

Introducción

El artista Joan Rabascall inicia este ensayo aproximándose al universo de la tarjeta postal como fenómeno emergente de comunicación de masas del último tercio del siglo XIX. Además de presentarnos sus hitos históricos –incluido el nacimiento de la postal turística–, repasa de forma concisa el interés de este género en las prácticas artísticas más experimentales del siglo XX. Acto seguido entra en matices más particulares, contribuyendo con un completo y agudo análisis de la historia de la postal turística en España a partir de la “apertura” económica de la dictadura –momento en el que comienza a constatarse su gran transformación en contenido y forma–.

Las postales que el autor ha seleccionado para la ocasión –todas ellas pertenecientes a su colección particular– son en su mayoría de la década de los 60, 70 u 80, pues, aunque no falten oportunas consideraciones sobre la supervivencia de la postal en la era virtual, este libro se centra fundamentalmente en esos años de expansión y consolidación del turismo de sol y playa en España.

El autor atiende al eslogan *Spain is Different*, que el régimen franquista había retomado de épocas anteriores para la promoción turística del país, y a la definición de la postal expresada en las actas de la Primera Asamblea Nacional de Turismo de 1964, demostrando que, si bien algunos editores perpetuaron los estereotipos más oficialistas heredados de la tradición romántico costumbrista, la mayoría de ellos –desentendiéndose de normativas e ideologías autocráticas y regresivas– mimetizaron diseños de otros ejemplos europeos o estadounidenses para modernizarse. En concordancia con las demandas de la industria turística, comienza así el transformismo estilístico de la postal hispana que el autor desgrena en sus diversas modalidades gráficas.

Desde el rigor analítico y la observación crítica, Rabascall nos invita también a recorrer los estándares temáticos de este tipo de postales adaptadas al turismo de masas: las vistas de mar y playa, con o sin conjunto urbanístico abigarrado, (o de hoteles y apartamentos con piscinas), que incorporan

Introduction

Artist Joan Rabascall begins this essay by examining the universe of the postcard as a mass communication phenomenon that appeared in the final third of the 19th century. In addition to reviewing its historical milestones, including the birth of the travel postcard, he concisely summarizes the interest this genre held for the most experimental artistic practices of the 20th century. He then delves into more particular nuances, offering a comprehensive and insightful analysis of the history of the travel postcard in Spain after the Franco dictatorship relaxed its protectionist economic policies—a period in which the content and form of this genre underwent a major transformation.

The postcards the author has selected for this occasion, all culled from his private collection, are mostly from the 1960s, 70s and 80s, for despite the presence of timely reflections on the survival of the postcard in the virtual age, this book mainly focuses on those years when the “sun and sand” tourism industry spread and flourished in Spain.

Rabascall examines the old “Spain Is Different” slogan, revived by the Franco regime to boost tourism, and the definition of the postcard set out in the proceedings of the First National Tourism Assembly in 1964, showing that, while some publishers continued to perpetuate the officially sanctioned stereotypes inherited from the picturesque Romantic tradition, most chose to ignore these autocratic, regressive regulations and ideologies and tried to modernize their catalogues by copying other European or American designs. The demands of the burgeoning tourism industry thus led to the stylistic transformation of the Spanish postcard, whose various graphic forms are dissected by the author.

With analytical rigour and critical observation, Rabascall also invites us to explore the thematic criteria of these postcards designed for mass tourism: views of the sea and the beach, with or without cluttered buildings, hotels

iterativas figuras femeninas en bikini o en topless como reclamo sexual turístico; los monumentos kitsch playeros; la paella, con sus llamativos colores rojigualdos, convertida en plato nacional por la dictadura; las corridas de toros "typical Spanish" en las que, a veces, asoma la publicidad de Coca-cola como sutil signo de su futura decadencia; los pintorescos burros-taxi y los exóticos camellos para pasear a turistas; las composiciones estereotipadas comercializando el "nacional-flamenquismo" en su forma degradada de espectáculo; y en fin, la sempiterna "naranja nacional", orgullo patrio de las exportaciones, representada de distintas formas según las exigencias de cada momento histórico. El panorama se hace patente: la imagen alegre y colorista de "lo español" opera con los nuevos y los viejos tópicos (sol, playa, sexo y folclorismo). Así, el cliché tradicionalista y la modernidad más popera se combinan o se alternan para dar como resultado lo que el autor define con la expresión "kitsch hispánico"; entiéndase: efectismo, falsificación, banalización y estereotipismo.

Spain Is Different. En postales se configura como un perfecto estudio correlacional entre el discurso posicionado del texto y la secuencia de imágenes intencionadamente escogidas. A su paso por algunas de ellas, Rabascall nos desvela el simulacro de los montajes fotográficos –la misma modelo o el mismo paisaje playero se ubican en distintos emplazamientos turísticos–. Y he aquí la situación paradójica a la que el autor nos conduce: la representación en postales de una España diferente –de rasgos identitarios significativos– que se pretendía promocionar, queda reducida al tópico del folclorismo, pues, al respecto de los paisajes de sol-y-playa, viene a decir Rabascall que no responden a la idea de lugar, que tienen, por el contrario, una apariencia estandarizada y anodina en perfecta simbiosis con el turismo de masas de un mundo globalizado.

Natalia Bravo

and holiday apartments with pools in the background, featuring repetitive bikini-clad or topless female figures as a sexy tourist attraction; kitsch beachside monuments; paella, with its striking red-and-yellow colours, touted as the national dish by the dictatorship; "typical Spanish" bullfights, occasionally with Coca-Cola advertisements that subtly hint at the future decline of this tradition; picturesque donkey-taxis and exotic camels for tourists to ride; stereotyped compositions that reduce the noble art of flamenco to a commodified spectacle; and, finally, the perennial "patriotic orange", pride of Spanish exports, represented in different ways depending on the requirements of each historical era. All these elements paint a very clear picture: the vibrant, colourful image of "Spanishness" was a product of old and new tropes (sun, sand, sex and folklore). Old-fashioned clichés and the most modern pop aesthetics were combined or alternated to create what the author calls "Spanish kitsch", a blend of sensationalism, falsification, trivialization and stereotypism.

Spain Is Different - In Postcards is a survey that establishes a perfect correlation between the opinions expressed in the text and the deliberately selected sequence of images. Along the way, Rabascall exposes the sham of photomontage: the same model or the same beach scenery are used to tout different tourist destinations. And this is the paradoxical conclusion to which the author leads us: the image of a different Spain, with unique identifying traits, that these postcards supposedly aimed to promote was ultimately reduced to a vulgar "folkified" cliché. Rabascall proves that these sun-and-sand scenes, rather than representing actual places, have a nondescript, standardized appearance in perfect symbiosis with the mass tourism of a globalized world.

Natalia Bravo

P. 5

Postal de promoción de la playa de Coney Island de Nueva York y sus atracciones / Postcard promoting the New York beach of Coney Island and its attractions. Edición/Publisher: Diamond Post Card & Co, 1906.