

Manifiesto de la postal turística. Elogio y reivindicación

‘Diálogo de postales’ se exhibe hasta el 31 de agosto

CRISTINA ARRIBAS
CARMELO VEGA

En el marco de la exposición *Diálogo de postales* (Museo de Historia y Antropología, La Laguna, 20 de junio-31 de agosto de 2023), los coleccionistas de postales y comisarios de la exposición, Cristina Arribas y Carmelo Vega, proponen el “Manifiesto de la postal turística. Elogio y reivindicación”, en un intento de revalorizar los discursos y lenguajes de la tarjeta postal como *souvenir* de las experiencias turísticas, como objeto histórico y cultural y como construcción visual y documental de los procesos transformadores del fenómeno del turismo contemporáneo.

“Entendemos el turismo no sólo como un sistema desbordado de producción capitalista que genera políticas económicas de explotación y canalización de las corrientes internacionales del ocio masificado. Nos interesa el turismo como un fenómeno cultural y social, que participa de todas las extravagancias, contradicciones, discordancias y paradojas de la vida contemporánea, como un amplificador de las experiencias programadas del viaje y como una industria elaboradora de imágenes, con sus propios métodos de lectura y tácticas de interpretación de los territorios turísticos, convertidos en motivos aparentemente simples del souvenir viajero.

Entendemos la tarjeta postal como la expresión



genuina del *souvenir* turístico, cuyos contenidos y formas señalan las estrategias de manipulación y los discursos de idealización de las imágenes asociadas al turismo. En tanto construcciones visuales, las tarjetas postales nos proponen una visión tipificada y normalizada de los lugares y de las experiencias turísticas: resumen lo que debe verse y cómo debe verse, concentran la mirada del visitante y acentúan la memoria colectiva, la identificación y la singularidad en un marco general de estereotipos y lugares comunes.

Reivindicamos los valores característicos e intransferibles de las tarjetas postales,

como instrumentos de proyección de las utopías e ilusiones vinculadas al fenómeno turístico: son, en sí mismas, construcciones icónicas que ilustran y documentan los procesos de transformación de los destinos y, al mismo tiempo, composiciones ficcionales de la realidad, reducida a mercancía del placer y del ocio.

Reivindicamos las aportaciones conceptuales derivadas del argot postalero y su capacidad, propia y única para denominar y etiquetar, en un estilo preciso y sintético la imagen de los lugares seleccionados y mostrados (*Diversos aspectos, Vista parcial, Detalle pintoresco, Rincón típico o Bellezas de la ciu-*

dad). Ningún otro medio de difusión o representación en el ámbito del paisaje, del turismo o de la cultura utiliza estas nomenclaturas que, en algunos casos, proceden de una tradición artística obsoleta y, en otros, corresponden a nuevas terminologías adaptadas.

Reivindicamos las potencialidades de los discursos visuales de las postales turísticas:

-que conciben las imágenes fotográficas como transferencias de sustitución de la vida en curso del turista, creando experiencias paralelas que usan la realidad de la escena de “otros” para representar la del sujeto viajero y emisor;

-que, en determinados periodos, apuestan por una estética de la cromofilia para mostrar y apuntalar el paisaje perfecto e ideal de las prácticas turísticas modernas. El color es esencia, saturación, ficción y manipulación. El color atrae, embellece y vende;

-que ajustan y redimensionan nuestra mirada al territorio y al objeto turístico mediante el diseño y el montaje sin límites ni lógicas. En las postales, la imagen es una y múltiple, se concentra (lo que hay que ver) y se expande (todo lo que hay que ver). La postal turística es multivista; y

-que proclaman y subliman el exceso en las formas (*kitsch*, más es más, desbordamiento) como expresión de la cultura de masas, como reflejo de lo abarrotado, de la densidad y de la aglomeración en el mundo contemporáneo.

Defendemos esas potencialidades y la puesta en valor de la postal turística como género y como lenguaje, recordamos la función y los usos sociales que tuvo hasta fechas recientes y afirmamos, también, sus posibilidades en los procesos de documentación, análisis e interpretación histórica del turismo en tanto fenómeno de masas. Como ocurre con otros materiales gráficos generados en el contexto de la cultura de la imagen, recordamos la necesidad de recuperar, conservar, estudiar y difundir la extraordinaria producción de tarjetas postales turísticas en España a lo largo del siglo XX. Alertamos sobre la urgencia de inventariar y catalogar las innumerables colecciones editadas durante ese periodo, en su mayoría dispersas y poco conocidas, de referenciar los nombres de fotógrafos, diseñadores, editores y distribuidores que hicieron posible la industria de la postal en nuestro país y, sobre todo, apelamos a las instituciones públicas a contribuir al rescate de los escasos archivos de editoriales de postales que han logrado conservarse, más o menos intactos, hasta hoy ■

ALGUNAS DE LAS IMÁGENES DE LA EXPOSICIÓN QUE SE EXPONE EN EL MUSEO DE HISTORIA Y ANTROPOLOGÍA: DE IZQUIERDA A DERECHA Y COMENZANDO POR ARRIBA: “1992. COSTA DEL SOL. BENALMÁDENA. COSTA. ZONA RESIDENCIAL” BEASCOA, 1974; SIN TÍTULO FRESMO, MADRID, 1963; COSTA BRAVA” CUSCÓ, BARCELONA, 1964 Y “LA OROTAVA. VISTA DEL VALLE. AUTOPISTA DEL NORTE Y TEIDE” EUROAFRICANA DE CANARIAS, 1978.