

REPRESENTACIONES DEL ESPACIO TURÍSTICO PENINSULAR EN LAS GUÍAS DE VIAJE, 1951-1962

José Luís Sousa Soares de Oliveira Braga*

Resumen: En este capítulo se analizará la imagen turística como forma de simplificación, simbolización y adjetivación del valor atribuido a los recursos endógenos de España y Portugal. También estudiaremos los mensajes que transmiten las guías de viaje sobre los lugares o las atracciones turísticas, incluidos los valores, los sentimientos y los acontecimientos asociados a estos destinos. Por lo tanto, será importante entender cómo el espacio turístico peninsular se configuró con imágenes y estereotipos que condicionaron a los agentes turísticos, en una época en la que surgió el turismo de masas. La metodología empleada en este estudio es el análisis del discurso de las imágenes contenidas en las guías pertenecientes a la muestra seleccionada.

Abstract: This chapter will analyze the tourist image as a form of simplification, symbolization and adjectivation of the value assigned to the endogenous resources of Spain and Portugal. We will also study the messages conveyed by travel guides about places or tourist attractions, including the values, feelings and events associated with these destinations. It will therefore be important to understand how the Peninsular tourist space was shaped by images and stereotypes that conditioned the tourist agents, at a time when mass tourism emerged. The methodology employed in this study is the discourse analysis of the images contained in the guides belonging to the selected sample.

I. INTRODUCCIÓN

En 1935, el Gobierno de Salazar creó la Federación Nacional de la Alegría del Trabajo (FNAT), una institución que pretendía organizar de forma más adecuada las actividades de ocio de las clases más desfavorecidas (Cadavez, 2013). Por otra banda, con el desarrollo de la aeronáutica, en esta época, Lisboa quedó conectada con las principales capitales europeas, con Estados Unidos y con Marruecos (Lopes y Gamboa, 2001).

En España, el Servicio Nacional de Turismo creado en 1938 (Vallejo Pousada,

2002; Vallejo Pousada, 2021) se convierte en una Dirección General, lo que atestigua el creciente papel otorgado al turismo. En un régimen de fuerte inclinación católica, Santiago de Compostela tendrá una creciente relevancia como ciudad de peregrinación (Juanatey Heredia y Solla Santos, 2005).

En 1940, en el marco de las conmemoraciones de la Fundación y Restauración de Portugal, se celebró en Lisboa la Exposición del Mundo Portugués. Este emprendimiento, aunque se realizó en un período de retracción de la actividad turística a nivel mundial, fue un éxito. Este evento preten-

* CIDI-IESF (Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação do Instituto de Estudos Superiores de Fafe) josebraga@iesfafe.pt. ORCID: 0000-0001-7668-5200. Researcher ID: AAT-4343-2021.

día conmemorar el Doble Centenario de la “Nación”: la fundación de la nacionalidad (1140) y la restauración de la independencia (1640) (Cadavez, 2017). Durante la Segunda Guerra Mundial, Portugal no sólo recibió turistas, sino también refugiados en tránsito hacia América.

Para mejorar las condiciones de alojamiento del país, António Ferro, director de la Secretaría Nacional de Propaganda (que, en 1944, dio paso al Servicio Nacional de Información, Cultura Popular y Turismo), inició en 1943 la red nacional de *Pousadas*. En 1944 se creó el TAP y un año después se adjudicó a *Combóios de Portugal* (CP) la concesión del ferrocarril (Lopes & Gamboa, 2001).

En Portugal, en los años 50, se crearon las Regiones Turísticas, el Gremio Nacional de Agencias de Viajes y Turismo y la Escuela Profesional de Hostelería de Lisboa. En 1956 se crea el Fondo de Turismo que, según Cunha (2011), “a lo largo de su existencia, financiando emprendimientos, promoción y formación profesional, tuvo una notable intervención en todo el país con los ingresos que el juego proporcionaba” (p. 146).

En la década de 1950, la política turística española cobró un nuevo impulso con la creación, en 1951, del Ministerio de Información y Turismo. De hecho, según Vallejo Pousada (2021), el establecimiento del ministerio recién creado “suponía elevar el estatus institucional de la política de turismo” (p. 127).

En España, en 1963, la Dirección General de Turismo se transformó en Subsecretaría

y se asumió la importancia de la promoción de los destinos turísticos. Además, los impactos económicos del turismo en España ganaron magnitud a partir de 1959, tanto en términos de generación de divisas como en términos de creación de empleo directo e indirecto (Vallejo Pousada, 2015). El turismo, en la década de 1960, fue, sin lugar a dudas, “la primera industria exportadora nacional” (Fernández Fúster, 1991, p. 645).

Los años 60 son la llamada década de oro del turismo portugués. Celestino Domingues (2000, p. 55) afirma que “el número de visitantes extranjeros aumentó un 950% entre 1960 y 1970”. La estabilidad interna hizo de este país un refugio deseado por los turistas. El gobierno - debido al esfuerzo de la guerra y la consiguiente crisis económica - ve el turismo como un medio de generar ingresos: “El turismo será considerado como un ‘sector estratégico de crecimiento económico’” (Lopes & Gamboa, 2001, p. 25).

En 1965, para llenar el vacío en la formación de Recursos Humanos, se creó el *Centro Nacional de Formação Turística e Hoteleira* (Barros, 2016). El ejecutivo comenzó entonces a adoptar una política menos reticente en relación con el Turismo, más centrada en la eliminación de los obstáculos que minaban la actividad.

En el contexto de esta nueva política, la *Repartição de Turismo* es elevada al nivel de *Direção de Serviços* y, poco después, se convierte en el *Comissariado do Turismo* (en 1965) y en *Direção-Geral* tres años más tarde (Pina, 1988; Barros, 2016). En este periodo aparecieron nuevos hoteles y

las primeras villas turísticas, sin embargo, la falta de una normativa adecuada hizo que se acentuara la especulación inmobiliaria en regiones como el Algarve y Madeira.

En España y Portugal, la década de los 70 estuvo marcada por la crisis del petróleo – que provocó una retracción de la actividad turística – y por la conversión de los regímenes dictatoriales peninsulares en democracias (Juanatey Heredia y Solla Santos, 2005).

Fue en la década de 1950 cuando la zona mediterránea comenzó a acoger a los viajeros del norte de Europa que acudían a las playas de estos países durante la temporada de verano (Férrandez Fuster, 1991).

La década de los 60 marca un periodo en el que el crecimiento del turismo iguala o supera al de la economía. En esta época aumentó la demanda de hoteles y alojamientos alternativos, como campings y pisos. El turismo interno también comenzó a tener un impacto creciente en la actividad turística. Portugal, en 1964, supera, por primera vez, el millón de entradas de extranjeros (Cunha, 2013).

El litoral mediterráneo, en la década de 1960, fue escenario de un aumento exponencial del número de turistas, que alteró el paisaje y el modo de vida tradicionales (Barros, 2016; Simões & Ferreira, 2017). De repente, aparecieron rascacielos, discotecas, campos de golf, pistas de tenis y centros comerciales que cambiaron la tipología del urbanismo. A esto se suma la especulación en el precio de la tierra y su enajenación a terceros (Braga, 2007).

A partir de los años 70, el turismo se ha visto amenazado por crisis puntuales (como la del petróleo en 1973), pero ahora es una de las actividades económicas más importantes del mundo y estaba en auge hasta la pandemia.

En este capítulo se analizará la imagen turística como forma de simplificación, simbolización y adjetivación del valor atribuido a los recursos endógenos de España y Portugal. También estudiaremos los mensajes que transmiten las guías de viaje sobre los lugares o las atracciones turísticas, incluidos los valores, los sentimientos y los acontecimientos asociados a estos destinos. Por ello, será relevante conocer cómo se configuró el espacio turístico peninsular con imágenes y estereotipos que condicionaron a los agentes turísticos, en un momento en el que surgió el turismo de masas. La metodología empleada en este estudio es el análisis del discurso de las imágenes contenidas en las guías pertenecientes a la muestra seleccionada. En cuanto a la delimitación de la secuencia temporal (Mendes, 1993), el análisis de las guías consideró el intervalo de tiempo que comienza en 1951 y finaliza en 1962. Sin embargo, no todas las guías consultadas para el período en cuestión incluían registros fotográficos de destinos ibéricos, por lo que, de las doce guías examinadas, sólo la mitad fueron efectivamente objeto de un análisis detallado. Así, el período efectivamente considerado se redujo a ocho años (1952-1960).

El presente texto se divide en cuatro secciones. Inicialmente se procede a una revisión bibliográfica sobre la relación entre el turismo y la fotografía, luego se abordan los

detalles de la metodología adoptada, pasando después a la presentación de los resultados de la investigación y concluyendo con una discusión de los mismos, sin eludir las limitaciones del presente estudio y las líneas de investigación que se pueden emprender en el futuro.

II. TURISMO Y FOTOGRAFÍA

La fotografía tiene una “fuerza verificadora” (Barthes, 1980, p. 121), “toda fotografía es un certificado de presencia” (Barthes, 1980, p. 122). La imagen fotográfica hace realidad la experiencia vivida, constituye “una forma de inmovilizar y aprisionar la realidad” (Sontag, 1986, p. 144). Este medio mantiene disponibles momentos que el transcurso del tiempo erosiona, por lo que la fotografía desencadena la nostalgia. La fotografía proporciona una prueba innegable de que el viaje se realizó, de que el programa se cumplió y de que los participantes se divirtieron (Braga, 2007).

Fotografiar es conferir importancia: se fotografía lo notable. La mirada fotográfica debe dirigirse a ciertos objetos o acontecimientos extraordinarios, es decir: observar representaciones ideales de la vista en cuestión (que, como veremos más adelante, recuerdan a las que la gente asimila al ver postales, guías, folletos y, cada vez más, programas de televisión (Jenkins, 2007)). Según Urry (1996, p. 187): “la fotografía da forma al viaje”, el turista se siente urgido a cumplir ciertas obligaciones: fotografiar determinadas escenas fotogénicas, so pena de perder la oportunidad. En el límite, el viaje es una estrategia para coleccionar foto-

grafías, lo que importa es ver y coleccionar vistas y plasmarlas en forma de fotografías, postales, réplicas en miniatura, etc. (Braga, 2007).

El desarrollo de la fotografía y la expansión del turismo están correlacionados. Sontag (1986) compara al fotógrafo y al turista. En su opinión, el fotógrafo es un superturista “que visita a los nativos y vuelve con noticias de sus costumbres y extraños adornos” (Idem, p. 46). La fotografía y el turismo permiten la apropiación imaginaria de un pasado utópico. El acto de fotografiar (como las excursiones escrupulosamente organizadas del turismo de masas) mitiga la sensación de desorientación; hace que lo exótico parezca más cercano e íntimo reduciendo la ansiedad del viajero. La fotografía proporciona un repertorio de acciones que suavizan el contacto con el Otro, que a menudo se siente como “intimidante, amenazante y misterioso” (Urry & Crawshaw, 1995, p. 57). Tomar fotografías se convierte, además, en un sustituto del trabajo para el turista – japonés, alemán o estadounidense – “sometido [en casa] a una despiadada ética del trabajo” (Idem, p. 19).

La imagen fotográfica es un espejo de la sociedad posmoderna. En la sociedad actual se consumen cada vez más imágenes y signos en lugar de creencias como en el pasado (Barthes, 1980). Para Sontag (1986, p. 157), “la razón última de la necesidad de fotografiarlo todo reside en la propia lógica del consumo”. Según el autor estadounidense, la posesión de la cámara puede inspirar algo parecido a la lujuria, en este caso consumir significa “quemar, gastar y, por tanto, implica la necesidad de reabastecimiento (ibíd.)”.

Esta producción y consumo acelerados hacen que la sociedad necesite una cantidad cada vez mayor de imágenes (Braga, 2007). Como dice Barthes (1980), la fotografía se niega a madurar; la mirada fotográfica tiene que renovarse constantemente en sus temas y técnicas, para que sea capaz de romper con el tedio de la vida cotidiana.

III. METODOLOGÍA

La historia puede contribuir activamente al conocimiento del contexto en el que ha evolucionado la industria turística (Ritchie y Goeldner, 1994). Así, la documentación del pasado puede ayudarnos a arrojar luz sobre los procesos que subyacen a la formación de un sistema turístico, la evolución económica de la industria turística, así como de los productos turísticos, las políticas públicas y la forma en que los visitantes han percibido los destinos en los que han permanecido. También nos permite comprender las estrategias de promoción turística utilizadas a lo largo del tiempo (Vallejo y Larrinaga, 2018).

Amado Mendes (1993) comenta el valor de las narraciones de viajes como fuentes de conocimiento histórico. Según el historiador, la utilidad de estas fuentes depende de sus autores, que suelen ser extranjeros que “no siempre tienen un conocimiento profundo de la realidad portuguesa” (p. 135). El hecho de que estos observadores de la realidad social sean foráneos permite comparar la realidad autóctona con la de sus países, lo que aumenta el interés de sus escritos. Por tanto, esta fuente debe utilizarse como complemento de otras (Idem).

John Towner (citado por Peel & Sorensen, 2016) considera que las guías de viaje son valiosas fuentes primarias. Junto con documentos personales como cartas y diarios, las guías pueden abrir las puertas del conocimiento a la práctica del turismo en una época preestadística. Las guías de viaje del siglo XX ya revelan el crecimiento de los mercados turísticos y la segmentación del público objetivo. La complejización del sistema geográfico del turismo en la región de origen, tránsito y destino (Cooper & Hall, 2008), lleva a que las guías de viaje sean más “elaboradas y ordenadas, presentándose como intérpretes necesarios de un sistema cada vez más complejo” (Byerly, 2013 cit. Hooper, 2018, p. 582).

La presente investigación partió de un universo de guías producidas entre los años 1951 y 1962 (Haro et al., 2018). De este conjunto, la población del estudio es la referenciada en el catálogo de la exposición *Porto Sentido de Fora - Livros e guias de viagem* (Ribeiro, Cerveira & Costa, 2018) para el intervalo cronológico analizado. Los casos que observamos y que constituyen la muestra de nuestro estudio fueron 6 guías de viaje (Blakestone, 1955; Bottineau, 1956; Merle, 1958; Wohlrabe & Krusch, 1960; Cooper, 1952; Contrepied, 1956), de las que seleccionamos las guías que estaban ilustradas con fotografías que consideramos pertinentes. Las guías se consultaron en los locales de la Biblioteca Nacional de Portugal, situada en Lisboa.

En los últimos tiempos ha crecido el interés de los científicos sociales por los objetos visuales como fuente de investigación. Sin embargo, para poder profundizar en las con-

notaciones que subyacen en la fotografía es necesario conocer el contexto social del que emana la fotografía (Bryman, 2012). Otro problema que surge del uso de fotografías en la investigación social es el de su representatividad. De hecho, difícilmente podemos asegurar que las fotografías incluidas en esta investigación sean representativas de todas las guías editadas sobre Portugal y España en el periodo considerado. Otra cuestión que surge con este tipo de datos es la legitimidad de las interpretaciones, ya que éstas pueden ser diversas y la fotografía es en sí misma una construcción, una negociación de sentido entre quien fotografía y quien examina la fotografía.

En el siguiente apartado se procederá al análisis del discurso contenido en las fotografías que constituyen la muestra de nuestro estudio. Entendemos el discurso como un conjunto de afirmaciones que estructuran la forma de pensar una determinada cosa, y la forma de actuar sobre ese pensamiento. En otras palabras, es un conocimiento particular sobre el mundo que da forma a la manera en que se percibe y cómo existen las cosas en él. El enfoque de nuestro estudio privilegiará la noción de discurso como resultado de la articulación que se establece en las guías entre los soportes visuales y sus respectivos subtítulos (Rose, 2001).

IV. REPRESENTACIONES DEL ESPACIO TURÍSTICO PENINSULAR EN LAS GUÍAS DE VIAJE, 1951-1962

En este apartado estableceremos una descripción detallada de los temas y des-

tinios representados en las guías de viaje fotográficas que retrataron los dos países peninsulares, durante el periodo cronológico considerado. Con el fin de estandarizar la descripción de las formas de ver los destinos turísticos peninsulares, el análisis discursivo aquí realizado se centrará en cada uno de los niveles 2 de la “Nomenclatura de Unidades Territoriales Estadísticas (NUTS)” en los que se dividen actualmente España y Portugal. En el caso español, éstas coinciden con las “Comunidades y Ciudades Autónomas”. En Portugal, las NUTS II se refieren a las Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR) del continente y a las dos Regiones Autónomas insulares y convergen, desde 2013, con las Entidades Regionales de Turismo (PORTADTA, s. f.; EUROSTAT, s. f.). Además, también nos referiremos al Principado de Andorra y al Protectorado español en Marruecos.

IV 1. Andorra

Un gran arco enmarca una vista del paisaje natural y artificial de este destino pire-

**Figura 1
Andorra**



FUENTE: Clark, 1953.

naico. El edificio más destacado es el “antiguo edificio del parlamento” (figura 1), que nos transporta a la época feudal.

IV 2. España

En España, actualmente, las “Comunidades y Ciudades Autónomas” que componen la NUTS 2, son diecinueve. A continuación se describirá detalladamente la imaginería utilizada en la promoción de los destinos regionales españoles.

IV. 2.1. Galicia

Galicia está representada por la “Ría de Vigo” y sus cuatro rías que se comparan explícitamente con los fiordos noruegos (Cooper, 1952). También se menciona la calidad de su puerto natural y la belleza de su bahía, frecuentada por barcos de varios países.

Naturalmente, Santiago de Compostela es el destino donde se realizan la mayoría de las representaciones. La Catedral donde reposan los restos del Apóstol Santiago el Mayor, patrón de España, es el centro de una de las representaciones, así como el estilo barroco que adorna la fachada del siglo XVIII de la Catedral. También se ilustra el Pórtico de la Gloria de la Catedral, un lugar de peregrinación centenario para los peregrinos europeos.

Además de lo sagrado, lo profano también aparece asociado a Santiago, a través de una de las calles del centro histórico. La segunda imagen de este destino menciona la calidad de la arquitectura de la ciudad y

la humedad de su clima. Aunque no elude el hecho de que se trata de un centro de peregrinación con orígenes medievales, promueve la posibilidad de deambular por sus calles de noche convocando “visiones románticas a través de la bruma de los siglos” (Cooper, 1952, ilustración 21).

La última ilustración se refiere a La Coruña, a la que se alude a través de su puerto (figura 2). Se hace mención explícita a sus miradores, explicando que se trata de balcones acristalados pintados con colores vivos que brillan al sol y que proyectan su imagen sobre las aguas azules de la bahía (Cooper, 1952). También se hace referencia al hecho de que esta ciudad participó en el intento fallido de invadir Inglaterra por parte de la Armada Invencible y que es la ciudad donde yace el general británico John Moore, que desempeñó un importante papel en la Guerra Peninsular.

El típico hórreo gallego igualmente hace su aparición, así como la mencionada metáfora del fiordo, esta vez tomando la ría de Pontevedra como significante.

La corrida de toros en Vigo, es la última representación del destino gallego. En este

Figura 2
A Coruña



FUENTE: Cooper, 1952.

caso, quizás para mitigar la sensibilidad de los británicos, se hace un comentario sobre el peto que protege al caballo de los ataques del toro y que es una característica de las corridas modernas.

IV. 2.2. Principado de Asturias

La única imagen de Asturias en nuestra muestra se refiere al desfiladero de La Hermita, que aquí tiene una función metonímica de la región montañosa de los Picos de Europa. La belleza salvaje del paisaje escarpado se ve reforzada aquí.

IV. 2.3. Cantabria

Se destaca aquí la singular importancia de Santillana del Mar (Figura 3), desde el punto de vista histórico, así como la inmutabilidad del tiempo en esta villa medieval que parece anclada en el siglo XV. También se hace referencia a las verandas y a los impresionantes escudos que adornan la

fachada de una parte importante de las casas (Cooper, 1952). Por último, se recuerda la proximidad de la Cueva de Altamira.

Esta última atracción turística se glosa en otra guía de la muestra recogida aquí (Clark, 1953). La representación incluye un jabalí y un equino rescatados de los techos de las cuevas de Altamira donde fueron representados hace unos 11.000 años. La importancia de estos grabados para la Historia del Arte Occidental se confirma aquí con el lema: “la Capilla Sixtina del Arte Rupestre” (Idem, s.p.).

IV. 2.4. Navarra

La ineludible Fiesta de San Fermín, que se celebra en julio, es un acontecimiento taurino sin parangón, retratado por la suelta de toros en las calles y la intrepidez que muestran los mozos a las damas que los admiran desde la distancia.

IV. 2.5. Madrid

La capital española está representada a través de la obra maestra de Diego Velázquez, *Las Meninas*, expuesta en el Museo del Prado. El retrato de la princesita Margarita Teresa de Austria, hija de Felipe IV y María Ana de Austria, es alabado por su capacidad de caracterización, su sofisticado tratamiento de la luz interior, el exquisito colorido empleado y su pintoresco enfoque de la escena doméstica.

La Puerta del Sol justifica su inclusión en la guía turística por ser la más amplia y

Figura 3
Santillana del Mar



FUENTE: Cooper, 1952.

animada de las plazas madrileñas. También se menciona que la toponimia de la plaza se debe a que antiguamente era una puerta de entrada a la ciudad. Al igual que en Toledo y Segovia, esta puerta dominaba una vista del sol naciente. La leyenda de la ilustración además menciona los hoteles y cafés que se encuentran en todos los lados de la plaza y las diez calles que desembocan en ella (Cooper, 1952).

La ciudad de Madrid también es representada como una ciudad progresista, en cuya imagen aparecen edificios modernos, así como coches y transeúntes apresurados. El único elemento que se replica en la representación de la comunidad autónoma de Madrid es el Monasterio de El Escorial (Figura 4), un homenaje de Felipe II de España a San Lorenzo. Se mencionan los reyes y reinas que fueron enterrados allí y la cantidad de patios, ventanas, escaleras, fuentes y pasillos que componen el majestuoso palacio.

Figura 4
Monasterio del Escorial



FUENTE: Cooper, 1952.

IV. 2.6. Castilla y León

Ávila se presenta como el ejemplo europeo más perfecto de ciudad medieval

amurallada. En el pie de foto de la única ilustración de este destino en la muestra, se utiliza un tropo que compara la ciudad con un auténtico espejismo en el corazón de un desierto real. Las antiguas murallas y los sólidos torreones, reconstruidos en 1090, son dignos de admiración.

Como es de esperar, la Catedral de Burgos juega un papel destacado en la representación de esta ciudad. De origen medieval, erigido a partir de 1221, es uno de los templos más destacados de España. En la primera ilustración destaca el octógono plateresco formado por cuatro pilares robustos y densamente ornamentados. La cúpula se distingue por la belleza de la bóveda de crucería.

El altar mayor de la iglesia de San Nicolás de Burgos es una imagen alternativa de la ciudad, aunque se basa en su patrimonio religioso. Profusamente decorado con relieves bíblicos y la vida de San Nicolás, este altar mayor diseñado por Francisco de Colonia es un ejemplo de los muchos tesoros artísticos que se encuentran en esta ciudad. El hecho de que Burgos sea la cuna del Cid se menciona explícitamente en dos de las tres representaciones de la muestra.

Las torres de la catedral de Burgos construidas por Jean de Cologne y su fachada son objeto de la tercera representación, en la que se califica a este monumento como una de las iglesias más ricas en arte de Europa.

Capital del antiguo reino peninsular, León también está representada por su catedral como producto del más majestuoso y refinado estilo gótico francés. También

destacan las vidrieras de los siglos XIII y XV, que matizan la luz que entra desde el exterior. El espacio interior se distingue por su elegancia y luminosidad. Las cualidades estéticas de esta catedral son comparadas por Cooper (1952) con las de la catedral de Notre-Dame de Chartres.

Naturalmente, la única representación de Salamanca se refiere a la que es una de las universidades más antiguas del mundo (Cooper, 1952). El pie de foto hace referencia al número de estudiantes que, en la antigüedad, superaba los diez mil. Los ricos ornamentos de la entrada principal de la universidad, de estilo plateresco, en la que están presentes escudos y bustos, destacan en la única imagen de la muestra que retrata este destino.

El acueducto romano de Segovia (figura 6), también conocido por los campesinos como el puente del Diablo – por una leyenda medieval que atribuía la construcción del puente a los poderes ocultos de ese ente maligno – es el único atractivo turístico

que aparece en las dos guías analizadas. La enorme arcada que, en la década de 1950, todavía servía para abastecer a la ciudad con agua recogida en las lejanas cordilleras avanza por el valle (Clarke, 1953).

Como en el caso de Madrid con *Las Meninas*, la única representación vallisoletana se decanta por una obra escultórica de Juan de Juni de marcado naturalismo: el entierro de Cristo. La obra está expuesta en el Museo Nacional de Escultura, en el antiguo colegio de San Gregorio. La leyenda de la imagen dice que este museo posee la más valiosa colección de esculturas policromadas españolas (Cooper, 1952).

IV. 2.7. Castilla-La Mancha

La única provincia representada de esta comunidad autónoma es Toledo. Se alude a la ciudad a través de la Casa y el Museo del Greco. Se destaca la belleza del lugar y la vista privilegiada que ofrece la casa desde el jardín. La arquitectura de la casa se valora por su sencillez, en lo que contrasta con el museo que alberga algunas de las obras más famosas del artista.

IV. 2.8. Catalunya

Las playas de la Costa Brava (figura 6), que se extienden desde Barcelona hasta cerca de la frontera francesa, son alabadas, siendo adjetivadas como “hermosas” y “maravillosas”. También se hace referencia explícita a dos bahías de las muchas que conforman su fachada marítima: Llafranc y Calella (Cooper, 1952; Clarke, 1953).

Figura 5
Acueducto de Segovia



FUENTE: Clark, 1953.

Figura 6 **Costa Brava**



FUENTE: Clark, 1953.

El monasterio benedictino de Montserrat, encaramado y aislado en la montaña, la leyenda de la “Virgen Negra” y los jardines diseñados por un británico que albergan árboles de casi todos los climas del mundo, incluidos los helechos que componen el valle del mismo nombre y que no tienen rival en Europa, son las razones que se esgrimen para describir este destino catalán.

La capital de Cataluña, Barcelona, aparece en las guías de muestra a través del Paseo de Gracia (figura 7), la Catedral de la Sagrada Familia y su puerto.

La conocida vía es alabada por la majestuosidad de los edificios que la componen,

Figura 7 **Paseo de Gracia**



FUENTE: Cooper, 1952.

por las exclusivas tiendas que la pueblan, considerándose ésta como posiblemente la más bella de las avenidas europeas. El atractivo de la ciudad no se limita a esta ubicación, de hecho la variedad de puntos de interés que ofrece este destino, según Cooper (1952), siempre ha deslumbrado al visitante.

El exotismo de la catedral de la Sagrada Familia no tiene parangón en la tradición arquitectónica de Occidente. Esta “estructura fantástica” (Cooper, 1952, ilustración 25) pretende narrar la creación del mundo en piedra, y el autor de la guía hace depender la satisfacción de las cualidades inherentes a la obra del afecto del lector por el arte moderno catalán.

La Barcelona vanguardista se plasma sobre todo en su puerto, entonces el mayor del Mediterráneo, que daba servicio a una población de 2 millones de habitantes.

IV. 2.9. Comunidad Valenciana

La representación del destino Valencia es variada, destacando principalmente el patrimonio inmaterial de la ciudad. El traje regional que se usa en ocasiones festivas, no sólo en Valencia sino también en otras provincias y ciudades españolas, difiere según la latitud. Si bien es cierto que, ya en la década de 1950, este traje estaba siendo eclipsado por prendas más modernas, el autor de la guía no duda de que el estilo de antaño – encarnado por la grácil chica nativa (figura 8) que lleva el vestido – es inconmensurablemente superior en belleza artística (Cooper, 1952, ilustración 11).

Figura 8
Traje típico valenciano



FUENTE: Cooper, 1952.

Las Fallas de Valencia están clasificadas como una de las fiestas anuales más interesantes de España. La imagen captada muestra una muñeca de gran tamaño, con el pie de foto diciendo que se premia a los ejemplares más atractivos. Todos los demás ninots se queman el 19 de marzo, para deleite de los asistentes al evento. La leyenda también hace referencia al sonoro y magnífico despliegue de fuegos artificiales, cuyo ruido resuena de forma “indescriptible” (Cooper, 1952, ilustración 24).

Una Valencia atávica brilla en una instantánea de la pesca, en la que una yunta de bueyes ayuda a un grupo de pescadores embarcados en un velero.

Elche, a su vez, se personifica como “un trozo de África en España” (Clarke, 1953, s.p.). Esta máxima se ilustra con un palmeral en el que hay tres hombres subidos a otros tantos árboles. Estos jornaleros se preparan para recoger ramas de palma, que luego eran bendecidas por altos prelados y distribuidas por toda España para evitar los rayos (figura 9).

Figura 9
Palmeral en Elche



FUENTE: Clark, 1953.

IV. 2.10. Islas Baleares

La primera representación de Palma de Mallorca nos recuerda un dualismo: en primer plano el puerto deportivo mallorquín donde están anclados unos veleros con las velas recogidas, dando acceso visual al patrimonio histórico del fondo, donde destacan la Catedral y la Lonja. El primer monumento data del siglo XIV y está considerado uno de los edificios eclesiásticos más impresionantes de España y del mundo, destacando el atractivo cromático de su interior. En cuanto a la Lonja, su función está estrechamente relacionada con el comercio marítimo (Cooper, 1952).

Valldemosa, que en su día fue la isla de retiro de Chopin y George Sand, se promociona como un “centro de peregrinación musical” al que acuden miles de peregrinos cada año (Clarke, 1953).

Una fotografía genérica del destino “Islas Baleares” muestra el interior de una casa típica en la que podemos ver a dos mujeres

jóvenes vestidas con trajes regionales y a una anciana a la luz de la chimenea, coronada por utensilios como ánforas y cestas que podemos asociar a las tareas domésticas. El pie de foto da el lema: “el hogar está donde lo encuentras” (Clarke, 1953, s.p.).

La única representación de Ibiza en la muestra es la de un mercado típico con dos vendedoras, una de espaldas y la otra de perfil, vestidas de negro y de pie frente a un expositor de utensilios de artesanía: cestas, ánforas, vajillas, ollas, bandejas, etc.

IV. 2.11. Andalucía

Este destino sólo está representado una vez en la muestra de guías analizadas. El tema elegido para describir la región es el patio de una posada (figura 10). Dos hombres están sentados y una mujer cocina de forma artesanal. En el fondo, enmarcado por el arco de la puerta, hay un anciano con un burro. El arco da un aire clásico a esta prosaica escena. Este carácter intemporal de la vida rural española se pone de manifiesto en la leyenda. También se menciona que esta posada debe haber conocido pocos cambios desde la época en que el escritor británico del siglo XIX, George Borrow, viajó por Andalucía. Aquí el viajero puede experimentar la “verdadera alma española” y beneficiarse de la hospitalidad de sus amabilísimas gentes (Cooper, 1952, ilustración 13).

Sevilla y Granada están copiosamente representadas en la muestra recogida. En esta última ciudad, como es natural, la Alhambra es la principal atracción. Se muestran varios espacios del palacio: el Salón

Figura 10
Patio de una posada andaluza



FUENTE: Cooper, 1952.

de Embajadores; el jardín del Generalife; el Patio de los Leones, además del Palacio en su conjunto. El primer espacio es donde tuvo lugar la recepción de los monarcas moros. Destaca la opulencia de la ornamentación y la amplia vista desde los vanos de las ventanas de arco de herradura. El jardín del Generalife se enriquece con sus fuentes, escaleras y tramos de escaleras, y la belleza de sus magnolias y naranjos. Los visitantes pueden tomar el sol en sus logias y sentirse en uno de los lugares más “encantadores del mundo” (Cooper, 1952, ilustración 26). El Patio de los Leones se menciona como uno de los más famosos y refinados del Palacio. Las representaciones de la Alhambra desde la distancia llaman la atención del lector sobre el que es “probablemente el edificio más bello de Europa” y sobre el paraíso terrenal que se encierra tras los majestuosos muros del complejo cuya construcción se inició en el siglo XIII (Cooper, 1952, ilustración 33). En otra imagen de la Alhambra se menciona el redescubrimiento del monumento llevado a cabo por Irving Washington, que se enamoró del monumento y lo defendió.

La promoción del patrimonio material e inmaterial encuentra en Sevilla una ósmo-

sis perfecta. El primer evento promovido es la Semana Santa, simbolizada por Cristo Crucificado. Según el autor, es la más emocionante de las fiestas españolas, con procesiones que pueden durar más de 12 horas. Los miles de miembros de las cofradías y hermandades con capucha participan en las ceremonias, que son una cita ineludible en la vida de cualquier viajero (Cooper, 1952).

Un barrio típico de Sevilla, Santa Cruz, también es objeto de reproducción fotográfica. También aquí un barrio castizo sirve de metonimia de Andalucía. Este lugar especial se distingue por sus calles sinuosas, sus ventanas enrejadas y sus balcones llenos de flores. El contraste de luces y sombras es una delicia para los visitantes que pasan por allí.

El folclore andaluz hace su aparición a través del baile sevillano. El sol en el cielo resuena en los rostros sonrientes de los lugareños y en la chulería de sus vestidos (Cooper, 1952). Esta parte de España rechaza la tristeza y cultiva toda la animación que encarna el alma española.

Figura 11
Bailes sevillanos



FUENTE: Cooper, 1952.

La representación caleidoscópica de Sevilla incluye también el Parque de María Luisa, especialmente la Avenida de los Ciprestes. Los jardines de España son alabados, especialmente los de Sevilla. También se hace referencia a las librerías al aire libre dedicadas a famosos autores españoles que poblaban este lugar en la época.

La Torre de la Giralda, que nos traslada a los orígenes moriscos de la región, y la Catedral, donde brilla el orgullo cívico, son las máximas representaciones de la ciudad. En el interior de este último monumento aún puede verse la tumba de Cristóbal Colón, cuyos restos fueron trasladados desde La Habana cuando estalló la Guerra Hispanoamericana. Sin embargo, la catedral de Santo Domingo sigue reivindicando ser la fiel depositaria de las verdaderas cenizas del navegante genovés.

El puente que une la Ciudad Nueva y el Casco Antiguo de Ronda – y que llevó a su arquitecto su creador a precipitarse a la muerte – se eleva desde un abismo de cientos de metros y cuenta la evolución geológica de este lugar. La suavidad del clima de esta ciudad de destino se debe a su situación privilegiada (Cooper, 1952; Clarke, 1953).

El mayor santuario del mundo islámico, aparte de la Kaaba en La Meca, es lo que fue Córdoba. Sin embargo, este espacio fue convertido por los poderes cristianos en una catedral. No obstante, siguió siendo un espacio de generosas dimensiones, sólo un poco más pequeño que la Basílica de San Pedro. La guía llama la atención sobre la historia antigua de este edificio y sobre los arcos que forman el primer plano de la imagen, arcos

de piedra rubra y alba que unen un “bosque” de unas 900 columnas (Cooper, 1952, ilustración 35).

El vino fortificado de Jerez de la Frontera almacenado en barricas juiciosamente apiladas en una bodega sirve de lema para la alusión a la conexión de los mercaderes británicos con el, entonces, crismado comercio de Sherry.

IV. 2.12. Región de Murcia

Al igual que en el caso de Sevilla, el baile al aire libre, inherente a la fiesta que supuestamente tanto aprecian los españoles, es lo que subyace en la representación de un pueblo de la cercana Murcia.

IV. 2.13. Protectorado español en Marruecos

El Protectorado español en Marruecos estuvo en vigor desde 1912 hasta 1956 (Biblioteca Nacional de España, 2012). La capital del Protectorado, Tetuán, se representa a través de un mercado de pan, situado en la parte baja de la ciudad fortaleza. El exotismo de la escena representada lo confiere la vestimenta típica: los hombres llevan el albornoz y las mujeres el haiks y un gran sombrero de paja (que oculta su cuerpo de pies a cabeza).

En otra guía turística, Tánger y la parte española de Marruecos aparecen personificadas por un patriarca de larga barba y Xeuen por un barrio en el que no circulan coches (Clarke, 1953). Los jóvenes también

Figura 12 **Chicos en los caballeros**



FUENTE: Clark, 1953.

hacen su aparición en la promoción turística del Protectorado. En ambos casos toman poses de adultos precoces. En una imagen trabajan como artesanos, en otra comparten un urinario (figura 12). El pie de foto dice: “Whoops. No sabes que este es el baño de hombres” (Idem, s.p.).

IV. 2.14. Islas Canarias

En la representación de este archipiélago, el patrimonio natural es el protagonista. Tenerife se identifica con el volcán Teide, cubierto de nieve y rodeado de una abundante vegetación. La suavidad del clima de la isla también es exaltada.

La pureza de la leche recogida directamente de la vaca por las lecheras, que la sirven en vaso y la venden a precio de ganga, es otro retrato del pueblo isleño (figura 13).

El Puerto de la Cruz, situado en Tenerife, queda retratado por la violencia de las olas que a veces azotan los cabos y las arenas negras de sus playas. Por último, Gran Canaria es alabada por la fertilidad de sus suelos.

Figura 13
Ordeñadoras en Canarias



FUENTE: Clark, 1953.

Figura 14
La mujer del pescador



FUENTE: Bottineau, 1958.

IV. 3. Portugal

En Portugal, los niveles NUTS 2 son cinco en el continente y dos en las islas de Madeira y Azores. Como destino, este país es un gran productor de corcho, y el alcornoque y su preciosa corteza son un elemento común en las fotografías recogidas. Las ancianas vestidas de negro simbolizan la inmovilidad del tiempo que parecía sentirse en Portugal en aquella época. Pero en ninguna imagen es más evidente este sentimiento de triste atavismo que en el retrato de la mujer del pescador (figura 14).

Este primitivismo también parece estar presente en la cocina del campesino, donde dos mujeres y un hombre posan frente al fuego crepitante. El molino de viento con ecos quijotescos es también una presencia frecuente en las imágenes recogidas de Portugal. La ganadería está representada por un pastor con capa de paja, o *croça*, y el bovino que le acompaña lentamente.

Amália, la diva del fado, también aparece en las guías. Al igual que en España, la

tauromaquia en Portugal igualmente se representa a menudo, con especial énfasis en los forcados (Blakeston, 1955).

La inmovilidad que existía en los años 50 en Portugal también estaba simbolizada por las mujeres que lavaban su ropa en el río. Dos de las producciones industriales, aunque con una incipiente transformación de la materia prima, que son objeto de representación son el enlatado de pescado y la producción de corchos para sellar botellas de vino.

La división sexual del trabajo se plasma en la fotografía de una mujer que cocina para un gran número de trabajadores en un campo de arroz. Fiestas y procesiones, como producciones del genio portugués también son interceptadas por el objetivo del fotógrafo.

Por último, al ser un país asociado a la navegación y al mar, la pesca y todo lo que esta actividad conlleva son ilustraciones frecuentes del destino Portugal.

IV. 3.1. Norte

En la antigua provincia de Minho, la cosecha del vinho verde y el sistema de conducción de la viña en “ramada” atrajeron con frecuencia el objetivo de los fotógrafos de las guías analizadas en la muestra. Por otro lado, las mayordomas vestidas con trajes típicos de Viana do Castelo y los bailes tradicionales de esta región también despertaron la curiosidad de los reporteros.

La artesanía, la ganadería y la vendimia protagonizada por las mujeres que llevan pesados cestos sobre la cabeza constituyen el grueso de la representación de la región de Trás-os-Montes. Bragança aparece, en una vista lejana, confinada por los extensos muros de la muralla y Miranda do Douro está representada por un paisaje del Dueiro Internacional. Por su parte, la sierra de Marão, que separa la provincia de Trás-os-Montes de la de Minho, es el telón de fondo de una fotografía de una pousada (concepto de alojamiento nacido en Portugal – e inspirado en los paradores de España – en los años 30) (Domingues, 2013). Esta unidad hotelera de Marão fue la segunda pousada que se levantó en Portugal. El Portugal moderno ataca de nuevo con la reproducción de las presas de Caniçada y Salamonde en el distrito de Braga.

La pesca, elemento omnipresente en la representación del destino de Portugal, encuentra un matiz inesperado y cursi en la playa de Apulia, donde los pescadores se “ponen” la falda para pescar (figura 15).

Braga, capital religiosa del Norte del país, está representada por su patrimonio

Figura 15 **Pescadores en la playa de Apúlia**



FUENTE: Wohlrabe & Krusch, 1960.

edificado: el arco de la Porta Nova; el Santuario del Bom Jesus do Monte; la Catedral (detalle de Nossa Senhora do Leite y exvoto). El festival de São João rompe la homogeneidad representativa de la ciudad al poner en valor el patrimonio inmaterial de este destino.

Guimarães, cuna de la nacionalidad portuguesa, está simbolizada por el Castillo, donde supuestamente nació el primer rey de Portugal, Afonso Henriques, y por la Iglesia de San Miguel, así como por el claustro del Museo Alberto Sampaio. La plaza de Oliveira, donde destacan el Monumento Conmemorativo de la Batalla del Salado y el Ayuntamiento Viejo, tampoco pasa desapercibida al objetivo del fotógrafo. El patrimonio natural y cultural encuentra su expresión en la representación del Monte da Penha. Cerca de allí, en Vila Nova de Famalicão, podemos ver sucesivas colas de bueyes tirando de carretas cargadas de barriles de vino por una pista.

A poca distancia de la ciudad de Oporto se encuentra la localidad costera de Póvoa

de Varzim. Esta ciudad está representada por escenas taurinas, en su ya desaparecida plaza de toros, pero también por el mar. Así se enmarca una imagen de pescado secándose al sol en la playa.

La región del Duero es el escenario de la representación del ciclo de producción del vino (cepas en flor, apuntalamiento de las vides; preparación del suelo rocoso para un nuevo viñedo; la poda; la recogida de la uva; el transporte de la uva en cestas de vendimia para su posterior pisado en los lagares). A pesar del ajetreo de la recogida de la uva, el fotógrafo sigue captando momentos lúdicos y de diversión en la recogida de la uva: un momento de romanticismo en medio del trabajo; los bailes cuando se acaba el trabajo de la vendimia o, simplemente, el descanso de los vendimiadores del duro trabajo de transportar el vino. La descarga de barriles de vino por medio de bueyes que cruzan el río Duero en Pinhão y la carga de los mismos en un barco rabelo son otras de las actividades recogidas en las guías. Aquí se representa la embarcación de rabelo con decenas de pipas, con la vela desplegada, bajando por el río Duero antes del fin de este tipo de transporte en 1965 (Turismo de Portugal/Centro Nacional de Cultura, 2012). Las fincas del Duero, con sus grandes viñedos en terrazas, son otro tema recurrente.

La lujuria de los viñedos no oculta las duras condiciones en las que vivían María José y su hija Fernanda, descalzas y con una cesta en la cabeza, o el hojalatero Eduardo y su hijo Amílcar, de nueve años. Sin embargo, la acción social se manifiesta claramente en un grupo de niños, hijos de trabajadores, que juegan de la mano en una enfermería

de la Real Companhia Vinícola do Norte de Portugal.

En la desembocadura del río Duero se encuentra la ciudad de Oporto. La segunda ciudad de Portugal está representada por el centro cívico más importante de la ciudad, la Praça da Liberdade, pero también por el puente D. Luís, que une las dos orillas del río Duero, y nos transporta a una época de floreciente comercio de vino de Oporto en el siglo XIX. También se registra el bullicio del puerto y el mercado de Ribeira con las antiguas casas que dan al río. El barco rabelo, objeto de elección en la promoción de la ciudad, es una presencia habitual en la representación de la urbe (Figura 16).

La tensión entre modernidad y conservadurismo se refleja en una fotografía de la plaza D. João I en la que coexisten un edificio inspirado en el estilo *Beaux Arts* y otro de impronta modernista. La herencia de los azulejos de Oporto también se puede ver en la reproducción de la Iglesia de Carmo. Por

Figura 16
Barco Rabelo



FUENTE: Bottineau, 1958.

último, la fuente de São Sebastião es el escenario de una pintoresca escena protagonizada por tres niños mientras uno de ellos se prepara para ser sacado de la fuente.

Vila Nova de Gaia, donde se almacena el vino de Oporto desde los tiempos modernos, está representada por sus bodegas y los barriles que allí se apilan. Otras dos fotografías muestran los barriles alineados en la orilla a la espera de ser cargados. Nueva imagen muestra botellas de oporto de larga duración depositadas en varias estanterías.

IV. 3.2. Centro

En Aveiro, el barco moliceiro – cuyo nombre deriva de la carga, moliço, que transporta este medio de transporte y que se utiliza como abono (Salvador, 2006) – que navega por la ría es la forma más utilizada para representar a la ciudad. Otra imagen fija la atención del lector en las casas de estilo *art nouveau* que se pueden ver en el centro de la ciudad. Cerca de Aveiro, cuatro mujeres con túnicas negras cruzan la playa, presumiblemente después de asistir a la misa en el interior de la iglesia en una plataforma con vistas a la arena.

El río Águeda es el protagonista de dos fotografías. En uno de ellos, sus aguas son utilizadas por tres mujeres para lavar cestas en época de cosecha. En otro, la ribera del río sirve de base para las bodegas de la Adega Cooperativa de Águeda.

En Coimbra, los espacios al aire libre y soleados ocupan un lugar destacado: la calle “principal” de la ciudad, la terraza de la Catedral, en la que aparecen dos estudiantes

Figura 17 Via Latina - Universidad de Coimbra



FUENTE: Bottineau, 1958.

vestidos con trajes alusivos; los recorridos que suben a la Catedral; el patio del Museo Machado de Castro; la Porta Férrea, que da acceso a la plaza del mismo nombre, donde entonces estaba recién construida la Facultad de Letras; la Via Latina, donde, en el centro de la Fig. 17, se encuentra la Torre de la Universidad (Bottineau, 1958).

También se reproducen las calles que conducen al palacio de Sub-Ripas y a la Catedral con dos mujeres que llevan objetos en la cabeza como extras.

Asimismo se representa en el espacio exterior la fiesta celebrada en homenaje a la reina Santa Isabel de Aragón – esposa del rey de Portugal D. Dinis – que, según la leyenda, convirtió el pan en rosas (Infopédia, 2003-2022a). Los espacios interiores densamente ornamentados también son objeto de identificación con la ciudad: el púlpito Nicolau de Chanterène perteneciente al monasterio de Santa Cruz y el techo de la Biblioteca Universitaria.

El mayor río que atraviesa Portugal en su totalidad, el Mondego, que cruza la ciudad de Coimbra y desemboca en Figueira da Foz, se identifica con una barca típica y un campo de arroz flanqueado por una noria.

La ciudad universitaria también figura en las guías de muestra a través de un parque temático dedicado a los niños, el *Portugal dos Pequenitos* (Pequeño Portugal), donde se replican los diferentes tipos de casas portuguesas y la arquitectura vernácula se convierte en un patio de recreo para los más pequeños.

Viseu, por su parte, está representada por dos obras de una figura importante del renacimiento pictórico portugués, el pintor Vasco Fernandes, conocido como *Grão Vasco*, pertenecientes al museo del mismo nombre y a la Iglesia de la Misericordia. Por otro lado, la ciudad de Castelo Branco se revela con el Jardim do Paço Episcopal.

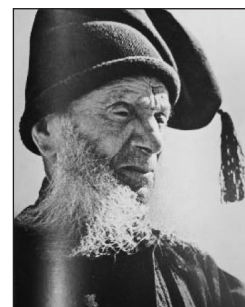
La antigua provincia portuguesa de Beira, que incluye una parte sustancial de la actual región central, está personificada por una escena recurrente en la representación del pueblo portugués de la época: decenas de mujeres lavando sus ropas en el río.

En la región Oeste, aparece una panorámica de la ciudad de Leiria enmarcada por los arcos apuntados de su castillo. En la costa oeste, el lector se encuentra con una comunidad aldeana que se deja fotografiar sentada en un tramo de escaleras. En contra de lo que se esperaba, la ciudad medieval de Óbidos se caracteriza por un molino de viento y apenas aparece en las guías.

En ningún lugar se retrata con tanta insistencia el trabajo marítimo como en Nazaré. Se representan los siguientes temas: un baile en la fiesta de los pescadores; barcos de pesca en la playa; los pescadores de Nazaré trabajando con pantalones de cuadros escoceses que, según la leyenda, fueron traídos a Portugal por el Duque de Wellington durante la Guerra Peninsular; barcos de pesca remolcados hasta la playa; esposas de pescadores cargando el pescado y retratos de las facies adustas de los pescadores (Figura 18). También nos encontramos con el proceso de preparación del pescado y con una fotografía que muestra el relleno de pieles de cabra para utilizarlas como boyas en los barcos de pesca. Las únicas representaciones que no hacen referencia a la pesca son el retrato de una mujer de Nazaré que lleva una jarra de agua en la cabeza y una imagen pintoresca de una calle de Nazaré. A su vez, la ciudad de São Martinho do Porto está representada por la bahía formada por esta playa.

La austeridad del gótico cisterciense encuentra su cenit en el Monasterio de Alco-

Figura 18 **Rostro del pescador de Nazaré**



FUENTE: Contrepied, 1956.

baça. Aquí merece una mención especial la tumba de los amantes Dom Pedro e Inés de Castro, cuyos rostros se contemplan incluso después de la muerte. Además de la tumba que simboliza esta historia de amor, también se representan el refectorio de los monjes y la fachada del monasterio.

El monasterio de Batalha, construido para conmemorar la victoria portuguesa sobre los castellanos en 1385, es elogiado por una de las guías como uno de los edificios góticos más bellos de Europa (Cooper, 1952, ilustración 42). Incluso se refiere al encanto oriental del contraste entre luz y oscuridad en el claustro real del monasterio donde yace el príncipe Enrique el Navegante. Una de las guías también se centra en el portal y la bóveda del arquitecto Mateus Fernandes.

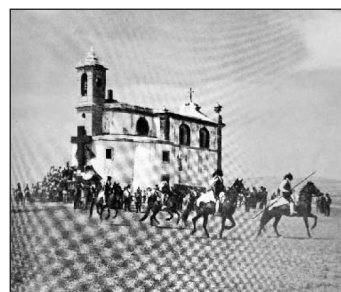
Tomar, ciudad de los templarios, está representada por el Hotel de Santa Iria, una anodina posada situada en el jardín del Mouchão, que, según Cooper (1952), ofrece un delicioso refugio. También hace su aparición uno de los mayores festivales del país, que se celebra cada cuatro años. Se trata de la Festa dos Tabuleiros (Fiesta de las Bandejas), que están hechas de panecillos adornados con flores artificiales. Naturalmente, la atracción a la que más se hace referencia es el Convento de Cristo, por su famosa charola y la ventana capitular de estilo manuelino.

Fátima, tierra de devoción mariana, está representada por los peregrinos que acuden a ella. En un cuadro, vestido para el Día de Acción de Gracias, y mirando al lector, hay un niño que se ha curado de una grave enfermedad. La Basílica de Fátima se muestra junto con la pequeña capilla en el lugar de

la última aparición, ambas desprovistas de peregrinos. En otra fotografía ya se puede ver la multitud de fieles que acuden a este templo. El omnipresente molino de viento también hace su aparición en una localidad cercana a Fátima. En Aljustrel, la parroquia donde nació Sor Lucía, se encuentra la casa donde vivió esta vidente de Fátima, simbolizada aquí por su hermana.

Si Lourinhã está representada por su iglesia madre, en Santarém, Alenquer y Bombarral el vino gana protagonismo. En Bombarral, en una imagen vislumbramos los viñedos del Alto do Sanguinhal y en otra constatamos una moderna estructura que almacena miles de litros de vino. En Alenquer verificamos los enormes depósitos de fermentación y almacenamiento con formas cilíndricas y bulbosas que prueban los nuevos métodos de vinificación. Estas imágenes nos permitieron conocer las nuevas metodologías empleadas en la elaboración del vino. Alenquer se asocia a los molinos de viento, que según Wohlrabe y Krush (1960) eran más abundantes en Portugal que en Holanda.

Figura 19 **Campinos del Ribatejo**



FUENTE: Contrepied, 1956.

Ribatejo, provincia tradicional situada inmediatamente al noreste de Lisboa, está simbolizada por el campino (figura 19), que lleva gorro, chaleco y faja rojos y un bastón para conducir el ganado (Infopédia, 2003-2022b).

La única representación de la capital de Ribatejo, Santarém, es de una viña centenaria perteneciente al Convento de S. Francisco.

IV. 3.3. Área Metropolitana de Lisboa

La identificación de Mafra con el convento del mismo nombre es natural e inexorable. Es un convento de generosas dimensiones, construido en 1717 (Blakes-ton, 1955) y financiado con oro del estado de Minas Gerais, en Brasil. Si la fachada es la perspectiva más glamurosa, también vemos el detalle presente en los asientos del palacio, a través de la reproducción de una escena de una película del director António Lopes Ribeiro.

En Vila Franca de Xira, municipio que perteneció a la antigua provincia de Ribatejo, el mundo taurino cobra protagonismo, así como el campino, figura tutelar de la lezíria y de la ganadería, especialmente la taurina, que encuentra allí su sustento. El resto de las fotografías se refieren a la suelta de toros por las calles de la ciudad, la corrida a caballo y las actuaciones de los toreros en la plaza. Sin embargo, el entonces moderno puente Marechal Óscar Carmona también está representado en el momento en que lo atraviesa un rebaño de ganado, en una alegoría de lo moderno y lo primitivo en simbiosis.

La opulencia teutona del Palacio de la Peña es la característica más abundantemente retratada. Sin embargo, otros palacios, en una ciudad rica en monumentalidad, son también objeto del objetivo del fotógrafo: Seteais, Monserrate y el Palacio Nacional de Sintra. La ciudad de Sintra también se identifica por haber sido objeto de elogios por parte del poeta romántico británico Lord Byron. A su vez, la localidad de Queluz, perteneciente al municipio de Sintra, se identifica por los suntuosos interiores y los jardines del Palacio del mismo nombre. También destaca Colares, donde se alude a su famoso vino a través de una referencia al tratamiento al que fueron sometidas las vides situadas cerca del océano Atlántico. Todo ello con la playa de Maças como telón de fondo.

La representación de la capital es multi-forme. Si, por un lado, los principales monumentos de la ciudad están abundantemente expuestos, también lo están los museos, las calles, las plazas y los jardines. Por otro lado, se contrastan edificios clásicos y modernos.

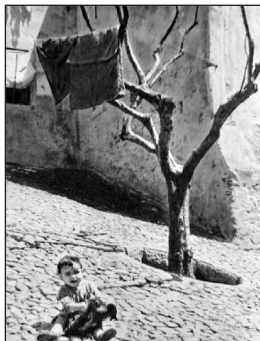
Así, en cuanto al Monasterio de los Jerónimos, se detallan sus bóvedas, la tumba de Vasco da Gama y la del escritor Luís Vaz de Camões, el claustro y la fachada. También merece una mención especial la Torre de Belém, construida en estilo manuelino en 1520 para salvaguardar el tráfico fluvial (Merle, 1958). Otros monumentos de la capital que hacen su aparición en la representación de la ciudad son el Campo Pequeno, el Palácio Foz, el Convento do Carmo, el Castelo de S. Jorge, la Casa dos Bicos, la Basílica da Estrela (a la que se alude mediante un belén) y la Igreja de S. Vicente (en la que se reproducen los respectivos azulejos).

También se ilustra la Lisboa medieval, tal como sería en el siglo XVII, antes de ser devastada por el terremoto de 1755 (Contrepied, 1956). La capital además está representada por dos de sus museos más emblemáticos, el Museo del Carro y el Museo de Arte Antiguo. El primero presenta una de las colecciones más completas de este medio de transporte en el mundo (Cooper, 1952); el segundo alberga la obra pictórica más importante del Renacimiento portugués – los paneles de S. Vicente – así como los retratos del Rey D. Sebastião y D. Isabel de Moura, entre otros.

La ciudad, que se distingue por la intensidad de su luz, también se ilustra con fotografías de exteriores. Así ocurre con el omnipresente pavimento portugués, con la lonja y el puerto, donde se muestran los retratos de las mujeres que cargan el pescado y los pescadores que reparan las embarcaciones, pero también una boda en el castillo de San Jorge. La Lisboa castiza hace su aparición por el barrio de Alfama (Figura 20).

Figura 20

Alfama, un barrio típico de Lisboa



FUENTE: Bottineau, 1958.

Las plazas de Lisboa también son seleccionadas por el objetivo del fotógrafo, como la plaza del Rossio, la famosa Praça do Comércio y la Praça dos Restauradores. La Lisboa sofisticada, dotada de pisos modernos, es aludida a través de sus amplias arterias –como la Avenida da Liberdade o las Avenidas Novas– o de esculturas vanguardistas como las del artista Jorge Vieira.

La ciudad también destaca por sus jardines, concretamente el Jardín Colonial (actual Jardín Botánico Tropical) y el Jardín del Palacio de la Frontera.

La represa, y la modernidad que le es inherente, se suma nuevamente al caso de Venda Nova, en Amadora, como lo había sido a Caniçada y Salamonde, ambas ubicadas en el norte del país. Por otro lado, se sugieren los temas del trabajo marítimo para el destino Costa da Caparica, en cuya representación asistimos a una barca siendo remolcada a la playa y a un indígena hirviendo brea. El mismo tema, la pesca, se pasa por alto en Sesimbra, donde también podemos vislumbrar la arquitectura vernácula y la vida doméstica.

Por último, el tema ineludible del vino vuelve a Setúbal, donde asistimos a la vendimia para la producción del famoso vino moscatel.

IV. 3.4. Alentejo

La región del Alentejo también está asociada al vino, concretamente al proceso de elaboración artesanal, de origen romano, en grandes vasijas de barro, conocido como vino “talha” (Salvador, 2006). Otros temas

a los que se alude son la mujer del Alentejo, que aparece en pose, vestida con sus trajes típicos; un joven pastor; dos toros que se pelean y una anciana que blanquea la ventana de una casa típica alentejana.

En el Alto Alentejo, Portalegre se asocia a la artesanía, especialmente a la producción de cerámica. Sin embargo, el grueso de la representación se centra en la capital del Alentejo, Évora. En este caso, el patrimonio construido (Barranha, 2016) gana protagonismo. Se representa la iglesia de São Brás, cuyos contrafuertes se comparan con la catedral gala de Albi (Contrepied, 1956). La Sé de Évora está ampliamente documentada, destacando su pórtico, su estatuaria, su triforio y su torre linterna. Este edificio es también el escenario de una vista anacrónica de la ciudad a través de una caleche, así como de una reproducción de la Fuente de Porta de Moura y de la Casa de Cordovil que sirve de telón de fondo. Sin embargo, la morbosidad de la Capilla de los Huesos y uno de los mayores logros artísticos de la romani-

zación en Portugal, el Templo de Diana, no escapan a la cámara del fotógrafo.

Por su parte, Vila Viçosa se identifica por Porta dos Nós; Elvas por su picota y Beja por las salas del Convento da Conceição, convertido en museo regional.

IV. 3.5. Algarve

En las guías de muestra podemos vislumbrar el Algarve antes de la masificación del turismo. Así, asistimos a un grupo de pescadores en un barco que, para Contrepied (1956), se asemeja a un Sanpam chino. Aunque la praia da rocha aparece como una estación costera – ya en esta época – y el cabo de Sagres también se representa como una estación marítima, también vemos una imagen atávica: una playa atravesada por un burro y su acompañante. Igualmente vemos actividades de una época en la que el sector primario de la economía era el rey de la región. Así, Bottineau (1958) retrata la pesca, la fabricación de pan, la recogida de corcho, la cría de cabras en la sierra de Monchique, las tareas cotidianas de las mujeres y el paisaje agreste del interior del Algarve.

IV. 3.6. Madeira

La isla de Madeira está representada por su vino, que en una fotografía se recoge con piel de cabra, en otra se envejece en barricas según el proceso de crianza conocido como estufagem y en otra se simboliza con el sistema de emparrado “em ramada”. El mismo néctar vuelve a ser aludido en la exposición de la sala de degustación de Funchal. Tam-

Figura 21
Vista de Évora



FUENTE: Bottineau, 1958.

bién está documentado el trabajo de la caña de azúcar para producir aguardiente. Asimismo lo son la pesca del pez espada, los barcos de pesca y las redes y el preparo del atún en un mercado de Funchal.

La exuberancia de la flora de Madeira, que se muestra a través de las hortensias que serpentean los bordes de los caminos, o que decoran Santana con exuberantes festones, o las buganvillas que cubren el lecho de un curso de agua en Funchal, también hace su aparición. Además son destacables los peculiares medios de transporte que llevan a los visitantes por la isla: una litera al estilo de una hamaca brasileña, un cochero de bueyes o las famosas carretas de cesta.

En Madeira, además de la capital, la ciudad de Funchal, merecen especial atención los siguientes lugares: Grande Curral (Curral das Freiras), Câmara de Lobos, Pico Ruivo, Santana y Camacha. En Pico Ruivo, los campesinos indígenas son fotografiados en lo alto del cerro frente a la cruz, en un destello de religiosidad. En Funchal

también destacan la catedral, la bahía y el Reid's Hotel. La artesanía típica de la isla está representada a través de la cestería en camacha y el bordado. La naturaleza volcánica de Madeira todavía es visible en el cráter del Gran Curral. Finalmente, Santana se distingue por sus pintorescas casas con techo de paja.

IV. 3.7. Açores

La isla de las Azores parece estar completamente alejada del fenómeno de la turistización (Cunha, 2017) en este momento. Las únicas representaciones de este destino son la “Lagoa das Sete Cidades”, situada en la isla de S. Miguel y un recorrido accidentado por la isla de Faial. El primer atractivo es llamado una doble joya del paisaje, porque por un lado sus aguas son azul zafiro, por el otro verde esmeralda (Merle, 1958).

V. NOTAS FINALES

La comparación del discurso que subyace en las imágenes y subtítulos relativos a los distintos destinos peninsulares que fueron retratados en las guías turísticas de la muestra, nos permite descubrir algunos temas que están implícitos en él.

La preponderancia de la representación de la monumentalidad de los destinos puede interpretarse como un intento de dar fe de la “grandeza y antigüedad” de las respectivas naciones (Aurindo, 2006, pág. 138).

Por otro lado, la idea de nostalgia por el pasado se puede aplicar al mercado turístico

Figura 22
Madeira: camilla en
forma de hamaca brasileña



FUENTE: Blakeston, 1955.

británico y francés al que iban dirigidas estas guías y que podía ver en el primitivismo de la representación de los tipos ibéricos de hombres y mujeres un sentimiento de resignación del presente, de nostalgia del pasado ya abordado por John Urry (1996).

La búsqueda de la autenticidad (MacCannell, 1976) en la vida del campo, frente a la cada vez más frenética vida de la ciudad, es decir, los valores de la Arcadia también encuentran respaldo en muchos de los escenarios domésticos que se retratan, pero también en las fiestas que se glorifican como personajes de la hispanidad (Braga, 2016). La propia religiosidad basada en la identificación entre estas naciones y el catolicismo (véase al respecto la Semana Santa de Sevilla o las fotografías relativas a Pico Ruivo) son temas queridos por el Franquismo y el Salazarismo (Blas Guerrero, 2002; Sardica, 2008).

Se pueden establecer paralelismos entre algunas de las variables connotativas y denotativas (Aurindo, 2006) atribuidas por Braga y Pazos Otón (2017) a las imágenes presentes en la producción de los carteles turísticos emanados de las regiones turísticas del noroeste de Portugal y las representaciones analizadas. En primer lugar, los estereotipos expresados en el discurso provincialista/regionalista de la identidad social, pero también el arcaísmo de los respectivos pueblos. Por otra parte, la diferencia entre el tiempo burgués vivido en las ciudades y la percepción repetitiva, circular y ritualista del tiempo vivido en el campo también se aduce en varias imágenes analizadas.

Por otra parte, la utilización de la mujer como representante de la antigua sociedad

rural, permite al espectador/turista vislumbrar lo que Erving Goffmann (1993) llamó la región de los bastidores, es decir: el lugar, relacionado con una determinada representación “donde las impresiones a las que apunta esa representación se contradicen conscientemente y con toda naturalidad” (p. 135).

Las representaciones del Protectorado español de Marruecos parecen evocar la idea del Orientalismo de Edward Said (1978), que considera que la civilización europea reivindica la superioridad sobre los pueblos y culturas no europeos. En nuestra opinión, la representación de los marroquíes como jóvenes adultos, sin capacidad de autogobierno, puede ser indicativa de esta realidad.

Por último, creemos que existe una tensión entre la modernidad visible en algunas grandes ciudades de la Península Ibérica, como Madrid, Barcelona, Lisboa y Oporto (y en algunas estructuras como las presas) y los aspectos atávicos que se desprenden de la representación de la rusticidad de la Península. De hecho, António de Oliveira Salazar, que gobernó Portugal con mano de hierro de 1932 a 1968, fue siempre escéptico al cambio y adepto a los valores católicos de pobreza, humildad, modestia, resignación y obediencia (Sardica, 2008).

La presente investigación tiene algunos puntos débiles, a saber, la sobrerrepresentación de la realidad portuguesa en relación con la española, debido a nuestro fácil acceso a las publicaciones depositadas en la Biblioteca Nacional de Portugal. A esto hay que añadir la escasez de la muestra que hemos recogido, que no nos permite sacar

conclusiones para el universo de guías turísticas que, para el periodo estudiado, se publicaron.

Por ello, creemos que, en el futuro, un estudio comparativo de las ilustraciones de las guías turísticas, que incluya una muestra más amplia, puede revelar aspectos muy relevantes sobre cómo se percibía la imagen de los países peninsulares en el exterior.

BIBLIOGRAFIA

- AURINDO, M. J. (2008): Portugal em Cartaz: Representações do destino turístico (1911-1986), Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.
- BARRANHA, H.; org. (2016): Património cultural: conceitos e critérios fundamentais, Lisboa: IST Press e ICOMOS-Portugal. En: <http://istpress.tecnico.ulisboa.pt/node/428>
- BARROS, V. (2016): Turismo em Portugal, Lisboa: Fundação Manuel dos Santos.
- BARTHES, R. (1980): A Câmara Clara, Lisboa: Edições 70.
- BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA (2012): Protectorado de España en Marruecos, 1912-1956. En: http://www.bne.es/es/Servicios/InformacionBibliografica/MuestrasBibliograficas/IndiceMuestrasBibliograficas/Protectorado_de_Espana_en_Marruecos_1912_1956/
- BLAKESTON, O. (1955): Portuguese Panorama, London: Burke.
- BLAS GUERRERO, A. (2002): *Nationalisms in Spain. The Idea of Europe* (PADGEN, A.; ed.), New York: Woodrow Wilson Center Press and Cambridge University Press.
- BOTTINEAU, Y. (1956): Le Portugal, Paris: Arthaud.
- BRAGA, J. L. (2007): O lugar do turismo na civilização da imagem: o caso de estudo dos cartazes turísticos da Costa Verde e Galiza de 1980 até ao presente (dissertação de mestrado), Braga: Universidade Católica Portuguesa.
- BRAGA, J. L. (2016): Refuncionalizando a Casa Solarenga: uma Grounded Theory (Tesis Doctoral), Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela. En: <https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/14805>
- BRAGA, J. y PAZOS OTÓN, M. (2017). *Cartazes turísticos da Costa Verde (1980-2007)*. *Revista Douro – Vinho, História & Património*, nº 6, pp. 129-156.
- BRYMAN, A. (2012): Social Research Methods (4th ed.), Oxford: Oxford University Press.
- CADAVEZ, C. (2013): *Cultural lessons: The case of Portuguese tourism during Estado Novo* en The Routledge Handbook of Cultural Tourism (SMITH, M. y RICHARDS, G.; eds.), Oxon, Reino Unido. En: Routledge, pp. 89-93.
- CADAVEZ, C. (2017): A Bem da Nação: As representações turísticas no Estado Novo entre 1933 e 1940, Lisboa: Edições 70.
- CLARK, S. (1953): All the best in Spain and Portugal, New York: Dodd, Mead.
- CONTREPIED, V. (1956): Charme et sagesse du Portugal, Paris: Eurafricaines.
- COOPER, C. y HALL, C. M. (2008): Contemporary Tourism: An International Approach, Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- COOPER, G. (1952): Your holiday in Spain and Portugal, London: Alvin Redman.
- CUNHA, L. (2010): *Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios*. Fluxos & Riscos, nº 1, pp. 127-149.
- CUNHA, L. (2013): Economia e Política do Turismo, Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.

- CUNHA, L. (2017): Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas, Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.
- DOMINGUES, C. (2000): 4 décadas de turismo: contributo de uma instituição, Lisboa: Instituto de Apoio e Financiamento ao Turismo.
- DOMINGUES, C. (2013): Prontuário Turístico, Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, S. A.
- EUROSTAT (s. d.): Regions and cities: Overview. En: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/regions-and-cities/overview>
- FÉRNANDEZ FUSTER, L. (1991): Historia General del Turismo de Masas, Madrid: Alianza.
- GOFFMAN, E. (1993): A apresentação do eu na vida de todos os dias, Lisboa: Relógio de Água.
- HARO, F., SERAFIM, J., COBRA, J., FARIA, L. ROQUE, M., RAMOS, M., CARVALHO, P. y COSTA, R. (2018): Investigação em Ciências Sociais, Lisboa: PAC-TOR Edições de Ciências Sociais, Forenses r da Educação.
- HOOPER, K. (2018): *La imagen de España en el primer tercio del siglo XX a través de la literatura de viajes británica*. Los orígenes del turismo moderno en España: El nacimiento de un país turístico 1900-1939 (VALLEJO, R. y LARRINAGA; eds.), Madrid. En: Sílex Ediciones, pp. 581-616.
- INFOPÉDIA (2003-2022a): Lenda do Milagre das Rosas. En: [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$lenda-do-milagre-das-rosas](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$lenda-do-milagre-das-rosas)
- INFOPÉDIA (2003-2022b): Campinos do Ribatejo. En: [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$campinos-do-ribatejo](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$campinos-do-ribatejo)
- JENKINS, O. (2007): *Photography and travel brochures: the circle of representation*. Tourism Geographies, Vol. 5, nº 3, pp. 305-328.
- JUANATEY HEREDIA, D. y SOLLA SANTOS, X. (2005): *Turismo e cartelaria en Galicia*. Galicia en Cartel (SANTOS SOLLA, X.; ed.), Santiago de Compostela. Universidade de Santiago de Compostela, pp. 13-40.
- LOPES, F. y GAMBOA, T. (2001): 90 anos de turismo em Portugal: conhecer o passado, investir no futuro, Lisboa: Conselho Sectorial do Turismo/Ministério da Economia.
- MACCANNELL, D. (1976): The tourist: a new theory of the leisure class, New York: Schocken Books.
- MENDES, J. (1993): História como Ciência, Coimbra: Coimbra Editora.
- MERLE, I. (1958): Portuguese panorama, London: Ouzel Press.
- PEEL, V. y SORENSEN, A. (2016): Exploring the Use and Impact of Travel Guidebooks, Bristol: Channel View Publications.
- PINA, P. (1988): Portugal, o Turismo no Século XX, Lisboa: Lucidus – Publicações, Lda.
- PORDATA (s. d.): O que são NUTS? En: <https://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS>
- RITCHIE, J. y GOELDNER, C. (1994): Travel, Tourism and Hospitality Research, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- ROSE, G. (2001): Visual Methodologies: an Introduction to the Interpretation of Visual Materials, London: SAGE.
- SAID, E. (1978): Orientalism, London, Oxon: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- SALVADOR, J. (2006): Portugal, Vinhos, Cultura e Tradição (5 vols.), Lisboa: Círculo de Leitores.
- SARDICA, J. (2008). Twentieth Century Portugal: [A Historical Overview], Lisboa: Universidade Católica Editora.
- SIMÕES, J. y FERREIRA, C. (2017): *Som, Mar e Praia: Da Vilegiatura Balnear à Reinvenção do Produto Turístico*. Planeamento e Desenvolvimento Turístico (SILVA, F. y UMBELINO, J.; eds.), Lisboa: Lidel – Edições Técnicas, Lda.

- SONTAG, S. (1986): *Ensaio Sobre a Fotografia*, Lisboa: Publicações D. Quixote.
- TURISMO DE PORTUGAL/CENTRO NACIONAL DE CULTURA (2012): *A Tourist's Guide to World Heritage Sites in the North of Portugal*, Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, S. A.
- URRY, J. (1996): *O Olhar do Turista*, São Paulo: Livros Studio Nobel Lda.
- URRY, J. y CRAWSHAW, C. (1995): *Turismo e Consumo Visual*. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº 43, pp. 47-68.
- VALLEJO POUSADA, R. (2002): *Economia e Historia del Turismo Español del Siglo XX*. *Historia Contemporánea*, nº 25, pp. 203-232.
- VALLEJO POUSADA, R. (2015): *¿Bendición del cielo plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975*. *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 37, pp. 89-133.
- VALLEJO POUSADA, R. (2021): *Historia del turismo en España 1928-1962*, Madrid: Silex Ediciones.
- VALLEJO POUSADA, R., LINDOSO TATO, E. y VILAR RODRÍGUEZ, M. (2015): *Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936*. En: *Revista de la historia de la economía y de la empresa*, nº 10, pp. 137-188.
- VALLEJO, R. y LARRINAGA, C.; eds (2018). *Los orígenes del turismo moderno en España: El nacimiento de un país turístico 1900-1939*, Madrid: Silex Ediciones.
- WOHLRABE, R. y KRUSCH, W. (1960): *The land and people of Portugal*, Philadelphia, New York : J. B. Lippincott Company.

