

ARTE Y TURISMO

DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MITO ROMÁNTICO A LA IMAGEN PROPAGANDÍSTICA DE ESPAÑA

CAROLINA MIGUEL ARROYO
MUSEO NACIONAL DEL ROMANTICISMO

Las obras de arte nos han permitido, desde siglos atrás, ver e imaginar lugares a los que solo podía llegar nuestra imaginación. Como ventanas abiertas, durante mucho tiempo se convirtieron en uno de los medios más efectivos para mostrar el mundo, o al menos, la imagen que los artistas tenían de él.

Arte y turismo siempre han mantenido una estrecha y compleja relación, conviviendo de diferentes formas a lo largo de la historia. Hay que entender esta relación en dos vías. En primer lugar el arte ha sido un reclamo turístico de primer orden. Es incontestable el poder de atracción que tienen ciertos edificios, restos arqueológicos, obras artísticas, etc. Pensemos en las catedrales, en las ruinas romanas o en célebres lienzos de autores como Velázquez, Goya o Picasso. Desde esta perspectiva, el uso de estas imágenes para incentivar la afluencia de visitantes dando a conocer las excelencias de un país está en la base de lo que hoy llamamos turismo cultural, un fenómeno que, sin embargo, se remonta a siglos atrás. Por otro lado, la industrialización del turismo se ha servido del arte y de sus artífices para crear una imagen más o menos idealizada de los distintos lugares, con el fin de atraer nuevos turistas. O dicho de otra manera, ha fomentado la creación artística con fines turísticos.

En realidad se trata de un fenómeno muy complejo que podría estudiarse desde diversas perspectivas. Trataremos de entresacar algunos

de los hitos más importantes que a nivel artístico se han producido en el ámbito del turismo en España, partiendo de la concepción del mito romántico, hasta la disolución del Patronato Nacional del Turismo en 1939; si bien somos conscientes de que no podemos ofrecer una visión exhaustiva, pues resultaría imposible recoger en estas líneas todos los aspectos que podrían ser de interés. Por otra parte, los estudios realizados hasta la fecha sobre la materia son muy parciales y muchos los temas relacionados con el arte cuyo análisis en profundidad podría dar lugar a nuevas aportaciones.

EL MITO ROMÁNTICO

España, a pesar de su riqueza histórica y patrimonial y sus contrastados paisajes, no fue durante la época del *Grand Tour* uno de los destinos elegidos por los jóvenes nobles europeos que durante unos meses recorrían la vieja Europa para completar su formación. A pesar de que la península no formaba parte de este elitista periplo, que sí incluía países como Italia, Francia, Alemania, Suiza o los Países Bajos, fueron muchos los viajeros británicos, franceses y alemanes, en su mayoría científicos y artistas, que transitaron los caminos españoles en busca de inspiración y conocimiento.

La imagen de España, país peligroso, salvaje y bárbaro en contraste con la Europa ilustrada, y al mismo tiempo apasionante, se había forjado ya en la literatura de viajes del siglo XVIII. Pero sería a raíz de la Guerra de la Independencia (1808-1814) cuando comenzó a despertar un interés inusitado entre los viajeros europeos, especialmente los franceses. A esto se unió el redescubrimiento del arte español. Artistas como Velázquez, Ribera, Zurbarán y Goya sorprendieron al público galo, que pronto pudo disfrutar de muchas de sus obras en la Galería Española de Luis Felipe en el Louvre. Lamentablemente esta admiración fue, precisamente, una de las causas del expolio artístico que sufrió España. La ocupación de Gibraltar, por otra parte, dio origen al conocido como «camino inglés» que transitaba desde el Peñón a la Alhambra, lugar emblemático para los viajeros amantes del mundo

David Roberts. *Porch of an Ancient Mosque, Cordova*, 1837. MNR (cat. 12)

árabe. Además, España era tierra de grandes gestas medievales, de valientes héroes, hubieran existido o no. Todas estas cuestiones ayudaron, en fin, a configurar la imagen romántica de España, y con ello a atraer la atención de numerosos artistas que, como veremos, tuvieron una influencia directa en el desarrollo del arte español.

Una de las zonas preferidas de nuestro país fue Andalucía, donde se aunaba el exotismo del arte oriental con los estereotipos más recurrentes. Stendhal, uno de los primeros autores en utilizar el término turista, dijo de nuestras gentes: «También me gusta el español porque es tipo; no es copia de nadie. Será el último tipo que exista en Europa»¹. Numerosos artistas se sintieron fascinados por los personajes populares que, ajenos a las modas de la burguesía de las ciudades más desarrolladas, continuaban vistiendo una indumentaria que resultaba muy llamativa a ojos de los europeos. Artistas como John Frederick

1 En Torres González, 1999, p. 23.

Lewis (1805-1876) con sus fantásticos dibujos y litografías, o George Vivian (1798-1873), obtuvieron un gran éxito con sus imágenes de esta región (cat. 11). Entre los artistas viajeros más influyentes se encuentra David Roberts (1796-1864), que recorrió España de norte a sur, desde su entrada por Irún, captando bellas instantáneas de los lugares por los que transitó (cat. 12). Sin duda, la impronta de estos artistas caló en los pintores locales enriqueciendo la pintura española. Conviene resaltar que Roberts coincidió en Sevilla con Jenaro Pérez Villaamil (Ferrol, 1807 – Madrid, 1854), lo que supuso para el ferrolano el conocimiento de primera mano del paisajismo inglés y las nuevas corrientes europeas, que le conformarían como el gran paisajista romántico español. La influencia inglesa se deja ver también en los retratos de otro de los grandes pintores españoles, Antonio María Esquivel (Sevilla, 1806 – Madrid, 1857).

Entre los artistas franceses podemos destacar a Gustave Doré (Estrasburgo, 1832 – París, 1883), ilustrador del libro de Charles Davillier *L'Espagne* (cat. 7), y Henri Pierre Léon Pharamond Blanchard (Lyon, 1805 – París, 1873), creador de una magnífica serie de tauomaquias litografiadas por Sabatier (París, c. 1827-1887).

La imagen pintoresca, colorista y desenfadada que los viajeros ofrecían de España pronto fue asumida por los pintores locales que desarrollaron el denominado estilo costumbrista². Los artistas españoles comenzaron a dedicar una importante parte de sus creaciones a satisfacer los exóticos gustos de los turistas, y por simpatía, de los propios lugareños. Como ya hemos dicho, uno de los lugares más fascinantes para estos viajeros fue Andalucía. Los pintores supieron sin duda aprovechar esta situación y así, en ciudades como Sevilla, se registraron varios talleres especializados en la producción de pequeños

2 La pintura costumbrista surgió debido a una confluencia de elementos que, por cuestiones prácticas, aquí se han simplificado. Para tener una visión más completa puede consultarse el artículo de Francisco Calvo Serraller: «La pintura costumbrista española», en *Imagen romántica de España* 1981, p. 63-99.

lienzos con escenas costumbristas, tauromaquias o tipos populares, realizados de forma casi industrial y dedicados a la venta como *souvenir*. Es el caso del obrador de José y Joaquín Domínguez Bécquer que colaboraron en la realización de pinturas que vendían con gran facilidad, llegando incluso a exportarlas a países como Inglaterra. El asequible precio y su carácter distendido y cotidiano hicieron de este tipo de cuadros uno de los recuerdos de viaje preferidos por los turistas; pero no eran, evidentemente, los únicos.

Los barroos populares andaluces representando los tipos más característicos fueron otro acicate del incipiente mercado turístico. Estas producciones, generalizadas a finales del siglo XVIII por influencia de las grandes fábricas europeas como Sèvres o Capodimonte, coincidían plenamente con el gusto de los viajeros por lo exótico y pintoresco. Los principales centros productores fueron Granada y Málaga, ciudad esta última donde destacaron las sagas de los Gutiérrez de León y los Cubero. Bandoleros, toreros, majas y una rica galería de oficios adornaron no solo las casas foráneas, sino también las de la nueva burguesía española que disfrutaba asimismo con estos pequeños ornamentos o bibelotes. A pesar de estar realizadas a molde, la esmerada policromía de cada ejemplar confería a estas figurillas un carácter artesano y único que despertó el interés de viajeros como S. E. Cook o Henry David Inglis, quienes no dudaron en citarlas en sus escritos sobre nuestro país. Como señalaría Isabella Romer en su libro de viajes por el sur «la calidad artística las hace merecedoras de una hornacina en los gabinetes de los curiosos, como objetos de arte»³.

ESPAÑA TRAS EL OBJETIVO

El siglo XIX asistió al nacimiento de un nuevo procedimiento que cambiaría desde entonces la forma de mirar y comunicar el mundo. La fotografía, mejor que cualquier otro medio, podía captar con fidelidad cualquier objeto. Además de la importancia que llegó a tener en el

3 Romero de Torres 1993, p. 57.

retrato, pronto distintos autores se sintieron atraídos por la posibilidad de fotografiar ciudades, monumentos y obras de arte.

De nuevo resultó fundamental la aportación foránea, tanto para la introducción de los avances fotográficos en España como para la difusión de sus posibilidades. Así, nos encontramos con autores tan emblemáticos como Charles Clifford (Gales, 1819 – Madrid, 1863) —fotógrafo oficial de la reina Victoria de Inglaterra y de la Casa Real española tras su llegada a España—, que realizó numerosas tomas de ciudades. En la actualidad sus obras, además de su indiscutible valor artístico, se han convertido en importantes testimonios documentales. Entre sus álbumes podemos citar *Voyage en Espagne*, con cuatrocientas fotografías, editado en París en 1856. Otro de los autores imprescindibles es Jean Laurent (Garchizy, 1816 – Madrid, 1892), también fotógrafo de Isabel II, que viajó por toda la geografía española tomando imágenes de monumentos y obras de arte (cat. 42). Consciente de las posibilidades y del interés que despertaban estas fotografías, creó un archivo para su venta. Tal fue la demanda de estas vistas que incluso contrató a otros profesionales para que le ayudaran a generar más contenidos y, poco a poco, fue ampliando su empresa. En 1878 pasó a denominarse J. Laurent y Cía. al asociarse con su hijastra Catalina Medina Bosch y con su ayudante y colaborador Alfonso Roswag y Noguier, esposo de aquella. Otros fotógrafos importantes de la época fueron, entre otros, François Leygonier (Sevilla, 1812-1882), de padres franceses y formado en Burdeos, que realizó numerosas tomas de la capital hispalense, o el vizconde Joseph de Vigier (Savigny-sur-Orge, 1821 – París, 1884), autor de álbumes sobre los Pirineos, de vistas de Sevilla y del conocido *Vues d' Espagne*, presentado en 1854.

También es de destacar la labor de Casiano Alguacil (Mazarambroz, 1832 – Toledo, 1914) con su proyecto de museo fotográfico de los monumentos artísticos de España, o la de José Ortiz Echagüe (Guadalajara, 1886 – Madrid, 1980), que retomaría una de las temáticas que Laurent había tratado: los tipos populares, publicando, en 1929, *Tipos y Trajes de España* o, en 1938, *España, pueblos y paisajes*.

Gran colección fotográfica de Laurent. Tarjetas postales ilustradas. Serie D: Residencias reales de España: «Aranjuez», c. 1900. BNE 17-TP/151

LA IMAGEN VIAJERA

Relacionado con la fotografía, no podemos olvidar un objeto íntimamente ligado al turismo, ya que su propia existencia dependía —y aún lo hace— de este. Nos referimos a la tarjeta postal, que junto con los sellos, sirvieron para hacer viajar y llevar las imágenes de ciudades, monumentos, parajes y tipos a los lugares más remotos.

El origen de esta cartulina está en el entero postal, tarjeta prefranqueada que permitía prescindir del sobre, y que circuló por primera vez en 1873, durante la I República. En el anverso, timbrado, se consignaba el nombre y dirección del destinatario, quedando el reverso libre para que el remitente escribiera unas líneas. El perfeccionamiento de las técnicas de impresión y reproducción fotomecánica con procedimientos como la fototipia o el fotograbado posibilitó la inclusión de imágenes fotográficas de gran calidad y, con ello,

Hauser y Menet. La rambla de las Flores en Barcelona, c. 1911-1928. MNR (cat. 59R)

el nacimiento de la tarjeta postal ilustrada. Los suizos Oscar Hauser y Adolfo Menet abrieron en 1890 un establecimiento comercial especializado en la edición de láminas con vistas de ciudades y monumentos, alcanzando una gran perfección en sus acabados (cat. 81, 82, 59R y 60R). Las primeras tarjetas postales españolas salieron de sus talleres, siendo la más antigua que conservamos de 1892. Los turistas extranjeros fueron los primeros en hacerlas circular, si bien, poco a poco, los propios españoles comenzaron a usarlas de forma habitual. Además de la imprenta de Hauser y Menet, que anunciaba en prensa producciones mensuales de más de medio millón de postales en 1902, hubo otras importantes empresas en el sector, como la Fototipia Lacoste, que comercializó muchas de las imágenes producidas por Laurent. Pronto surgieron numerosas casas comerciales dedicadas a estos artículos, especialmente fecundas durante la llamada «edad de oro de la tarjeta postal» (1902-1914).

Hauser y Menet. La playa de las Arenas en Bilbao, c. 1911-1928. MNR (cat. 60R)

Pero el turista no solo utilizaba estas tarjetas para enviar escuetos mensajes a sus seres queridos, sino que también las adquiría para coleccionarlas, ya que nada mejor que una imagen para mantener vivo el recuerdo de un lugar visitado. Surgió además otra forma de coleccionismo, la de los «corresponsales», personas desconocidas a las que se enviaban estas imágenes que reunían para formar colecciones.

El económico precio de las postales frente a otros objetos, hizo de la suya una industria floreciente que aún hoy, en plena era digital, se mantiene viva.

Coches de caballos, edificios desaparecidos, tipos populares, etc. Las imágenes que hoy nos regalan las tarjetas de finales del siglo XIX y del siglo XX son sin duda una fuente documental de primer orden.

Junto con las postales, los sellos fueron también de capital importancia. Emitidos desde 1850, se beneficiarían al igual que aquellas de las mejoras en las artes gráficas. Como señala Navascués Palacio, los sellos

artísticos nacieron en 1916, con la emisión de una serie de sellos sin valor de franqueo en conmemoración del III Centenario de la muerte de Cervantes⁴. En 1930, con motivo de la Exposición Iberoamericana de Sevilla, el grabador José Luis Sánchez Toda (Madrid, 1901-1975) realizó unas series dedicadas a Goya con reproducciones de algunos de los *Caprichos* y de la célebre *Maja desnuda*. Durante la República, la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre emitió diversas series sobre monumentos (cat. 145); la primera, de mano de Camilo Delhom Rodríguez (Madrid, 1984-1970), con vistas de la mezquita de Córdoba y la Alhambra, lugares que la Junta de Defensa Nacional retomaría entre 1936 y 1937 junto con la catedral de Burgos o la Giralda de Sevilla, entre otros. En el periodo que nos ocupa, cabe destacar también la aparición de la primera hoja bloque de *Monumentos históricos de España*, de 1938, con imágenes de edificios como el Alcázar de Segovia o la catedral de Palma de Mallorca.

PRIMERAS INICIATIVAS PROPAGANDÍSTICAS. LA COMISARÍA REGIA DEL TURISMO

La institucionalización del turismo a nivel estatal, primero con la creación de la Comisaría Regia del Turismo (1911-1928), heredera de la Comisión Nacional de Turismo, y más tarde con la labor del Patronato Nacional, conllevaría la producción de objetos artísticos nacidos ya con una clara intención propagandística y publicitaria. Si bien, podemos considerar pionera la labor de los sindicatos de turismo, que desde 1908 desarrollaron interesantes iniciativas en este sentido. Es el caso de la revista *Barcelona Atracción* de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, editada por primera vez en 1910, o *Madrid turístico y monumental*, por citar algunos ejemplos, cuyas portadas, imágenes, fotografías, revisten gran interés (cat. 63 a 70).

Por su parte, la Comisaría Regia del Turismo adoleció desde sus inicios de una evidente falta de apoyo económico que condicionó el alcance de sus proyectos. Solventado parcialmente por las aportaciones

4 Navascués Palacio 2003, p. 9.



Revista *Barcelona Atracción*, 1928. BNE (cat. 63)

Fotografía de Alfieri de la exposición *Sunny Spain* de Londres, 1914. MNR (cat. 55R)

del propio comisario, Benigno de la Vega Inclán y Flaquer, II marqués de la Vega Inclán⁵ (Valladolid, 1858 – Madrid, 1942) realizó, sin embargo, diversas producciones a nivel artístico, lamentablemente poco estudiadas hasta el momento.

La Comisaría entendió como una de sus prioridades dar a conocer España en el extranjero, por lo que una de sus primeras empresas fue la exhibición celebrada en Londres en 1914. Coincidiendo con la Exposición Internacional de Turismo, en la que España no pudo participar, se organizó en la sala de la Emperatriz de la Earl's Court una muestra titulada *Sunny Spain* que pretendía poner en valor las diferentes regiones y

5 Sobre la figura del marqués de la Vega Inclán y su papel como Comisario Regio del Turismo es de gran interés la obra *El marqués de la Vega Inclán y los orígenes del turismo en España* (Menéndez Robles 2003).

el arte del país. Se creó para la ocasión una gran escenografía, compuesta por treinta y tres grandes telones pintados por el escenógrafo Amalio Fernández (La Gineta, 1858 – Hollywood, 1928), algunos de los cuales se conservan fotografiados en el Museo del Romanticismo. Además de la publicación de la revista *Patria* (cat. 83), se editaron postales firmadas por Alfieri con figurantes posando ante los diferentes paisajes que ponen de manifiesto otro de los gustos personales del marqués de la Vega Inclán: los tipos y trajes populares (cat. 86, 87 y 55R). Lamentablemente, el estallido de la Primera Guerra Mundial y la inexperiencia de la comitiva española, hicieron que esta exposición no tuviera el éxito esperado por sus organizadores.

Otra de las principales líneas de trabajo de la Comisaría fue la labor editorial. Se publicaron diversas colecciones, entre las que citaremos *El Arte en España*, editada por Thomas, en la que reconocidos autores de la talla de Beruete, Elías Tormo y Manuel B. Cossío, entre

Exposición Internacional de la Comisaría Regia en los años 20. MNR (cat. 57R)

Expositor de la Comisaría Regia del Turismo en Estados Unidos en los años 20. MNR
(cat. 56R)

Exposición de la Comisaría Regia en el VIII Congreso Nacional de Arquitectos. Zaragoza, 1919.
MNR (cat. 58R)

otros, redactaron textos divulgativos sobre artistas, monumentos y enclaves de especial interés, que se acompañaban de imágenes. Como señala Moreno Garrido, la estética de la colección es deudora de los modelos italianos que el Touring Club Italiano y la Sociedad Dante Alighieri habían editado bajo el título de *L'Italia monumentale*⁶. Posteriormente, el Patronato Nacional de Turismo continuaría con esta serie, conservando el mismo diseño.

A la vista de los fondos conservados se hace patente la estrecha relación de la Comisaría con la empresa de Hauser y Menet, quienes realizaron diversos librillos de postales y numerosas fototipias de la geografía española para la colección *España artística, pintoresca y monumental* (cat. 81, 82, 59R y 60R).

Hay que mencionar en este punto que la Comisaría Regia del Turismo estuvo ubicada en diferentes edificios. En 1921 se trasladó al

6 Moreno Garrido 2012, p. 240-241.

último de ellos, el palacio urbano del marqués de Matallana, en la calle San Mateo 13, edificio que compartiría poco después con otra iniciativa del marqués de la Vega Inclán, el Museo Romántico. Por ello, tras la disolución de la Comisaría, y a pesar de que una gran cantidad de material fue enviado al Patronato del Turismo, muchos de sus fondos pasaron a formar parte de la colección del actual Museo Nacional del Romanticismo.

Gracias a estas instantáneas, podemos rastrear la mayor parte de las actividades del marqués de la Vega Inclán y de la Comisaría Regia del Turismo. Las imágenes de las exposiciones organizadas por esta entidad, además de presentarnos cómo eran los sencillos montajes, nos muestran las fotografías seleccionadas para dar a conocer al visitante las acciones desarrolladas por la Comisaría (cat. 56-58R). La colección contiene, además, imágenes que nos permiten observar la construcción del Parador de Gredos (cat. 98, 51R), la rehabilitación del patio del Yeso del Alcázar de Sevilla (cat. 52R) o de la puerta de Marchena (cat. 53R), el avance de las obras de las Casas Baratas (cat. 40-43R) para obreros o las viviendas de las Hospederías del barrio de Santa Cruz de Sevilla. Se conservan también imágenes de ciudades como San Sebastián, Toledo, Palma de Mallorca y un largo etcétera, utilizadas por la Comisaría para la propaganda turística de estos lugares.

Algunos de los fotógrafos más importantes del momento colaboraron con el marqués de la Vega Inclán. Podemos citar por ejemplo a Otto Wunderlich (Stuttgart, 1886 – Madrid, 1975), que trabajaría también con el Patronato Nacional del Turismo durante la II República. Además de las imágenes personales del comisario, se conservan de este autor las tomas de algunas de sus empresas más emblemáticas, como la Casa Museo del Greco —puesta en marcha con anterioridad a la creación de la Comisaría—, la Casa de Cervantes en Valladolid o las ya citadas obras de construcción del Parador de Gredos, entre otras. También colaboraron artistas locales de las ciudades donde se realizaban los proyectos, como Eugenio Rodríguez (Ugena, 1860 – Toledo, 1938), que inmortalizó la visita oficial de la reina Victoria Eugenia al Museo del Greco (cat. 26R), o Villalba, también de

Otto Wunderlich. El Parador de Gredos en construcción, 1927-1928. MNR (cat. 51R)

Visita de Benigno de la Vega Inclán y Vicente Traver a las obras de las Casas Baratas de Sevilla, c. 1914. MNR (cat. 41R)

Eugenio Rodríguez. Benigno de la Vega Inclán recibiendo a la reina Victoria Eugenia y a la duquesa de Círculo en el Museo del Greco. Toledo, 1912. MNR (cat. 26R)

Toledo, cuyas imágenes conservan los montajes sobre cartón que tanto se utilizaron en la época. En Sevilla encontramos a Eduardo Rodríguez Cabezas, más conocido como Dubois (Sevilla, 1884-1947), que fotografió el Alcázar de Sevilla, o a Vicente Gómez Novella (Valencia, 1871-1956), conocido por su estudio Photo Art Novella. De Jordao da Luz Perestrello se conserva un bonito álbum de imágenes de Canarias realizado para el Congreso Internacional de Turismo de Nueva York de 1923.

Otros fotógrafos nos permiten conocer algunas de las aficiones del marqués, como el alpinismo. Aquí cabe destacar, por su belleza, las imágenes de Antonio Victory Rojas (1890-1972) (cat. 53-55).

Es de lamentar que muchas imágenes conservadas no estén firmadas, y por tanto habrá que esperar a futuras investigaciones para arrojar luz sobre las autorías.

A pesar de la brevedad de esta mirada sobre las creaciones de la Comisaría Regia, queda patente que las iniciativas que desarrolló este organismo a nivel artístico se basaron sobre todo en la puesta en valor

de las obras preexistentes, y que sus producciones no llegaron a generar una imagen propagandística de España, ya que se trató de actuaciones parciales e inconexas, de gran valor sin duda, pero que no supieron aprovechar las posibilidades que ofrecía la incipiente industria.

EL PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO Y LA BÚSQUEDA DE LA IMAGEN PROPAGANDÍSTICA

La creación del Patronato Nacional del Turismo y la sustitución del obsoleto modelo personal de la Comisaría Regia, puso los cimientos a la creación de una industria turística a nivel estatal. A esto hay que sumar la fuerte inversión de capital con que contó este organismo en sus primeros años de vida, lo que posibilitó la puesta en marcha de un plan estratégico y general que aunó políticas de gestión, desarrollo y propaganda, tanto a nivel nacional como en el extranjero.

Uno de los aciertos del Patronato fue elaborar una estrategia a varios niveles y que cubría diferentes demandas, como el desarrollo de un plan de publicaciones, la creación de propaganda especializada, la formación de personal cualificado y el establecimiento de una red de oficinas en distintas ciudades de nuestro territorio, pero también en las principales capitales europeas.

La visión propagandística del Patronato fue muy concienzuda. Además de tomar como modelo las experiencias de otros países con mayor desarrollo turístico, se sirvieron por primera vez de las estadísticas, lo que permitió conocer mejor al turista, y por tanto, elaborar unas campañas concretas y dirigidas a las necesidades específicas. A tenor de los materiales conservados de los primeros años del Patronato, podemos advertir que hay un intento por definir una imagen de España, aprovechando los recursos existentes, pero también observando las posibilidades que la creación artística, en todas sus ramas, ofrecía a estos fines (véase cat. 112). Así, pintores, cartelistas, dibujantes, fotógrafos, cineastas, etc. se convertirían en el eje de las nuevas creaciones al servicio del turismo. Este hecho, que hoy asumimos como natural, supone, sin embargo, una ruptura con las creaciones de

la Comisaría Regia, ya que el arte pasa de ser uno de los principales reclamos turísticos, a convertirse a su vez en un medio propagandístico de primer orden.

Quizá una de las producciones más emblemáticas del Patronato fueron los carteles. Al poco tiempo de su formación, este ente debía enfrentarse con dos grandes retos, que si bien ya estaban planteados con anterioridad, era necesario llevar a cabo con éxito. Nos referimos a las exposiciones internacionales de Sevilla y Barcelona, celebradas en 1929. Para la promoción de la Exposición Iberoamericana de la capital hispanense, el Consejo de Enlace había convocado en 1926 un concurso para elaboración del cartel anunciador. El ganador del certamen fue Gustavo Bacarizas (Gibraltar, 1873 – Sevilla, 1971), formado en París y que había trabajado como escenógrafo. Con influjos del *art déco*, presentó una propuesta llena de contrastes cromáticos, con un primer plano colorista en el que una mujer, personificación de Iberia, acoge a otras nacionalidades delante de una esquematización de la Plaza de España (cat. 103).

El Patronato fue, desde sus inicios, sensible al poder visual del cartel turístico⁷, que ya habían usado con éxito compañías como Caminos de Hierro o Wagon-Lits. A nivel institucional de nuevo el ejemplo de Italia, entre otros, venía a demostrar las posibilidades de este soporte gráfico. Entre 1928 y 1929 se llevó a cabo una primera campaña de la que saldrían veinticinco carteles con motivos monumentales y de playas, realizados por los mejores cartelistas del momento como Rafael de Penagos (Madrid, 1889-1954) o José Loygorri Pimentel (Valladolid, 1889 – Madrid, 1957). Pero sería la citada Exposición Iberoamericana el germen de la mejor imagen de conjunto de España que se había realizado hasta la fecha. Se trataba de que todas las provincias españolas estuviesen representadas en el pabellón de Turismo. Para

7 La colección más completa de los carteles del Patronato Nacional del Turismo es la conservada por Turespaña, accesible a través de la página web de su Centro de Documentación. <http://www.iet.tourspain.es/es-es/documentacionturistica/consultabddocumental/paginas/default.aspx> (consulta 05/09/2013).

Cartel de Gustavo Bacarissas. *Sevilla. Exposición Ibero-americana. 1929*. BNE (cat. 103)

evitar que alguna de ellas se quedase sin participación, se prescindió de la idea de un concurso y se contactó con los principales artistas de la época, a quienes se pagaron quinientas pesetas por cada cartel⁸. Para estimular la creatividad de los autores, se nombró un jurado formado por el propio Bacarisas, José Francés y Vegué y Goldoni, que recompensaría con cinco mil pesetas las cinco mejores creaciones. De las cincuenta y una producciones, se premiaron los carteles de Sevilla, de Juan Miguel Sánchez (Puerto de Santa María, 1900 – Sevilla, 1973); Barcelona, elaborado por Federico Ribas (Vigo, 1890 – Madrid, 1952), Córdoba, de Carlos Sáenz de Tejada (Tánger, 1897 – Madrid, 1958), Málaga, de Ricardo Verdugo (Málaga, 1871 – 1930) y Baleares, de Josep Renau (Valencia, 1908 – Berlín, 1982) (véase cat. 118-124).

Para reforzar la imagen turística de España, en 1929 se preparó otra campaña de creación de carteles enfocada al verano, centrada en las playas y zonas pintorescas del norte. El resultado serán unas bellísimas recreaciones de Santander, San Sebastián o Roncesvalles, entre otros, realizadas nuevamente por artistas de prestigio, como Roberto Martínez Baldrich (Tarragona, 1895 – Madrid, 1959), Hipólito Hidalgo de Caviedes (Madrid, 1902-1994) y Eduardo Santonja Rosales (Madrid, 1899 – 1966), respectivamente. Posteriormente se hicieron otros carteles dedicados a Madrid y alrededores y a los paradores de Oropesa y Gredos, obra este último de Roberto Domingo Falolla (París, 1883 – Madrid, 1956), pintor especializado en temas taurinos (cat. 126).

Otros carteles significativos serán el realizado por Mariano Bertuchi Nieto (Granada, 1885 – Tetuán, 1955) sobre el Protectorado Español en Marruecos, o los que se hicieron en colaboración con entidades locales, como el firmado por Josep Morell (San Esteve d'en Bas, 1899 – Barcelona, 1949) de Sitges, publicado por la Sociedad de Forasteros de esta ciudad costera.

Sin duda, la realización de esta colección de carteles, impresos en diferentes idiomas, supuso un paso adelante en la configuración de la

8 Para más detalles sobre este punto, y las normas de producción de los carteles véase Herrero Riquelme 2012, p. 173-196.

César Pemán y Pemartin. *El arte en Cádiz* (cat. 138), editado en 1930 por el PNT, y uno de los carteles editados por el mismo organismo durante la Guerra Civil (Turespaña CDTE 37-02 R.707)

imagen propagandística de España en la que, a diferencia de otras producciones anteriores, se huyó de lo tópico y anecdótico y se mostraron vistas, monumentos y paisajes en un lenguaje que va del modernismo a la vanguardia.

En la etapa republicana del Patronato se añadió el sello de la República Española sobre los diseños ya existentes, que fueron reeditados en tiradas menores y apenas tuvieron difusión debido, entre otras cuestiones, a la merma presupuestaria que sufrió la institución (véase cat. 151-152).

Durante la Guerra Civil el bando republicano llevó a cabo numerosas campañas de protección del patrimonio, especialmente a través de la Junta del Tesoro Artístico⁹. El Patronato, integrado ahora en el

9 A este respecto puede consultarse el interesante catálogo de la exposición celebrada en el Museo del Prado: *Arte protegido. Memoria de la Junta del Tesoro Artístico durante la Guerra Civil*. Madrid: Ministerio de Cultura, 2003.

Ministerio de Propaganda, no dudó en utilizar los carteles para denunciar las acciones del bando nacional, en este caso a través imágenes fotográficas en las que se mostraban monumentos devastados, insertos en composiciones sencillas pero de gran impacto (cat. 157-159).

Pero esta emblemática labor cartelística llevada a cabo desde los inicios del Patronato no será la única contribución artística de este organismo. Las publicaciones tendrán también un importante protagonismo, como parte del proyecto general de propaganda. Recordemos que algunas colecciones seguían el diseño que la Comisaría había tomado de las ediciones italianas. Pero en otras ocasiones libros y folletos se convirtieron en el vehículo perfecto para mostrar nuevas imágenes de España (cat. 158).

Sin duda debemos destacar los diseños de anuncios para prensa, generalmente destinados a ser impresos a una tinta y, con menos frecuencia, a dos. Uno de los artistas que trabajó en ese proyecto fue José Hermúa, autor de diversos anuncios, entre los que señalaremos un curioso ejemplar sobre los beneficios de tratar bien al turista en nuestras tierras para que se convierta en nuestra mejor propaganda, fechado en 1931¹⁰. Lo llamativo de esta obra es la utilización de un símbolo inequívoco del turismo francés, la torre Eiffel (cat. 146). Otros diseños estaban claramente enfocados a publicaciones extranjeras como el anuncio tipográfico *Come to Spain*, de González Nadal que, según reza en la ficha del Patronato, se envió al *Daily Mail* de París en noviembre de 1931¹¹.

Para comprender la implicación de esta entidad con el arte, podemos también señalar la colaboración de Esteban Vicente (Turégano, 1903 – Nueva York, 2001) en la decoración de la oficina de París creando unos curiosos murales, cuyas imágenes se conservan en el Archivo General de la Administración¹² (cat. 130).

10 Archivo General de la Administración del Estado (AGA) (03)49.02-12.240.

11 Ídem.

12 AGA (03)49.02-12.295.

No podemos pasar por alto una de las contribuciones más importantes del Patronato al arte. Nos referimos a la fotografía, a menudo más ponderada por su vertiente documental, y que como hemos visto había sido utilizada en algunos de los carteles. Este organismo fue consciente desde sus inicios de la importancia de contar con fotógrafos de talento que inmortalizasen ciudades, parajes, monumentos y obras de arte, para poder difundir posteriormente esas imágenes en publicaciones, prensa, etc. Lo cierto es que colaboraron con los grandes profesionales del momento, como el ya citado Otto Wunderlich, Loty (Beçanson, 1885 – Francia, 1936), Vicente Moreno Díaz (Madrid, 1894-1953), hijo del también fotógrafo Mariano Moreno o Joaquín Ruiz Vernacci (Madrid, 1892-1975), entre otros.

Entre 1928 y 1936 se realizó una de las obras más ambiciosas del Patronato, el magnífico *Catálogo monumental de España* que se conserva en el Archivo General de la Administración¹³. Compuesto por 3.861 fotografías, es una fuente documental de primer orden, ya que reúne todas aquellas imágenes que se consideraron de interés turístico y cultural, y pone de relieve la calidad artística de muchas de ellas.

En 1938, el Servicio Nacional del Turismo puso en marcha las llamadas «Rutas de Guerra», proyecto que actuaría como propaganda de la causa, al tiempo que permitiría la entrada de divisas. Algunos fotógrafos se encargaron de inmortalizar estos viajes, en los que los expedicionarios eran acompañados por aleccionados intérpretes¹⁴. Las tomas fotográficas se convirtieron en el testimonio perfecto que necesitaba el nuevo gobierno para dar fe de que España, a pesar de la contienda, era un destino turístico tranquilo. Entre estos autores podemos citar al pictorialista Diego Quiroga y Losada, marqués de Santa María del Villar (Madrid, 1880 – San Sebastián, 1976), que

¹³ Esta colección está digitalizada y accesible a través de la página web del AGA. <http://www.mcu.es/archivos/MC/AGA/CME/CME.html> (consulta 05/09/2013)

¹⁴ Resulta de gran interés sobre esta materia el artículo de Correyero Ruiz 2011, p. 123-134.

captó instantáneas de estos turistas y que al finalizar la guerra colaboró en la documentación de las ruinas de los pueblos y ciudades trabajando con el equipo de Regiones Devastadas (cat. 163).



Podemos concluir señalando que la relación entre el arte y el turismo ha sido fecunda desde sus inicios. A medida que el turismo se ha estructurado y organizado, ha requerido del arte unos recursos concretos. Desde la visión de atraer al visitante por medio de las obras artísticas preexistentes, hasta la creación de objetos realizados *ex novo* para estos fines, se ha recorrido un largo camino. La Comisaría Regia no supo ver —o no pudo costear—, el enorme potencial que la creación artística le ofrecía, aunque es evidente que Benigno de la Vega Inclán intuía los nuevos caminos. Pero no será hasta que el turismo se profesionalice, con el Patronato Nacional del Turismo, cuando se aprovechen los recursos artísticos y se recurra a expertos que gozarán de reconocimiento y de una amplia difusión de sus trabajos. Lamentablemente todas estas iniciativas tuvieron lugar en un ambiente político y social muy inestable, que impidió el completo desarrollo de las estrategias turísticas emprendidas, y que obligó, en muchos casos, a paralizar iniciativas que quizá hubieran resultado muy exitosas.

Bibliografía

CORREYERO RUIZ, Beatriz. «Las rutas de guerra y los periodistas portugueses». *Historia y comunicación social*, nº 6 (2011), p. 123-134

HERRERO RIQUELME, Rocío. *Madrid en los carteles de turismo, 1900-1977*. Tesis doctoral. Universidad Rey Juan Carlos, 2011

—. «El cartel como instrumento de promoción en los inicios del turismo español», en *V Jornadas de investigación y turismo: Turismo y sostenibilidad*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2012, p. 173-196

Imagen romántica de España. Catálogo de exposición. Madrid: Ministerio de Cultura, 1981

- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS. *Catálogo de carteles oficiales de turismo, 1929-1959*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2005
- LÓPEZ MONDÉJAR, Publio. *Historia de la fotografía en España*. Barcelona: Lunweg, 2005
- LÓPEZ ONTIVEROS, Antonio. *La imagen de Andalucía según los viajeros ilustrados y románticos*. Granada: Cuadernos del Museo, 2008
- MARTÍN EMPARAN, Ainhoa. *El diseño gráfico en la Exposición Iberoamericana de Sevilla, 1929*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga, 2008
- MENÉNDEZ ROBLES, María Luisa. *El marqués de la Vega Inclán y los orígenes del turismo en España*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2003
- . *La huella del marqués de la Vega Inclán en Sevilla*. Sevilla: Diputación Provincial, 2008
- MORENO GARRIDO, Ana. «Turismo de élite y administración turística de la época (1911-1936)». *Revista de Estudios Turísticos*, n.º 163-164 (2005), p. 31-54
- . «El primer sueño del turismo español. Propaganda y desarrollo turístico en los años veinte». *Journal of Spanish Cultural Studies*, v. 13, n.º 3 (2012), p. 234-259
- NAVASCUÉS PALACIO, Pedro. *El arte español en el sello*. Barcelona: Lunweg, 2003
- REYERO, Carlos, y Mireia FREIXA. *Pintura y escultura en España, 1800-1910*. Madrid: Cátedra, 1995
- ROMERO DE TORRES, José Luis. *Los barro malagueños del Museo de Unicaja de Artes Populares Mesón de la Victoria*. Málaga: Unicaja Obra Socio Cultural, 1993
- SÁNCHEZ VIGIL, Juan Miguel. *Del daguerrotipo a la instamatic. Autores, tendencias, instituciones*. Gijón: Trea, 2007
- TEIXIDOR, Carlos. *La tarjeta postal en España, 1892-1915*. Madrid: Espasa Calpe, 1999
- TORRES GONZÁLEZ, Begoña. *Selección del Gabinete de Estampas del Museo Romántico*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura, 1999, p. 23
- Una puerta abierta al mundo. España en la litografía romántica*. Catálogo de exposición. Madrid: Compañía Literaria, 1994
- VALDIVIESO, Enrique, y José FERNÁNDEZ LÓPEZ. *Pintura romántica sevillana*. Sevilla: Fundación Endesa, 2011