

El document del mes de juny de 2020 de l'AMR

Vendre turisme

La promoció turística l'any 1969



Roses

Dades arxivístiques

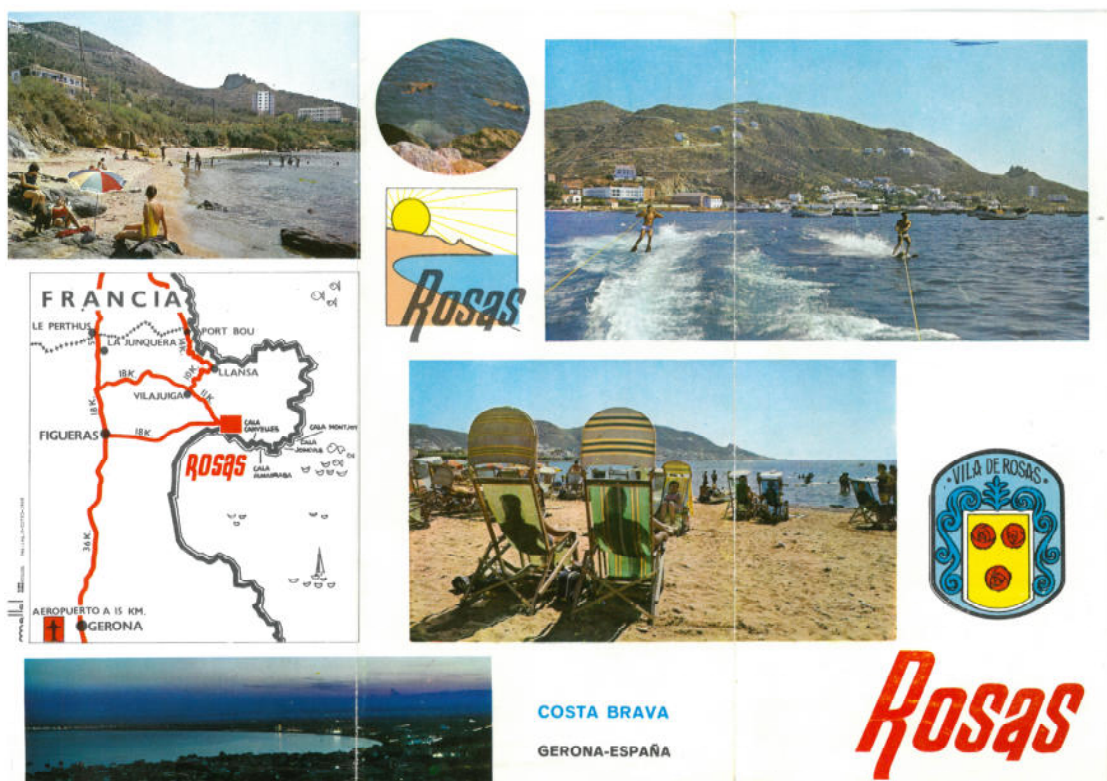
CAT AMR 1.1. Ajuntament de Roses, col·lecció municipal de fulletons, Programes de mà i Fulls Volants. Tríptic de promoció turística de Roses, any 1969. Color. Castellà, anglès, francès i alemany.

Història arxivística

Històricament, la documentació menuda com són els fulletons, programes de mà o simples fulls volants no ha estat considerada important i, per tant, digne de conservació. El seu menysteniment ha comportat que la seva pervivència hagi depengut més de la casualitat que d'una política de preservació conscient i racional. D'aquesta manera, els fulletons municipals no s'han conservat sistemàticament i en el procés d'organització de la documentació municipal n'han aparegut aquí i allà, de manera totalment aleatòria. Actualment, es guarden tots els documents d'aquestes tipologies considerades menors, però que, de fet, aporten una quantitat d'informació enorme en molt poc espai.

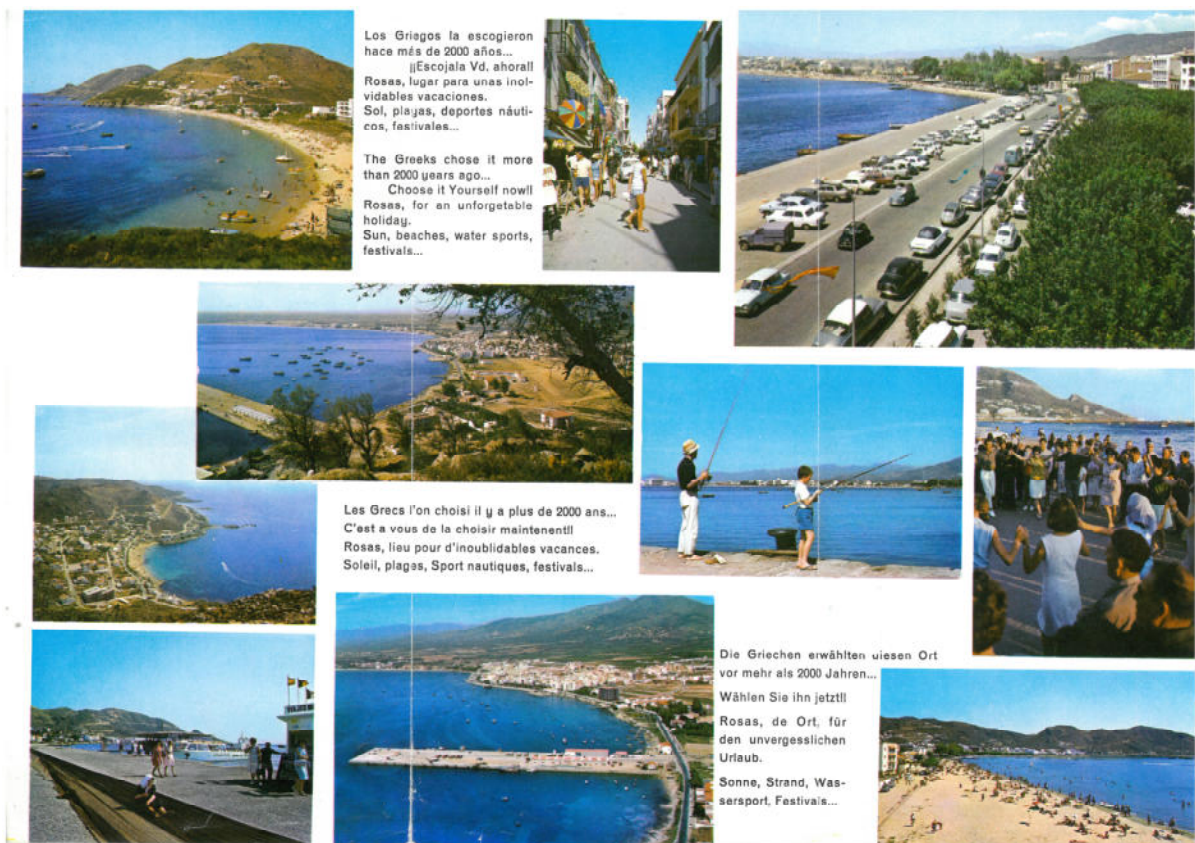
Contingut

Es tracta d'un tríptic de promoció turística de Roses, en el qual es mostraven sobretot les possibilitats nàutiques de la població, les seves platges i cales i la bellesa de la badia. Tanmateix, el que s'intentava transmetre als possibles turistes no s'acabava amb el sol i platja tradicionals, sinó que el fulletó esmentava que Roses havia estat fundada per grecs ("los griegos la escogieron hace más de 2000 años") i s'hi afegia una fotografia d'una ballada de sardanes que identificava el "fet regional" enfront l'evident bandera espanyola que eixia sorollosament d'un cotxe. Diverses imatges de la població que volien mostrar la barreja d'escenes tradicionals amb una certa modernitat, com una dona *remendant* xarxes al costat de les guixetes dels creuers turístics, completaven el tríptic, en el qual no faltava un petit mapa per situar Roses i no "perdre" cap turista.



Context

En el tombant de les dècades de 1950 a 1960, el mannà turístic que unguí l'economia local rosinca va ser diligentment aprofitat per millorar les condicions de vida de la població. Entre les primeres accions que totes les localitats costaneres efectuaren per atraure visitants hi ha la publicitat. Calia promocionar la població en els mercats emissors de turistes; calia ensenyar les maravelles naturals de l'entorn i les seves possibilitats d'esbarjo. Evidentment, els fulletons de propaganda turística foren un dels mitjans més utilitzats, atès que eren barats, massius i de fàcil distribució. De fet, es recuperava una via de promoció que ja s'havia assajat amb èxit al llarg dels anys trenta, encara que amb un disseny adaptat a les noves tendències tipogràfiques i estilístiques, a vegades amb concomitàncies amb l'estètica pop, jove i desenfadada, o la psicodèlia hippie. Roses no fou una excepció i la línia gràfica de la seva producció publicitària és plenament identificable amb els corrents estètics del moment.



En tot cas, en un moment com l'actual en què l'epidèmia de la COVID-19 ha afectat els fluxes turístics a la nostra població, és convenient recordar que la "recerca del turista" ha estat un objectiu fonamental d'aquesta indústria.

Més informació

DDAA, *Roses, 1875-1975. Del model comercial a la revolució turística*, Roses, Ajuntament de Roses, 2001.

Josep Maria Barris Ruset, *Roses o la recerca de la zona grisa*, Roses, Ajuntament de Roses, 2008.