

# *Imágenes viajeras hacia 1904. Andalucía en las tarjetas postales de Photoglob Co. Zürich/Travelling images around 1904. Andalusia in Photoglob Co. Zürich postcards*

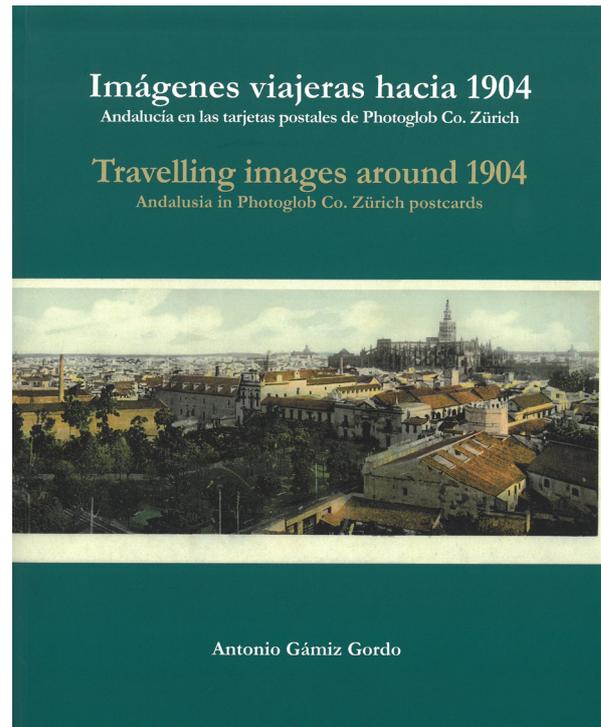
GÁMIZ GORDO, Antonio

Junta de Andalucía (Fundación El Legado Andalusi), Granada, 2018

El estudio de la evolución del paisaje a lo largo de la historia está sujeto a la disponibilidad de fuentes documentales que permitan una aproximación más o menos fiable al modo en que fue percibido por quienes lo vivieron en los diversos momentos históricos. A la descripción literaria de los lugares no tardó en sumarse su representación gráfica, para lo cual en cada época se han utilizado las diferentes herramientas que tanto el arte como la técnica han ido poniendo a nuestro alcance. En este sentido, la invención de la fotografía en el siglo XIX constituye un hito fundamental en la construcción de la moderna cultura de la imagen, pues gracias a ella hemos podido ir dejando constancia para el futuro de muchas de las transformaciones experimentadas por los territorios urbanizados que habitamos.

Podemos considerar que la comercialización a gran escala de la experiencia visual propiciada por la fotografía, con sus múltiples facilidades para la reproducción de imágenes impresas, arranca con la puesta en circulación de tarjetas postales ilustradas. Su uso se generalizó a finales del siglo XIX, convirtiéndose su intercambio en una verdadera moda, toda vez que eran muy económicas y el franqueo que necesitaban era bastante menor que el de una carta. No tardaron, pues, en aparecer diferentes casas comerciales dedicadas a poner en circulación tarjetas impresas, sobre todo en el área centroeuropea (especialmente Alemania y Suiza); de hecho, serían dos impresores suizos, Hauser y Menet, los que crearán la primera empresa que editó postales en España, pronto convertida en líder del sector en nuestro país.

Los avances técnicos hicieron posible enseguida la impresión de fotografías coloreadas mediante la técnica del fotocromo, lo que permitió editar postales más atractivas para sus usuarios, cuando aún no existía la fotografía en color. Entre esas postales coloreadas destacan sin duda por su calidad técnica las de la casa Purger Co., de Múnich, aunque casi todas las empresas dedicadas a comercializarlas



las incluyeran en sus catálogos. Es el caso de la Photoglob Co., de Zúrich, cuya serie de tarjetas con imágenes de Andalucía en blanco y negro –y muchas ya en color– constituye la base del libro recién publicado por Antonio Gámiz, con motivo de la exposición itinerante del mismo título organizada por la Fundación El Legado Andalusi.

El autor es un reconocido investigador que se ha ocupado del paisaje urbano a través del cuidadoso análisis de dibujos, grabados o fotografías; lo demuestra el documentado estudio que dedica a los antecedentes y la difusión de las postales en Andalucía en la primera parte de esta publicación. Los numerosos datos que aporta sobre la casa zuriquesa Photoglob, responsable de la edición de las más

de 300 postales recogidas en el libro, son fruto de su larga investigación sobre el tema, que le ha permitido además ir reuniendo una amplia colección de postales, de la que forman parte las que aquí se muestran. Organizado por ámbitos geográficos, el catálogo de las postales constituye la parte sustancial del libro, que aparece, dada la variedad y riqueza de imágenes de la serie, como una fuente documental inexcusable para conocer el estado de las ciudades andaluzas a comienzos del siglo XX.

A pesar de que la colección editada por Photoglob no respondiera a un trabajo sistemático sobre cada una de esas ciudades, resulta llamativa la ausencia de vistas de Jaén o la escasa representación de Almería y Huelva. Permite, sin embargo, hacerse cargo del estado en que se encontraban entonces muchos de los monumentos más visitados de Granada, Sevilla o Córdoba, y también otros entornos donde comenzaban a insinuarse cambios importantes, como los frentes marítimos de Málaga, Cádiz o la bahía de Algeciras, con sus respectivos puertos. Una visión de Andalucía, la que estas postales ofrecen, ya vinculada al turismo, en la que no faltan las escenas típicas y populares, pero donde prima el interés por la arquitectura y la ciudad. Y por el paisaje que estas construyen.

A este respecto son múltiples las cuestiones que plantean las postales recogidas en el libro que estamos comentando. No me puedo ocupar de todas ellas, claro está, en el reducido espacio de esta reseña, pero querría al menos dejar apuntadas algunas, aunque sólo sea para poner de manifiesto las posibilidades que abren a quienes sepan dirigirles una mirada crítica e inquisitiva.

El hecho de que muchas de las fotografías de la Giralda sevillana, la Alhambra granadina o la Mezquita cordobesa repitan los mismos puntos de vista que encontramos en grabados y pinturas anteriores hace ver hasta qué punto se hallaba consolidada una determinada imagen de Andalucía, que los nuevos intereses turístico-comerciales se aprestaban a seguir publicitando en el contexto europeo. En cierto modo, esas «imágenes viajeras» no hacían sino prolongar por otros medios la visión romántica que la literatura de los viajeros franceses e ingleses ya había creado sirviéndose de las ilustraciones que acompañaban a sus relatos. Vistas como las de David Roberts o Edmund Pattern del Peñón de Gibraltar y su bahía se encuentran sin duda entre las antecesoras de las que ahora vemos en estas postales de Photoglob.

Pero nos hallamos a comienzos del siglo XX y, junto a esa visión más convencional de la ciudad heredada y su paisaje, comienzan a promocionarse las vistas de otros entornos relacionados con una incipiente y nunca completada industrialización andaluza. A este nuevo contexto económico pertenecen las postales de la zona del Chorro, que aúnan el nuevo trazado ferroviario y una emergente central hidroeléctrica vinculada al salto de agua, o las del enclave minero de Linares, convertido en el epicentro de la minería española, donde se había producido buena parte del plomo exportado en la segunda mitad del siglo XIX para su uso en el mercado internacional, sobre todo inglés. Son los territorios ligados a estos procesos los únicos que no tienen un carácter urbano en la colección de tarjetas ilustradas de la publicación aquí presentada –las escenas ganaderas que se recogen están vinculadas a la Feria sevillana–, lo cual responde ciertamente a una mirada que no es casual.

Algo semejante cabe decir de las imágenes que muestran tipos populares, como aguadores, bailaoras o vendedores de flores. Resulta difícil viendo algunas de estas postales no estar de acuerdo con la visión de Ortega y Gasset cuando entendía la búsqueda de una cierta espectacularidad deliberada como una característica del alma andaluza: «El andaluz, a diferencia del castellano y del vasco [se lee en su *Teoría de Andalucía*, en un pasaje diverso al que se cita al comienzo del libro aquí comentado], se complace en darse como espectáculo a los extraños, hasta el punto de que en una ciudad tan importante como Sevilla tiene el viajero la sospecha de que los vecinos han aceptado el papel de comparsas y colaboran en la representación de un magnífico ballet anunciado en los carteles con el título “Sevilla”». Y quien dice Sevilla podría decir cualquier otra ciudad andaluza.

Son en todo caso asuntos relacionados con la mirada y la memoria, dos de los grandes temas de los que nos hablan estas fotografías tomadas hacia 1904 y destinadas en su día a difundir por el mundo una determinada visión del paisaje andaluz; las mismas que ahora, pulcramente editadas por Antonio Gámiz, se nos ofrecen como un motivo para profundizar en el significado de toda una época de nuestra historia reciente.

Victoriano Sainz Gutiérrez  
Universidad de Sevilla