

EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA HISTÓRICA

JUAN JOSÉ GARCÍA DEL TORO*

Fecha recepción: 13 de diciembre de 2016

Fecha de aceptación: 27 de diciembre de 2016

Resumen: Este trabajo pretende abordar un análisis de la evolución de la imagen turística de Gran Canaria, centrada en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, a través de la comparación entre imágenes alojadas en el Fondo de Fotografía Histórica de la FEDAC así como en otras colecciones, en especial aquéllas utilizadas como propaganda turística en los mercados emisores. El objeto de este análisis es plantear una reflexión sobre el legado natural y paisajístico resultante después de más de cincuenta años de desarrollo del modelo de industria turística aplicado en Canarias.

Palabras claves: Paisaje; Fotografía histórica; Turismo; Construcción.

Abstract: This paper aims to analyze the evolution of the tourist image of Gran Canaria, focused on the town of San Bartolome de Tirajana, through the comparison of images from the FEDAC Historical Photograph Archive, as well as from other collections, especially those that have been used as tourist propaganda in the main markets. The purpose of this analysis is to propose a reflection on the natural and scenic heritage after more than fifty years of development of the tourism industry model applied in the Canaries.

Key words: Landscape; Historical photography; Tourism; Construction.

INTRODUCCIÓN

El diccionario de la Real Academia Española define *imagen*, en su primera acepción, como la «*figura, representación, semejanza y apariencia de algo*». En la cuarta establece que es la «*recreación*

* Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana. Concejalía de Cultura. Correo electrónico: juanjodeltoro@gmail.com.

*de la realidad a través de elementos imaginarios fundados en una intuición o visión del artista que debe ser descifrada»*¹. Por lo tanto, podemos considerar la imagen una *construcción mental*, más que una *constatación de la realidad*.

En cambio, la técnica fotográfica es capaz de captar la realidad que se muestra delante del fotógrafo. Las instantáneas que analizamos muestran la realidad de un territorio, de un paisaje que se refleja tal como es. Así, comparar fotografías tomadas en los mismos espacios, pero en tiempos distintos, nos ofrece la posibilidad de hacernos una idea consciente de las transformaciones que ha sufrido, y así, contrastar esa realidad física con la idea que se pretende ofrecer de un lugar, en este caso, de un destino turístico.

La *imagen* representativa de Canarias ha evolucionado a lo largo de la historia a medida que se extendía y profundizaba el conocimiento sobre las islas, paralelamente a la evolución de las técnicas para la obtención de imágenes —fotografía, cartografía o imágenes en movimiento— y también a la de la evolución de los medios disponibles para su difusión, desde las primeras guías de viaje de la segunda mitad siglo XIX hasta la aparición de internet.

En este contexto, hablar de *turismo* e *imagen* en Canarias es hablar de su paisaje como reclamo utilizado para atraer a viajeros desde la misma aparición del fenómeno que ha contribuido de manera decisiva al desarrollo económico de estas islas, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX. Hablar de la imagen turística de Canarias es hablar de lo que se quiere representar, a partir de la que «emite el propio territorio y de la lectura, muchas veces mediatizada o interesada, que de él hacen los agentes promocionales, que [...] incluso puede llegar a ser asumida por la propia población local, afectando [...] al orden mercadotécnico, al ideológico, al estético, al escenográfico-arquitectónico y al identitario»².

1. *Diccionario de la lengua española*. Disponible en: <http://dle.rae.es>.

2. SANTANA SANTANA, Antonio. «Evolución de la imagen turística de Canarias». En: *XV Coloquio de Historia Canario-Americana*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo de Gran Canaria, 2004, p. 145.



Figura 1. Playa de las Canteras, 1969.

Las playas de San Agustín, el Inglés y Maspalomas, el faro y las dunas, han sido para el turismo el reclamo paisajístico por excelencia de Gran Canaria y de San Bartolomé de Tirajana; a su alrededor se ha conformado la actual ciudad que aloja a miles de turistas cada año. El impacto de la construcción en el territorio anexo juega en contra de este paisaje único y singular, no sólo porque desvirtúa la imagen paradisíaca que inspira sus kilómetros de arena y mar, sino también porque algunas de estas edificaciones han alterado la dinámica natural que a lo largo de millones de años ha conformado el campo de dunas³.

El artista Néstor Martín-Fernández de la Torre plasmó en su obra *Visiones de Gran Canaria* el paisaje que, según su concepción artística, «debería ser». Decía de estas obras: «*Nunca quise exponerlas, porque entendí que el mayor mal que podía hacer a mi país era representarlo con una personalidad definida y con carácter propio que en realidad no se vería confirmado luego por quien, ante aquellos cuadros, sintiera el comezón de visitarlo*»⁴.

3. HERNÁNDEZ CALVENTO, Luis. «Maspalomas: el ocaso de las grandes Dunas». *Rincones del Atlántico*, n. 4 (2007).

4. ALMEIDA CABRERA, Pedro. *Néstor: tipismo y regionalismo*. Las Palmas de Gran Canaria: Museo Néstor, 1993, p. 19.

Sin escapar de las visiones del magnífico pintor, el folleto turístico editado por la Junta de Turismo en 1939 recoge algunas de sus reflexiones acerca del futuro del turismo en Gran Canaria. En *Habla Néstor*, donde expresa su temor por la destrucción de los valores paisajísticos de la isla a partir de lo sucedido con la playa de las Canteras, dice al respecto que *«hemos de tener en cuenta también la formidable playa de Maspalomas. Quizá sea prematuro pensar desde ahora en ella; pero por lo menos evitemos que se haga nada que pueda convertirse en obstáculo para que las generaciones que nos sucedan lleven a cabo proyectos que en un futuro más inmediato les aconsejen la realidad del momento. No concibamos las cosas en pequeño sino en grande, con la vista en el porvenir, aunque los espíritus materialistas pudieran asustarse y calificarnos de irrealistas»*⁵. Casi ochenta años después de estas palabras podemos observar que sus temores no eran, ni mucho menos, infundados.

Por tanto, tenemos por un lado el paisaje, lo que es, y por otro lado, aquello que se quiere representar.

RECORRIDO POR LA EVOLUCIÓN DE LA IMAGEN TURÍSTICA

La evolución de la imagen turística de Canarias ha corrido paralela al proceso de especialización de la industria y ha desempeñado un importante papel en él⁶. El profesor Santana propone un recorrido diacrónico a través de esta evolución, planteado en cinco etapas.

La primera se correspondería con la romántica o formativa (finales del siglo XVIII-1910), fundamentada en el interés de los científicos europeos por la geología, la vegetación, los vestigios arqueológicos y el pasado, la cultura campesina, y por el clima⁷,

5. ALMEIDA CABRERA, Pedro. *Op. cit.*, p. 113.

6. Cfr. DOMÍNGUEZ MUJICA, Josefina. «La cartografía en la promoción turística de Canarias (1880-1970)». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 44 (2007), p. 280.

7. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. «Promoción e imagen del turismo en Canarias». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 2 (1999), p. 8.



Figura 2. Faro de Maspalomas, 1925-1930.



Figura 3. Playa y Faro de Maspalomas, 1940-1945.



Figura 4. Construcción del Hotel Oasis, 1959.



Figura 5. San Agustín, 1968.

el cual será un elemento común de la imagen hasta la actualidad. Esta imagen es elaborada básicamente por los ingleses a través de las primeras guías de viaje sobre las islas.

La segunda etapa sería la de la imagen local, relacionada con los modelos de *La Niza atlántica* (1910-1934) y con el denominado «tipismo» (1934-1958), elaborada desde las islas a partir del interés que despertó esta industria entre los agentes económicos locales en los inicios del siglo xx. La imagen basada en el balnea-



Figura 6. Playas del Pirata, San Agustín y el Inglés, 1960.

rio litoral junto a la playa del primer cuarto de siglo, y la idealizada estética ruralista y regionalista posterior a la Gran Guerra, influirán en las futuras imágenes que se proyecten hacia el exterior de Canarias a partir de este momento.

La imagen costera o litoral (1958-1962), fundamentada en playas paradisíacas y en el turismo de sol que demandaban los turistas norteamericanos de posguerra, que marca el inicio de la transformación paisajística del sur de Gran Canaria.

La *Ciudad Turística* (1962-1990), o *aglomerado turístico*⁸, como lo define Santana, surgida del desmesurado crecimiento ur-

8. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. *Op. cit.*, nota 4. p. 152.



Figura 7. Construcción de hoteles en el sur grancanario, 1976.



Figura 8. Edificio Mercurio en obras, 1971.

banístico del espacio turístico en el afán de explotar al máximo la imagen del litoral, provocando la destrucción estética del principal reclamo, la playa virgen.

Y, finalmente, la etapa ecológica y rural (1990-2003), o turismo verde⁹, en consonancia con la preocupación medioambiental que surge en la sociedad a partir de la década de los noventa del siglo pasado, precisamente por el crecimiento desmesurado de los destinos turísticos tradicionales, provocador del deterioro del

9. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. *Op. cit.*, nota 8. p. 9.



Figura 9. Playa del Inglés en la actualidad.

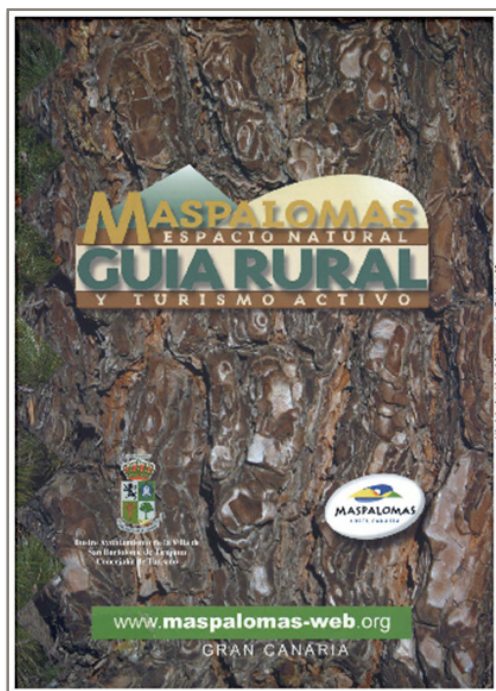


Figura 10. Portada de Maspalomas espacio natural, guía rural y turismo activo, 2001.

medio natural y del paisaje. Esta conciencia hace que se produzca un cambio en la demanda de los turistas, que buscan espacios naturales, rurales y de valor paisajístico, orientándose hacia el interior de la isla, regresando, como en una especie de bucle, a los valores de las primeras etapas del desarrollo del turismo que prevalecieron a comienzos del siglo xx, los cuales se reflejan en la imagen proyectada al exterior, potenciando el mundo rural a través de actividades como el senderismo, visitas a centros de interpretación etnográficos y arqueológicos y los valores naturales que atesora nuestra tierra.

LA REALIDAD QUE SE ESCONDE

Se denomina encuadre a 'la porción de escena que el fotógrafo decide que va a entrar en una imagen'. Como observadores, los fotógrafos perciben con sus ojos una escena en su totalidad, pero seleccionan el área que van a capturar, de acuerdo al tipo de escena y al tipo de mensaje que se desea transmitir¹⁰.

El trabajo de Morales, Hart y Chirivella relativo al análisis de la imagen para la promoción del turismo en Canarias, estudia la concordancia entre la imagen que se pretende proyectar y la real, basándose en las campañas publicitarias realizadas por la Consejería de Turismo del Gobierno Autónomo de Canarias, en las que se continúa identificando al archipiélago con el estereotipo de *paraíso*¹¹, a pesar de estar muy lejos de él, en cuanto al paisaje se refiere.

Entre sus recomendaciones para la promoción turística destacamos la número 5, en la que establecen que «*convendría que hubiese menos referencia al mito del paraíso y ofrecer una información que se compadezca más con la realidad, para así evitar la*

10. Cfr. <http://hipertextual.com>.

11. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. *Op. cit.*, p. 11.



Figura 11. Playa y Faro de Maspalomas, 1930.



Figura 12. Postal turística del fotógrafo Tullio Gatti.

*creación de falsas expectativas y, por ende, provocar mayores dosis de insatisfacción»*¹². Planteamiento que recuerda el comentario de Néstor de la Torre respecto a sus *Visiones de Gran Canaria*.

Las imágenes actuales que promocionan el destino turístico continúan ofreciendo una visión paradisíaca de la isla, atractiva y persuasiva para que los potenciales visitantes elijan Canarias para sus vacaciones. Para ello, los profesionales de la fotografía sacan el mejor partido posible del paisaje que se les presenta, destacando

12. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. *Op. cit.*, nota 9, p. 19.



Figura 13. Playa del Inglés, 1968.



Figura 14. Postal turística del fotógrafo Tullio Gatti.

los aspectos más bucólicos y obviando aquellas partes o zonas de la realidad que pueden desvirtuar tal visión.

La transformación que la industria turística ha causado al paisaje y al medio natural es relevante y los cambios producidos en el campo dunar comienzan a ser evidentes; las causas que los provocan continúan¹³, y de no revertirse, es probable que terminen por destruirlo total e irreversiblemente, y con ello, uno de los grandes atractivos paisajísticos de su razón de ser¹⁴.

13. MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. *Op. cit.*, nota 5 p. 5.

14. Los recursos en línea consultados en la elaboración de este artículo han sido los siguientes: <http://www.fotosantiguascanarias.org>; <http://tulliogatti-phoserver.com/gallery/1730-0.html>; <https://www.turismodecanarias.com/promo->

CONCLUSIONES

La fotografía histórica es una importante fuente documental para el caso que nos ocupa; permite el estudio mediante comparación entre distintos momentos cronológicos de este frágil escenario, su evolución en el tiempo y observar la fuerte transformación causada por la mano del hombre.

La promoción gráfica de Maspalomas debe destacar su belleza y atractivo aprovechando todo su potencial paisajístico, pero puede llevar a la insatisfacción de los visitantes al ofrecer una imagen construida que realmente no es tal cual se aprecia en los anuncios promocionales. Muchos de los escenarios se muestran con un encuadre difícil de apreciar al natural, con la visión directa de los mismos, en los que no se pueden hacer desaparecer ni los edificios que lo circundan, ni el deterioro causado al medio natural.

Las palabras de Néstor sobre la playa de Maspalomas parecen hoy una premonición de lo que sucedería, pues se han cumplido fielmente, dado que las actuaciones urbanísticas han puesto en peligro el ecosistema natural y la continuidad del paisaje en el futuro.

Es indudable el éxito que la industria turística ha cosechado en estos años, pero el precio pagado por el territorio es muy alto, tanto que se puede considerar que, en este caso, existe la posibilidad de morir de éxito. Ante esta situación no cabe sino reflexionar al respecto y tomar las decisiones que sean oportunas con el objeto de preservar lo que queda.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA CABRERA, Pedro. «Néstor y el tipismo: I Centenario de Néstor Martín-Fernández de la Torre (1887-1987)». *Aguayro*, n. 169 (1987), pp. 19-21.

turturismocanarias/nuevas-fotografias-para-la-promocion-de-las-islas-canarias/;
http://www.cordialcanarias.com/esvacaciones_playa_ingles_maspalomas.html.

- ALMEIDA CABRERA, Pedro. *Néstor: tipismo y regionalismo*. Las Palmas de Gran Canaria: Museo Néstor, 1993.
- DOMÍNGUEZ MUJICA, Josefina. «La cartografía en la promoción turística de Canarias (1880-1970)». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 44 (2007), pp. 279-300.
- HERNÁNDEZ CALVENTO, Luis. «Maspalomas: el ocaso de las grandes dunas». *Rincones del Atlántico*, n. 4 (2007).
- JORGE MILLARES, Michel. «El turismo en Las Palmas a través de la revista "Isla" (1946-1969): del trasatlántico al charter». *Boletín Millares Carolo*, n. 15 (1996), pp. 367-381.
- MORALES, Guillermo; HART, Margarteh; CHIRIVELLA, Mariano. «Promoción e imagen del turismo en Canarias». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 2 (1999), pp. 7-21.
- SANTANA SANTANA, Antonio. «Evolución de la imagen turística de Canarias». En: *xv Coloquio de Historia Canario-Americana*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo de Gran Canaria, 2004, pp. 145-155.