

Fuentes Vega, Alicia. *Bienvenido, Mr. Turismo*. Cátedra: Madrid, 2017.

Sergio Rubira Gutiérrez

Recordaba el profesor Ángel González García, en su artículo fundamental «La noche española», la decepción del escritor romántico Theophile Gautier cuando en su viaje a España en 1840 asistió al teatro en Vitoria a la búsqueda de la autenticidad del baile español que tan de moda se había puesto en París. Allí encontró a una pareja de bailarines decrepitos y siniestros, sin dientes, encorvados, mal vestidos, que no se correspondían con lo que esperaba. «El baile español solo existe en París», concluyó Gautier, queriendo decir quizás que «lo que es español», «lo español», al menos por un tiempo, únicamente podía hallarse fuera de España.

Decepcionados se quedaron también los organizadores de la Exposición Universal de París de 1900 con la propuesta que las autoridades españolas hicieron para el pabellón que representaría al país. Se trataba de un palacio plateresco en el que se mezclaban elementos que recordaban a la fachada del Colegio de San Ildefonso de Alcalá de Henares y a las de las Escuelas Mayores y el Palacio de Monterrey de Salamanca, que en su recargada «austeridad castellana» —otro de los estereotipos— se alejaba con mucho de lo que esperaban. Por eso, quizás, favorecieron que un avezado negociante construyera el panorama *L'Andalousie au temps des maures*. Este panorama se convirtió en una de las atracciones más visitadas de la Exposición Universal porque sí se podía encontrar aquello que se esperaba, en ese momento, de «lo español». «Lo español» consistía allí en una suerte de collage, un ensamblaje, un pastiche, como demuestran los fotomontajes que aparecieron en *Le Panorama*, en el que las gitanas del Sacromonte y las majas madrileñas convivían con caballeros medievales, jinetes marroquíes y faquires, o en donde una bailarina de la danza del vientre se retorció sobre una alfombra persa en medio de una plaza gótica presidida por una escultura de la Virgen, mientras la contemplaban impasibles un grupo de camelleros con sus monturas. Allí la Giralda quedaba a tiro de piedra del Patio de los leones de la Alhambra de Granada. Ya ni siquiera era necesaria la experiencia del viaje.

Desencantados se fueron muchos turistas a comienzos del siglo XX porque, como ha visto la profesora de Diego, España, en su condición de frontera, no resultaba lo suficientemente exótica, a pesar de las promesas que el Patronato Nacional de Turismo (PNT) hacía en algunos de sus carteles publicitarios. «El confort de Europa, la exuberancia de África, les espera en España», se leía en el que dibujó Tejada con Córdoba —«la corte de los califas», se aclara en la primera versión— como motivo y en el que un hombre elegante, muy decó, se apoya lánguido en la columna que sostiene un arco de herradura. Aunque esta alusión al pasado islámico fuera ya una excepción en la campaña que el gobierno español lanzó a finales de los veinte.

Desilusionados estarán aquellos que en el ensayo *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España* de Alicia Fuentes Vega persigan un relato complaciente con las políticas turísticas del desarrollismo llevadas a cabo desde el Ministerio de información y turismo (MIT) franquista. El relato que traza a través de las imágenes producidas como propaganda por el MIT, los catálogos comerciales de los touroperadores extranjeros, las revistas internacionales de viajes, las postales, los libros de escritores y fotógrafos que exploraron el país y los cuadernos, álbumes y correspondencia privados de turistas que ahora han dejado de ser anónimos, va llevando a una conclusión que se aleja del discurso hasta cierto punto buenista que ha dominado el análisis del boom de la industria turística en este período. La llegada de turistas, primero, tímida y, después, masiva, parece que no sirvió como revulsivo para los españoles en la búsqueda de libertades, sino que colaboró en la consolidación del régimen dictatorial. Fue un instrumento, una herramienta, un aparato de control del estado que dulcificaba y lavaba la imagen del país hacia el exterior y que dentro fue utilizado para vender una imagen de éxito de la dictadura.

Las suecas y los machos ibéricos que habitaban los hoteles, las piscinas y las playas de Torremolinos y Benidorm en el cine nacional del momento, escondían detrás de esa luz del sol de la costa proyectada sobre la pantalla, muchas sombras; ocultaban tras esos escenarios de piscinas hollywoodienses y palmeras caribeñas, moles de hormigón y ladrillo visto; disfrazaban con sus escuetos bikinis y las cadenas doradas sobre el «pelo en pecho», una realidad que era muy diferente, que no resultaba tan cómica, ni tan sexy como se quería hacer creer, porque las libertades seguían estando coartadas. Eran guiones pensados para el público nacional que siempre acaban con una moraleja, con una vuelta al orden, con un regreso a los valores que imponía la dictadura: las suecas cogían el avión de vuelta y los machos ibéricos, a pesar del desliz, eran recibidos por sus «novias de toda la vida» con los brazos abiertos. Eran fantasías, minutos de mascarada, cortas fiestas de carnaval que –solo– aparentaban romper con las rígidas normas obligadas. No parece, se concluye en el ensayo, que la llegada de turistas afectara tanto a los españoles como se podía haber pensado. Todo estaba mucho más controlado de lo que simulaba y los turistas, pocos con remordimientos, algunos cerrando los ojos, muchos inconscientes, participaban sin complejos en la consolidación de un régimen dictatorial que buscaba el reconocimiento internacional como demuestran las imágenes.

A lo largo de los tres grandes bloques que organizan el relato y a un corpus de imágenes abrumador, se va desvelando esta operación. En el análisis de esas representaciones que forman un gran archivo hasta ahora poco explorado, se aplican con rigor metodologías propias tanto de la historia del arte y de eso que hemos dado en llamar estudios visuales y que no se distingue tanto de la iconografía tradicional; como de la antropología del turismo. Un ejemplo claro de lo primero es el repaso de aquellas fotografías de la miseria que aparecieron sobre todo en fotolibros de viaje extranjeros y remiten sin ambigüedades al Goya más grotesco o al Murillo más costumbrista y que subrayaban lo que tenían de construcción aprendida y evidenciaban cómo en muchos casos se trataba de forzar el encuentro con aquello que se buscaba como propio de «lo español». De lo segundo, la utilización de los términos anfitriones e invitados en el título del capítulo que antecede a las conclusiones y su aplicación en todo su desarrollo, incluida también la idea de hospitalidad que propuso Jacques Derrida y asumieron los antropólogos del turismo.

Defraudados se sentirán también aquellos que busquen en el libro esas imágenes que tomaban «lo andaluz» por «lo español», que colaboraron en la confusión de ambos constructos, uno por el otro, uno contenido en el otro, y que fueron manía en el XIX, porque en los años del boom hay muchas más: sus personajes ya no son flamencas y toreros, o no sólo; los paisajes dejan de tener ese cierto aire siniestro típico también de lo gótico y las ruinas orientalizantes parecen haber desaparecido. Como se hace evidente en el gran bloque de imágenes que se estudia en el primer capítulo, España se construye como un lugar detenido en el tiempo, en un tiempo pasado que se añora, como una suerte de arcadia campesina habitada por faunos con un pañuelo cubriéndoles el cabello y una faja en la cintura o por ninfas que van una y otra vez a la fuente del pueblo y que portan siempre su cántaro apoyado sobre la cadera o la cabeza estilizando su espalda. Son fotografías hechas por viajeros que buscan eso original, eso auténtico, eso intocado, eso no corrompido, que se creía que tenía lo que se calificaba de «primitivo». Idealizaban esa forma de vida y justificaban incluso las condiciones de pobreza en las que se encontraba el campo español de ese momento porque ellos siempre volverían al hogar cómodo y seguro. A estos campesinos podían también transformarlos en tipos, coleccionarlos como especímenes de ese lugar extraño que por estar fuera del tiempo, lo estaba del espacio, en una operación muy similar a los dibujos taxonómicos característicos de la primera etnografía. Dejaban de ser individuos, se les borraba la identidad, y pasaban a adquirir una cierta condición de *souvenir*, de objeto exótico que había que llevarse a casa. La estetización y la tipificación, sin embargo, eran peligrosas, ya que podían ser leídas en otro sentido, y ese tiempo detenido convertirse en un retraso o, peor, en un atraso que no convenía a la ficción de modernización de la dictadura. De este modo, esas imágenes producidas por los viajeros pasan a ser en la propaganda turística del Ministerio de Información y Turismo escenas teatrales, exageradamente folklóricas, obviamente representaciones, que anulaban otras posibles interpretaciones.

En el segundo capítulo se estudian esas imágenes que pueden vincularse con la idea de modernidad a través de sus símbolos: el coche, las carreteras, las autopistas o los rascacielos. Los coches sustituyen a sus conductores en muchas de las fotografías de paisajes que toman los turistas. El automóvil sería una especie de caminante mecánico que actualiza al personaje típico de lo sublime romántico, quizás también a los felices excursionistas de lo pintoresco. Pero este tipo de representaciones que aluden, de forma directa o de modo tangencial, a elementos considerados modernos se descubren como espacios del conflicto, como el título de esta parte del libro, ya adelanta. Conflictos entre el concepto de viajero y el de turista, entre lo que resulta auténtico y lo que se cree falso, entre lo que se piensa como «propio de» y lo que se concibe como «ajeno a», entre una construcción extraña, extranjera, otra de «lo español» y la que se impone desde lo oficial. Aquí se destacan aquellas imágenes del subdesarrollo que ya ni siquiera aparecen manipuladas en la publicidad del Ministerio de Información y Turismo, que han sido directamente eliminadas, borradas, censuradas, y que, sin embargo, en los libros de viaje extranjeros pueden leerse como *typical Spanish*.

El tercer capítulo aborda, como ya se ha adelantado, el juego de papeles entre anfitriones e invitados, entre clientes y vendedores en la producción visual comercial, de autor y oficial del boom turístico, en un proceso que se puede entender como de colonización pero también de autocolonización: «acabar por ser como otros quieren que seamos». Al final, los machos ibéricos del cine de ese momento se descubren

como los camareros serviciales que atienden las barras de las lujosas piscinas de los hoteles, los sonrientes *maîtres* de esos restaurantes en los que las comidas típicas de tan abundantes desbordan las mesas o los bailarines, no tan decrépitos como los que vio Gautier en Vitoria, que hacen pareja con la flamenca que baila en los escenarios de los *night clubs* que se abren en esos años. Una España de sol y playa que ni estaba tan soleada ni tenía tantas playas, una España que no era una fiesta, como concluye Fuentes este ensayo que se hace imprescindible para aquellos que se aproximen al período desde cualquier disciplina y que resulta modélico para los que vayan a desarrollar una investigación en torno a la producción de imágenes, sin jerarquías, en la contemporaneidad.