

# LA HISTORIA DEL ARTE COMO CÁPSULA DEL TIEMPO. IMÁGENES TURÍSTICAS Y TEMPORALIDAD EN LA ESPAÑA DE FRANCO

ALICIA FUENTES VEGA

EN LA LITERATURA TURÍSTICA sobre España se da un curioso fenómeno que nos permite reflexionar sobre la cuestión de la temporalidad. Se trata de la intervención de la historia del arte como filtro visual y cognitivo a través del cual el turista experimenta la realidad, en forma de viaje al pasado. Voy a analizar dicho asunto basándome en publicaciones aparecidas entre 1950 y 1970, mayoritariamente guías y relatos de viaje de edición extranjera. No he excluido a propósito los materiales promocionales editados por las instituciones franquistas; el fenómeno analizado simplemente no se da, por razones que se verán más adelante, en las publicaciones oficiales.

## SIGNOS

Una de las aplicaciones más comunes del mencionado filtro visual es la del recurso a la maja de Goya como modelo estético de la mujer española. Por ejemplo, en una guía editada por Daimler Benz se afirmaba que las mujeres españolas «se parecen en su mayor parte a las majas de Goya», pues «se inclinan más a la rotundidad y a la robustez que a la delgadez y a la altura».<sup>1</sup> Ese rodeo discursivo —*se parecen a*— llega a hacerse innecesario. Cientos de veces aseguraba el periodista británico Henry Morton haber visto a la maja goyesca en el paseo vespertino de Sevilla,<sup>2</sup> como presente la tenía el alemán Anton Dieterich cuando afirmaba que «las majas de Madrid son ocurrentes y alegres».<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> FRIEDRICH, H. E., *Spanien: reisen mit Nutzen und Genuss*, Darmstadt, C. W. Leske / Daimler-Benz, 1955, p. 77. Todas las citas de obras extranjeras son traducciones de la autora.

<sup>2</sup> MORTON, H. V., *A Stranger in Spain*, Londres, Methuen & Co, 1955, p. 159.

<sup>3</sup> BOGER, B. y DIETERICH, A., *España en color: antología ilustrada del pueblo español*, Barcelona, DUX, 1956, p. 20 (ed. original 1955).

Dejando a un lado la evidente cosificación de la mujer, convertida en objeto de la mirada turística, quiero llamar la atención sobre la formulación que adopta el símil goyesco, cercana a lo metonímico (la mujer española no *parece*, sino que *es* la maja de Goya). Esta expresión introduce una dimensión física que trasciende lo visual.

Cuando en la literatura turística nos topamos con este tipo de referencias histórico-artísticas, la interpretación más inmediata recurre a la idea de signo cultural, en la línea de lo postulado por John Urry. Dicho autor explicó el turismo como un acto semiótico, en el que el turista va en busca de aquellos signos o marcadores culturales que representan lo típico de un lugar concreto. En palabras de Urry, «Cuando los turistas ven a dos personas besándose en París lo que capturan en la mirada es “el París atemporal y romántico”»<sup>4</sup> —de lo que podríamos deducir que cuando los turistas ven una mujer que se adapta al modelo de la maja, están captando una cierta idea de lo hispano—.

Este tipo de enfoque se encuadra en el llamado *giro lingüístico*, que partía de la premisa de que no vemos simplemente, sino que leemos o interpretamos, aquello que está en nuestra esfera visual.<sup>5</sup> Pero los estudios de turismo también se han hecho eco del *giro performativo* que ha tenido lugar en tiempos más recientes. Son varios los autores que han advertido la necesidad de superar el tradicional «ocularcentrismo» de los estudios turísticos.<sup>6</sup> Se busca una comprensión más fluida del turismo como una «práctica sensual y expresiva»,<sup>7</sup> en la que el turista no es mero receptor o traductor de una serie de signos, sino un sujeto con agencia. Desde el punto de vista de quienes trabajamos con la imagen, esta reconceptualización pasa por reconocer la naturaleza material y sensorial de las prácticas visuales.<sup>8</sup>

<sup>4</sup> URRY, J., *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Londres, SAGE, 1990, p. 3.

<sup>5</sup> SCHIRATO, T. y WEBB, J., «Inside/Outside: Ways of Seeing the World», en Emma Waterton y Steve Watson (eds.), *Culture, Heritage and Representation. Perspectives on Visibility and the Past*. Farnham/Burlington, Ashgate, 2010, pp. 19-37.

<sup>6</sup> SPODE, H., «Semiotics, Tourism», en Jafar Jafari y Honggen Xiao (eds.), *Encyclopedia of Tourism*, online, Springer International Publishing, 2015.

<sup>7</sup> CROUCH, D., «Flirting with Space: Tourism Geographies as Sensuous/Expressive Practice», en Carolyn Cartier y Alan A. Lew (eds.), *Seductions of Place: Geographical Perspectives on Globalization and Touristed Landscapes*, Londres, Routledge, 2005, pp. 23-35.

<sup>8</sup> SELBY, M., «People-Place-Past: The Visitor Experience of Cultural Heritage», en Emma Waterton y Steve Watson (eds.), *Culture, Heritage... op. cit.*, pp. 39-55.

Con estas ideas en mente, podemos volver a considerar el fenómeno del turista que se encuentra con la maja de Goya por la calle, y preguntarnos: ¿funciona aquí el referente histórico-artístico como simple marcador cultural, o está teniendo lugar una experiencia sensorial que va más allá de lo visual?

## VESTIGIOS

Analicemos más encuentros: al describir la ciudad de Madrid, el escritor de viajes Doré Ogrizek aseguraba que «Incluso en las más modernas avenidas, salpicadas de bares y cines, todavía permanece algo del Madrid de los siglos pasados, aunque solo sea el aspecto de las jóvenes que parecen haberse escapado de un cuadro de Goya».<sup>9</sup> De forma similar, Henry Morton declaraba su preferencia por el Madrid más castizo:

Por detrás de la Puerta del Sol encontré un Madrid que me resultó más atractivo que el de los grandes bulevares; un Madrid del siglo XVII, de casas altas con balcones [...], muchas de las cuales se remontan al Madrid de Velázquez y todas al de Goya.<sup>10</sup>

El referente artístico se utiliza en ambos casos para evocar la supervivencia, en medio de la modernidad circundante, de una serie de espacios y ambientes que remiten a épocas pasadas. Podría decirse, por tanto, que la historia del arte funciona aquí como una forma de cápsula del tiempo.

En su estudio sobre la nostalgia, David Lowenthal diferencia tres formas de acceder al pasado: la memoria, la historia y las reliquias. Cada una con sus condicionantes propios, estas tres vías interactúan de diversas maneras. Si la memoria es «por naturaleza personal, y por tanto en gran parte no verificable», la historia, aun siendo «pública, duradera y confirmable» también «depende de la memoria, a la vez que muchos recuerdos incorporan la historia».<sup>11</sup> Por su parte, el «mérito supremo» de las reliquias es que «permiten el acceso directo a las huellas ubicuas del pasado». Al contrario que la historia y la memoria, los

---

<sup>9</sup> OGRIZEK, D., *McGraw-Hill Pocket Travel Guides: Spain*, Nueva York, McGraw-Hill, 1955, p. 115.

<sup>10</sup> MORTON, H. V., *A Stranger in Spain*, Londres, Methuen & Co, 1955, p. 17.

<sup>11</sup> LOWENTHAL, D., *The Past is a Foreign Country - revisited*. Cambridge, Cambridge University Press, 2015, pp. 18-19.

vestigios físicos no precisan de la mediación del historiador o de quien recuerda para conectarnos con el pasado, sino que «quedan directamente a disposición de nuestros sentidos». <sup>12</sup>

Pero, aun teniendo ese poder de la inmediatez, las reliquias cuentan con una gran desventaja: «son mudas». Para poder hacer su trabajo, necesitan «ser amplificadas por medio de relatos o reminiscencias». <sup>13</sup> Esa función de amplificadores es la que podríamos atribuirle a los referentes histórico-artísticos que tan a menudo aparecen en la literatura turística sobre España. El filtro pictórico habilita la comunicación con el pasado; es aquello que permite que los espacios históricos del Madrid de los Austrias o un cierto modelo de mujer ejerzan su función de reliquias.

Esto se confirma en otro de los tipos populares más asociados al espacio urbano en la literatura turística: el sereno. Que este se contemplaba como reliquia histórica, queda claro en relatos como el del británico Bernard Newman, quien en 1966 contrastaba la visión del sereno con el sofisticado entorno de sus amigos madrileños: «Así, introducidos por esta reliquia de la Edad Media, entramos a un apartamento moderno que podría haber estado en Hollywood». <sup>14</sup> El también británico Cedric Salter aseguraba que «En Madrid el siglo xx y el xvii se dan la mano», describiendo el encuentro con el sereno como una de sus experiencias más auténticas. Goya es, de nuevo, el referente pictórico invocado para dotar de voz a la reliquia:

[...] cuando vuelva a las tres o cuatro de la mañana a su apartamento u hotel del siglo xx. Se encontrará con la puerta cerrada, y probablemente no tendrá llaves. Entonces deberá conjurar al siglo xvii para que le asista, dando fuertes palmadas [...]. De una taberna invisible o de una sombría esquina emergerá una grotesca figura que parecerá un gnomo directamente salido de un grabado de Goya, y rápidamente se acercará arrastrando los pies hasta usted. <sup>15</sup>

Es importante reparar en el carácter nostálgico de este tipo de comentarios: no se trata solo de certificar la pervivencia del pasado, sino que se afirma la mayor autenticidad de este, en contraposición al presente. Dicha oposición se hace explícita en guías como la de Eugen Fodor, quien afirmaba que aunque las costumbres españolas se estaban modernizando, «aspirando al modelo

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. 389.

<sup>13</sup> *Ibidem*, p. 397.

<sup>14</sup> NEWMAN, B., *Spain Revisited*, Londres, Herbert Jenkins, 1966, p. 25.

<sup>15</sup> SALTER, C., *Introducing Spain*, Londres, Methuen, 1953, p. 65 (reed. 1967).

americano», la figura del sereno nunca desaparecería, pues «en su «buenas noches», que siempre va acompañado de un corto avance informativo sobre el tiempo que hará al día siguiente, radica la sencilla, agradable y romántica singularidad de la vida en España».<sup>16</sup> El hecho de que la atención turística se posase sobre la figura del sereno cuando el oficio estaba a punto de desaparecer,<sup>17</sup> apoya la interpretación de dicha mirada en clave nostálgica. En palabras de David Lowenthal: «Nada acelera más la acción preservadora que la premonición de una extinción inminente».<sup>18</sup>

Siguiendo con esta interpretación a través del concepto de nostalgia, podría decirse que el turismo adelanta lo que se conoce como la «ola nostálgica», que se propagaría por las sociedades occidentales a partir de los años 70.<sup>19</sup> Si las dos décadas que sucedieron a la Segunda Guerra Mundial, marcadas por el llamado milagro económico, suelen identificarse con el optimismo y la fe en el futuro, los años 70 y 80 se presentan como una época en la que los evidentes costes del progreso tecnológico, junto a las crisis políticas, económicas y sociales, generaron una creciente tendencia a mirar de forma nostálgica al pasado.

Fernando Esposito ha matizado que «ya en los años 50, a la sombra de Auschwitz e Hiroshima y según se consolidaba la confrontación Este-Oeste, surgieron dudas considerables [...] en torno a la modernidad como el lugar al que la humanidad había llegado».<sup>20</sup> Pero, a la vista de los éxitos sociales y económicos, las voces críticas con la noción hegemónica del progreso en Occidente conformaron inicialmente «tan solo un ligero murmullo de fondo».<sup>21</sup> Mi tesis es que en el ámbito del turismo dicho murmullo encontró desde el primer momento vía libre, pues, al focalizarse en el otro, la idealización nostálgica del pasado se hace compatible con las aspiraciones de progreso deseadas para la nación propia.

En el imaginario turístico español hay múltiples motivos que nos hablan de la idealización de un modo de vida preindustrial en vías de extinción, desde la iconografía de la lavandera a la del campesino, pasando por la del burro o la del

---

<sup>16</sup> FODOR, E. *Spanien und Portugal, mit Balearen und Kanarischen Inseln*, Colonia, Comel, 1952, p. 45.

<sup>17</sup> GÓMEZ MONTEJANO, A., *Las doce en punto y sereno: historias, avatares y anécdotas de los serenos de Madrid*, Madrid, La Librería, 1997.

<sup>18</sup> LOWENTHAL, D., *The Past is...*, *op. cit.*, p. 28.

<sup>19</sup> BECKER, T., «Rückkehr der Geschichte? Die “Nostalgie-Welle” in den 1970er und 1980er Jahren», en Fernando Esposito (ed.), *Zeitenwandel. Transformationen geschichtlicher Zeitlichkeit nach dem Boom*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2017, pp. 93-117.

<sup>20</sup> *Ibidem*, «Einführung», pp. 7-62.

<sup>21</sup> *Ibidem*, pp. 34-35.

botijo.<sup>22</sup> Dichas iconografías se pueden entender a través de los esquemas narrativos del buen salvaje: el campo español es presentado como una arcadia rural en la que los hombres viven en comunión con la naturaleza, por oposición al mundo hipermecanizado del que proviene el turista. Pero, ¿cómo explicar la idealización primitivista de figuras que *a priori* parecen exentas de atributos idealizables? Dificilmente se adapta a la idea del buen salvaje una aparición como la del sereno descrito por Cedric Salter, en términos de un gnomo grotesco.

## MONSTRUOS

La aplicación turística del filtro visual de la historia del arte tiene un carácter muy selectivo. Se limita no solo a una nómina reducida de artistas, sino también a facetas muy concretas de su producción. Henry Morton, por ejemplo, planteaba una competición entre la pervivencia de cada uno de los tipos físicos asociados con el gran triunvirato del arte hispano. Al autor le sorprendían «los pocos [rostros] que podrían haber sido pintados por Velázquez», mientras que «diez minutos en cualquier café de Madrid demostrarán lo fantásticamente que El Greco los captó, ese español flaco y pálido de la Leyenda Negra». Goya, por su parte, «encontró sus modelos en todos sitios, y de hecho parece haber muchos más Goyas que Grecos».<sup>23</sup>

El referente goyesco es invocado para describir un tipo concreto de escenas que, a excepción de la figura de la maja, se relacionan con el imaginario de lo grotesco: desde la vieja descrita como «monstruo [...] salido de un cuadro de Goya» en la revista *Der Tourist*,<sup>24</sup> hasta el sereno contrahecho de Cedric Salter, pasando por una categoría tan abstracta como la del colectivo de los feos, resaltados por dicho autor de entre la masa de los madrileños:

La mayor parte son guapos, y, cuando son feos, lo son de una forma interesante. Mirando a los feos se da uno cuenta de lo increíblemente bien que Goya captó los rostros arrugados, mitad cómicos mitad animales, que vio a su alrededor, y de lo poco que el tipo ha cambiado.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> FUENTES VEGA, A., *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España*. Madrid, Cátedra, 2017.

<sup>23</sup> MORTON, H. V., *A Stranger...*, *op. cit.*, p. 18.

<sup>24</sup> *Der Tourist. Deutsch-spanische Zeitschrift*, n.º 5, Madrid/Bonn, Editorial el Turista, 20.10.1954, p.4.

<sup>25</sup> SALTER, C., *Introducing...*, *op. cit.*, p. 57.

Tipos eminentemente urbanos, estas apariciones goyescas eran, tanto o más que el paseo de las majas, objeto de observación del *voyeur* de café. Desde allí contemplaba la escritora británica Honor Tracy el catálogo completo de deformidades:

Me senté un rato en un café en el que visitaban las mesas una por una figuras que podrían haber sido pintadas por Goya: el epiléptico, retorciéndose y tartamudeando, con su harapiento álbum de postales; la vieja bruja doblada casi por la mitad con sus billetes de lotería; el fotógrafo enano de enorme cabeza y preciosos ojos enfermos. Una procesión de seres grotescos (...).<sup>26</sup>

No hay duda de que en el imaginario turístico de lo español predominaban esos mismos «elementos de pesadilla» del universo goyesco que, especialmente valorados por los románticos, fueron posteriormente reivindicados en el contexto de las vanguardias.<sup>27</sup> Dichos elementos de pesadilla parecen anti-téticos de los esquemas narrativos del buen salvaje expuestos más arriba, pero a la vez conectan con el mito europeo del retorno al origen. No en vano es precisamente a través del arte de Goya, como Roger Bartra ilustra la transformación monstruosa que se opera en el mito del salvaje al llegar el Romanticismo. Bartra se refiere a la serie de cuadros de caníbales que Goya pintó en torno a 1800, en los que reconoce a «los primeros hombres salvajes del romanticismo», pues «están ya más cerca de las mórbidas alucinaciones románticas que del espíritu de la Ilustración».<sup>28</sup>

Las descripciones del submundo urbano en las que se echa mano del referente goyesco tienen mucho de ese «miedo, mezclado de fascinación, por los monstruos» que Bartra identifica en la psique romántica.<sup>29</sup> Resulta significativo que dicho filtro visual aflore también en textos de carácter crítico como el de la ya mencionada Honor Tracy, a medio camino entre el relato de viajes y el reportaje social de corte neorrealista. Igualmente crítico es el ensayo *España - a primera vista*, en el que el escritor suizo Max Frisch recogió su viaje de 1950. Condicionado, por una parte, por los estereotipos sobre el sur arraigados en la cultura alemana desde tiempos de Goethe, y, por otra, por

---

<sup>26</sup> TRACY, H., *Silk Hats and No Breakfast: Notes on a Spanish Journey*, Nueva York, Random House, 1958, p. 39.

<sup>27</sup> GLENDINNING, N., *Goya y sus críticos*, Madrid, Taurus, 1982.

<sup>28</sup> BARTRA, R., *El mito del salvaje*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014, pp. 434-435.

<sup>29</sup> *Ibidem*, p. 432.

una abominación personal de la dictadura franquista, Frisch transmite la imagen de un pueblo atrasado y miserable. El lenguaje visual apropiado lo encuentra en Goya: «En una ocasión en Madrid, al salir de un club nocturno mundano, nos rodea un montón de mendigos y tullidos como los vio Goya; estiran las muletas [...] y nos enseñan sus muñones, desnudos y azulados de frío».<sup>30</sup>

Una escena similar es descrita por el británico John Haycraft, quien a mediados de los años 50 se instaló en la ciudad de Córdoba, donde fundó junto a su mujer el germen de la actual International House. En *Babel en España*, el libro que recoge aquella experiencia, encontramos a un Haycraft prendado de ciertos aspectos de la vida en el sur, pero también crítico con la dictadura y con la pobreza. Destaca el pasaje sobre la visita que hizo al suburbio del Refugio, con una expedición caritativa que debía repartir comida la víspera de Nochebuena. Los suministros se terminan pronto, y el grupo se marcha antes de que la masa se enfurezca. Haycraft describe un panorama desolador, en el que se mezclan elementos de pesadilla:

En torno a la parte de atrás del Land Rover se había reunido una gran multitud. [...] El clamor crecía. «¡Señorito! ¡Señorito!» Los motores se pusieron en marcha y los faros se movieron sobre las miserables hileras de cabañas de adobe, iluminando las multitudes harapientas, los crispados rostros goyescos, los brazos que saludaban.<sup>31</sup>

Parece que el viajero occidental contempla la pobreza de la España franquista con una mezcla de horror y fascinación casi morbosa. La utilización del filtro pictórico resulta contraproducente: los autores pueden tener la voluntad de denunciar una problemática social, pero al emparentarla con un universo estético, ese contenido crítico se ve neutralizado. Si los mendigos y la deformidad pertenecen a la tradición de lo goyesco, ¿no serán, de algún modo, algo *propio* de España? El problema de la pobreza se desvincula así de políticas o negligencias concretas del momento presente, pudiendo percibirse como una tradición secular, cercana a la categoría del folclore popular.

<sup>30</sup> Cit. en HERNÁNDEZ, I., «Volvemos a Europa». La España «a primera vista» de un suizo universal», en Berta Raposo y Ferran Robles (eds.), «*El Sur también existe*». *Hacia la creación de un imaginario europeo sobre España*, Madrid, Iberoamericana Vervuert, 2014, pp. 87-108.

<sup>31</sup> HAYCRAFT, J., *Babel en España*, Córdoba, Almuzara, 2007, p. 77 (ed. original 1958).



## ORÍGENES

Lejos de esta función desactivadora, en la propaganda turística oficial la historia del arte aparece ante todo como procuradora de capital simbólico. El prestigio de la institución-arte es capitalizado mediante folletos que repasan las glorias del arte hispano, desde El Greco a Picasso,<sup>32</sup> pero no hay huella de las referencias pictóricas que se dan en la literatura turística. Por mucho que el filtro goyesco permitiese estetizar y desproblematizar la pobreza, ello pasaba por reconocer la existencia de la misma.

Los intereses del régimen estaban en gran medida reñidos con un imaginario turístico en el que abundaban las tendencias nostálgicas. Estas implicaban no solo una celebración del atraso difícil de armonizar con la vocación de modernidad de la mentalidad desarrollista, sino también un reparto de roles no necesariamente halagüeño, entre naciones avanzadas y atrasadas. Quienes han analizado el turismo en los países en vías de desarrollo coinciden en destacar la ambigüedad de la mirada nostálgica.<sup>33</sup> En realidad, la idealización de lo arcaico en el extranjero no hace sino reafirmar el propio mundo del turista, pues «a medida que se comprueba el atraso de los otros, crece la conciencia de la propia posición avanzada».<sup>34</sup> Este ingrediente colonialista no es ajeno a guías de viaje como la de Henry Morton, que se declaraba entusiasmado con los lujos que el visitante podía permitirse en la España de 1955:

Hay pocas cosas más deliciosas que no tener nada que hacer en una ciudad extranjera y tener suficiente dinero para hacerlo placenteramente, sentarse a observar a la gente [...] y que un joven Murillo le limpie a uno los zapatos.<sup>35</sup>

Esta última alusión nos da pistas sobre el significado que se va a asignar a otra de las grandes figuras del arte hispano: Murillo, cuyo universo estético se aplica principalmente a la figura del niño callejero. Este aparece idealizado en tanto criatura libre, su nomadismo presentado casi como una forma de vida volunta-

---

<sup>32</sup> Véase por ejemplo *Spanien*, Madrid, Ministerio de Información y Turismo, 1962 (Historisches Archiv zum Tourismus).

<sup>33</sup> GRABURN, N. y SALAZAR, N. B. (eds.), *Tourism Imaginaries. Anthropological Approaches*, Nueva York/Oxford, Berghahn 2014, p.8.

<sup>34</sup> THURNER, I., «Die Rezeption des Fremden in der touristischen Fotografie», en Nicole Häusler y Klaus Rieländer (eds.), *Konsequenzen des Tourismus: ein Reader mit Beispielen aus Entwicklungs- und Schwellenländern*, Göttingen, Arbeitskreis für Internationale Wissenschaftskommunikation, 1995, pp. 55-62.

<sup>35</sup> MORTON, H. V., *A Stranger...*, *op. cit.*, p. 54.

riamente elegida. La guía del alemán Peter Schmid, por ejemplo, incluía un retrato de un «alegre holgazán» que, según el pie de foto, «podría haber salido de uno de los populares cuadros de género de Murillo». <sup>36</sup> De forma similar, Bert Boger y Anton Dieterich asignaban el título de «Murillo sigue vivo» al retrato de dos niños, descalzos y con ropas raídas, a los que describían como «morenos gitanillos» que «Ni siembran ni cosechan... Y sin embargo sonríen». <sup>37</sup> Incluso una autora crítica como Honor Tracy, no podía evitar el mencionado paralelismo a la vista de esos «diminutos golfos callejeros», que «con sus morenos rizos y sus ojos grandes e inocentes, hacen pensar en los querubines de Murillo». <sup>38</sup>

Parece obvio que si estas muestras de atraso se juzgan de forma indulgente, es porque tienen lugar lejos del propio país de origen. Con total seguridad, una realidad como la de la pobreza infantil se habría interpretado de forma muy diferente en caso de darse en el entorno inmediato del viajero. Se confirma, por tanto, que a la coordenada temporal de la mirada nostálgica hay que añadirle una coordenada geográfica. El pasado como mapa con el que cartografiar al otro.

Historiadores como Walter L. Bernecker han situado la idea de temporalidad en el eje de los procesos de *mental mapping* dentro del continente europeo, donde a partir del siglo XVIII «el Sur se convirtió, en la imaginación de los europeos occidentales, en una región de retraso económico y cultural». <sup>39</sup> Dichos mapas mentales reemergen tras la Segunda Guerra Mundial, cuando toma forma una periferia en el Sur de Europa. <sup>40</sup> La percepción de esta periferia atrasada va a ser fundamental en la propia construcción de la identidad europea: en palabras de Roberto Dainotto, «la Europa hegemónica pudo encontrar en el sur no un otro exótico», como el que fabricó el Orientalismo, «sino un fragmento, un resto arqueológico, de su propio pasado». <sup>41</sup>

<sup>36</sup> SCHMID, P., *Spanische Impressionen: Reisebuch*, Stuttgart, Deutsche Verlags-Anstalt, 1952, s. p.

<sup>37</sup> BOGER, B. y DIETERICH, A., *Mit Kamera und VW in Spanien*, Stuttgart, Belser, 1955, p. 94.

<sup>38</sup> TRACY, H., *Silk Hats...*, *op. cit.*, p. 13.

<sup>39</sup> BERNECKER, W. L., «La visión de España desde Alemania: un panorama diacrónico», en Berta Raposo y Ferran Robles (eds.), *El Sur...*, *op. cit.*, pp. 13-48.

<sup>40</sup> HERTEL, P., «Manifold Discourses. Mapping the South in Contemporary European History», en Martin Baumeister y Roberto Sala (eds.), *Southern Europe? Italy, Spain, Portugal, and Greece from the 1950s until the present day*, Frankfurt/Nueva York, Campus Verlag, 2015, pp. 201-217.

<sup>41</sup> DAINOTTO, R., «A South with a View. Europe and Its Other», *Neplanta: Views from South*, vol. 1, n.º 2, 2000, pp. 375-390.

La rehabilitación internacional del franquismo a partir de los años 50 suele explicarse como consecuencia de una maniobra de modernización cosmética, pero el protagonismo del pasado en el imaginario turístico plantea preguntas en la dirección contraria: ¿qué papel jugaría, en dicho proceso, la propia predisposición nostálgica de Occidente? El fenómeno de los filtros histórico-artísticos analizados, como referente cultural que vehicula el viaje al pasado, corrobora que la cuestión de la temporalidad sería un elemento fundamental en la percepción internacional de la España de Franco.