

## **Manifiesto de la postal turística. Elogio y reivindicación**

Cristina Arribas / Carmelo Vega

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, relatos icónicos 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 ciudad*). 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.