

Fuentes Vega, A. (2017).
Bienvenido Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España.
Madrid: Ediciones Cátedra.
335 pp., ISBN 878-84-376-3686-3

Esta investigación, primero como tesis y ahora como libro, de Alicia Fuentes Vega sitúa a la imagen como un “agente activo en la sociedad” (Chateau, 2017, p. 24), a la vez que objeto de estudio de la cultura visual. Verónica Hollman, por su parte, ha tomado la palabra para llamar la atención acerca de la recuperación de la “relación entre visualidad y conocimiento geográfico” (Hollman, 2007-2008, p. 122), algo que el mundo académico británico indicaba y trabajaba unos años atrás (Driver, 2003). Este libro incide en una de las tradiciones que identifican a la geografía como un “discurso visual del mundo” (Hollman, 2007-2008, p. 123).

Por esto interesa examinar esta magnífica investigación de Fuentes Vega. Bajo la asesoría de Estrella de Diego (profesora del Departamento de Historia del Arte de la Universidad Complutense de Madrid y miembro del Instituto Cervantes y de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando), la autora presentó su tesis en 2015 y, casi de inmediato, pasó al mundo editorial y a la circulación comercial. Diego se pregunta por lo “español” en el “Prólogo”, en una época clave de la España de mediados del siglo XX. Por eso, los ojos de la autora indagan, de una forma crítica y entrenada, el “fenómeno del turismo en tiempos de la dictadura” (2017, p. 8). Este libro se compone de tres capítulos, cada uno de cinco apartados y un epílogo. La Introducción abre el tema, las ideas, el corpus visual (de los archivos y bibliotecas de Alemania, Gran Bretaña, España y Estados Unidos),

los ámbitos de la investigación, así como el método visual aplicado (donde se nota la influencia de la geógrafa británica Guillian Rose), combinado con una mirada antropológica (2017, p. 32).

El viaje inicia con la España rural. Aquí la autora lleva al lector a los primeros espacios abiertos al turismo, los del Mediterráneo, percibidos como un “espacio de liberación y felicidad” que sumergen al viajero en el “paisaje y sus habitantes” (2017, p. 36). Este primer capítulo marca toda la investigación, por un lado, la modernización de España, de 1950 a 1970 y, por el otro, la persistencia del imaginario de la vida agraria y ancestral en la figura del campesino y lo primitivo. Las tonalidades se encuentran en las “abundantes imágenes que en las guías y libros de viajes retratan al campesino ibérico” (2017, p. 37). Su trabajo transforma el paisaje de la Geria o el de Galicia, en otoño y el viajero, para la posteridad, “recoge formas de vida consideradas en peligro de extinción”, con lo que practica una nueva antropología social. El capítulo transcurre en una variedad de imágenes, entre femeninas y diversidad regional, que esquivan sutilmente el “atraso o la pobreza agraria” del país (2017, p. 71). Las postales, otro agente activo, registran el giro de las imágenes. En los años setenta, “cosechar naranjas o almacenar heno en un pajar”, están a cargo de “jóvenes pulcramente ataviadas con vestidos regionales” (2017, p. 79). La mujer, en esta ruta rural, se vuelve un “elemento erótico” en las imágenes de la época, para “aumentar la atracción del producto (o destino) publicitado” (2017, p. 113). Mientras perviven las imágenes de una España rural, otra moderna, urbana e industrial, busca darse a conocer con nuevas imágenes.

La parte intermedia del libro dedica sus páginas al automóvil. La nueva movilidad de los años cincuenta a setenta no es exclusiva de España (2017,

p. 117). El auge del coche en Alemania o Suecia se asocia al “deseo de viajar” y, no tanto, cada día, para ir al trabajo (como en los Estados Unidos). Las imágenes sitúan al viajero con el coche en el paisaje montañoso y agreste, alejado de la civilización, con la costa a su alcance. Una cultura visual, señala la autora, del *autoturismo* vinculada a la modernidad carretera (2017, p. 123). A la España auténtica, en cambio, se llega por la carretera secundaria, la del paisaje de “un tiempo más pausado”, de burros y mulas, que llaman la atención de los extranjeros por encima de la casa del Greco y la catedral, en Toledo (2017, p. 134). Este viaje en el tiempo que ofrece España tiene sus ventajas espirituales, ante el proceso civilizatorio del resto de Europa. Aunque la mirada gira hacia la ciudad: el espacio del “tráfico y las grandes avenidas” (2017, p. 159) y en las tarjetas postales, de Madrid y Barcelona, hay los rascacielos, el extranjero volvía, unas calles adelante, al siglo XVII o el XVIII o al alejarse de la autovía regresa la España medieval (2017, p. 169). El capítulo concluye con una hipótesis: para sentir la nostalgia por lo primitivo del paisaje rural, “es necesario vivir en una sociedad compleja e industrial” (2017, p. 212).

Fuentes Vega dedica la última parte de la investigación visual a un paisaje emblemático: de sol y playa (2017, p. 213). En pocos años, el paisaje del “pueblo marinero y la barca pesquera” (2017, p. 215) se vuelve bucólico con los turistas en la playa. Ahí llegan en vuelo charter, buscan las palmeras de la imagen y exponen su cuerpo a los rayos solares. En las tarjetas postales, la piscina es central, una imagen de lujo que se manda a los que se quedan en casa. Un turismo, ahora cuestionado desde la academia, por su dudoso beneficio al ciudadano local o al país (2017, p. 241). De la desinhibición de los extranjeros alcoholizados en Torremolinos, Benidorm o Marbella, la indagación visual pasa a otra bebida icónica en las bodegas del jerez andaluz o el vino de La Rioja. El enfoque antropológico indica a la autora la preocupación de las autoridades franquistas del posible acoso de la mujer turista (2017, pp. 300-306).

Hay mucho que aprender del soberbio libro de Fuentes Vega respecto de su investigación visual en relación con el contexto europeo y los rápidos

cambios hacia la modernización y la democracia (2017, p. 314) o las hipótesis que abren las imágenes, 433 en total, que relacionan a los viajeros con el debilitamiento del régimen político (2017, p. 315). Nos parece que la colaboración de la geografía con las ideas de la autora son: 1) examinar conjuntamente la continuidad y los cambios, del siglo XIX al XX, de las ideas del viaje, la percepción del espacio geográfico (paisaje) entre los lectores y algunos temas ideológicos (lo religioso, el pasado histórico o la relación campo-ciudad) de las guías urbanas y los libros de viaje de España (Serrano, 1993), 2) incluir y analizar la evolución de las estadísticas europeas y españolas de los extranjeros que pasaron por España, en la época de estudio, ya que sitúan la demanda numérica de contar con esas imágenes en las manos y la mirada de los viajeros y 3) combinar la penetrante cultura visual con la narrativa cartográfica en cada capítulo, es decir, la incorporación de una serie de mapas temáticos donde observar, con el diseño de las variables visuales del lenguaje cartográfico, el viaje en el tiempo: la montaña, las tierras campesinas, el sujeto rural, los viñedos, los caminos, los Paradores, La Mancha, la Calobra, Guadix, la procesión, la catedral, la carretera, la motorización y la movilidad social (lenta o acelerada) y las tipologías de los imaginarios y destinos como la ciudad y la playa.

Héctor Mendoza Vargas
Instituto de Geografía, UNAM

REFERENCIAS

- Chateau, P. (2017). Cultura visual e historia del arte. La puesta en evidencia de los estudios visuales. *Univsum*, 32(2), 15-28.
- Driver, F. (2003). On Geography as a Visual Discipline. *Antipode. A Radical Journal of Geography*, 35(2), 227-230.
- Hollman, V. (2007-2008). Geografía y cultura cultura visual: apuntes para la discusión de una agenda de indagación. *Estudios socioterritoriales. Revista de Geografía*, 7, 120-135.
- Serrano, M. del M. (1993). *Las guías urbanas y los libros de viaje en la España del siglo XIX. Repertorio bibliográfico y análisis de su estructura y contenido*. Geocrítica: Textos de apoyo: 13. Barcelona: Universitat de Barcelona.