

Apuntes y reflexiones sobre las Artes, las Historias y las Metodologías

NOEMI CINELLI
[COMP.]




RIL editores

APUNTES Y REFLEXIONES SOBRE LAS ARTES,
LAS HISTORIAS Y LAS METODOLOGÍAS

VOLUMEN 3



Fondecyt

Fondo Nacional de Desarrollo
Científico y Tecnológico
Proyecto Nro. 11160359



**Instituto de Estudios
Sociales y Humanísticos**

NOEMI CINELLI
(COORDINADORA)

APUNTES Y REFLEXIONES
SOBRE LAS ARTES,
LAS HISTORIAS
Y LAS METODOLOGÍAS

VOLUMEN 3



RiL editores

709 Cinelli, Noemi
C Apuntes y reflexiones sobre las artes, las historias y las metodologías, Vol. 3 / Compilación: Noemi Cinelli. – – Santiago : RIL editores • Universidad Autónoma de Chile, 2019.

306 p. ; 23 cm.

ISBN: 978-956-01-0721-3

1 ARTE-HISTORIOGRAFÍA. 2 MUSEOGRAFÍA.



*Este libro contó con la aprobación
del Comité Editorial y referato externo.*

APUNTES Y REFLEXIONES SOBRE LAS ARTES,
LAS HISTORIAS Y LAS METODOLOGÍAS
VOLUMEN 3
Primera edición: octubre de 2019

© Noemi Cinelli, 2019
Registro de Propiedad Intelectual
N° 309.323

© RIL® editores, 2019

SEDE SANTIAGO:
Los Leones 2258
CP 7511055 Providencia
Santiago de Chile
☎ (56) 22 22 38 100
ril@rileditores.com • www.rileditores.com

SEDE VALPARAÍSO:
valparaiso@rileditores.com

SEDE ESPAÑA:
europa@rileditores.com • Barcelona

© Centro de Comunicación de las Ciencias, 2019
Universidad Autónoma de Chile
<https://ciencias.uautonoma.cl> | ciencias@uautonoma.cl
ISBN Universidad Autónoma de Chile 978-956-8454-52-4
ISBN OBRA COMPLETA 978-956-8454-49-4

Composición, diseño de portada e impresión: RIL® editores

Impreso en Chile • *Printed in Chile*

ISBN 978-956-01-0721-3
ISBN OBRA COMPLETA 978-956-01-0718-3

Derechos reservados.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	9
PRESENTACIÓN.....	11
USOS DEL ARCHIVO. VISUALIDAD Y POLÍTICA EN LA PRODUCCIÓN ROSARINA DE LOS SESENTA	15
<i>María Elena Lucero</i>	
LA MODALIDAD DE AGENCIAMIENTO DE LOS ARTISTAS-GESTORES EN UNA SELECCIÓN DE ESPACIOS AUTOGESTIVOS CULTURALES DE LA CIUDAD DE LA PLATA.....	43
<i>María Cristina Fukelman • María Victoria Trípodí</i>	
LA IMAGEN ARDE POR EL DESEO QUE LA ANIMA: «FUERA!», FOTOGALERÍA A CIELO ABIERTO.....	61
<i>Noelia Zussa</i>	
TALLER DEL CALEIDOSCOPIO Y DIONISIA: DOS ESPACIOS CULTURALES EMERGENTES EN LA CIUDAD DE LA PLATA, ARGENTINA	75
<i>Clarisa López Galarza • Elisabet Sánchez Pórfido</i>	
MUSEALIZACIÓN DE LA NATURALEZA, HISTORICIDAD Y EXPERIENCIAS DEL TIEMPO.....	99
<i>Mannuella Luz de Oliveira Valinhas</i>	
CUERPO Y BELLEZA EN LA DANZA. LA INFLUENCIA DE LA NECESIDAD INTERIOR EN EL CUERPO DANZANTE.....	125
<i>Grit Kirstin Koeltzsch</i>	
MÁS ALLÁ DE LOS SAMBAS-EXALTACIÓN: OTRAS VOCES BAJO UN RÉGIMEN DICTATORIAL	149
<i>Adalberto Paranhos</i>	

«CABRA MARCADO PRA MORRER»?:
FERREIRA GULLAR, MILITANCIA, CREACIÓN ARTÍSTICA Y PRODUCCIÓN
TEATRAL EN EL BRASIL DE LOS AÑOS 60 171
Kátia Paranhos

DE «IRREVERENTE E INVENTIVO» A «EL CAZADOR DE MUSICALES»:
EL DIRECTOR TEATRAL LUÍS ANTÔNIO MARTINEZ CORRÊA
POR LA CRÍTICA 187
Cássia Abadia da Silva

VASOS COMUNICANTES. LA POÉTICA SURREALISTA
EN EL CINE DE BIGAS LUNA 207
Gonzalo M. Pavés

LA CONSTRUCCIÓN FOTOGRAFICA DEL TURISMO:
EL CASO DE COSTA BRAVA 233
Carmelo Vega de la Rosa

IDENTIDAD CULTURAL EN EL OBJETO SOUVENIR.
EL CASO DE CHILOÉ 259
Claudio Andrés Petit-Laurent Charpentier

FOTOGRAFÍA Y CULTURA VISUAL PUNTANA: LA CONSTRUCCIÓN
DE LA IDENTIDAD Y EL ESPACIO LOCAL EN EL
ARCHIVO FOTOGRAFICO JOSÉ LA VÍA 281
Carlos Andrés González

LA CONSTRUCCIÓN FOTOGRÁFICA DEL TURISMO: EL CASO DE COSTA BRAVA

Carmelo Vega de la Rosa

Universidad de La Laguna, Departamento de Historia del Arte y Filosofía
cvega@ull.edu.es

RESUMEN

La década de los '60 fue un periodo crucial para el desarrollo de la industria del turismo de masas en España, cuya influencia política, económica y cultural venía apreciándose ya desde principios del siglo XX, con la creación de grandes infraestructuras hoteleras y mejoras en los medios de transporte y comunicación. A partir del estudio del caso concreto de Costa Brava, intentamos determinar el modo en el que la fotografía contribuye a crear y reforzar la imagen de un destino turístico, revisando e interpretando críticamente las publicaciones turísticas (guías, folletos) y los ensayos fotográficos sobre el lugar. Tomando como referencia las ilustraciones gráficas y la literatura turística desde principios del siglo hasta los años '70, se analiza la aparición y evolución de determinados motivos recurrentes de la imagen turística de esta zona del litoral mediterráneo catalán, prestando especial atención a los trabajos fotográficos de Francesc Català Roca, Ramón Dimas y, sobre todo, Xavier Miserachs, con su fundamental libro *Costa Brava Show* (1968), que marcó nuevas pautas de interpretación fotográfica del turismo como fenómeno social y cultural y renovó las visiones pintorescas y costumbristas de España que había ofrecido la fotografía hasta entonces. De esta revisión puede concluirse no solo la importancia del valor testimonial de la imagen fotográfica como instrumento de registro de las transformaciones radicales que el fenómeno del turismo genera sobre el territorio y la cultura local sino también, el papel que la fotografía ha tenido en los procesos

de definición y construcción de estereotipos sobre los paisajes turísticos contemporáneos.

Palabras clave: Fotografía; turismo; Costa Brava; España

ABSTRACT

The decade of the 60s was a crucial period for the development of the mass tourism industry in Spain, whose political, economic and cultural influence had been appreciated since the beginning of the 20th century, with the creation of large hotel infrastructures and improvements in transports and communications. From the study of the specific case of Costa Brava, we try to determine the way in which photography contributes to create and reinforce the image of a tourist destination, reviewing and critically interpreting tourist publications (guides, brochures) and photographic essays on the place. Taking as reference the graphic illustrations and the tourist literature from the beginning of the century until the 70s, the emergence and evolution of certain recurring motifs of the tourist image of this area of the Catalan Mediterranean coast are analyzed, paying special attention to the photographic works of Francesc Català Roca, Ramón Dimas and, above all, Xavier Miserachs, with his fundamental book Costa Brava Show (1966), which set new standards for the photographic interpretation of tourism as a social and cultural phenomenon, renewing the picturesque and traditional views of Spain that had offered the photography until then. From this review can be concluded not only the importance of the testimonial value of the photographic image as an instrument for recording the radical transformations that the phenomenon of tourism generates on the territory and local culture, but also the role that photography has had in the processes of definition and construction of stereotypes about contemporary tourist landscapes.

Keywords: Photography; tourism; Costa Brava; Spain

La publicación en 1966 del libro *Costa Brava Show*, del fotógrafo barcelonés Xavier Miserachs, señaló un punto de inflexión de los proyectos fotográficos y los modelos editoriales habituales de información turística sobre esta región catalana y, por extensión, sobre una España que empezaba a experimentar las mutaciones derivadas del fenómeno del turismo de masas que el régimen franquista favoreció y potenció como fuente principal de «divisas» y de progreso del país. Aunque *Costa Brava Show* se concibió principalmente como un libro de fotografías que reflexionaba sobre las consecuencias del turismo, el trabajo de Miserachs puede integrarse en un conjunto de obras características de este periodo en las que la imagen fotográfica se puso al servicio de la descripción y/o revisión del territorio español bajo la perspectiva de las nuevas condiciones impuestas por esa industria turística. En consecuencia, planteamos aquí una lectura de ese libro como un eslabón crucial del proceso de construcción del imaginario turístico de la Costa Brava.

Como puede suponerse, el libro de Miserachs no fue el primero ni sería el último dedicado a esta zona de la costa catalana que, desde finales del siglo XIX, había ido consolidado su prestigio como destino de ocio vacacional y que ya a mediados de los sesenta fue definiéndose como uno de los principales focos de atracción del turismo en España, sufriendo como otros centros similares de la costa importantes transformaciones urbanísticas y cambios radicales en su entorno natural, cultural y social¹.

ATRAYENDO FORASTEROS

En las primeras décadas del siglo XX, se había dado forma ya a una primera representación gráfica estandarizada de la Costa Brava, que combinaba el entusiasmo poético y sublime de las descripciones literarias y pictóricas sobre las bellezas de su entorno natural —en el que Santiago Aguilar ubicaba, en 1939, «el alma romántica de

¹ Sobre las primeras manifestaciones del «turismo balneario» de élite y los modelos de urbanización de la Costa Brava como ciudad-jardín, véase: Ramos, 2015, pp.114-135. Sobre el uso de la fotografía en la guías turísticas de la Costa Brava, que puede consultarse en Musquera, 2014, pp. 623-634.

Cataluña»: la orografía costera, la geología cambiante, la vegetación desbordada, la bonanza climática o «las arenas de seda de sus playas»-, con las alusiones al carácter pintoresco y a la placidez del paisaje mariner y rural que invitaban a la ensoñación y al sosiego del visitante: «Ningún rincón del mundo mejor preparado para la felicidad. Allí el luchador de las ciudades encuentra la medida exacta de su calma. Allí, el cuerpo fatigado recobra su juventud» (Aguilar, 1936, p. 14).

Esta interpretación optimista y emocionada de la naturaleza, la cultura o la historia local se fue transmitiendo con pocas variaciones en los textos y artículos que empezaron a publicarse en las revistas ilustradas de divulgación general de aquellos años (por ejemplo, *La Esfera*, *Estampa*, *Crónica*, *D'ací i d'allà*), en los primeros folletos turísticos sobre la Costa Brava (entre otros, *La Costa Brava*, escrito por Vicenç Solé de Sojo, y editado en 1929 dentro de la Biblioteca de Turismo de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona), o en obras más especializadas como la guía de itinerarios *La Costa Brava* publicada, en 1922, por el Centre Excursionista de Catalunya.

La mayor parte de las fotografías que acompañaban a esos artículos o folletos (firmadas, entre otros, por Pedro Cano Barranco, Sabater, Ribera i Llopis, Gaspar o Torrens) insistían precisamente en la belleza del paisaje natural, en el encanto singular de una costa rocosa de «formas absurdas, arbitrarias [que] solo puede concebirlas la Naturaleza o el cerebro desequilibrado de un escultor loco» (Solsona, 1930, pp. 11-13), en las vistas panorámicas y «perspectivas» de poblaciones y en unas playas aún poco transitadas, primero con paseantes deambulando por sus orillas y, más tarde, con bañistas jugando en la arena o refrescándose en el agua.

Fue también en ese periodo en el que comenzó a definirse una primera trama de ordenación turística del territorio, con la construcción, sobre todo, de viviendas vacacionales y de algunos pocos establecimientos hoteleros que irían incorporándose al sustrato urbanístico ya existente de las antiguas poblaciones, siguiendo a veces, directrices de planeamiento y, en otros casos, operando desde la improvisación.

UNA GUÍA GENERAL Y VERÍDICA

En términos generales, ese fue el escenario que el escritor José Pla contempló durante su viaje por la Costa Brava y que describió en el libro *Costa Brava. Guía general y verídica*, una de las obras inaugurales de la literatura turística de este periodo en España. Publicado en 1941 por la editorial Destino, el trabajo de Pla iba a ser uno de los primeros proyectos contemporáneos de edición de libros planteado como guía con información para los turistas que recorrieran la zona². Sin embargo, y como puntualizó Alberto Puig, autor del prólogo, «a pesar del título de Guía, este libro ni por un momento es áspero ni desabrido». El propio Pla negó siempre el carácter funcional de la obra como guía: más bien se trataba de una narración donde los datos y el mensaje turístico se ponían al servicio de un discurso literario que pretendía mostrar una visión personal de estos lugares y ofrecer la experiencia propia y directa del viaje, trufada de anécdotas y de recuerdos, como orientación para futuros visitantes.

Este primer texto fue la base para las sucesivas ediciones que Pla hizo del libro, incorporándose más tarde a la colección Guías de España que Destino siguió publicando hasta finales de los años '70, primero con el título de *Guía de la Costa Brava* (de la segunda a la cuarta edición, entre 1945 y 1955), y, a partir de la quinta edición de 1965, con el de *Costa Brava*.

² De esa misma época es también el libro *Apología turística de España*, de Rafael Calleja, publicado en 1943 por la Dirección General del Turismo, cuyas fotografías sobre la Costa Brava fueron realizadas por W. Conitz, Antonio Campaña, Ilse Steinhof, Oliveres y Adolf Zerkowitz. Esa misma Dirección General del Turismo publicó, por esos años, el folleto *Costa Brava*, con la dirección artística de Calleja, y con nuevas fotografías de Conitz, Jordi Vidal, Kindel, Archivo Más, Marti, Steinhoff, Zerkowitz, y un dibujo de Morell, usado como cubierta. En general, esas fotografías daban una imagen cosmopolita y moderna de los turistas que visitaban y contemplaban los paisajes de una Costa Brava casi virgen e inexplorada: «Día a día fue extendiéndose la fama de estos lugares. Y el millonario, o el artista mundial, o la actriz de cinema, han sabido elegir este ambiente para hundir su espíritu y sus ojos en una calma que difícilmente encontrarían en otro rincón de la tierra [...]. El turismo afluje constantemente, en oleadas fervorosas, que año a año se multiplican».

Desde el punto de vista de la fotografía, estas guías de Ediciones Destino plantearon un modelo que pronto se convirtió en tendencia y que alcanzaría proyectos editoriales de una notable calidad, incluso en otros ámbitos no específicamente turísticos –por ejemplo, la colección Palabra e Imagen de la Editorial Lumen. En todos ellos, la imagen fotográfica fue adquiriendo un protagonismo cada más relevante, pasando de ser una mera ilustración del texto a convertirse en auténticos ensayos complementarios de la parte literaria. De hecho, las sucesivas versiones del libro de Pla muestran también ese nuevo rol editorial que se fue asignando a la fotografía durante los años ‘60, puesto que cada una de esas ediciones incorporaba mejoras sustanciales en el plano visual e incluía el trabajo de nuevos fotógrafos.

La primera edición de 1941 de *Costa Brava. Guía general y verídica* incluía solo diez imágenes fotográficas, con una deficiente calidad de impresión y sin hacer mención al nombre de sus autores. La segunda edición (1945), mejoraba tanto el diseño –con fotografías que ocupaban ya una página entera– como la calidad y cantidad de las imágenes, realizadas por un nutrido grupo de fotógrafos profesionales (entre otros: Archivo Mas, Casas, Gaspar, Roisin o Zerkowitz) y aficionados. La tercera (1948), incorporaba más fotografías, ganando también en calidad de impresión; lo mismo ocurrió en la cuarta edición de 1955, cuyo número de páginas (512) se había incrementado casi el doble respecto de la edición original.

En la quinta edición de 1965 se modificó y actualizó la parte gráfica del libro: además de algunas fotografías de Archivo Mas (13), J. Tous Casals (5) y R. Alsius (1), el resto de las imágenes (273) fueron realizadas por el fotógrafo Ramón Dimas, que ya había ilustrado otros volúmenes de la colección en sus distintas ediciones (*El país vasco*, 1953, con texto de Pío Baroja; *Galicia*, 1957, con texto de Carlos Martínez-Barbeito; *Andalucía*, 1958, con texto de José María Pemán; o, *El país valenciano*, 1962, con texto de Joan Fuster), y que al año siguiente, colaboraría también en la guía dedicada a *Las Canarias orientales* (1966, con texto de Claudio de la Torre). Finalmente en 1978, Pla volvió a presentar con Destino una nueva versión con el título de *La Costa Brava*, esta vez ilustrada exclusivamente con

fotografías de Francesc Català Roca quien, a su vez, como se verá más adelante, ya había publicado en 1958, una excelente selección de su trabajo fotográfico en el libro *Costa Brava* (Ediciones Cid), con texto de Luis Romero.

A pesar de esos continuos cambios en la parte fotográfica del libro, tanto el contenido como su estructura a partir de itinerarios, se mantuvo casi intacta a lo largo de las diferentes ediciones, salvo las pertinentes actualizaciones de datos e informaciones. En su relato del viaje por la Costa Brava, Pla propuso un trayecto que arrancaba en Blanes y llegaba a Port Bou, en la frontera con Francia, es decir el recorrido lógico que haría un viajero desde Barcelona y «las poblaciones industriales de Cataluña». A excepción de algunas publicaciones editadas en el extranjero, esa iba a ser la ruta habitual que plantearon las guías turísticas españolas a partir de entonces y, en consecuencia, ese fue el orden que siguieron la mayoría de fotógrafos para presentar sus trabajos.

Otra estrategia discursiva de su viaje consistió en diseñar un relato paralelo de miradas sobre el territorio desde y hacia el mar, señalando que:

El lector encontrará en esta Guía todas las maneras de llegar a la costa viniendo del interior; pero la novedad de ella consiste en que esta es una guía para navegar la costa. Se ve pues, en ella, el mar desde la tierra; pero aprovechando mi experiencia personal, he tratado de dar también una visión de la tierra desde el mar. (Pla, 1941, p. 12)

Además de las descripciones generales de cada una de las poblaciones y rincones de la costa, de su origen e importancia a lo largo de la historia –con continuas alusiones a los textos de numerosos eruditos locales–, de los aspectos culturales, de las tradiciones populares o de las peculiaridades gastronómicas, la intención del escritor fue trazar, como habría hecho un naturalista decimonónico, la geografía física (o, más bien en este caso, la topografía poética) del lugar, precisando la variedad de su tejido geológico, el color de los paisajes (las coloraciones dominantes, los cambios de color, el color de la piedra, el color del mar), la «riqueza arbórea» y la vegetación

que «llega a flor de agua», la climatología, el aire, los vientos, el olor o los sonidos de la Costa Brava.

Cuando Pla redactó la primera versión de su texto, para la edición de 1941, el turismo era ya una actividad expandida, con claras implicaciones en el territorio. Por supuesto, la *Guía* mencionaba la existencia de fondas, pensiones, pequeños hoteles, tabernas y restaurantes populares, así como indicaciones sobre los medios de comunicación y transportes, con reseñas sobre navegación (refugios en la costa, atraque en las playas, exposición a los vientos) y estado de las carreteras, sobre todo aquellas con interés «desde el punto de vista panorámico –o simplemente turístico–». Sin embargo, sus juicios sobre el turismo en esta zona se movían dentro de lo que podríamos llamar una contradicción paradójica, señalando, por un lado, sus aspectos negativos como un sistema de transformación radical del espacio y de las costumbres, y como un fenómeno de masas global y banal –que, como en el caso de Tossa había desplazado el turismo cosmopolita y artístico de antaño por «una afluencia turística infinitamente más burguesa» (Pla, 1941, p. 41)–, de consecuencias predecibles que daba a la mayoría de sus realizaciones «un tal aire de provisionalidad [de] aspecto un poco suburbial» (Pla, 1941, p. 58). Frente a esta interpretación del poder destructivo del turismo –de la «improvisación moderna»–, el propio Pla se refirió, en ocasiones, a sus efectos positivos como signo necesario de progreso, señalando las condiciones turísticas de algunos enclaves no explotados y recomendando la construcción de hoteles en determinadas poblaciones o la creación de nuevas carreteras y caminos para «abrir» al turismo «trozos de nuestra costa más desconocidos y remotos» (Pla, 1941, p. 262).

Las ediciones sucesivas de la *Guía* de Pla nos ofrecen además un fascinante argumento secuencial cronológico que refleja muy bien las secuelas del turismo sobre el territorio de la Costa Brava, convertido en un paisaje de permanente cambio. Si se compara, por ejemplo, esa primera edición de 1941 con la versión de 1965 ilustrada por Ramón Dimas –la más cercana en el tiempo al *Costa Brava Show* de Miserachs–, se descubre sin dificultad ese proceso incesante de

transformación turística de la costa, con la incorporación o modificación de párrafos del texto original, que actualizaban las impresiones del escritor y creaban una trama de situaciones del pasado frente a las condiciones del presente que le obligaban a rectificar, a veces sutilmente, las palabras e impresiones escritas unas décadas antes.³

ANDAR Y VER

Diez años después de aparecer la primera edición del libro de Pla, se publicó *La Costa Brava* una nueva guía de pequeño formato, redactada por el escritor y periodista Néstor Luján, y editada en Barcelona por Noguer, dentro de su Colección Andar y Ver. Guías de España. En su presentación del libro, Luján –que, por entonces, dirigía la revista *Destino*, de la que Pla fue uno de sus más prestigiosos colaboradores–, reconoció la importancia y la influencia que el texto de este tenía en cualquier aproximación literaria sobre esta zona y, desde luego, tanto la estructura de la guía, organizada según itinerarios «para una visita completa a la Costa Brava», como el estilo descriptivo y las reflexiones sobre el papel del turismo recordaban muchas de las opiniones e ideas ya expresadas por aquel. No obstante, y considerando que el objetivo de la guía era ante todo «señalar y orientar un poco al viajero», Luján incluyó al final de su libro un «suplemento de información práctica», con datos sobre hoteles y restaurantes, automóviles de alquiler y garajes, bancos, oficinas de turismo y agencias de viaje, fiestas mayores, corridas de toros y un

³ Así, por ejemplo, si en 1941 Pla describía Calella simplemente como «un pueblecillo de pescadores», en 1965 lo hacía señalando que «Calella es –o mejor dicho era, antes de que el turismo adquiriera caracteres masivos– un pueblecillo de pescadores». Igualmente, al referirse en la quinta edición del libro a las favorables condiciones de Palamós como centro veraniego, algo que ya había señalado en 1941, añadió: «Como no podía ser de otro modo, el turismo ha invadido la población y le da nuevos días de esplendor. Es mucha la gente que pasa por aquí en verano. Al fin de la temporada, llegan al puerto barcos procedentes del norte de Europa con pasajeros ávidos de sol. Y, en general, no quedan defraudados» (Pla, 1965, p. 155). Este tipo de actualizaciones, que confirmaban la capacidad del turismo para transformar los espacios geográficos y las actividades económicas y sociales de los lugares de destino, se repitieron una y otra vez a lo largo de las páginas del libro.

cuadro de comunicaciones (trenes, autobuses y líneas marítimas) y de distancias desde la frontera francesa y desde Barcelona.

Siguiendo el modelo de guía de bolsillo impuesto por Noguera, la parte literaria del libro no era demasiado extensa, lo que determinaba un uso más conciso del lenguaje. A diferencia de las publicaciones de Destino, estas guías diferenciaban texto e imagen, de modo que el primero servía de preámbulo a las fotografías, que fueron realizadas por varios autores, con importantes diferencias de contenido en las distintas y sucesivas ediciones: así, las dos primeras de 1951 y 1952 fueron ilustradas exclusivamente por el fotógrafo Eugen Haas (con un total de 54 fotografías), mientras que su presencia se redujo a la mínima expresión en la tercera edición de 1957 (con dos imágenes) y en la cuarta de 1963 (solo una), incorporando un conjunto diverso de fotografías (63) de, entre otros, Casas, Campaña y Puig-Ferrán, Archivo Mas y Francesc Català Roca, que aportaron una visión renovada de la zona y, en algunos casos, más adaptada a las nuevas exigencias turísticas.

Además de la relación pormenorizada de los itinerarios que partían, de nuevo, desde Blanes para llegar a Port Bou, Luján incorporó dos breves capítulos finales dedicados a «La cocina en la Costa Brava y Costumbres y tradiciones» (en el que analizaba «el canon luminoso de la sardana» y «la versión catalana de la habanera»). Por otro lado, al tratarse de una publicación de índole turística que aspiraba a ofrecer algo más que meros datos, el texto se detenía en una serie de interesantes reflexiones sobre las posibilidades y las consecuencias del fenómeno del turismo. Tras enumerar los motivos de atracción de la Costa Brava, no dudó en calificar de «milagro» lo que había ocurrido y estaba ocurriendo allí gracias al impulso del turismo de masas, afirmando, en la edición de 1963 que:

En estos últimos años, el prodigioso incremento del turismo internacional ha cambiado la faz de todas las poblaciones de la Costa Brava. Algunas de ellas, antes lugares apacibles, casi olvidados, multiplican ahora copiosamente en verano el número de sus habitantes circunstanciales. Un turismo nutridísimo, ávido de sol y de esas virtudes únicas del mar Mediterráneo que llegan a quintaesenciarse en esta costa

privilegiada, ha producido el milagro de transformarlo todo. El tranquilo acontecer de antaño se ha visto truncado ante la inaplazable necesidad de albergar, atender y complacer a esta densa corriente turística que ha dado lugar, en pueblos y villas del litoral gerundense, a un desarrollo urbanístico y a un despliegue hotelero insospechados. (Luján, 1963, pp. 5-6)

LA «INVASIÓN TUMULTUOSA»

Para Luján la creación de «nuevos núcleos habitados» y la «invasión tumultuosa del paisaje» por el «ciudadano de vacaciones», tenía también sus efectos adversos, pues el turismo generaba un conjunto de contrastes ambientales y espaciales en el propio territorio, coexistiendo poblaciones bien planificadas, urbanizadas y ordenadas junto a otras en las que primaba, según sus propias palabras, lo anárquico, lo improvisado, lo desarticulado, lo abigarrado y lo heterogéneo. Sin embargo, una de las ideas más sustanciales del texto fue la consideración del turismo como espectáculo. Un «espectáculo humano babélico» que daba «color» y «escándalo» al paisaje local y que, en algunos momentos, había llegado a generar, como había ocurrido en Tossa, una suerte de «contraturismo» español:

Tossa fue el primer pueblo de la Costa Brava donde el turismo adquirió una densidad multitudinaria. Por ello, durante algún tiempo, y ante la novedad del fenómeno, Tossa conoció la existencia de un contraturismo: iban caravanas de autocares españoles a ver el mundo prodigioso y pintoresco del turismo playero internacional. (Luján, 1963, p. 15)

Como ya le había ocurrido a Pla, en las diferentes ediciones de la guía Luján se vio obligado a modular y actualizar sus impresiones sobre la Costa Brava, incorporando nuevos fragmentos al texto original, casi todos ellos relacionados con las aceleradas mutaciones que el turismo estaba produciendo en la región. Desde el punto de vista literario, Luján resolvió la cuestión cambiando el relato en tiempo presente que había usado hasta la edición de 1957, por el pasado que utilizó ya en la de 1963: por ejemplo, al hablar de Estartit en

1957, afirmaba que «es un pueblo de pocos habitantes, todos ellos pescadores», mientras que en 1963, escribió que «antes de la gran arremetida del turismo, era un pueblo de pocos habitantes, todos ellos pescadores»; de manera similar, Cadaqués fue descrita en 1957 como una población que «está en absoluta decadencia» mientras seis años más tarde lo haría señalando que «como población estaba en absoluta decadencia antes de ser revalorizada por el turismo».

PERDIENDO PAISAJES

Esta interpretación positiva de la actividad turística como signo de «brillante porvenir» y de «esplendor», compartida por la mayoría de las publicaciones de la época, dejó paso a una visión un poco más crítica de las mutaciones aceleradas del territorio por el turismo, en el texto que Luis Romero firmó para *Costa Brava*, publicado en Barcelona en 1958 por Ediciones Cid, una obra que venía a reforzar un nuevo concepto de libro fotográfico que superaba la condición de guía turística al uso, pues tanto el formato casi cuadrado (26 x 24 cm.) como el sistema de presentación de las imágenes (la mayoría a página completa y sin márgenes), hacían de él, ante todo, un libro para contemplar y leer. El autor de la parte fotográfica de la obra, compuesta por 106 imágenes en blanco y negro, fue Francesc Català Roca, bien conocido ya en aquellos momentos por sus reportajes fotográficos y por algunas publicaciones que, desde principios de los años 50 habían avanzado en esta línea del libro fotográfico, como *Barcelona* (Editorial Barna, 1954, con texto del propio Luis Romero), *Guía de Cuenca y principales itinerarios de su provincia* (Editorial Planeta, 1955, con texto de César González Ruano), o la guía *Madrid* (1958, con texto de Juan Antonio Cabezas) para la colección de Guías de España de Ediciones Destino, a la que más tarde seguirían, entre otros, *Mallorca, Menorca e Ibiza* (1962, con texto de José Pla), *Castilla la Nueva* (1964, Gaspar Gómez de la Serna), *Cataluña* (1971, José Pla), *Murcia* (1971, José Vicente Mateo), o *La Costa Brava* (1978, José Pla), además de otros proyectos editoriales

sobre artistas españoles contemporáneos o el libro *Tauromaquia* (Editorial Nauta, Barcelona, 1968) con texto de Néstor Luján.

Siguiendo de nuevo a Pla, el *Costa Brava* de Romero y Català Roca se planteó como un viaje descriptivo incorporando, por lo tanto, una idea de recorrido y de itinerario (Blanes/ Port Bou), bien por tierra (las carreteras, los caminos), bien por mar (la navegación por la costa). Sobre esa estructura y orden geográfico, se fueron desgranando uno a uno todos los elementos relacionados con la historia, el arte, la arqueología, las industrias, las costumbres, tradiciones y fiestas y, en general, los paisajes naturales de la región (la vegetación, la geología, la orografía costera, las playas).

La entusiasta visión literaria de este «espectáculo» natural que, por ejemplo, descubrió al visitar Fornells, describiéndola como «una perfecta conjunción de mar, árboles y tierra que ofrecen el espectáculo de hermosura femenina» (Romero y Català, 1958, p. 119) chocaba, sin embargo, con una profunda sensación melancólica de pérdida de un paisaje y de un tiempo, ya irrecuperables y mancillados por el turismo y la «inflación veraniega». Como «enemigo de las aglomeraciones», Romero reivindicaba y contraponía en su texto una idea de la naturaleza como purificación buscando la «recóndita quietud», el silencio, la intimidad y el recogimiento de las calas y playas de «soledad perfecta», el placer de la contemplación del paisaje o, «fuera de estación», la impresión invernal «de lejanía, de soledad, mansa y agradable, quizás vagamente nostálgica, pero nunca desesperada» (Romero y Català, 1958, pp. 65-68), frente a la realidad impuesta por esas «nuevas y poderosas hordas pacíficas» del turismo, que modificaban los lugares y las costumbres y hábitos de sus gentes.

Este enfoque crítico presentaba también algunas fisuras: por un lado, señalaba los excesos, la banalidad y las secuelas de la industria turística (la «anormalidad estival», las aglomeraciones de veraneantes y turistas, el «mercantilismo exacerbado», la «muchedumbre que compra *souvenirs* andaluces», las «inevitables tiendas de objetos típicos, donde el mal gusto y la ramplonería hacen su agosto», los «grandes letreros [y] anuncios publicitarios», el «cosmopolitismo en carteles de propaganda, incluso en nombres de locales», con

una impresión de ajetreo y un «aire improvisado» del ambiente que «sugieren en el ánimo la idea de países más nuevos –la Norteamérica de las películas, o tal vez ese Méjico de las fiestas nocturnas en technicolor–»). Pero, por otro lado, le fascinaba la escenografía cromática y el «aspecto brillante y optimista» del nuevo paisaje turístico de las playas en verano con sus «sombrillas de colores», las «manchas policromas de las toallas», el «risueño colorido de los bañistas», o la «perfecta arquitectura de mujeres y de hombres de piel tostada». Pensando en las posibilidades del turismo, y aceptando que las aglomeraciones son un mal necesario», llegó incluso a imaginar ante la playa de San Antonio de Calonge, lo que llamó una «solución valiente», aunque más bien pareciera una traición a sus propios principios: se trataba ni más ni menos, de crear «una media luna de edificios, de quince pisos, o de veinte, y encargando el proyecto a los más audaces arquitectos y urbanistas, levantar un Copacabana de cara al Mediterráneo. Treinta pequeños rascacielos semejantes, con terrazas corridas a lo largo de los pisos y las fachadas pintadas de verde, amarillo, rojo, violeta, añil, siena... Ahora el sol lo incendiaría todo fantasmagóricamente, creando un clima de irrealidad en este paisaje tan clásico, tan antiguo, tan a la medida normal del hombre» (Romero y Català, 1958, p. 73).

Este relato pesimista sobre las consecuencias del turismo, apenas se transmitió en las fotografías de Català Roca. La mayoría de sus imágenes expresaban la vida plácida y relajada en estos lugares, en una especie de grata armonía entre los individuos (locales o extranjeros) y el entorno. De hecho, las fotografías nada nos dicen de esas masas de turistas que tanto inquietaban a Romero; al contrario, las costas y las playas de Català Roca están más bien vacías y sus escasos bañistas parecen disfrutar del placer de una estancia apacible y tranquila. Es muy probable que las imágenes se realizaran durante el invierno o antes del verano y esa elección es tremendamente significativa porque indica cuáles eran los motivos o los aspectos principales que interesaron al fotógrafo, esto es: la representación de un paisaje de la Costa Brava liberado de todos aquellos elementos foráneos que pudieran interferir en una comprensión de su carácter

esencial e idílico. De hecho, solo diez fotografías aludían directa o indirectamente a la presencia de turistas: bañistas tomando el sol en la playa, un extranjero leyendo el cartel de una corrida de toros, un excursionista –con su mochila de viaje y su guitarra– visitando las ruinas de Ampurias, puestos de postales y recuerdos («Espagnolade comercial»), o la llegada de embarcaciones con turistas a la playa. Y poco más. En cambio, abundaban los retratos directos de trabajadores locales (pescadores, campesinos, artesanos, vendedores en el mercado), y las actividades relacionadas con el mundo de la pesca.

Esta renuncia al turista y al turismo como motivos fotográficos tiene, como el texto de Romero, un cierto componente melancólico. Ambos están hablando de un espacio y de una cultura en proceso de cambio. Tal vez por eso, la primera fotografía del libro se titula «La playa» y representa la estructura de una barca, como si fuera el esqueleto de un animal varado. Esa imagen parece dar forma a uno de los párrafos en los que Romero describe, a modo de metáfora del destino de la Costa Brava, una de las barcas abandonadas en la playa de Cadaqués:

Hace tres años, al venderse una antigua casa situada en uno de los puertecillos cadaquenses, fue necesario desalojar los bajos, y sacaron a la playa una hermosa y finísima barca. Se había conservado durante muchos años al abrigo de las intemperies; ahora es un cadáver que se descompone lentamente [...]. [Los viejos de la tertulia veraniega] me han explicado cómo esta barca iba a Tamaríu a cargar anchoas; son ellos los que me han explicado lo audaz de su vela y cómo la maniobraban; son ellos quienes me han hecho el elogio, que la línea confirma, de esta barca que muere con toda una época, con ellos mismos. (Romero y Català, 1958, p. 111)

Las fotografías de Català Roca hacen del libro una constatación de esa metáfora: su *Costa Brava* era el último retrato posible de una Costa Brava idealizada, pero en tránsito de desaparición, un territorio que se resistía a ser sustituido por una mera postal turística en colores, una idea de lugar que se disipaba devorada por las demandas urgentes del turismo.

Otros dos ejemplos preliminares, ambos publicados en 1963, sirven de antecedente inmediato al proyecto fotográfico de Miserrachs: me refiero a *The Costa Brava. The Mediterranean Paradise*, de Friedrich A. Wagner, y a *Costa Brava*, de los fotógrafos Antonio Campañá y Juan Puig-Ferrán.

UNA MIRADA EXTRANJERA

The Costa Brava fue, en realidad, una compilación de 60 fotografías en blanco y negro (más la portada en color) de 16 autores, la mayoría extranjeros, seleccionada por Friedrich A. Wagner que figuraba como editor del libro, con un texto de introducción y una explicación de las imágenes realizados por Eva Maria Wagner⁴. Junto a varios fotógrafos alemanes (Siegfried Harting, Kurt Paul Meier, L. Schumacher, entre otros), Wagner incluyó, aparte de numerosas imágenes realizadas por él mismo, algunas fotografías de Otto Reuss (dos), Adolf Zerkowitz (ocho, incluyendo la portada) y José Ortiz Echagüe (una).

A diferencia de las publicaciones anteriores, el recorrido fotográfico se iniciaba en Port Bou y terminaba en Blanes, es decir, el trayecto que haría un extranjero que entrase en España desde la frontera francesa. Además, asociaba la estancia turística en la Costa Brava con otros puntos de la geografía catalana indispensables en este viaje, recomendando la visita a Gerona, Barcelona y Montserrat. Nuevamente, el paisaje turístico quedaba relegado a un segundo plano, casi podríamos decir, oculto por la atención hacia las bellezas naturales de la región, los aspectos pintorescos de la costa, las actividades tradicionales (la pesca, la industria del corcho) o los múltiples ejemplos del patrimonio histórico artístico o la arquitectura popular. Las escasas referencias al turismo se reducían a algunas vistas generales de playas o calas con bañistas tomando el sol o en el agua, unos turistas ante la casa de Dalí, un «huésped norteño» bebiendo vino en una «posada española», una turista contemplando un mosaico

⁴ La edición original en alemán se había publicado en 1960 en Frankfurt am Main, por Umschau Verlag.

romano en Ampurias, el desembarco de turistas de un crucero en la playa de Tossa de Mar («el más conocido de los lugares de veraneo de la Costa Brava») y un fragmento del Hotel Monterrey, «uno de los hoteles más elegantes de la Costa Brava».

HACIA LA POSTAL TURÍSTICA

A principios de los años cincuenta, los fotógrafos Antonio Campañá y Juan Puig-Ferrán se asociaron para crear en Barcelona una empresa dedicada a la producción de series de postales (firmadas con el nombre de CYP Postales Color) y materiales gráficos turísticos sobre España. Sus respectivas actividades fotográficas se habían iniciado de forma independiente en la década de los veinte: el primero, fue una figura central del pictorialismo catalán y español y, después de la Guerra Civil desarrolló una importante faceta profesional como reportero fotográfico, ámbito este último en el que también había destacado Puig-Ferrán.

Además de la publicación de un amplio y variopinto conjunto de postales sobre la Costa Brava –que se sumaban a otras colecciones creadas por Ediciones Arribas, García Garrabella, Kolor-Zerkowitz, Comercial Escudo de Oro (Ediciones FISA), Colección Perla, Ediciones Fardi, Ediciones Fabregat, Meli-color, J. Ubach Puig o Catalán Ibarz–, Campañá y Puig-Ferrán presentaron también en 1963, *Costa Brava*, un libro de fotografías en color con una introducción de Sempronio (seudónimo del escritor Andreu-Avel·li Artís), dibujos de Juan Soto y un texto descriptivo de los diferentes lugares y poblaciones más significativos de la zona, con anotaciones sobre su origen, historia y evolución⁵. Como en los casos anteriores, y más

⁵ En la introducción del libro, Sempronio realizó una interesante reflexión sobre los roles documentales de la fotografía y sobre el trabajo de ambos fotógrafos: «La fotografía documental, al servicio de la información, es por excelencia el arte popular de nuestros días [...]. J. Puig Ferrán y Antonio Campañá [...] proceden de la fotografía documental, lo que garantiza el respeto a la realidad y la sumisión al tema. Ambos saben que un fotógrafo no es un maquillador, ni mucho menos un mentiroso». En su opinión, con este libro de fotografías, el lector/turista podría acceder al «verdadero y definitivo descubrimiento de la Costa Brava (Sempronio, 1963, pp. 7-8). El libro presentaba 139 fotografías

paradójicamente en esta al ser una obra destinada al consumo turístico, el análisis del fenómeno del turismo pasó casi inadvertido, aunque en la lectura del texto se desvelaba una cierta actitud crítica y amarga de reconocimiento del turismo como un hecho contaminante y distorsionador, pero, al mismo tiempo, como una fuente de desarrollo económico, pues como se advertía al comienzo del libro:

No hablemos de la nueva industria de nuestra costa que, de temporada en temporada, da ocupación a tantos centenares de indígenas por unos meses [...]. El turismo arrastra en su crecimiento una fiebre constructiva que representa por ella misma una nueva industria: da vida y nueva valoración a los productos típicos y auge al comercio; valor a la tierra e interés a la carretera o al monumento. Y todo ello, aparte [de] algunos inconvenientes de contaminación, representa progreso para la Costa Brava, un progreso que la manera de ser de nuestras gentes de mar no repudia, puesto que con ser tradicional no deja nunca de estar 'à la page' en el desconcierto internacional del turismo. (Campañá y Puig-Ferrán, 1963, p. 16)

Algunas referencias colaterales a la descripción paisajística de la Costa Brava insistían en esta idea negativa del turismo como una actividad caótica y anárquica: así, por ejemplo, al referirse a Tossa, se mencionaba el «ingente batiburrillo de nacionalidades, costumbres, atuendos y lenguas que recorren sus calles en la estación estival» y de la batalla constante entre un «tipismo que persiste a pesar de todo y se remoja cada invierno por más que pague su tributo a las influencias viajeras», y ese arrebatado turismo estacional veraniego en el que «todo parece enloquecer y la vieja villa es sacudida por los acordes más modernos o estridentes, un nuevo encanto que atrae más y más turismo». Y casi a modo de parábola sobre el poder alterador del turismo, el texto prevenía: «La taberna ha sido sustituida por la 'boite' más o menos snob y sofisticada. Y sin embargo Tossa conserva

en color (6 de ellas a doble página y sin márgenes), más la portada y una pequeña fotografía en la introducción. A comienzos de los años sesenta estaba ya clara esta asociación entre el uso del color en postales, folletos o libros y la construcción gráfica del imaginario turístico en España.

aún la gracia de sus calles blancas y adquiere nuevos atractivos sobre la marcha de su modificación constante».

En su travesía fotográfica por la Costa Brava, Campañá y Puig-Ferrán apostaron por una interpretación convencional del paisaje, tanto en sus aspectos formales como estéticos, más cercanos a las fórmulas estandarizadas de la postal turística que a una verdadera indagación sobre el territorio y sus transformaciones: en general, el libro brindaba un repertorio de visiones panorámicas que «informaban» sobre los lugares y rincones más representativos entendiendo la función de la imagen como un mirador que se ofrece a la contemplación del lector. En este libro, las fotografías continuaban siendo un instrumento para cifrar el territorio desde los códigos de la belleza y el pintoresquismo: las playas, las costas rocosas, los puertos o los pueblos eran solo escenarios ideales y admirables, siempre vistos desde lejos y enmarcados por la figura de un árbol en el primer plano. Y aunque no se «hablaba» del turismo, su presencia era ya evidente en esas playas abarrotadas, llenas de bañistas colonizando el verano y la arena con sus sombrillas y sus toallas. A pesar de su acabado luminoso y radiante –como postales–, había algo de crepuscular en esas fotografías que, sin poder evitarlo, empezaban a mostrar que el turismo de masas formaba parte ya de un paisaje hasta entonces idealizado. Tal vez por eso, abundaban en el libro las fotografías de atardeceres, puestas de sol y vistas nocturnas: era en esos momentos cuando, en apariencia, todo volvía a estar tranquilo, cuando la noche hacía de la playa un nuevo paisaje de la soledad y el sosiego, embellecido por los reflejos de los pueblos iluminados, aunque esas luces fueran los destellos de los nuevos establecimientos turísticos que surgían por doquier.

COSTA BRAVA SHOW

La aparición de *Costa Brava Show*, en 1966, supuso para Xavier Miserachs la culminación de un proyecto de definición conceptual de sus discursos fotográficos en los que venía trabajando desde hacía casi una década. Para entonces, Miserachs, alejado de las

pretensiones artísticas de la fotografía de Salón promovida desde las agrupaciones fotográficas en boga en aquellos años, defendía los valores comunicativos y psicológicos de la imagen fotográfica, derivando su actividad hacia la práctica profesional de la fotografía de reportaje, en la línea de trabajo de autores como el citado Català Roca o el norteamericano William Klein con sus libros sobre Nueva York (1956) o Roma (1959), cuya influencia fue especialmente evidente en su primer proyecto editorial que presentó en 1964, con el título de *Barcelona blanco y negro*.

Con este bagaje, penetró en la Costa Brava con el objetivo de mostrar los cambios profundos que el turismo estaba provocando en el territorio y en las costumbres locales. No hay que olvidar que el libro fue concebido como un proyecto fotográfico y no como una guía turística lo que, en cierto modo, le liberaba de cualquier compromiso y le permitía adentrarse con un espíritu crítico en la lectura del fenómeno del turismo y sus consecuencias. Por otro lado, diseñó un «guión» previo de la obra que fue la base para la realización de cerca de un millar de fotografías, aunque en el libro solo apareció una selección de 155, de las que 17 eran en color. El libro incorporaba una breve y elogiosa presentación de José Pla y unos textos de Manuel Vázquez Montalbán y Peter Coughtry (seudónimo de Salvador Pániker), que servían de introducción literaria a las tres partes en que se dividía el libro.

Miserachs prescindió del habitual orden geográfico como factor de ubicación de las fotografías, para centrarse tan solo en el discurso narrativo de cada una de las partes, animadas por la agudeza crítica de los textos. En la primera de ellas (El reclamo), se exponía una breve e irónica historia del turismo, la evolución de los gustos culturales y sociales (la invención de la playa, la colonización del territorio) y las consecuencias de la irrupción de una «multitud europea que se ha ido adueñando del lugar», un «alud humano», una «aglutinación» que, en sí misma, era «un espectáculo ya tan importante como el sol, el cielo o la vegetación». Los hitos que daban forma a

ese primer espectáculo⁶ y su «liturgia nueva» eran el sol, la sombra, el agua, la roca (la natural o la arquitectónica), las «muchachas» (protagonistas de la «leyenda de la Costa Brava» y objetos del deseo del «*latin lover*» en su «safari de verano»), la «soledad acompañada», las calles, las casas, el ocio, las corridas de toros, la libertad, el atardecer («Desde el atardecer hasta que anochece, la playa se prepara para un singular relevo: desaparece el colono y un extraño reposo se apodera del paisaje»), la fiesta (bailes modernos, tablaos flamencos) y la vida nocturna.

En la segunda parte (La feria), los protagonistas del espectáculo eran «el comercio, el comerciante y el mirón», y en él entraban todas las actividades vinculadas con las prácticas turísticas que afectaban a las relaciones entre el visitante y la población local, es decir, tanto a las personas como al sistema: «La oferta y la demanda preside el *boom* turístico de la Costa Brava: casas, guitarras, botijos, cacharros, belleza, vida y muerte, todo se compra y se vende para admiración del ingenuo y flagelo del moralista. Solo en los paraísos terrenales es posible hallar tanta espontaneidad transaccional».

Los ejemplos de este *show*-feria serían: el peregrinaje de turistas (la aduana, los aparcamientos, los coches), lo ridículo («la libertad de hacer el ridículo» y la rareza y diversidad de los tipos humanos),

⁶ Como ya se ha mencionado, otros autores (Luján, Romero) habían usado el término espectáculo para referirse a los paisajes naturales o al fenómeno del turismo en la Costa Brava. La utilización de la palabra inglesa *show*, en relación a las prácticas turísticas, también fue frecuente en aquellos años: así, por ejemplo, Julio Manegat publicó, solo un año antes de la aparición de *Costa Brava Show*, su novela *Spanish Show*, en la que pretendía «delatar algunos de los prejuicios que la invasión turística puede suponer para la esencia verdaderamente española» (Manegat, 1965, p. 320).

Con el objetivo crítico de desvelar el lado tragicómico de la sociedad española contemporánea, el periodista Luis Carandell empezó a publicar en 1968 en la revista *Triunfo*, su columna *Celtiberia Show*, con recortes de noticias raras o materiales e informaciones extravagantes que daban cuenta del modo de ser español de la época. Dos años más tarde, y con el mismo título publicó un libro, con una antología de esas columnas, que conoció innumerables ediciones. Como escribió el propio Carandell en el prólogo de la edición de 1994, «aquella España encerrada en sí misma y que se cocía, como suele decirse, en su propia salsa ofrecía una profusión de manifestaciones pintorescas y a veces bárbaras con las que componer un expresivo y también divertido ‘florilegio’» (Carandell, 2002, p.11).

la aglutinación, el amor, la sensualidad, las industrias locales (la pesca, el corcho), los «negocios del boom» (la hostelería, el mercado, el *souvenir*, las peluquerías, los artículos de playa), el caos o los anuncios publicitarios («Costa-Brava-pop-Art»).

La parte final del libro (Un mundo aparte), estaba dedicada al «universo peculiar y autónomo» de Cadaqués, «un lujo mediterráneo y un extraordinario experimento sociológico» que, hasta hacía pocos años, había permanecido «al margen del *boom* de la Costa Brava». Un «universo» natural formado de tierra y rocas («una fantástica geología que a veces parece ultraterrestre»), en el que sobrevivía una «vida del pueblo» («un mundo aparte dentro de otro mundo aparte») y donde «extranjeros y aborígenes mantienen sus estilos respectivos, se miran de reojo y se respetan», una población «polícroma» y variopinta de burgueses, estetas, intelectuales, aristócratas, «jóvenes con suficiente ambigüedad» y «artistas, escritores y celebridades de distinto género» (Salvador Dalí, Marcel Duchamp), en torno a un *cocktail-party*, una fiesta o un picnic en la playa para proyectar al visitante que «este mundo aparte es, ante todo, un estilo».

La simple exposición de estos temas recogidos en el libro señalaba ya diferencias sustanciales respecto a los contenidos habituales de las publicaciones anteriores sobre la Costa Brava. Por supuesto, muchos de los motivos fotográficos que hemos visto hasta ahora, seguían estando presentes, pero planteados de una forma distinta. La costa, las playas, el mar, la vegetación, los pueblos, los monumentos o las calles seguían siendo los mismos, pero ahora eran solo los escenarios donde acontecía lo que verdaderamente le importaba a Miserachs: la vida, las personas, las relaciones, las pasiones y las pulsiones humanas, la alegría y las ganas de vivir, los cuerpos, los rostros, las miradas.

En este sentido, creo que Miserachs comprendió que no podía hablarse del turismo como factor de cambio económico, social o cultural, sin referirse al protagonista principal de ese fenómeno, es decir, al turista. Si hasta entonces los fotógrafos habían representado la Costa Brava como un lugar para ser visitado (convirtiendo sus libros en un catálogo de las bellezas naturales y culturales más

atractivas, en un muestrario de lo que podía ofrecerse al extranjero), Miserachs daría un giro de 180 grados a su cámara para representar no el lugar sino los pormenores de la experiencia turística en ese lugar.

Ya en 1966, Juan Perucho, en su análisis crítico de *Costa Brava Show*, mencionaba esta particularidad, señalando de forma muy elocuente que la estrategia del fotógrafo era ofrecer «una Costa Brava en la que el paisaje se evapora un tanto en favor del curiosísimo y abigarrado elemento humano» (Perucho, 1966, p. 59). En definitiva, y al margen de otras consideraciones de forma y lenguaje fotográficos (imágenes con desenfoces parciales, primeros planos exagerados, distorsiones ópticas), esta sería su gran y renovadora aportación: si, hasta entonces, los fotógrafos habían concebido la Costa Brava desde una perspectiva puramente escenográfica (como un escenario de paisajes panorámicos), Miserachs lo iba a hacer ahora construyendo una gran pieza coreográfica, en la que el paisaje era un fondo –excepcional, pero un fondo al fin y al cabo– donde, en una acción performativa del acontecer turístico, el visitante disfruta, se divierte, se enamora, se emborracha y baila.

Sin embargo, *Costa Brava Show* concluye de una manera decepcionante porque el lector espera un final acorde a los criterios establecidos a lo largo del libro. Pero, en las últimas ocho fotografías, Miserachs suprimió esa distanci: corta al sujeto para ofrecernos visiones panorámicas y abiertas de los paisajes costeros y pueblos de la zona, en las que el rastro del turismo casi ha desaparecido. Es probable que la ubicación de estas fotografías se explique más por una cuestión técnica (corresponden a los pliegos finales en color) que al sentido discursivo del libro, pero lo cierto es que esa decisión le hace perder eficacia narrativa pues, presentados así, la naturaleza salvaje, la historia o el pintoresquismo vuelven a adquirir una trascendencia inesperada y se articulan como el contrapunto a la entropía turística contemporánea.

LA ESTELA DE COSTA BRAVA SHOW

Años más tarde y en esta misma línea, José Pla apuntaba que, a pesar de la anarquía y la destrucción del territorio y de

todos los esfuerzos para desvirtuarla, la Costa Brava si se sabe mirar con ojos de autenticidad, conserva intactos aún, toda su gran belleza, su incentivo y su fascinación [...], unos valores de realidad que todavía subsisten bajo esta voluminosa multitud humana y esta escenografía urbana. (Pla y Català, 1978, p. 5)

Esta afirmación figuraba en el prólogo de la nueva edición en 1978, de su libro ya citado sobre la Costa Brava, publicado esta vez con fotografías actualizadas de Francesc Català Roca. La mirada «auténtica» de Català Roca seguía mostrando esa belleza detenida de algunos parajes y rincones, pero también las consecuencias de un crecimiento turístico brutal de la zona durante los años 70. Conviene resaltar, no obstante, que buena parte de esas nuevas fotografías de Català Roca estaban impregnadas del legado conceptual del *Costa Brava Show* de Miserachs, de modo que el turismo de masas acabó convertido aquí, otra vez, en protagonista central del libro.

Todavía en esta época, en España algunos seguían pensando que el turismo era un *show*, que podía asimilarse con el espíritu escandalizado y la libido alterada o con la sonrisa complaciente de la libertad, sin darse cuenta de que, en realidad, era el fenómeno del turismo el que estaba transformando el mundo, para siempre, en un puro espectáculo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, S. (1936). *Costa Brava y sus bellezas*. S'Agaró, la playa de plata. *Estampa*, Madrid, 444, p. 14.
- Cabezas, J. (1958). *Madrid*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Calleja, R. (1943). *Apología turística de España*. Madrid: Dirección General del Turismo.
- Campañá, A. y Puig-Ferrán, J. (1963). *Costa Brava*. Barcelona: Sadagcolor.
- Carandell, L. (2002). *Celtiberia Show*. Ávila: Maeva Ediciones.

- Gómez, G. (1964). *Castilla la Nueva*. Barcelona: Ediciones Destino.
- González, C. (1955). *Guía de Cuenca y principales itinerarios de su provincia*. Madrid: Editorial Planeta.
- Luján, N. (1963). *Costa Brava*. Barcelona: Editorial Noguer.
- Luján, N. (1968). *Tauromaquia*. Barcelona: Editorial Nauta.
- Manegat, J. (1965). *Spanish Show*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Mateo, J. V. (1971). *Murcia*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Miserachs, X. (1964). *Barcelona blanco y negro*. Barcelona: Aymá
- Miserachs, X. (1966). *Costa Brava Show*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Musquera, S. (2014). La fotografía turística, les guies i la publicitat, testimonis arquitectònics de la transformació del paisatge de la Costa Brava entre els anys 20 i 60. *Actas I Seminario Internacional de Investigación Territorios del turismo: el imaginario turístico y la construcción del paisaje contemporáneo*. Girona: Universidad de Girona, pp. 623-634.
- Perucho, J. (1966). La Costa Brava vista por Xavier Miserachs. *Destino*, Barcelona, 1526, p. 59.
- Pla, J. (1941). *Costa Brava. Guía general y verídica*. Barcelona: Destino.
- Pla, J. (1962). *Mallorca, Menorca e Ibiza*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Pla, J. (1965). *Costa Brava*, 5ª edición. Barcelona: Destino.
- Pla, J. (1971). *Cataluña*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Pla, J. y Català Roca, F. (1978). *La Costa Brava*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Ramos, Carolina (2015). Costa Brava, los retos urbanísticos del turismo de masas: la huella de la ciudad jardín y algunos principios racionalistas en el tejido turístico de masas. *QRU, Quaderns de Recerca en Urbanisme*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, 5/6, pp. 114-135.
- Romero, L. (1954). *Barcelona*. Barcelona: Editorial Barna.
- Romero, L. y Català, F. (1958). *Costa Brava*. Barcelona: Ediciones Cid.
- Sempronio (1963). Dos fotógrafos de la Costa Brava. En A. Campaña y J. Puig-Ferrán, *Costa Brava*. Barcelona: Sadagcolor, pp. 7-9.
- Solé, V. (1929). *La Costa Brava*. Barcelona: Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona.
- Solsona, B. (1930). Bellezas de Cataluña. Nuevo descubrimiento de la Costa Brava. *La Esfera*, Madrid, 878, pp. 11-13.
- Wagner, F. A. (Ed.) (1963). *The Costa Brava. The Mediterranean Paradise*. Barcelona: Editorial Reuter.

Este libro se terminó de imprimir
en Santiago de Chile,
octubre de 2019

Teléfono: 22 22 38 100 / ril@rileditores.com

Se utilizó tecnología de última generación que reduce el impacto medioambiental, pues ocupa estrictamente el papel necesario para su producción, y se aplicaron altos estándares para la gestión y reciclaje de desechos en toda la cadena de producción.

El libro que presentamos es el tercero una trilogía que ha ido gestándose a lo largo de dos años (2017-2019), desafiando límites y confines del mundo académico contemporáneo.

El *leit motiv* que subyace a los tres volúmenes es la tríada espacio-tiempo-forma, alrededor de la cual hemos pedido a los autores y a las autoras desarrollar sus reflexiones.

En este tercer libro gracias a un recorrido por trece capítulos abordaremos varias temáticas, en particular las nuevas tendencias en el cine y en la fotografía europea contemporánea, el arte, su conceptualización y experiencia en la historia contemporánea, el paisaje de dominación y el de representación. Seguiremos con una serie de reflexiones sobre el mundo de las artes entre tránsitos culturales y compromiso político en el teatro y la música popular en Brasil; en relación a la autonomía y emergencia de las nuevas escenas locales, de los artistas, y de los gestores en el panorama de las artes argentinas. Se abordará el tema siempre actual de las prácticas y los procesos artísticos vinculados a los procesos de construcción de la identidad cultural en el mundo contemporáneo.



Instituto de Estudios
Sociales y Humanísticos



Fondecyt
Fondo Nacional de Desarrollo
Científico y Tecnológico

ISBN 978-956-01-0721-3

