

GEOGRAFÍA, PROPAGANDA Y TURISMO EN LA ESPAÑA DE LA POSTGUERRA: LA *REVISTA* *GEOGRÁFICA ESPAÑOLA*¹

Jacobo GARCÍA ÁLVAREZ
Daniel MARÍAS MARTÍNEZ

Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte
Universidad Carlos III de Madrid
jacobo.garcia@uc3m.es
daniel.marias@uc3m.es

La dimensión propagandística de la política turística española durante la Guerra Civil y los primeros años del régimen de Franco ha sido resaltada y analizada con bastante detalle en los últimos quince años. Algunas de las investigaciones efectuadas a este respecto han indagado también en ciertos aspectos territoriales y paisajísticos de la conexión entre el turismo y la propaganda política e ideológica en dicho período, como fueron, por ejemplo, la creación de las primeras rutas turísticas “nacionales” o la utilización del paisaje en la conformación y la promoción de una determinada imagen turística del país. Mucha menor atención se ha prestado, en cambio, al papel desempeñado por ciertos géneros estrechamente vinculados al turismo y al conocimiento geográfico, caso de las guías turísticas o de las revistas de viajes, en los mecanismos propagandísticos del franquismo. El presente trabajo se centra precisamente en el análisis de una publicación harto ilustrativa, a nuestro juicio, de tales conexiones: la *Revista Geográfica Española*.

Fundada en plena Guerra Civil con el patrocinio del Servicio Nacional de Propaganda del llamado bando nacional, y apoyada económicamente por diversas instituciones de la administración franquista, como, en especial, las turísticas, la *Revista Geográfica Española* constituye un exponente original y singular del periodismo de

¹ Este trabajo se ha realizado dentro del Proyecto de Investigación CSO2008-03877, financiado por el Ministerio de Educación y el FEDER, en el cual colabora el primero de los autores.

carácter geográfico realizado en España, que, como la mayor parte de este tipo de revistas, y en general del complejo y variado género de la divulgación geográfica en nuestro país, no ha recibido apenas atención por parte de la historiografía académica. Un desdén particularmente llamativo en el caso de la historia de la disciplina geográfica, máxime teniendo en cuenta que el alcance social de este tipo de revistas suele rebasar con mucho el de la geografía académica, y que en ciertos casos —el ejemplo del *National Geographic Magazine* resulta paradigmático— contribuye de forma decisiva a modelar la imagen pública no sólo de la disciplina, sino también de las sociedades y sus territorios (ROTHENBERG, 2007).

Mediante el análisis de la *Revista Geográfica Española*, que en algún momento trató de emular a la célebre revista estadounidense, aunque con medios y resultados muchísimos más limitados, pretendemos contribuir, en primer lugar, y en un plano general, a indagar en la historia del periodismo “geográfico” o de divulgación geográfica en España, y con ello, en la imagen de la geografía fuera del mundo académico, en la medida en que este tipo de revistas constituye uno de los medios más significativos de lo que algunos autores han venido a denominar “geografías populares” (CRANG, 1996). Y en segundo lugar, en un plano más particular, a conocer mejor el encaje de dicho tipo de periodismo en los mecanismos propagandísticos del régimen de Franco.

Nuestro trabajo se estructura en tres partes. En la primera se plantean algunas consideraciones de carácter general sobre la política turística en España durante la Guerra Civil y los primeros años del franquismo, incidiendo en sus dimensiones propagandísticas, así como en algunos aspectos que nos parecen relevantes desde el punto de vista territorial y paisajístico. En la segunda se abordan el origen, los objetivos y algunas características generales de la *Revista Geográfica Española*, incluyendo su concepción de la geografía y sus principales semejanzas y diferencias con otras revistas geográficas de la época. En la tercera y última parte se analizan los aspectos de la revista vinculados de forma más directa con el turismo, centrándonos en el período comprendido entre 1938 y 1951, año que marca, en muchos sentidos, un antes y un después en la historia de la política turística en España.

1. TURISMO, PROPAGANDA Y TERRITORIO EN LA ESPAÑA DE LA GUERRA CIVIL Y LA POSTGUERRA: ALGUNAS INICIATIVAS SIGNIFICATIVAS

Como ya se ha indicado, en los últimos quince años estudios como los de POUTET (1995), MORENO (2007), CORREYERO y CAL (2008) y PACK (2009), entre otros, han indagado ampliamente en la utilización del turismo como instrumento de propaganda y diplomacia durante la Guerra Civil y los primeros años del franquismo. Esta instrumentalización, que no ha sido, como es obvio, ni mucho menos exclusiva de

esta época, resultó especialmente intensa en ella dada la excepcional situación política del momento, marcada por el conflicto bélico interno y sus consecuencias, así como por el estallido de la II Guerra Mundial y el posterior aislamiento internacional del régimen de Franco, que propiciaron, conjuntamente, la parálisis de los flujos turísticos procedentes del exterior, cuyos niveles previos a la Guerra Civil no se recuperaron hasta fines de la década de 1940. Tanto para el bando republicano como para el nacional, el turismo se convirtió, durante la Guerra, en un arma propagandística mediante la que deslegitimar al enemigo y tratar de captar el mayor apoyo internacional posible para la propia causa, y esa misma función se prolongó durante los primeros años de la dictadura al objeto de romper el férreo aislamiento internacional al que fue sometido el régimen y mejorar la imagen exterior del país.

En este contexto, algunas de las iniciativas más relevantes impulsadas por las instituciones responsables de la administración turística del momento tuvieron una dimensión explícitamente territorial. Tal fue el caso, por ejemplo, de las llamadas “Rutas de Guerra” que puso en marcha, dentro del territorio controlado por el bando nacional, el Servicio Nacional del Turismo, organismo creado en enero de 1938 en el seno del Ministerio del Interior (posteriormente Ministerio de Gobernación) y reconvertido, desde agosto de 1939, en Dirección General del Turismo². Tales rutas, cuya historia ha sido estudiada minuciosamente por CORREYERO y CAL (2008: 247-292), consistían en una serie de excursiones colectivas efectuadas en autocar y organizadas por el Estado para recorrer, según rezaba el título de uno de los folletos promocionales de las mismas, “los paisajes y huellas de la guerra en España” emblemáticos desde la perspectiva del bando nacional (SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO, 1938). Con ello se pretendía atraer las divisas de los visitantes extranjeros y, sobre todo, que éstos pudieran, en palabras del Ministro del Interior, Ramón Serrano Suñer, “observar la tranquilidad y el orden de las regiones reconquistadas por las armas”, así como “ver las huellas aún candentes de una de las epopeyas más grandes que registra la Historia” (*Aragón Turístico y Monumental*, julio de 1938; *cfr.* CORREYERO y CAL, 2008: 248).

Las primeras rutas de guerra que se pusieron en funcionamiento fueron dos: la del Norte (que tuvo dos itinerarios), abierta en julio de 1938; y la de Andalucía, iniciada en diciembre de ese mismo año. Tras el fin de la contienda se abrirían también otras, como las excursiones radiales por el entorno de Madrid, que funcionarían en los primeros años del régimen y que, junto a las anteriores, acabarían transformándose, desde fines de 1939, en las “Rutas Nacionales de España”. Como en el caso de sus predecesoras, los itinerarios recorridos por estas rutas resultan harto expresivos de los “lugares de

2 La persona en la que recayó la jefatura del Servicio Nacional, y posteriormente de la Dirección General del Turismo hasta 1951, fue Luis Antonio Bolín y Bidwell (1894-1969), periodista malagueño que había trabajado para el Patronato Nacional del Turismo republicano y que habría de ejercer una influencia fundamental en materia turística durante la posguerra. En el seno del Ministerio de Gobernación, dicha Dirección estuvo adscrita, significativamente, a la Subsecretaría de Prensa y Propaganda. En julio de 1951 la Dirección pasaría a manos de Mariano Urzaiz y Silva (Duque de Luna) y a depender del Ministerio de Información y Turismo, creado en esa fecha y dirigido por Gabriel Arias Salgado.

memoria" (religiosos, militares, políticos...) asociados al bando vencedor, que constituyen en buena medida el hilo conductor de tales itinerarios³. Con el estallido de la II Guerra Mundial, las Rutas Nacionales se nutrieron sobre todo de visitantes españoles y contribuyeron, según comentaría años más tarde su principal responsable político, a "mantener engrasados los rodamientos del turismo nacional en espera del día en que, terminada la guerra, volvieran los extranjeros a visitar España" (BOLÍN, 1967: 315).

De la Dirección General del Turismo surgió también otra curiosa iniciativa aparecida en esos años y significativa también a los efectos de este trabajo, como fue la edición de la *Apología turística de España*. Publicada en Madrid en 1943, se trata de un libro de gran formato y 283 páginas, de las que las 40 primeras sirven de texto introductorio (con cuarenta dibujos de Serny) y otras 224 se dedican íntegramente a fotografías en blanco y negro (439 en total) de paisajes, monumentos y aspectos típicos españoles. El responsable del texto, y de la selección y ordenación fotográfica, fue Rafael Calleja Gutiérrez, a la sazón Jefe de Propaganda y de Publicaciones de la Dirección General del Turismo. Muchas de las fotografías, realmente de una gran belleza y plasticidad, proceden del requisado archivo del Patronato Nacional del Turismo republicano; tan sólo 17 están hechas por la propia Dirección General del Turismo; y entre los autores más representativos encontramos a Loty, Wunderlich, Kindel, Zerkowitz, Ortiz Echagüe, el Marqués de Santa María del Villar, Kaskel, Vallmitjana, Lladó, Unturbe... así como algunas del Archivo Mas. Llevan unos pies muy breves y eminentemente toponímicos, y, cuando se estima necesario, además de en castellano, en inglés, francés y alemán.

Como ya se ha apuntado, este importante dossier fotográfico va precedido de un jugoso texto en el que Calleja realiza un encendido elogio de la diversidad de España, cuyo "pueblo bien puede jactarse de reunir, en espacio relativamente estrecho, las más rica y matizada variedad de los paisajes europeos" (CALLEJA, 1943: 7). El autor dedica buena parte del texto a recorrer y describir literariamente los paisajes de las distintas regiones españolas, "cuyas bellezas naturales, monumentales, pintorescas" convierten al país en "un relicario de Arte, de Historia y de Naturaleza" (*ibíd.*: 224). Pero los paisajes y su extraordinaria riqueza y diversidad forman el hilo conductor de esta sintética apología turística, ocupando también un lugar importante en el contenido fotográfico del libro⁴, Calleja se afana en destacar que es "el factor humano", "la preeminencia del carácter", y en particular "la nota oriental", lo que unifica y define más decisivamente la personalidad del país y su valor turístico "diferente":

3 Así, por ejemplo, la "Ruta de Aragón-Levante" constaba en origen de tres itinerarios distintos, que oscilaban entre los 8 y 9 días de duración, 1.400 y 1.750 km de recorrido, y un precio de entre 500 y 575 pesetas. El que salía desde Madrid pasaba por los siguientes puntos: Madrid-Zaragoza-Valencia-Alicante-Madrid, además de por el Monasterio de Piedra, ruinas de Belchite, Calatayud, Daroca, la "heroica Teruel", Gandía, Altea, Benidorm, Villajoyosa, Elche, y la Casa-Prisión alicantina donde fue fusilado en 1936 José Antonio Primo de Rivera (DIRECCIÓN GENERAL DEL TURISMO, 1939).

4 Las fotografías se suceden por provincias, agrupadas a su vez por regiones históricas, en el siguiente orden: Galicia, León, Asturias, Santander, País Vasco, Navarra, Aragón, Cataluña, Baleares, Valencia, Murcia, Castilla la Nueva, Castilla la Vieja, Extremadura, Andalucía y Canarias.

“La nota oriental es una de las más peculiares en España, y de ella están empaquetados sus caracteres más típicos y personales. Una compenetración de siglos con los musulmanes dejó en la tierra y en el alma españolas huellas bien visibles, que bastarían a distinguir de los demás europeos a este país por esencia *diferente*” (*ibíd.*: 12)⁵.

Las Rutas Nacionales y de Guerra y la *Apología turística de España* constituyen, en suma, dos ejemplos significativos, no sólo de la estrecha conexión entre turismo y la propaganda política e ideológica en la España de la Guerra Civil y de sus años subsiguientes, sino también del papel que ocupaban el territorio y el paisaje en la retórica y en la iconografía turística del momento. Una investigación más profunda de estas conexiones y dimensiones exigiría, obviamente, tomar en consideración otras muchas iniciativas y fuentes a través de las cuales el régimen trató de difundir y en poner en valor turístico el territorio nacional al tiempo que legitimar y propagar su particular concepción de España tanto dentro como fuera del país. Entre ellas, podrían mencionarse determinadas revistas de viaje, libros de texto escolares, carteles, postales y guías turísticas, e incluso objetos de uso cotidiano (como billetes y sellos) que contribuyeron a divulgar y modelar una “geografía nacional” impregnada, frecuentemente, de valores simbólicos e ideológicos afines a los postulados del bando vencedor. La aparición de la *Revista Geográfica Española* respondería en buena parte a esos mismos objetivos.

2. LA REVISTA GEOGRÁFICA ESPAÑOLA. ORIGEN, OBJETIVOS Y CARACTERÍSTICAS GENERALES

La escasa, por no decir nula, atención que ha merecido la *Revista Geográfica Española* en los trabajos dedicados a la historia de la geografía y del periodismo de viajes en España exige precisar, en primer lugar, algunos datos básicos sobre su origen, sus objetivos y sus características editoriales principales.

La *Revista Geográfica Española* (en adelante *RGE*) nace en San Sebastián, en abril de 1938, fundada por Valeriano Salas Rodríguez (Béjar, 1898-Madrid, 1962), figura cuyo protagonismo en el desarrollo de la revista marcaría decisivamente, como veremos, las primeras dos décadas de vida de la misma y buena parte de las líneas directrices que la orientaron en los dos decenios siguientes,

5 La *Apología turística de España* fue prolongada trece años más tarde por otra del mismo autor, también editada por la Dirección General del Turismo, y denominada *Nueva apología turística de España* (1957). Su objetivo es muy parecido, también de gran formato (en este caso incluso mayor), tapa dura y muy ilustrada: en ella encontramos 484 fotografías, 65 láminas a color y 32 dibujos nuevamente de Serny. Una importante diferencia con respecto a la obra precedentes es que, además de los pies de las imágenes, se traduce al inglés, francés y alemán el texto introductorio. Asimismo, aunque predominan las imágenes en blanco y negro, aparecen varias a color. El contenido del texto, a simple vista, parece ser el mismo, pero contiene variaciones.

hasta su desaparición⁶. Salas dirigió la revista hasta el número 39, publicado el mismo año de su muerte, tras la cual la dirección pasaría a Aurelia Alonso Guijarro, una “asidua colaboradora” de Salas que permanecería al frente de la revista hasta su número 63 y último, publicado en 1977. La revista no tuvo una periodicidad fija; hasta 1960 fue principalmente semestral, aunque algunos años se editó cuatrimestralmente, mientras que desde 1961 se publicó, salvo excepción, un solo número por año. La sede de su redacción también experimentó varios cambios a lo largo de la historia de la revista. Situada originalmente en San Sebastián, permaneció en esta ciudad durante los ocho primeros números, pasando, desde 1941, a Madrid, donde ocuparía diferentes direcciones hasta su desaparición.

Respecto a las cifras de circulación de la revista (que en 1939, en un anuncio promocional incluido en su n° 5, se presentaba, probablemente de forma exagerada, como “la publicación de Arte, Geografía e Historia más extendida en los países de habla hispana”), disponemos de datos escasos, aunque significativos: en 1961, cuando la revista se registra en el Depósito Legal, se declara una tirada de 2.000 ejemplares por número, si bien nos consta, por otros documentos consultados en el Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores, que esa cifra podía oscilar según diversas circunstancias y que determinados números de los llamados “extraordinarios” alcanzaron una tirada superior⁷. La revista, que durante la época en que Salas fue director recibió importantes subvenciones directas de diversos organismos públicos, se vendía en buena parte a suscriptores privados y disponía de puntos de venta no sólo en España, sino también en el extranjero. A esas fuentes de financiación cabría añadir las derivadas del capital personal de Salas (quien, según consta en su correspondencia, invirtió en ella cantidades importantes de su propio patrimonio)⁸ y de la publicidad institucional y privada incluida en la revista, particularmente importante en su primer decenio de vida⁹.

6 Las principales noticias biográficas sobre Valeriano Salas se recogieron en la necrológica que la RGE publicó tras su muerte (CABEZAS, 1963). De familia acomodada (su padre, Pedro Salas, poseía una importante finca en el municipio cacereño de Cañaveral), se educó en San Sebastián y Francia y pasó largas temporadas de su juventud en Italia e Inglaterra, convirtiéndose en un experto en pintura y en música, así como en un apasionado de los viajes, la fotografía y el coleccionismo de arte y artesanía. Durante la Guerra Civil, colaboró con los sublevados y recibió la Cruz del Mérito Militar. Desde 1940 se afincó en Madrid, donde residiría hasta su fallecimiento, combinado su labor como director de la RGE con la jefatura del Archivo Fotográfico Hispano, creado en 1947 en el Ministerio de Asuntos Exteriores, y que funcionaría, cuando menos, hasta 1953. En 1950 Salas recibió, por su labor al frente de la RGE y del citado Archivo, la Encomienda de la Orden de Isabel la Católica por parte de dicho Ministerio, siendo titular del mismo Alberto Martín Artajo, y en 1952 promovió la creación de la Asociación Española de Amigos de los Castillos, de la que sería primer vicepresidente. Buena parte de la colección de arte y artesanía recopilada por Salas a lo largo de sus viajes se conserva en el Museo que lleva su nombre en la localidad de Béjar, a la que fue donada por su viuda, Teresa Tellechea Otamendi.

7 Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores, Legajo R4410, expediente n° 11.

8 *Ibid.*

9 Hasta 1950, los anuncios publicitarios ocuparon un porcentaje considerable de las páginas de la RGE, con frecuencia superior al 10 %. Aparte de la publicidad institucional, los anunciantes de carácter privado eran muy diversos, siendo significativo el peso de las instalaciones hoteleras.

Pero, ¿cuáles eran los objetivos y los temas vertebradores de la *RGE*? ¿Qué concepción tenía y transmitía de la geografía? ¿Cuáles eran sus referencias centrales y quiénes sus principales colaboradores? De entrada, la mayor parte de los objetivos y temas centrales de la revista aparecen ya enunciados, sucintamente, en el escueto editorial que encabeza el primer número de la revista, patrocinado por el Servicio Nacional de Propaganda y acompañado de una foto de “El Caudillo”, vestido con atuendo militar y apuntando su dedo sobre un mapa. En dicho editorial, titulado “Nuestro propósito” e impregnado de la retórica joseantoniana, se pone de manifiesto la conexión de la revista con los principios ideológicos de los sublevados y se explicitan varias ideas claves en dicha conexión: la vinculación entre paisaje e identidad nacional, la exaltación del paisaje como vehículo de patriotismo, la voluntad de conceder una atención prioritaria a las huellas de la proyección de España en el mundo y la importancia otorgada a las imágenes y representaciones gráficas para la comunicación eficaz e inmediata de tales ideas.

“El Servicio Nacional de Propaganda patrocina la publicación del primer número de la ‘Revista Geográfica Española’ para poner de nuevo al pueblo español en comunicación, frecuente y fervorosa, con la presencia esencial de su paisaje. La montaña, la llanura, el desierto y el río, toda la belleza y austeridad de nuestro suelo, han de tener, del mismo modo, aparición en nuestras páginas y entrañado conocimiento en nuestra palabra. (...) La presencia de la llanura castellana, por sí sola, es Historia. Intentaremos ver a España en la presencia de su suelo y en la sucesión ejemplar de su creación y su hermosura (...) Detrás de cada uno de los accidentes naturales de nuestra España, en la pobreza de la estepa, y en el fervor de la meseta, está la eterna e incommovible metafísica española. Daremos también a conocer los países y las tierras lejanas, y daremos nuestra preferencia a los que, más allá del mar, nacieron en una misma unidad de destino a la Religión y la Cultura. Revista gráfica por su propia necesidad, suplirá con el documento vivo la descripción vacía” (*RGE*, 1938, n.º 1)¹⁰.

En efecto, tales propósitos se plasmarían de manera clara e inmediata en diferentes facetas de la revista, y muy especialmente en los llamados números extraordinarios, concebidos con carácter monográfico (por contraste con los llamados “números corrientes” o misceláneos), entre los cuales fueron especialmente importantes los dedicados a “la huella de España en el mundo” (serie de veinte números), los monográficos de carácter turístico consagrados a países y territorios concretos (doce números) y la serie dedicada a los castillos españoles (doce números), a la que nos referiremos con más detalle en el siguiente apartado de este trabajo. Las funciones propagandísticas de la revista quedarían también de manifiesto, desde un principio, en el patrocinio recibido por diversas instituciones del Estado franquista, empezando por el ya citado Servicio Nacional de Propaganda y siguiendo, entre otras, por la Dirección de Relaciones Culturales, la Dirección General de Marruecos y Colonias, el Ministerio de Educación Nacional, la Dirección General de Regiones Devastadas o la Dirección General del Turismo, sobre cuyo papel volveremos más adelante.

¹⁰ Adviértase que en algunas de las referencias bibliográficas y citas textuales que incluimos en este trabajo procedentes de la *RGE* no se precisa el número de página, puesto que la revista no indicó este dato de forma sistemática hasta 1950.

Pero, además de con objetivos propagandísticos, la *RGE* nace con el propósito de convertirse en un referente dentro de las revistas de divulgación geográfica en el mundo hispánico. En este sentido, su modelo de inspiración fue nada más y nada menos que el *National Geographic Magazine* (en adelante *NGM*), publicación fundada en 1888 y convertida desde el primer tercio del siglo XX en la principal revista en el género de la divulgación científica de carácter geográfico a nivel mundial, sin parangón alguno en términos de difusión¹¹. Con cifras de circulación y medios editoriales muchísimo más precarios y modestos, la *RGE* trató de convertirse en cierto modo en una versión española de la célebre revista estadounidense, con la que, según informaciones publicadas en la propia *RGE*, Valeriano Salas habría colaborado antes incluso de la fundación de la *RGE*¹². Esta voluntad de emulación, que se aprecia de manera implícita desde los primeros números de la *RGE*, tanto en determinados contenidos como, sobre todo, en la importancia concedida a la fotografía, se formulará de manera expresa en el artículo que Federico de Madrid (pseudónimo de Federico Sardá), frecuente colaborador de la *RGE* en su primer decenio de vida, dedicó precisamente al *NGM* en 1946.

El dicho artículo, Madrid analizaba y celebraba el espectacular éxito editorial del *NGM*, que, como rezaba el título del artículo, debía servir para “emulación y ejemplo” de la *RGE*. Para Madrid, las claves de dicho éxito estribaban en la capacidad de la revista norteamericana para satisfacer y excitar la curiosidad geográfica y viajera y la necesidad de evasión entre lectores de muy diverso tipo, mediante un estilo asequible y un formato atractivo para el gran público:

“Todos —apuntaba Madrid— necesitamos huir mentalmente de nuestro ambiente habitual y trasladarnos a otros ambientes lejanos y distintos, cuanto más lejanos y distintos al nuestro, mejor. Es caridad inteligente y eficaz, pues, la de aquella Sociedad americana [la *National Geographic Society*] la de satisfacer las ansias de cambio mental que todos experimentamos, proporcionándonos al propio tiempo plácido recreo y cultura de fácil y agradable digestión” (MADRID, 1946).

Sobre la base de estas premisas, el autor encarecía a los lectores y a la propia dirección de la *RGE* a que estudiaran:

“el ejemplo aquí expuesto: que ministros, catedráticos, profesores, particulares, bibliotecarios, hombres de ciencia y lectores en general comprendan, cada uno desde su propio puesto, lo que nuestra *RGE* pudiera y debiera ser, si todos procuramos ayudar un poco (...) El imperio lingüístico hispano cuenta con más de ochenta millones de súbditos dispersos por las cinco partes del mundo; si incluimos los de idiomas afines, la cantidad es doble. Dentro de diez, quince, veinte años a lo sumo, de cada cien individuos de habla española, uno de ellos por lo menos debiera ser lector de esta Revista” (*ibíd.*)

11 En 1940, la difusión del *NGM* alcanzaba 1.130.000 ejemplares, cifra que crecería considerablemente en los decenios siguientes, hasta llegar, en 1981, en su máximo histórico, a cerca de 11 millones (BRYAN, 1987). Según los datos comentados por Madrid en el artículo citado, en 1936 existían en España 1.560 suscriptores del *NGM*, y en el total de países de habla hispana más de 10.000.

12 No hemos podido corroborar este dato en los índices de la colección completa del *NGM*, aunque existen indicios de la presencia de fotos de Salas en los Archivos de la *National Geographic Society*.

Al lado de los objetivos ideológicos y propagandísticos ya comentados, la *RGE* se planteó en efecto como una revista de viajes (o, como durante muchos años indicó su subtítulo, como una revista de “Arte, Historia y Viajes”) orientada a un público culto, aunque no prioritariamente académico. Tanto en su nómina de colaboradores como en los temas, estilo y contenido, la revista operó casi enteramente al margen de la geografía científica y universitaria española, desarrollada paralelamente, en el primer decenio posterior a la Guerra Civil, en torno al Instituto Juan Sebastián Elcano del CSIC, creado en 1940 (GÓMEZ, 1997)¹³. Alejado de cualquier tipo de debate científico o de deseo de rigor disciplinar, salvo en alguna colaboración excepcional el uso del término geografía en la *RGE* se asimiló de manera más o menos implícita, como era y ha sido frecuente en otras publicaciones análogas, bien al conocimiento de países, regiones y lugares mediante la práctica viajera (de hecho, desde el nº 47, publicado en 1969, el subtítulo original se cambió por el de “Geografía – Historia – Arte”, reemplazando el término geografía al de viajes); bien al de panorama general con el que introducir los monográficos dedicados a determinados países y regiones.

La revista se nutrió de colaboradores muy heterogéneos académica profesionalmente, entre los cuales figuraban periodistas, escritores, profesores universitarios y de enseñanza media, miembros de reales academias (sobre todo de las de Historia y Bellas Artes), cronistas locales, directores de museos, cargos políticos y de la administración, diplomáticos, etc. La colaboración de geógrafos universitarios, y en general de profesores de geografía, tanto españoles como extranjeros, fue prácticamente testimonial a lo largo de toda la vida de la *RGE*, como lo fueron también, aunque existen, los artículos que reflexionan sobre el paisaje o sobre las relaciones hombre-medio en los términos científicos y académicos propios de la geografía moderna. En el panorama de las escasas revistas españolas existentes en la postguerra con el adjetivo geográfico, la *RGE* ocupó un espacio propio, radicalmente distinto del de *Estudios Geográficos* (la revista del Instituto Elcano y como tal órgano de expresión principal de la naciente escuela española de geografía) y diferente también del de la decana de las revistas geográficas españolas, el *Boletín de la Real Sociedad Geográfica* (de perfil más erudito y heterogéneo profesionalmente, aunque también distanciado, en aquel momento, de la geografía universitaria española). Junto a publicaciones extranjeras como el citado *NGM* o su equivalente inglés (*English Geographical Magazine*), sus precedentes dentro de España deben buscarse más en algunas revistas de viajes anteriores a la Guerra Civil (como, por ejemplo, el *Boletín de la Sociedad Española de Excursiones*, publicado, salvo en el paréntesis de la Guerra Civil, entre 1893 y 1954, y la revista ilustrada *Alrededor del Mundo*, publicada entre 1899 y 1930), aunque, entre otros elementos, la *RGE* difiere sustancialmente de estas últimas en la importancia central dedicada a la fotografía, directamente conectada con una de las principales pasiones del que fuera fundador y director de la revista durante muchos años.

13 Los únicos profesores universitarios de geografía que colaboraron, de forma muy puntual, en la *RGE* fueron los naturalistas Eduardo Hernández Pacheco (con un artículo, publicado en el nº 10 de la revista, sobre el relieve y la geología del Norte del Sáhara español) y su hijo Francisco Hernández Pacheco (quien dedicó un artículo a las Sebjas del territorio de Jarfaia, en el citado nº 10, y otro a las cuevas y yacimientos prehistóricos en España, en el nº 18). También colaboró en la revista Isidoro Escagüés y Javierre, miembro de las Reales Academias de la Historia y de Ciencias Morales y Políticas y catedrático de geografía e historia de enseñanza secundaria, autor de tres interesantes artículos dedicados, respectivamente, a Nápoles (*RGE*, nº 26), Sicilia (*RGE*, nº 28) y el Milanesado (*RGE*, nº 29).

Viajero impenitente y notable fotógrafo, Salas aportó un porcentaje considerable de las miles de imágenes fotográficas publicadas en la revista, extraídas de sus propios viajes, e impulsó desde ella la realización de varias expediciones y exposiciones de carácter fotográfico fuera de la península, así como la filmación de documentales geográficos de carácter divulgativo, cuya realización se encargó a dos colaboradores habituales de la revista, Manuel Hernández Sanjuán (redactor jefe de la *RGE* durante buena parte de la etapa en que Salas fue director) y Segismundo Pérez de Pedro. Si la obra de estos últimos, creadores de la célebre productora Hermic Films, ha sido considerado pionero en la historia del cine documental español por algunos autores (ELENA, 2001; ORTÍN y PEREIRÓ, 2006), la abundancia y la calidad de las fotografías publicadas en la *RGE* otorgan a esta revista, a nuestro juicio, un valor singular y no menos pionero en los inicios del fotoperiodismo de viajes en España. En ese mismo sentido debe subrayarse también la labor que desarrollaría Salas como impulsor y director del Archivo Fotográfico Hispano creado en el Ministerio de Asuntos Exteriores en 1947, estrechamente conectado con su labor al frente de la *RGE*; un proyecto breve en el tiempo y muy poco conocido hoy día, aunque de gran interés en nuestra opinión, sobre el que no podemos detenernos en este trabajo.

3. LA REVISTA GEOGRÁFICA ESPAÑOLA Y EL TURISMO. PAISAJES, MONUMENTOS E IDENTIDAD NACIONAL

En la elogiosa necrológica que la propia *RGE* le dedicó, redactada por Juan Antonio Cabezas, Salas fue considerado como “uno de los precursores o pioneros del turismo nacional e internacional” (CABEZAS, 1963), calificación seguramente exagerada, aunque ilustrativa de algunas de sus principales inquietudes y pasiones. Ya en el número 8 de la revista, publicado en 1940, el Director General del Turismo, Luis Bolín, felicitaba efusivamente a la misma por “la magnífica labor que (...) realiza para el mejor conocimiento de las maravillas de nuestra patria”. Hasta fines de los años 40, el organismo dirigido por Bolín apoyaría de hecho, económicamente, la edición de varios números de la revista y publicitaría a través de ella, de manera habitual, algunos de sus principales productos, instalaciones y publicaciones (empezando por las citadas rutas de guerra y siguiendo por la red de paradores y albergues, así como por la también citada *Apología turística de España*). El 18 de julio de 1965, en fin, la *RGE* recibiría la Placa de Bronce al Mérito Turístico por parte del Ministerio de Información y Turismo, dirigido en aquel entonces por Manuel Fraga.

Como revista de viajes, la relación de la *RGE* con el turismo fue, en efecto, relevante en los primeros decenios de vida de la publicación. Aparte de los numerosos reportajes de viajes o sobre lugares que componían habitualmente los llamados números ordinarios o misceláneos, hasta 1963 la *RGE* publicó, como ya apuntamos, doce números extraordinarios, de carácter monográfico, dedicados en buena parte a presentar las rutas, recursos y atractivos geoturísticos principales de territorios concretos, tanto españoles como extranjeros (países, regiones,

provincias o incluso ámbitos culturales supranacionales)¹⁴. Y muchos de esos números monográficos, que Salas coordinaba y encargaba directamente a diversos autores, se pueden leer de hecho como una suerte de compendios o de guías turísticas culturales; contaron con el patrocinio de las instituciones turísticas locales o nacionales interesadas; y tuvieron una intención en buena parte promocional y propagandística, de que da buen ejemplo el número 17, sobre "El turismo en España", publicado en 1945 con el patrocinio conjunto de la Dirección General del Turismo, la Dirección de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores y la Dirección General de Regiones Devastadas, y en el que participaron, además de autores españoles, varios autores británicos familiarizados con nuestro país. Más que como un análisis propiamente dicho de la actividad, los 14 artículos incluidos en el número se concibieron eminentemente como una síntesis de los recursos y potenciales turísticos del país¹⁵, dirigida tanto a una audiencia interior como a la exterior. En el número quedó también de manifiesto el valor propagandístico que el régimen atribuía al turismo, como medio con el que lavar su propia imagen y desmontar determinados prejuicios y "leyendas negras" frecuentados en el extranjero desde épocas anteriores (en especial, RÍO-COSSA, 1945).

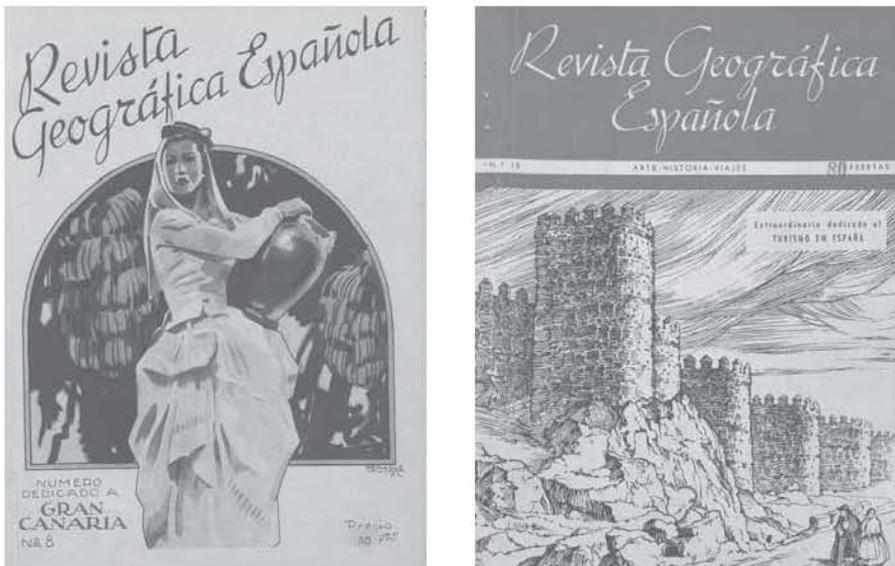


Figura 1. Cubiertas de los extraordinarios de la RGE dedicados a Gran Canaria (nº 8) y al turismo en España (nº 18).

14 Los extraordinarios que cabe incluir en esta línea serían, entre los territorios españoles, los dedicados a las provincias de Gran Canaria (nº 8, patrocinado por la Junta Provincial de Turismo), Cádiz (nº 13, patrocinado por la Junta Provincial de Turismo), Málaga (nº 14, patrocinado por varias instituciones, entre ellas la Dirección General del Turismo y la Junta Provincial de Turismo), al turismo en España (nº 18, cuyos patrocinadores mencionamos más adelante), y a Madrid y alrededores (nº 23, también con varios patrocinadores, entre ellos la Dirección General del Turismo). A ellos cabe añadir, en parte, los monográficos sobre Ifni-Sahara (nº 10), el Marruecos español (nº 15) y la Guinea española (nº 24), aunque el propósito de los mismos no es sólo, ni prioritariamente, de carácter turístico. Entre los monográficos sobre países o ciudades extranjeras guiados, en más o menos medida, por un interés turístico, cabe citar los de Inglaterra y países de la Commonwealth (nº 17), La India (nº 39), Egipto (nº 40) y Pekín imperial (nº 53).

15 El número se compone, en este orden, de artículos sobre el clima y el paisaje de España, las principales cuevas y yacimientos prehistóricos, los monumentos romanos, la civilización árabe, los castillos, los imagineros, los

Aunque la visión del turismo y, más ampliamente, de España y de los territorios españoles transmitida a través de la *RGE* exigiría un análisis mucho más detallado que el que cabe aquí, no queremos dejar de destacar algunas cuestiones que nos parecen relevantes en este sentido.

En primer lugar, los artículos publicados en la *RGE* reproducen y participan por lo general de una determinada concepción del viaje y del turismo, marcada por la preferencia por el viaje individual, de tipo cultural, y mediante itinerarios concebidos para ser recorridos en automóvil. El turismo planificado, antesala del turismo de masas, se evita y en algunas ocasiones se condena como una actividad superflua desde el punto de vista experiencial e intelectual (SALAS, 1938: 5-6).

En el marco de esa concepción, los artículos viajeros de la *RGE* dedicados a España centran su atención, como veremos, en los recursos culturales de carácter histórico-artístico, aunque también valoran los elementos folklóricos y etnográficos y, en algunos casos, ciertos espacios naturales asociados a la estética romántica, como cordilleras y volcanes. Los números monográficos sobre algunas provincias españolas, como los dedicados a Gran Canaria, Málaga y Cádiz, incorporan, asimismo, significativamente, una cierta consideración del paisaje (en especial de los paisajes naturales, aunque también de los paisajes rurales y urbanos) no sólo como recurso y reclamo turístico, sino también como elemento patrimonial digno de atención, que sirve a veces de hilo conductor a las descripciones de lugares y que ocupa, en general, un lugar importante en la iconografía fotográfica de revista. Otras contribuciones, como algunos de los artículos incluidos en el monográfico sobre el turismo en España, establecen, incluso, variopintas relaciones, de rancio sabor determinista, entre el clima, el paisaje y el carácter de los habitantes de las distintas regiones españolas (en especial, ROSILLO, 1945).

Otra cuestión que nos parece destacable en relación con las dimensiones turísticas de la *RGE* estriba en la predilección que sus sucesivos directores y sus principales colaboradores mostraron por ciertos elementos del patrimonio histórico, artístico y monumental español conectados con una visión de la identidad nacional afín, en buena medida, al ideario del régimen: castillos, monasterios, iglesias y catedrales, rutas de peregrinación e incluso, en un primer momento, ciertas rutas significativas en las victorias y acciones militares del "bando nacional"¹⁶, recibieron una atención preferente en los itinerarios abordados en los números ordinarios de la revista, y varios de estos fueron objeto también de monográficos específicos, como los dedicados a las catedrales (números 42, 43 y 55), a los monasterios (nº 44), al camino de Santiago (nº 51) o, sobre todo, la serie titulada "Castillos de España".

jardines, los paradores y albergues, la pesca de ríos, la fiesta de toros, las catedrales, la caza mayor, los pueblos reconstruidos por la Dirección de Regiones Devastadas en Aragón y las islas.

16 Véase, los artículos titulados "La ruta gloriosa del Montejoyra" (*RGE*, nº 1) y "Los que vinieron del Jalifato" (*RGE*, nº 3), auténtica apología de los primeros pasos de la sublevación militar, así como el titulado "Nieve en las cumbres" (*RGE*, nº 7), sobre la labor desempeñada por la Compañía de Esquiadores durante la Guerra.

Como ya se apuntó, a esta última se dedicaron nada menos que trece números extraordinarios entre 1949 y 1975¹⁷, organizados geográficamente por provincias y regiones históricas. Los seis primeros fueron, de forma significativa, redactados por el académico de Bellas Artes Ángel Dotor e ilustrados con las fotografías de Salas. Ambos autores participarían decisivamente en la creación y el desarrollo inicial de la Asociación Española de Amigos de los Castillos, fundada en Madrid en 1952¹⁸.

El inicio de la publicación de la serie monográfica sobre los castillos por parte de la RGE respondió probablemente a la llamada efectuada por el Decreto de 22 de abril de 1949, promulgado por el Ministerio de Educación Nacional, que ponía bajo protección del Estado “todos los castillos de España, cualquiera que sea su estado de ruina” y encomendaba a la Dirección General de Bellas Artes, a la sazón comandada por el Marqués de Lozoya, a que procediera, “por medio de sus organismos técnicos [...] a redactar un inventario documental y gráfico, lo más detallado posible de los castillos existentes en España” (BOE, 5-V-1949). Al mismo tiempo, dicho interés encajaba perfectamente en la idea de España promovida por el nacional-catolicismo, impregnada por los valores castrenses y religiosos y por las interpretaciones historiográficas castellano-céntricas.

“Verdaderos palimpsestos de piedra, crónica viviente del pasado y cantera inagotable de poetas” —escribía José Sanz y Díaz en el citado monográfico sobre el turismo en España—, “[los castillos] son el resumen de nuestra Historia, de nuestro vigor racial, de nuestro espíritu ecuménico y hasta de nuestra literatura” (SANZ, 1945).

“Entrañan tales monumentos —abundaba en parecida línea Dotor, al presentar el primer número de la citada serie— sentido tan representativo de Arte e Historia, reflejan de manera tan marcada aspectos verdaderamente consustanciales al alma de la raza en su devenir secular, que nadie habrá insensible al poder emotivo y de evocación que su solo nombre susurra (...). Tales monumentos constituyen, con las catedrales, los monasterios y los palacios, un exponente insuperable de la vida hispana de los siglos X a XVI, y su origen y vicisitudes, su esplendor y su decadencia (...) definen las determinantes psicológicas del pueblo cuya región central, genitora de la nacionalidad, de ellos tomó nombre” (DOTOR, 1949).

Más aún, para Dotor, la publicación de la serie sobre los castillos españoles se justificaba “por el considerable papel que desempeñan en el pasado” y “por lo que representan hoy como motivo estético enmarcado en el paisaje y el costumbrismo nacional” (*ibíd.*). Inventariarlos y describir su estado constituía, además, una tarea impe-

17 En concreto, los números 25 (provincias de Segovia y Valladolid), 27 (Cuenca y Guadalajara), 31 (Madrid y su provincia), 33 (Toledo), 37 y 38 (Cáceres), 41 (Levante o antiguo Reino de Valencia), 49 (Salamanca y Zamora), 56, 58, 59 y 60 (Andalucía) y 61 (Fortalezas españolas en América: Cartagena de Indias).

18 El primer presidente de la Asociación fue el académico Juan de Contreras y López de Ayala, Marqués de Lozoya, Director General de Bellas Artes entre 1939 y 1951 y asiduo colaborador de la RGE. Como ya se indicó, Salas desempeñó la Vicepresidencia de la Asociación en su etapa inicial, junto a Germán Valentín-Gamazo y Casto Fernández Shaw.

riosa para tratar conservar, según defendía el autor, “cuantos yerguen aún su silueta airosa, tras larguísimo período de abandono, que fatal ha sido para considerable número de ellos” (*ibíd.*). El preámbulo del citado Decreto de 22 de abril de 1949 incidió, de hecho, en argumentos muy parecidos:

“Una de las notas que dan mayor belleza y poesía a los paisajes de España es la existencia de ruinas de castillos en muchos de sus puntos culminantes, todas las cuales, aparte de su extraordinario valor pintoresco, son evocación de la historia de nuestra Patria en sus épocas más gloriosas; y su prestigio se enriquece con las leyendas que en su torno ha tejido la fantasía popular. Cualquiera pues, que sea su estado de ruina, deben ser objeto de la solicitud de nuestro Estado, tan celoso en la defensa de los valores espirituales de nuestra raza. Desgraciadamente, estos venerables vestigios del pasado están sujetos a un proceso de descomposición. Desmantelados y sin uso casi todos ellos han venido a convertirse en canteras cuya utilización constante apresura los derrumbamientos habiendo desaparecido totalmente algunos de los más bellos. Imposible es, salvo en casos excepcionales, no solamente su reconstrucción, sino aún las obras de mero sostenimiento; pero es preciso cuando menos, evitar los abusos que aceleren su ruina” (BOE, 5-V-1949)

Como rezaba un breve anuncio publicado en la *RGE* tres años después, la fundación de la mencionada Asociación Española de Amigos de los Castillos, gestada al parecer en una reunión auspiciada por Salas en la sede de la redacción de la revista y al amparo del mencionado decreto, respondería precisamente los objetivos de “vigilar y estudiar la existencia, estado y si fuera posible, restauración de estos nobles edificios” (*RGE*, nº 31). Porque, según se indicaba en el anuncio,

“Por el lugar muy destacado que dichos monumentos ocupan en el orden de los atractivos turísticos de nuestra Nación, resulta de urgente necesidad acudir en defensa de tan valioso patrimonio de los españoles, evitando que desaparezcan, como ocurrirá de no ponerle pronto remedio” (*ibíd.*).

Entreveradas indisolublemente con las consideraciones de tipo científico o ideológico apuntadas, la serie sobre los castillos españoles impulsada por la *RGE* reflejó y proyectó también, de forma más o menos explícita, una preocupación sincera por la situación de abandono de muchos de ellos y una defensa de la conservación y recuperación de los mismos que aportan a la revista un lugar propio en la historia de la castelología y, más ampliamente, en la del conservacionismo de carácter histórico-artístico en España.

BIBLIOGRAFÍA

BOLÍN, L. A. (1967): *España: los años vitales*, Madrid, Espasa-Calpe.

BRYAN, C. D. B. (1987): *The National Geographic Society: 100 years of Adventure and Discovery*, New York, Harry N. Abrams.

CABEZAS, J. A. (1963): “Biografía del Sr. Don Valeriano Salas”, *Revista Geográfica Española*, nº 40, pp. 9-11.

- CALLEJA, R. (1943): *Apología turística de España*, Madrid, Dirección General del Turismo.
- CORREYERO, B. y CAL, R. (2008): *Turismo, la mayor propaganda del Estado. España: desde sus inicios hasta 1951*, Madrid, Visión Libros.
- CRANG, P. (1996): "Popular geographies", *Environment and Planning D*, vol. 14, pp. 631-633.
- DIRECCIÓN GENERAL DEL TURISMO [1939]: *Rutas Nacionales de España. Programa de itinerarios. Invierno-primavera 1939-1940*. Folleto promocional.
- DOTOR, A. (1949): "Castillos de España: provincias de Segovia y Valladolid", *Revista Geográfica Española*, nº 25.
- ELENA, A. (2001): "Cámaras al sol. Notas sobre el documental colonial en España", en CATALÁ, J. M. et al. (eds.), *Imagen, memoria y fascinación. Notas sobre el documental en España*, Madrid, Ocho y Medio, pp. 115-124.
- GÓMEZ, J. (1997): "La formación de la Escuela Española de Geografía (1940-1952). Instituciones, revistas, congresos y programas", *Ería*, nº 42, pp. 107-146.
- MADRID, F. de (1946): "Para emulación y ejemplo. El *National Geographic Magazine*", *Revista Geográfica Española*, nº 19.
- MORENO, A. (2007): *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis.
- ORTÍN, P. y PEREIRÓ, V. (2006): *Mbini: cazadores de imágenes en la Guinea colonial*, Barcelona, Altair.
- PACK, S. D. (2009): *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid, Turner.
- POUTET, H. (1995): *Images touristiques de l'Espagne. De la propagande politique à la promotion touristique*, París, L'Harmattan.
- RÍO-COSSA, M. P. del (1945): "Los Paradores y los Albergues de la Dirección General del Turismo", *Revista Geográfica Española*, nº 18.
- ROSILLO, R. (1945): "Clima y paisaje de España", *Revista Geográfica Española*, nº 18.
- ROTHENBERG, T. Y. (2007): *Presenting America's World: Strategies of Innocence in National Geographic Magazine, 1888-1945*, Aldershot, Ashgate.
- SALAS, V. (1938): "De España a La India en automóvil (I Parte)", *Revista Geográfica Española*, nº 1, pp. 5-24.
- SANZ, J. (1945): "Castillos de España", *Revista Geográfica Española*, nº 18.
- SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO [1938]: "Visitad las Rutas de la Guerra en España". Folleto promocional.