de qualsevulla vivissitut política a l'objecte de que la seva gestió pugui tenir una continuïtat i de què la seva orientació no estigui subjecte a sobtades desviacions que perjudiquessin o anullessin els seus resultats pràctics.

Es proposava la creació d'un nou organisme que havia de restar allunyat de les complicades relacions polítiques i que, per tant, havia de disposar de l'autonomia i facultats executives necessàries per a poder assegurar la seva actuació; s'esperava, tanmateix, que la nova institució restés subordinada a la inspecció i supervisió política del mateix Govern de la Generalitat. El nou organisme s'hauria de nodrir de tots aquells recursos econòmics procedents de manera directa o indirecta de les activitats turístiques, i per tal que aquests ingressos fossin atorgats sense protesta per part dels que en resultessin gravats, haurien d'ésser íntegrament destinats a treballs que es traduïssin en millores i facilitats en la pràctica turística. Així, la taxa de residència, la taxa sobre hotels, restaurants i altres que es poguessin crear, haurien d'integrar el fons econòmic del nou organisme.

Segons el document de la nova proposta d'organització, s'estava en contra del fet que els associats particulars haguessin de pagar quotes a l'entitat, tal com s'anava fent fins

¹⁴⁸ *Expedient 1*. Dins Lligall OPP-5135. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

aleshores. Era per això que proposava la modificació dels estatuts que regien l'actual organisme. De totes maneres, no es veia malament que els associats poguessin concedir subvencions voluntàries al Patronat, periòdiques o no, ja fos per a l'estudi o execució d'un servei determinat o per aplicar a les necessitats generals de la institució. Tot i així, sembla que era absolutament compartida la necessitat d'implantar una taxa turística per a poder efectuar millors actuacions.

El document esbossava l'estructura de govern del nou organisme proposat, en el qual hi figuraven alguns membres de l'administració autonòmica i local de Catalunya i els principals responsables de les indústries turístiques del país; es proposaven un total de set seccions de treball, que s'acotaven en base als següents lemes: receptora de turisme; propaganda; ordenadora del turisme; allotjament del turisme; mitjans de transport del turisme; vies de circulació de turisme; de finances.

Per al bon compliment de la seva missió el Patronat de Turisme de Catalunya hauria de disposar d'un pressupost independent que podria denominar-se "Fons de Turisme", la dotació del qual podria nodrir-se amb subvencions del Patronato Nacional de Turismo i de la Generalitat; amb ingressos propis i donatius de certs sectors de l'economia catalana interessats en el desenvolupament del turisme pel benefici que n'obtenen i dels Ajuntaments en que radiquin atraccions turístiques.

Així, el nou organisme havia de donar cobertura a la promoció, l'ordenament i la indústria relacionada amb l'oferta de serveis d'acollida, també als temes de comunicacions. Per a executar aquesta obra, el Patronat preveia la cooperació econòmica del sector públic i privat de la societat i s'assumia que només amb la implicació del conjunt de forces vives interessades en el turisme es podria garantir el correcte desenvolupament de la indústria turística al país. Un tema de responsabilitat política, ciutadana i econòmica.

Al mes de juny de 1935 s'havien realitzat els primers contactes oficials entre Generalitat i Ajuntament, i abans del mes de setembre d'aquell any ja van ser publicades una sèrie de noves disposicions que afectaven a la gestió del turisme de la ciutat de Barcelona.

Barcelona Atracción, en la seva edició de setembre de l'any 1935, informava de la sèrie de disposicions recentment convingudes a favor de l'ordre turístic de Barcelona; fonamentalment es tractava de qüestions relacionades amb l'acollida de la demanda. Així, la revista de la Sociedad informava que el Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat, senyor Joan Vallés Pujals, i el President de la Comissió de Turisme de l'Ajuntament, Xavier Calderó, i d'acord amb el Governador general senyor Pich i Pon i el Conseller regidor de Circulació, senyor Ferrero, havien dictat una disposició a través de la qual s'aspirava a ordenar alguns aspectes relacionats amb l'estada dels estrangers a la ciutat: en primer, lloc s'establia que algunes parelles de guàrdies de Seguretat i agents de la policia urbana, degudament assessorats pels delegats de Turisme de la Generalitat i de l'Ajuntament, farien presència al Port sempre que hi atraqués algun buc; s'establia també que un d'aquests agents, coneixedor d'idiomes, dispensaria als turistes arribats un full amb les dades exactes dels hotels i preus de la ciutat, i en aquest mateix full s'hi indicaria el lloc on poder presentar reclamacions en cas d'estafa. A més de prestar aquests tipus de serveis, els agents en qüestió també haurien de controlar tots els individus que pujaven a bord (requerint-los prèviament l'autorització). Semblants mesures s'aplicarien també a les estacions ferroviàries de França i del Nord.

El Patronat de Turisme de Catalunya deixava d'operar el mes d'octubre de 1935, al mateix temps que la nova institució, denominada finalment Touring Associació de Catalunya, es posava en funcionament; la Touring Associació es va formar en base a la coalició dels governs autonòmic i municipal: Vallès Pujals i Calderó en van ser els màxims artífexs.

Oficialment, tot començava el dia 3 d'octubre de 1935 en una gran Assemblea Pro Turisme que tenia lloc al Palau de la Generalitat¹⁴⁹. En aquesta gran reunió, els assembleistes convocats havien de sotmetre a aprovació un pla general d'ordenació turística de Catalunya, que havia estat elaborat pel tàndem Calderó i Vallès Pujals. La presidència de l'Assemblea va ser representada pel propi President de la Generalitat, Lluís Companys, per l'Alcalde de Barcelona, Joan Pich i Pon, pel Conseller d'Obres Públiques, Joan Vallès Pujals, pel Conseller de Cultura, Lluís Duran i Ventosa, pel Conseller de Governació, Jover Nonell i pels senyors Jaume de Bofarull, Xavier Calderó i l'Alcalde de Tarragona, Cereceda. Més tard s'hi incorporà el Conseller de Justícia, senyor De Prat.

El saló s'omplí d'un munt de personalitats interessades en el turisme, entre els quals hi havia membres dels sindicats d'inciativa catalans, cambres de comerç i indústria, cambres de la propietat i de navegació, agències de viatge i turisme, consignataris de bucs, empreses de ferrocarrils i de transports de passatgers i d'aviació. L'ordre del dia que figurava a la tarja d'invitació (el dors de la qual estava signat pel Governador Pich i Pon) s'estructurava en tres punts: exposició general d'organització turística de Catalunya; lectura i aprovació dels estatuts de la Touring Associació de Catalunya; aprovació de la llista de personalitats i corporacions (aquestes per delegació personal) que havien de comprendre la Junta Superior.

El primer de prendre la paraula, després de la salutació oficial de Pich i Pon, va ser Xavier Calderó, membre de la ponència del pla d'ordenació turística de Catalunya, que va exposar l'oportunitat d'orientar els corrents turístics internacionals cap a Catalunya, tot aprofitant la situació de desorientació que es vivia a nivell general arreu del món. Calderó no va deixar de recordar la vida i obra del recent desaparegut Patronat de Turisme de Catalunya, fornit de bona voluntat però desproveït dels mitjans necessaris per a dur a terme els seus objectius. Finalment, Calderó va dedicar els últims minuts del seu parlament a parlar dels detalls del projecte de constitució de la nova Touring Associació: per a la seva creació, deia, s'havia pres com a model de gestió la fórmula practicada en països com Itàlia, França, Suïssa i Anglaterra, que també disposaven dels seus propis Tourings Clubs i que gaudien d'un desenvolupament turístic més consolidat que el de Catalunya. La nova associació, afirmava Calderó, es proposava dues grans finalitats: en primer terme, la creació de les bases de turisme, policia de rutes, creació de carreteres i foment d'una política hotelera; en segon terme, la recerca de recolzament econòmic per a una convenient organització turística.

El discurs del Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat, que elogià les paraules de Calderó, va servir per posar èmfasi en una idea que creia fonamental: segons Vallès Pujals, el poble català s'havia de valorar més a ell mateix, raó per la qual la nova organització turística havia de servir perquè els turistes arribats al país copsessin allò de bell que tenia Catalunya, evitant, així, que aquests s'enduguessin percepcions errònies o superficials del país, tal com, de fet, estava succeint en aquells moments, constatava el conseller de la Generalitat.

Quan finalment tornà a prendre la paraula el senyor Governador Alcalde de Barcelona, aquest va destacar que per al desenvolupament turístic del país no n'hi havia prou amb la conservació i promoció de les seves belleses, sinó que era absolutament imprescindible la

¹⁴⁹ El relat de l'Assemblea de Turisme de Catalunya el presentaven els següents articles: "Se celebró la Asamblea de Turismo de Cataluña". A *La Vanguardia*, 4 d'octubre de 1935; "La Asamblea pro turismo celebrada en la Generalidad. Creación de la Touring Asociación de Cataluña". A *El Diluvio*, 5 d'octubre de 1935 (documentació cedida per Dolors Vidal). També es va tractar a la revista de la Sociedad: "Constitución de la «Touring Asociación de Cataluña»". A *Barcelona Atracción* (desembre 1935).

pacificació dels esperits per tal d'evitar que quan l'estranger arribés a Catalunya hagués de contemplar escenes desagradables. El turisme era molt més que una indústria econòmica; era, segons creien, una via per a la projecció i millora de l'esperit del país.

A parte de crear lazos, añadió, con las demás naciones, la organización del turismo provoca el embellecimiento de las ciudades, la depuración de las costumbres de sus ciudadanos, la construcción de carreteras; en suma, la riqueza de la nación. A una visita de turismo, efectuada por el señor Pearson a Cataluña, se debe la transformación formidable que ha sufrido nuestra región al ser aprovechadas sus fuerzas hidráulicas y la riqueza que con aquello se ha creado¹⁵⁰.

Un cop finalitzats els diversos parlaments de l'Assemblea, es passà a l'aprovació dels estatuts de la Touring Associació de Catalunya.

El consell de govern de l'associació es componia dels següents càrrecs: com a President, quedà investit el propi President de la Generalitat de Catalunya; la Vicepresidència primera l'assumia el Conseller d'Obres Públiques, Joan Vallès Pujals; la Vicepresidència segona requeia a mans de l'alcalde de Barcelona; com a vocals figuraven els alcaldes de Lleida, Tarragona i Girona, el President de la Comissió de Turisme i Festes de l'Ajuntament de Barcelona, un total de nou delegats de la Generalitat, set regidors de l'Ajuntament de Barcelona, el secretari general del President de la Generalitat de Catalunya i del Consell executiu, el secretari de l'Ajuntament de Barcelona, els enginyers caps d'obres públiques de la Generalitat i de l'Ajuntament, l'últim expresident del Patronat de Turisme de Catalunya i un representant de diverses entitats representatives del sector de serveis i turístics: Agrupació d'Empreses Ferroviàries, Aero Club, l'Asociación de Navieros del Mediterraneo, Junta de Obras del Puerto, Junta de Museos, la Cámara del Automovil, l'Automovil Club, Club Náutico y Marítimo, Centre Excursionista de Catalunya, Sociedad de Atracción de Forasteros, Federación de Sindicatos de Turismo, Ateneu Barcelonès, Cercle Artístic, Unión Náutica de Barcelona, Asociación de la Prensa Diaria de Barcelona, Cámaras de Comercio y de la Industria, Fomento del Trabajo Nacional, Cámara de Autocares, Federación de la Banca Local de Barcelona, Asociación de Empresarios de Espectáculos, Federación de Agencias de Viajes de España, Asociación Catalana de Balnearios, Asociación de Hoteleros, Cafeteros, Restaurantes y Similares de Cataluña i membres d'elecció, un per a cada cent socis de l'entitat.

L'acte de la gran Assemblea es clausurava amb un banquet al menjador de l'emblemàtic Hotel Ritz de Barcelona, i just al cap de pocs dies, la Generalitat de Catalunya ja declarava l'oficialitat del Touring Club Associació de Catalunya.

Es van establir una sèrie de disposicions al respecte: d'entrada, que el càrrec de conseller delegat director de la Touring Associació de Catalunya portés aparellat també el càrrec de Comissari general de turisme de Catalunya, el qual hauria d'actuar a les ordres del Conseller d'Obres Públiques de la Generalitat, Vallès Pujals (aquest càrrec, el de Comissari general de Turisme de Catalunya, havia de ser clarament simbòlic i no retribuït). El Conseller d'Obres Públiques i el Comissari general de Turisme tenien com a deure la gestió de la coordinació dels serveis de la Touring Associació Club de Catalunya amb els que prestava el PNT, procurant d'aquesta manera establir una nova fórmula de règim que substituís el que fou establert al primer de juny de 1932. Segons el punt sisè de les disposicions oficials corresponents a l'efectivitat d'aquest projecte, un cop fos establerta la coordinació entre la Touring i el PNT, el Conseller d'Obres Públiques dictaria les disposicions necessàries per tal que l'Oficina de Turisme de la Generalitat quedés adscrita

¹⁵⁰ "Constitución de la «Touring Asociación de Cataluña»". A *Barcelona Atracción* (desembre 1935), pàg. 376.

a la Touring Club, de manera que el personal que en aquells moments treballava a l'OTC no perdés la dependència laboral amb la Generalitat. En el punt setè de les disposicions s'hi deixava clar que "Se deja sin efecto el acuerdo del Consejo de la Generalidad, de fecha 10 de junio de 1933, por el cual fue concedido carácter oficial al Patronato de Turismo de Cataluña"¹⁵¹.

Xavier Calderó fou designat delegat director de la Touring Associació i, per aquest efecte, Comissari General de Turisme. Així doncs, l'aliança entre el Conseller Vallès Pujals i el Regidor Calderó va aconseguir supplantar el Patronat de Turisme de Catalunya (l'oficialitat del qual havia estat retirada al mes d'octubre de 1935) i adscriure l'Oficina de Turisme de Catalunya a la nova corporació. L'Oficina de Turisme de Catalunya, que sempre havia estat condicionada pels pressupostos irrisoris enviats des de Madrid, va quedar pràcticament anul·lada a partir del moment que se l'inscriví al Departament d'Obres Públiques. El tàndem Calderó i Vallès va deixar fora de joc a l'OTC i a Ignasi Armengou, l'ideòleg i màxim responsable d'aquesta institució nascuda a mitjans de l'any 1932.

Els estatuts de la Touring Associació van ser presentats al Govern Civil a finals d'any. Els objectius del nou organisme passaven per fomentar i intensificar el turisme a Catalunya, en totes les seves formes, modalitats i manifestacions, així com fomentar i intensificar el turisme dels catalans dins de Catalunya, vers les altres terres d'Espanya i també vers l'estranger. Per a la consecució dels seus objectius, la Touring Associació es proposava els següents mitjans: atorgar tota mena d'encoratjaments, ajut i protecció als associats; procurar la conservació i millorament de totes les zones, llocs, monuments i serveis d'interès turístic, ja fos directament o bé donant suport tècnic o econòmic a les entitats o particulars que per aquells fins ho sol·licitessin; cooperar pel perfeccionament i modernització dels mitjans de comunicació i transport de terra, mar i aire; vetllar pel perfecte estat d'entreteniment i senyalització de les rutes existents, procurant la construcció de noves i creant en unes i altres els serveis d'avituallament, socors i policia amb tots els seus perfeccionaments i avenços; encoratjar amb la màxima previsió i cura la construcció i millorament d'hostals, paradors restaurants i tavernes; aportar la màxima activitat d'una manera assenyada en la posada en valor i al bon manteniment de les zones de mar i muntanya considerades d'interès turístic (boscors, platges, monuments, ruïnes històriques i en general tot el que contribuís a fer atractius, plaents i confortables els viatges i sojorns a Catalunya)¹⁵².

Els estatuts de la nova institució preveien la creació d'un estatge social o Casa de Catalunya que havia de reunir el màxim nombre possible de serveis per oferir als seus associats, amb màxim confort i perfecció i les màximes economies. La Casa de Catalunya s'havia de dotar d'un hostel-model Escola, d'una cuina catalana, d'un alberg diürn, de salons de festes, teatre, cinema i conferències, de les organitzacions de viatges, de les escoles de cuina, camareria i idiomes; igualment, la Casa de Catalunya comptaria amb sales de biblioteca i lectura de revistes nacionals i estrangeres. A més, la Touring preveia la publicació d'una revista com a òrgan oficial de l'entitat així com d'una Guia de Catalunya; a més, preveia l'establiment de contactes i col·laboracions de suport amb els sindicats i delegats de totes les viles d'interès turístic del país. Els estatuts del nou organisme també plantejaven l'agencament, construcció o millorament, pel seu compte o per mitjà de tercers, de zones i llocs turístics, d'hostals i paradors, donant-los un caire típic tant en l'ordre arquitectònic i decoratiu com en el tema gastronòmic.

¹⁵¹ Les disposicions apareixen reproduïdes a l'article "Constitución de la «Touring Asociación de Cataluña». A *Barcelona Atracción* (desembre 1935).

¹⁵² *Expedient 1*. Dins Lligall OPP-5135. Arxiu Històric de la Diputació de Barcelona.

El local de la Touring Club quedava instal·lat a la Rambla de Canaletes número 9, primer pis, de Barcelona. Pel que fa als organismes d'actuació, la Touring Associació de Catalunya crearia com a filial un organisme denominat Crèdit Hostaler i Urbanístic, el qual havia de funcionar en l'àmbit autonòmic tot i que regulat i dirigit pel Consell de Govern.

El mes de febrer de 1936 s'estaven ultimant els darrers preparatius de constitució definitiva del Consell directiu de la Touring Associació de Catalunya; la SAF hi confiava plenament: per fi, un organisme polític s'ocupava de la gestió turística del país¹⁵³.

L'empresa de Vallès Pujals i Calderó va gaudir de molt poc temps per complir els seus afanys; al capdavant, només va tenir temps de posar fil a l'agulla a un parell d'actuacions molt puntuals, de poca rellevància. I res més. Va organitzar una excursió matinal per visitar el Monestir de Sant Cugat del Vallès i el grup d'esglésies romàniques de Terrassa¹⁵⁴ i va promoure la realització setmanal de vols de turisme a bord del bimotor de vuit places D. Havilland Dragón, conjuntament amb l'Escola d'Aviació¹⁵⁵.

La Comissió de Festes i Turisme rebé la petició de la Touring Associació de Catalunya, en nom de Manuel Ribé, secretari del Consell de Govern, que els fos assignada la conservació i explotació del Poble Espanyol del parc de Montjuïc, especificant que actualment es trobava en estat deplorable, malgrat l'èxit que aquest havia assolit alguns pocs anys abans. La Touring Associació de Catalunya en demanava la seva explotació a fi de convertir-lo en un veritable punt de referència per als forasters estrangers. La Comissió va procedir a cedir l'explotació del Poble Espanyol de Montjuïc a la Touring Associació de Catalunya. La Touring Associació de Catalunya manifestava la voluntat de conservar i explotar de forma adient el conjunt del Poble Espanyol, la sol·licitud formulada per part de la Touring Associació de Catalunya es basava en els següents motius:

Primera.- Es un fet que el Poble Espanyol de Montjuïc ha esdevingut un dels atractius més simpàtics que pot oferir Barcelona, no ja als forasters de la resta de Catalunya i d'Espanya sinó molt especialment als estrangers que ens visiten.

Les estadístiques d'entrades; l'atenció que hi ha dedicat la premsa de diferents països i àdhuc els assaigs de plagi de l'idea que s'han realitzat amb motiu de les Exposicions darrerament celebrades, justifiquen abastament aquesta afirmació.

Segona.- L'estat deplorable en què es troben les construccions del referit Poble Espanyol i els esfondraments ja ocorreguts i que han motivat informes apremiants dels facultatius, fan que si es vol evitar el deplorable espectacle de nous enfondaments, manifestacions d'una llarga i vergonyosa agonía, com per desgràcia ocorreix en altres construccions procedents de la passada Exposició, ens trobem enfront d'un dilema: o cal enderrocar definitivament el poble Espanyol o bé cal consolidar-lo per a donar-li nova vida i amb ella nous rendiments.

(...)¹⁵⁶.

La Comissió valorà favorablement la proposta de la Touring Associació de Catalunya, i amb data de 27 de gener de 1936, el Poble Espanyol era cedit a la Touring Associació, establint-se una sèrie de cànons i condicions específiques per al seu ús.

¹⁵³ *Barcelona Atracción* (febrer 1936).

¹⁵⁴ "Crònica General". A *El Noticiero Universal*, 22 de maig de 1935, pàg. 4.

¹⁵⁵ "Vuelos de Turismo". A *El Noticiero Universal*, 22 de maig de 1935, pàg. 13.

¹⁵⁶ Aquesta sol·licitud de la Touring Associació de Catalunya estava firmada en data 25 de gener de 1936.

Últims temps de la nova destinació Barcelona

Des del mes de maig de 1935 fins al juliol de 1936 s'havien produït canvis molt significatius en l'estructura administrativa del turisme català, bàsicament per la creació de la nova corporació oficial de la Touring Associació de Catalunya, associació a la qual es va adscriure l'Oficina de Turisme de Catalunya, mentre es retirava el caràcter oficial del PTC (Montaner Montejano, 1996).



Turistes baixant d'un automòbil a la Plaça Sant Jaume¹⁵⁷

Les dades oficials asseguraven que el sector turístic estava en auge; a la primavera de 1936, hi havia qui encara ho veia tot clar, tot possible. El diari *El Matí* publicava l'article "Passen de dos-cents quaranta mil els forasters que estigueren l'any passat a Barcelona", de Joan Badosa, que assegurava que els nous temps estaven generant noves curiositats, sobretot perquè els homes volien veure la cultura i conèixer la història de nous llocs¹⁵⁸.

El proppassat 1935 havia estat fructuós en matèria de turisme: un total de 241.069 forasters, incloent turistes i viatgers, havien fet cap a Barcelona, comentava l'articulista d'*El Matí*. Aquestes dades, comparades amb les de 1934, suposaven un augment de 2.554 individus, i aquesta tendència a l'alça era, efectivament, una bona notícia per a la ciutat. Segons les dades recollides, el mes de l'any amb més afluència de forasters era el gener, i els grups més nombrosos de visitants el conformaven els francesos i nord-americans.

¹⁵⁷ Arxiu Nacional de Catalunya.

¹⁵⁸ Badosa, J. "Passen de dos-cents quaranta mil els forasters que estigueren l'any passat a Barcelona". A *El Matí*, diumenge 22 de març de 1936, pàg. 1.

Catalunya era terra de moda, afirmava l'article publicat a *El Matí*, tot constatant que aquesta consideració no era fruit de cap invenció: els fets i les opinions dels estrangers eren els avals que així ho declaraven, sostenia Badosa. Els forasters s'entusiasmaven amb el paisatge català, especialment amb el costaner, també amb el clima; els costums del país embadalien al visitant, precisament a partir del moment en què es comprovava que no tota la Península era "toro" i "pandereta". La prova més evident era que els turistes visitaven de manera exclusiva tots aquells punts que representaven el patrimoni natural i històric de Catalunya: Montserrat, la Costa Brava, Sitges i Tarragona, saltant després cap a Mallorca on els esperava el tresor de la Mediterrània, per acabar de fer-los veure que el món més bell s'acabava ací, presumia l'article. Alguns dels intèrprets que acompanyen els viatgers en les seves excursions per Catalunya havien declarat que els estrangers quedaven certament meravellats en cada pas i a cada lloc on es feia una visita. Un dels elements de més èxit, pregonava l'article, era el Barri Gòtic de Barcelona, que rebia les atencions i interessos dels forasters que hi passaven hores admirant-lo, consultant textos, fent fotografies i comentant els seus detalls. Els estrangers, deia l'article, resseguien dues i tres vegades els claustres de la Seu, la casa de l'Ardiaca i tots aquells carrerons on l'arquitectura gòtica havia deixat la més rellevant empremta de la seva construcció. L'article ressaltava l'interès mostrat pels francesos i americans, que se sentien especialment meravellats per la faceta arquitectònica de la ciutat: els francesos, que en nombre tan crescut havien desfilat per la ciutat, tenien un viu interès a seguir-ho tot, i els nord-americans, que segons sembla vivien al compàs del "fox", s'allunyaven per unes hores i per uns dies la música "hot" mentre es lliuraven de ple a estudiar "damunt el terreny", objectes i construccions que, malgrat el seu esperit ultramodern, els embadalien i extasiaven, puntualitzava l'articulista. Altres estrangers s'instal·laven durant algunes temporades a Tarragona, Sitges o la Costa Brava, fins i tot alguns vivien durant un llarg temps a Mallorca. Tot i així, existien opinions sobre Barcelona que diferien dels elogis i veneracions; hi havia opinions i mirades cap a la baixesa o perversió de la ciutat:

Succeeix, però, que no tothom vé a Catalunya, i a Barcelona per a resseguir els nostres monuments, i voltar per les carreteres que ens comuniquen amb totes les ciutats de casa. Hi ha una altra mena de gent que no ens comprèn, que es creu que Barcelona no és precisament la ciutat riallera, optimista, blanca i acollidora de vies amples, i de cases altes, de moviment i de tràfec vertiginós, sinó que Barcelona se li apareix com un poble baix en els seus costums, immoral en la seva vida pública i privada, degenerada i bruta, arrezerada a l'emparrat del Montjuic, esguardant amb ulls d'instint pervers cada vaixell que ens visita.

L'articulista s'estava referint als veïns de més enllà de l'Ebre, que veien Barcelona amb una mirada diferent; eren aquests, afirmava l'article publicat a *El Matí*, els qui passaven de forma més habitual les nits a l'anomenat Barri Xino de Barcelona.

A la vegada que periòdics com *El Matí* s'entretenien a parlar de les quantitats i maneres del turisme, altres diaris recordaven quina era la veritable situació política de l'estat espanyol, els perills que l'amenaçaven o les conseqüències que aquestes situacions podien tenir per al turisme; en concret, la premsa internacional no estava jugant precisament a favor del turisme peninsular, recordava el diari *La Rambla* en un article publicat a la primavera del 36. L'article, "Tot i la campanya estrangera... vénen més turistes que mai!", feia una declarada apologia del turisme i de les oportunitats que comportava aquesta activitat per al conjunt del territori, destacant que eren moments oportuns per a l'atracció de turistes a Espanya, sobretot perquè països com Itàlia i Alemanya, agitats pels esdeveniments polítics i socials, no estaven en condicions d'atreure visitants¹⁵⁹.

¹⁵⁹ "Tot i la campanya estrangera... vénen més turistes que mai!". A *La Rambla. Diari Catalanista de les Esquerres*, 2 de maig de 1936, pàg. 6.

L'oportunisme, novament, es presentava com una tàctica per a la competitivitat i posicionament turístic de la Península del qual Barcelona en podia treure profit¹⁶⁰.

Un nou article a *La Rambla* no s'estava de reclamar l'organització de l'estat en matèria de turisme: se sol·licitava una intervenció que no havia de ser de caràcter absorbent dels interessos propis de cada lloc, sinó que l'organització de l'estat, com un director d'orquestra, havia d'aconseguir harmonitzar els diferents músics que tocaven el propi instrument¹⁶¹.

Espanya no comptava ni amb els hàbits ni amb les organitzacions necessàries per al seu desenvolupament turístic, sostenia Carles Soldevila a *La Vanguardia*, en un article escrit només deu dies abans de l'esclat de la guerra civil¹⁶². Intel·ligentment, l'article "Arreglos y desarreglos del turismo" apreciava la importància del benestar i de la comoditat que tot turista mitjà exigia: d'una banda, reconeixia que "el turista medio quiere, sin duda, emociones, tipismo, novedad, pero todo dentro de ciertos límites y a sus horas". Matisava que al turista li agradava veure aspectes típics d'Espanya, com podia ser un passeig per barris baixos, sòrdids i pintorescos, amb soroll de castanyoles; tot això només tenia sentit si podia gaudir de benestar i comoditat a l'habitació del seu hotel o a l'interior del vagó de tren, i amb seguretat a les carreteres del país, amb el menor nombre possible de sorpreses desagradables. Una reflexió final en forma d'advertència i de premonició conclou l'article de Soldevila: en algunes ocasions la mateixa màgia que atreïa als turistes a conèixer un lloc, en un principi apartat i solitari, acabava essent destrossada per la presència dels mateixos turistes que prèviament l'havien descobert. Posava l'exemple de Port de la Selva.

L'activitat de la Sociedad va ser enèrgica i fervent fins el darrer dia de la seva vigència, al juliol de 1936. La SAF va arribar a tenir un total de 596 socis i va dispensar 12.900 informacions orals; en el curs de 1935, la SAF havia tramès 1.492 cartes i comunicacions i en va rebre unes 1.260. Encara a l'any 1935 es continuaven nomenant delegats arreu del món, així com rebent i obsequiant medalles, premis i condecoracions. Pel que respecte a l'estat econòmic, durant l'any 1935 la SAF va gastar 72.914'48 pessetes i va tenir una entrada de 72.918'20 pessetes; consta que al llarg de 1935, la Sociedad va fer circular un total de 65.600 edicions propagandístiques referents a Barcelona i a Catalunya¹⁶³.

A Barcelona es va mantenir la il·lusió fins al darrer sospir abans de l'esclat de la guerra. Era una ciutat que buscava la projecció internacional a través d'esdeveniments culturals, recorda Carreras (1993a). Fins i tot s'havia sol·licitat la candidatura per obtenir uns Jocs Olímpics, tot i que 43 vots contra 16 van acabar apostant per Berlín, lloc on sí que es van celebrar els Jocs durant el 36. En canvi, Barcelona va decidir organitzar unes Olimpíades Populares per tal de fer front a la propaganda hitleriana. Fatalment, l'Olimpíada havia d'inciar-se el mateix 19 de juliol de 1936. Tanmateix, la preparació de l'esdeveniment havia aportat il·lusions considerables, apunten Santacana i Pujadas (1990: 175):

Les feines organitzatives de l'Olimpíada Popular consistien a preparar l'acolliment dels participants i dels acompanyants i la infraestructura esportiva. El primer element físic que indicava que a Barcelona es realitzava l'Olimpíada era la instal·lació a la plaça Catalunya d'una oficina dels serveis d'informació, turisme i allotjaments, que depenia de la comissió d'allotjaments i informació que dirigia Francesc Parramon. (...). La

¹⁶⁰ "Tot i la campanya estrangera... vénen més turistes que mai!". A *La Rambla. Diari Catalanista de les Esquerres*, 2 de maig de 1936, pàg. 6.

¹⁶¹ "Organització del Turisme". A *La Rambla. Diari Catalanista de les Esquerres*, 9 de maig de 1936, pàg. 6.

¹⁶² Soldevila, C. "Arreglos y desarreglos del turismo". A *La Vanguardia*, 8 de juliol de 1936, pàg. 5.

¹⁶³ "Junta General de la «Sociedad de Atracción de Forasteros»". A *Barcelona Atracción* (març 1936), pàgs. 72-73.

comissió d'allotjament va llançar una crida per aconseguir hostatjar els 6000 esportistes previstos i els 20.000 turistes, ja que amb les fondes, les pensions i els hotels no es podia cobrir aquesta demanda.

Davant de la multitud de visitants esperada, es va demanar la col·laboració de la ciutadania, confiant que poguessin allotjar els esportistes de l'Olimpíada (que es preveia que no cabrien a les habitacions dels hotels, fondes i pensions de la ciutat). Segons Santacana i Pujadas, el programa de la inauguració de l'Olimpíada estava completament farcit d'actes de tot tipus; la inauguració estava prevista a les 4 de la tarda del 19 de juliol de 1936, i mai no s'acabà celebrant: mai no van desfilar els 5.000 esportistes a l'estadi, així com tampoc no van actuar els 3.000 folkloristes (colles de gegants, nans, xiquets de Valls, quadres de la festa de la Patum de Berga, bastoners, i d'altres). Tampoc no es va llegir el parlament de benvinguda, ni tampoc no van sonar els "Els Segadors" ni "Juny", obres que cinc cobles havien d'interpretar. L'alçament militar va boicotejar la gran festa i totes les altres activitats i actes proposats al voltant de la festa olímpica.

També s'anul·lava la inauguració de la companyia Air France que unia Lisboa, Barcelona amb Palma i que s'havia de celebrar precisament el dia 19 de juliol (Lavour, 1980b). Quedava pendent la reactivació del Patronat de Turisme de Catalunya, que precisament s'estava reordenant en aquell fatídic juliol de 1936.

Anàlisi i recapitulació del turisme a principis dels anys trenta

Durant la primera meitat dels anys trenta, a Barcelona i a Catalunya es van crear i transformar una sèrie d'entitats de foment i gestió turística que, en general, van partir d'una marcada càrrega ideològica. El dens capítol dels anys trenta demostra que la concentració d'esdeveniments, d'organismes que se succeïen o suplantaven, així com la complexitat de les realitats polítiques, econòmiques i culturals que van emmarcar aquest període, conformen un conjunt prou interessant i particular: d'entrada, per l'escàs marge de temps en què tot això es va esdevenir; d'altra banda, per la novetat i modernitat de la majoria d'idees i institucions creades.

Tot i que plantejar una anàlisi final i de conjunt implica certa generalització dels fets, crec que resulta imprescindible a fi de comprendre el significat i repercussió que tot plegat va tenir en la construcció de la destinació Barcelona.

Turisme, territori, economia i política

Un dels aspectes que em sembla més important de destacar és el significat que es donà a les categories de territori i economia des del punt de vista turístic, sobretot per la profunda interrelació que s'establia entre aquests aspectes. En el marc del turisme, el territori es concebia com el principal suport i recurs de l'activitat turística, però sobretot, com un bé en ell mateix. Molt lligada a la idea de territori, especialment en la seva vessant paisatgística, hi apareixia el concepte de país i d'identitat, elements que també es lligaven directament al turisme, en tant que aquest podia afavorir el seu reforçament.

En general, els gestors, promotors i "pensadors" del turisme de la II República van concebre que es tractava d'una activitat econòmica, democràtica i vinculada a la projecció del territori: la conjuminació d'aquests valors era nova en el cas de Catalunya, que s'emmirallava en alguns models i referents europeus. El fet d'assumir que l'activitat turística conformava un motor econòmic i desenvolupament territorial de primer ordre va produir, en els responsables del turisme català, la necessitat d'introduir el turisme en les esferes polítiques del país. Així, es pot considerar que, en el cas de Catalunya, es va aconseguir que el turisme esdevingués un tema d'ordre públic i polític, tot i que, en realitat, sempre va ser tractat com un tema menor al costat d'altres qüestions. Tanmateix, cal entendre que la presència del turisme en les esferes del poder polític significava que el turisme tenia, en efecte, un valor social i econòmic important i que era quelcom que no es podia abandonar a les inèrcies o espontaneïtat. *Es va aprendre que calia previsió, planificació, ideologia, tècnica i política.*

D'altra banda, les institucions del turisme català de la primera meitat dels trenta no van perdre de vista l'oportunitat i necessitat de vincular els sectors privats en els comandaments de gestió dels organismes turístics, entenent que una part important de les repercussions econòmiques que generava la indústria turística anaven directament a les butxaques dels empresaris. En aquest sentit, es reproduïa el model de la Sociedad de Atracción, que sempre va tenir present la importància del sector privat. Però a diferència del cas de la Sociedad, els promotors del turisme català dels anys de la República van destacar la necessitat de corresponsabilitzar els visitants del territori, tot plantejant obertament la idea d'una taxa de sojorn que contribuís al finançament dels ens de

promoció i a d'altres qüestions relacionades amb l'oferta turística. És possible que aquest debat també s'hagués mantingut en els cercles de decisió de la Sociedad, tot i que no sortís mai a la llum. D'altra banda, cal no perdre de vista que en l'ideari de la SAF la indústria turística es basava en una concepció més elitista i servicial, raó que els podria haver allunyat d'alguns dels plantejaments republicans com ara el relatiu a la taxa.

Així doncs, els nous significats atribuïts al concepte turisme -activitat econòmica, d'ordre polític, d'interès social i de responsabilitat política-, eren l'expressió del marc ideològic del moment, però sobretot, el fruit d'un treball nou i decidit. És per això que es pot constatar que, *durant els primers anys trenta, va aparèixer la primera definició de la destinació Catalunya com a tal.*

Tal com s'ha relatat al llarg del capítol dedicat a les institucions dels anys trenta, les idees i projectes dels nous gestors turístics catalans suposaven un contrapunt a les polítiques estatals, ja que, com bé han ressaltat alguns autors, el govern espanyol va fer marxa enrere en matèria de turisme i el Patronato va acabar donant una cobertura més que incipient al desenvolupament d'aquesta activitat. Més enllà d'analitzar aquesta relació, cal recordar que la mirada de Catalunya continuava essent Europa, raó per la qual la majoria dels seus principis i actuacions van tenir un caire modern i avançat, sovint ambicions i fins i tot utòpic i romàntic en alguns plantejaments.

Pel que fa als recursos, es va donar importància als aspectes naturals (els elements paisatgístics i climàtics es van convertir en uns dels principals avantatges de la destinació Catalunya), alhora que també es va valoritzar el contingut monumental, arquitectònic i artístic en general. Tant els aspectes naturals com els de tipus cultural, fossin d'ordre tangible o intangible, van ser posats en valor "per ells mateixos", és a dir, en el seu estat "real". En aquest sentit, però, cal tenir present que les plataformes d'adaptació entre els agents turístics i culturals dels anys trenta mai no es va acabar de consolidar.

A diferència de la SAF, es pot dir que, en general, els promotors turístics catalans van donar un tractament menys "obsessiu" en relació les qüestions d'imatge i marca de la destinació, ja que no es cospa un interès tan explícit per la representació ni iconografia de la destinació. Amb tota probabilitat, en aquesta opció hi havia una altra estratègia i concepció a propòsit del paper que tenia la demanda en la valorització del lloc¹⁶⁴. Tot i no situar la imatge de la destinació a l'inici de la cadena de valor de l'oferta turística, no es pot menystenir que, durant aquells anys, va tenir lloc una producció artística i gràfica significativa en relació al turisme, sobretot per l'edició de cartells i tot tipus de documentació que expressaven una imatge més moderna i avantguardista del paisatge turístic català.

L'opció de posar de relleu la varietat i complementarietat dels elements turístics dispersos arreu del país demostrava l'interès per ensenyar un territori cohesionat, ric i disposat a satisfer a les expectatives d'una clientela turística plural, de motivacions diverses i perfils específics. La gastronomia, les festivitats, l'art, la cultura, l'esport i la salut eren els motius que atreïen i complaïen els visitants, tant si provenien de prop com de lluny. De fet, el canvi de llistó respecte al perfil de demanda que es volia atreure (en comparació a la SAF), indicava fins a quin punt el turisme ja s'entenia com un fenomen social de base popular i menys elitista, i aquesta actitud, més realista, permetia posar a l'abast d'un públic més ampli el conjunt de l'oferta del país; els intents a favor de la popularització de la demanda i de l'oferta suposaven un gir decidit en contra de tot allò que s'havia produït anteriorment

¹⁶⁴ Recordem que, en el cas de la SAF, la imatge elaborada de la destinació servia fonamentalment com a ham d'atracció dels visitants, i en conseqüència, com a element per a la valorització dels recursos i de la ciutat en general.

a mans de la Sociedad en el cas de Barcelona, que havia tendit a difondre una oferta excessivament basada en les qüestions estètiques.

La millora de les comunicacions i infraestructures d'acollida i una certa expansió del turisme i dels valors lligats a l'oci van ser condicionants que, sens dubte, van afavorir el plantejament dels nous organismes i, en definitiva, l'estructuració de la nova destinació Catalunya, el centre turístic de la qual era Barcelona.

La destinació Barcelona a principis dels anys trenta

Com sabem, la promoció turística (pública) de Barcelona portava quasi tres dècades d'avantatge respecte a Catalunya, que mai abans havia comptat amb cap ens de promoció propi que actués en el conjunt del territori¹⁶⁵.

Barcelona, certament, gaudia d'un relatiu prestigi internacional, i tot i que es fa difícil afirmar si era en realitat una moda, és innegable que almenys es va posicionar com un dels centres urbans més apreciats de la Península Ibèrica des del punt de vista turístic i de renom en l'arc mediterrani.

L'actuació de la Sociedad, als anys trenta, no va perdre protagonisme ni força, tot i que algunes de les seves clàssiques idees ara esdevenien en certa manera contrastades per les noves polítiques catalanes. Tot i que ideològicament es presentessin diferències entre els estils i fórmules de les institucions catalanes i la pròpia SAF, estava clar que el sindicat d'iniciativa sabia valorar les noves oportunitats, sobretot tenint en compte el seu llarg historial d'exigències i de queixes a les administracions. En aquest sentit, cal no perdre de vista que, des dels seus inicis, la societat d'atracció havia dedicat importants esforços en la integració del turisme a les esferes de poder polític i a la promoció.

La SAF tenia clar que la promoció de Catalunya suposava un avantatge per al desenvolupament turístic de Barcelona, i així al revés. Tant per a la SAF com pels gestors del turisme català de la II República, doncs, *Barcelona era concebuda com la capital turística del territori, motor de dinamització i de creixement i pol d'atracció i dispersió de corrents de visitants*.

A principis dels anys trenta, la destinació Catalunya i la destinació Barcelona no eren entitats separades ni en competència, sinó dues realitats que, a parer dels seus gestors i promotors turístics, tenien sentit d'unitat.

Assumptes pendents

Durant les tres primeres dècades del segle XX, els promotors i gestors del turisme català i barceloní, també part de la societat civil, van comprendre que el turisme era una oportunitat i una fortalesa, i no pas una amenaça o debilitat pel territori.

Malgrat els avenços i la prosperitat que es podia intuir pel que fa al desenvolupament turístic de Barcelona i Catalunya, considero que és un error pensar que la guerra civil va malmetre una situació esplèndida quant a turisme; més aviat s'ha de pensar que la guerra civil va impedir el progrés i l'acompliment d'un conjunt de propòsits que en aquells

¹⁶⁵ Cal puntualitzar que si bé Catalunya no havia tingut cap organisme turístic fins aleshores, alguns dels seus paisatges i poblacions comptaven ja amb una projecció turística destacadíssima (com per exemple els casos de Sitges, Montserrat o alguns enclavats de la Costa Brava).

moments gaudien de bons engranatges i d'adequades estructures que tot just s'estaven alineant. Fatalment, el conjunt de nous projectes, les bones pensades i promeses turístiques que s'estaven definint, mai més es va recuperar. Lavour (1980b: 510) asseverava que, en línies generals, "los catalanes dirigieron su turismo a las mil maravillas, y si no fructificaron plenamente la totalidad de sus iniciativas, debe cargarse la culpa a las impropias circunstancias históricas y ambientales".