



Nota de premsa

Departament de Comunicació
i Xarxes Socials
comunicacion@ivam.es



Colabora:

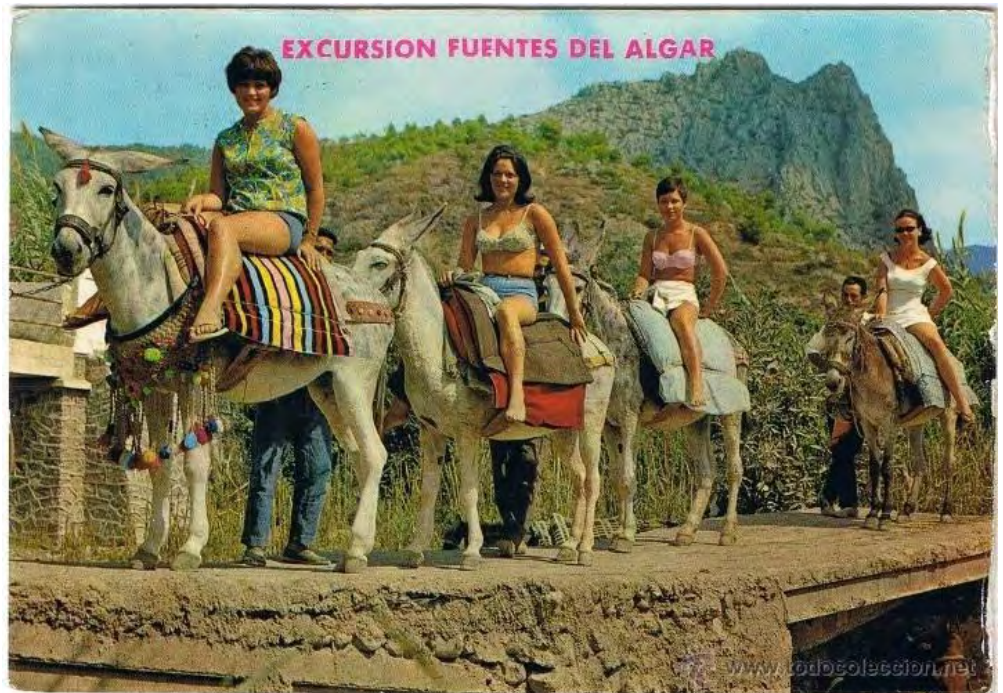


De vacances al jardí de les Hespèrides

Imaginaris turístics de la costa valenciana durant el franquisme



Postal De Paella en un huerto de naranjos. València, 1964.



Postal de Callosa d'en Sarrià. Excursión Fuentes del Algar. Alicante, 1968.

L'IVAM presenta la mostra documental *De vacances al jardí de les Hespèrides. Imaginaris turístics de la costa valenciana durant el franquisme* que analitza, de forma desprejudiciada, la cultura visual generada entorn del *boom* del turisme a la Comunitat Valenciana.

La mostra, comissariada per Alicia Fuentes i que s'exhibeix del 20 de febrer al 10 de maig, té com a finalitat visibilitzar, d'una banda, un conjunt documental d'interés patrimonial innegable: **cartells, fullets i revistes, així com postals, fotollibres i relats de viatge**, procedents en la seua majoria d'arxius valencians (Biblioteca Valenciana, Arxiu documental Pedro Zaragoza, UA, Biblioteca de l'IVAM); i, d'altra banda, contribuir a repensar el relat, perquè aquestes imatges són la prova fefaent que en el **turisme conflueix una multiplicitat complexa i contradictòria de representacions, cerques, desitjos i aspiracions**.

La mostra analitza tres àmbits: el turisme com a producte, el turisme com a cerca i el turisme com a transformació.

El IVAM presenta la muestra documental *De vacaciones en el jardín de las Hespérides. Imaginarios turísticos de la costa valenciana durante el franquismo* que analiza, de forma desprejuiciada, la cultura visual generada en torno al *boom* del turismo en la Comunidad Valenciana.

La muestra, comisariada por Alicia Fuentes y que se exhibe del 20 de febrero al 10 de mayo, tiene como finalidad visibilizar, por una parte, un conjunto documental de interés patrimonial innegable: **carteles, folletos y revistas, así como postales, fotolibros y relatos de viaje**, procedentes en su mayoría de archivos valencianos (Biblioteca Valenciana, Archivo documental Pedro Zaragoza, UA, Biblioteca del IVAM); y, por otra parte, contribuir a repensar el relato, pues dichas imágenes son la prueba fehaciente de que en el **turismo confluye una multiplicidad compleja y contradictoria de representaciones, búsquedas, deseos y aspiraciones**.

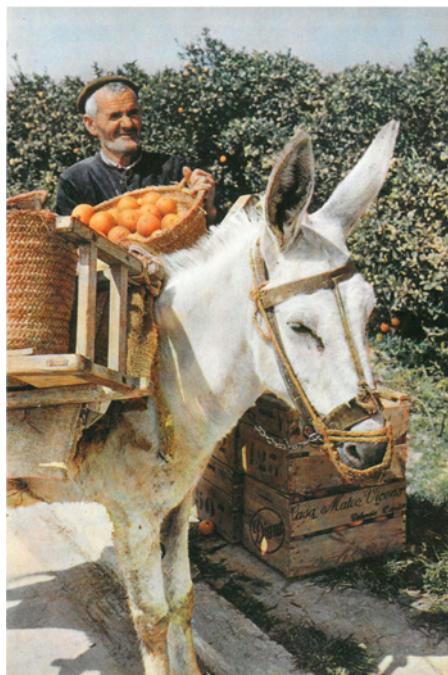
La muestra analiza tres ámbitos: el turismo como producto, el turismo como búsqueda y el turismo como transformación.

EL PRODUCTE

El *boom* turístic espanyol va seguir la fórmula del “turisme de sol i platja”, lligada a l'auge dels turoperadors internacionals que van fer de la idea del luxe a baix preu un dels seus principals reclams (el bon temps i la platja es donaven per descomptat). D'ací les nombroses campanyes publicitàries que induïen a “deixar-se malcriar” o a sentir-se “reis per un dia”.

LA CERCA

“Collita al Jardí de les Hespèrides”. Així descrivia el fotògraf alemany Bert Boger, en el seu llibre *Rutes d'Espanya* (1955), la fotografia que va prendre en una horta de Gandia. Pot ser que les nimfes guardianes de les Hespèrides s'hagueren transfigurat en un ancià de rostre arrugat, i que les taronges que aquest carregava en el seu ruc no proporcionaren la immortalitat, però per al visitant estranger dels anys cinquanta i seixanta, l'horta valenciana era un lloc igual de màgic que el jardí del mite. Aquesta evocació d'un edén en el sud d'Europa remet a una constant que es troba en la base mateixa del turisme: la cerca d'autenticitat.



Libro de Bert Boger: *Rutas de España*. Editorial Dux, Barcelona, 1955.

EL PRODUCTO

El *boom* turístic español siguió la fórmula del “turismo de sol y playa”, ligada al auge de los turoperadores internacionales que hicieron de la idea del lujo a bajo precio uno de sus principales reclamos (el buen tiempo y la playa se daban por sentado). De ahí las numerosas campañas publicitarias que inducían a “dejarse malcriar” o a sentirse “reyes por un día”.

LA BÚSQUEDA

“Cosecha en el Jardín de las Hespèrides”. Así describía el fotógrafo alemán Bert Boger, en su libro *Rutas de España* (1955), la fotografía que tomó en una huerta de Gandia. Puede que las ninfas guardianas de las Hespèrides se hubieran transfigurado en un anciano de rostro arrugado, y que las naranjas que éste cargaba en su burro no proporcionasen la inmortalidad, pero para el visitante extranjero de los años cincuenta y sesenta, la huerta valenciana era un lugar igual de mágico que el jardín del mito. Esta evocación de un edén en el sur de Europa remite a una constante que se halla en la base misma del turismo: la búsqueda de autenticidad.



Revista Alicante Turismo 70. Suplemento de Información. El periódico de Alicante, 1970.

De vacances
al jardí de les Hespèrides
Imaginació turística en la costa valenciana durant el franquisme

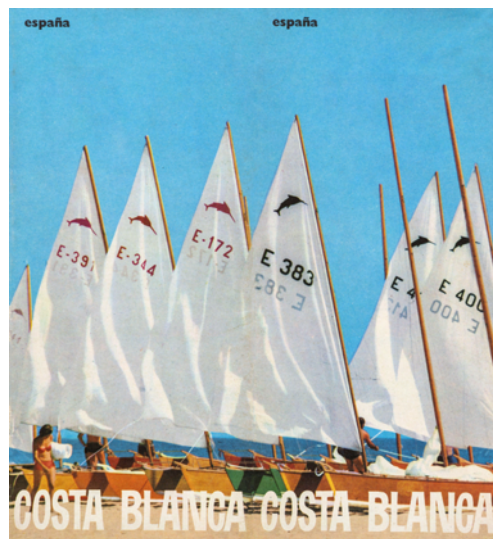
LA TRANSFORMACIÓ

Enfront de les veus crítiques amb la massificació i amb els excessos urbanístics, cada vegada més freqüents en els mitjans d'opinió internacionals, des de l'interior se celebrava el *boom* de la construcció quasi sense fissures. A l'altura de 1970, des de les pàgines d'una revista amb el lema d' "Alacant, la millor terra del món", es desitjava que la resta de la província superara els anacronismes seguint l'exemple de Benidorm. Aquesta comprensió turistitzada del territori demostra que s'interioritzen els valors de la indústria turística, fins al punt de convertir-los en la pròpia identitat.

L'exposició es tanca amb un cas paradigmàtic d'això últim: el de **Benidorm**, que resumeix les virtuts que s'associaven al turisme: llibertat i prosperitat econòmica. Tots dos elements procurarien un suport entusiasta al projecte turístic del franquisme. La qual cosa contradiu el relat més habitual, que incideix en el xoc amb la moral catòlica tradicional. Més que posar en perill els seus fonaments, el turisme va ser per al règim una potent arma de seducció.



Cartel de Fermín Garbayo. IV Festival Español de la Canción. Benidorm: 21, 22 y 23 de julio 1962.



Folletto Costa Blanca. Ministerio de Información y Turismo, 1966.

LA TRANSFORMACIÓ

Frente a las voces críticas con la masificación y con los desmanes urbanísticos, cada vez más frecuentes en los medios de opinión internacionales, desde el interior se celebraba el *boom* de la construcción casi sin fisuras. A la altura de 1970, desde las páginas de una revista con el lema de "Alicante, la mejor tierra del món", se deseaba que el resto de la provincia superase los anacronismos siguiendo el ejemplo de Benidorm. Esta comprensión turistizada del territorio demuestra que se interiorizan los valores de la industria turística, hasta el punto de convertirlos en la propia identidad.

La exposición se cierra con un caso paradigmático de esto último: el de **Benidorm**, que resume las virtudes que se asociaban al turismo: libertad y prosperidad económica. Ambos elementos procurarían un respaldo entusiasta al proyecto turístico del franquismo. Lo cual contradice el relato más habitual, que incide en el choque con la moral católica tradicional. Más que poner en peligro sus cimientos, el turismo fue para el régimen una potente arma de seducción.