

---

## GEOGRAFÍAS POPULARES Y VISIONES DE ESPAÑA DURANTE LA GUERRA CIVIL Y EL PRIMER FRANQUISMO. EL CASO DE MICHAEL HUXLEY Y *THE GEOGRAPHICAL MAGAZINE* (1935-1959)

**María Ramon Gabriel**

Universidad Carlos III Madrid  
[mramon@hum.uc3m.es](mailto:mramon@hum.uc3m.es)

Recibido: 1 de febrero 2021; Revisado: 3 de agosto 2021; Aceptado: 22 de octubre 2021

---

### **Geografías populares y visiones de España durante la Guerra Civil y el primer Franquismo. El caso de Michael Huxley y *The Geographical Magazine* (1935-1959) (Resumen)**

Este artículo tiene el propósito de reflexionar sobre la imagen de España en *The Geographical Magazine*, editada en el Reino Unido por la Royal Geographical Society. El periodo de estudio de dicha imagen comprende desde 1935 hasta 1959. De tal modo que abarca la dirección editorial de Michael Huxley, fundador de la revista, y es coincidente con dos momentos significativos para la historia contemporánea de España, como fueron la Guerra Civil (1936-1939) y el primer franquismo (1939-1959). El interés de este estudio reside en destacar tanto la concepción de la geografía que tenía Huxley, como las claves principales de la imagen de España que se ofrecía en la revista británica dirigida por él.

**Palabras clave:** Imaginarios geográficos; periodismo de viajes; Reino Unido; Michael Huxley; Churton Fairman.

---

### **Popular geographies and visions of Spain during the Civil War and the early Francoism. The case of Michael Huxley and *The Geographical Magazine* (1935-1959) (Abstract)**

This paper aims to reflect on the image of Spain in *The Geographical Magazine*, edited in the United Kingdom by the Royal Geographical Society. The period of study of this image runs from 1935 to 1959. Thus, it covers the Michael Huxley's editorial directorship, who was also the founder of the magazine, and it coincides with two significant moments for contemporary history in Spain, such as the Civil War (1936-1939) and the early Francoism (1939-1959). The interest of this study lies in highlighting both the conception of geography developed by Huxley and the main keys to the image of Spain offered in the British magazine headed by him.

**Keywords:** Geographical imaginaries; travel journalism; United Kingdom; Michael Huxley; Churton Fairman.

---

El conocimiento geográfico se produce más allá de la geografía académica y de las instituciones oficiales de conocimiento (Crang 1996). Esta idea ha tratado de ser categorizada a través del estudio de las geografías populares, primeramente desarrollado en el ámbito francés y anglosajón, y posteriormente en el iberoamericano.

Dicho estudio ha dado lugar a diversos significados del término que no han generado una definición consensuada, entre ellos: *géographie-spectacle* (Lacoste 1976); *vernacular geographies* (Johnston 1986); *paragéographies* (Chevalier 1989); geografía no universitaria (Bonnet 2003); *géographie des medias* (Labinal 2009); y geografías menores (Oliveira 2009).

El interés académico por las geografías populares ha permitido revalorizar sus medios representativos, como las revistas de divulgación geográfica, capaces de influir tanto en las imaginaciones geográficas, como en la percepción pública de la disciplina geográfica (García Álvarez y Marías 2011).

A través de textos, fotografías y mapas, las revistas de divulgación con trasfondo geográfico permiten comprender las relaciones simbólicas de las personas con el territorio representado. Por su parte, las geografías imaginativas y la imaginación geográfica han generado un nutrido volumen de estudios, los cuales han variado sus significados dependiendo de los autores y corrientes teóricas (Puente 2011; Zusman 2013), especialmente desde la emergencia del giro cultural en la disciplina geográfica a mediados de los años ochenta. Siguiendo la visión aportada por Schwartz y Ryan (2003, 6), la imaginación geográfica configura modos abstractos de comprender el espacio y el lugar a través de múltiples prácticas y procesos, pudiendo reflejar relaciones de poder, valoraciones culturales del paisaje, visiones estereotipadas y construcciones sobre la otredad y la identidad nacional.

Las revistas de viajes y de geografía popular cuentan con un desarrollo histórico significativo desde que el aumento de las exploraciones y la generalización de las prácticas viajeras en el siglo XIX promovieran su aparición, con ejemplos tempranos como *The Geographical Journal* (1831-) o *Le Tour du Monde* (1860-1914), hasta alcanzar otros más recientes y especializados en el panorama editorial. De todos ellos, el ejemplo más sobresaliente y estudiado es *National Geographic Magazine* (en adelante, NGM), fundada en 1888 como revista oficial de la National Geographic Society estadounidense (en adelante, NGS). NGM ha realizado contribuciones esenciales en la imagen pública de la geografía en los Estados Unidos y en la formación de la imaginación geográfica popular, especialmente en la transmisión de otredades que reflejan valores y estereotipos propios de la visión estadounidense del mundo (García Álvarez et al. 2013).

Este estudio tiene como marco teórico de referencia tanto los numerosos estudios realizados en torno a NGM, como aquellos que, en líneas más generales, resaltan el papel de las revistas de geografía popular en la conformación de imaginarios y la percepción pública de la disciplina geográfica (Giblin 1977; Rothenberg 2007; Hawkins 2010; García Álvarez et al. 2013.; Labinal, 2009, Ramón y García Álvarez 2019, entre otros). Más concretamente, este artículo analiza un ejemplo de revista de geografía popular británica, *The Geographical Magazine* (en adelante, TGM), así como la imagen de España que transmitió durante los años en que su fundador estuvo a cargo de la dirección editorial. El estudio parte de las investigaciones desarrolladas por Felix Driver<sup>1</sup>, quien ha estudiado la historia de la revista en los archivos de la Royal Geographical Society (en adelante, RGS) con el Institute of British

---

1 Profesor de Geografía Humana en el Royal Holloway, Universidad de Londres.

Geographers (en adelante, IBG), situados en Londres, así como de la editorial Chatto and Windus, entre otros centros de documentación. Driver ha examinado los orígenes de la revista británica, la evolución de su política y contextos editoriales y el papel que juega en ella la fotografía. Por otro lado, ha realizado entrevistas a antiguos editores y a sus familias.

A partir de este trabajo inédito, el presente artículo revisa la documentación primaria sobre la revista y su fundador, Michael Huxley, disponible en The Foyle Reading Room, biblioteca y archivo de la RGS-IBG.

Al margen de esta introducción y de los apartados finales de conclusiones y bibliografía, este artículo se estructura en dos partes principales. La primera abarca los orígenes de la revista TGM, así como una semblanza de su fundador, Michael Huxley. La segunda se centra en el análisis de la imagen que de España se transmitía en la revista durante el período en que Michael Huxley se mantuvo al frente de la dirección editorial. Más concretamente, se abordan las reflexiones suscitadas en torno al retrato que los reporteros de la revista realizan sobre la Guerra Civil y la posguerra; el posterior aperturismo del país a través del turismo a partir de la década de los años cincuenta; y, finalmente, las costumbres y el carácter de los españoles desde una óptica romántica, primitivista y orientalista.

### **Michael Huxley y los orígenes de *The Geographical Magazine* (1935-1959).**

TGM es una revista mensual fundada por Michael Heathorn Huxley (1899-1979), un diplomático británico (figura 1). Se convirtió en la revista oficial de la RGS-IBG en 1981. Es conocida como *Geographical* desde noviembre de 1988. Su estilo y características editoriales han ido cambiando hasta su etapa más actual. A lo largo de su historia, la revista ha contado con la colaboración de grandes escritores, algunos especializados en viajes, fotógrafos de renombre y cineastas. En consonancia con los objetivos fundacionales de la RGS y como queda anunciado en cada número, la licencia que pagan los editores de la revista a la RGS-IBG es empleada en el avance de la exploración y la investigación, así como en la promoción del conocimiento geográfico.

Michael Huxley diseñó una revista cuya temática principal era “la geografía y el mundo en general”<sup>2</sup>. Sin embargo, esta idea no era nueva. Alexander Graham Bell ya había defendido una idea amplia y de carácter popular de la geografía<sup>3</sup> durante su presidencia al frente de la NGS estadounidense (1898-1904), más concretamente en 1899. Aunque la concepción de la geografía desarrollada por Huxley en TGM seguía el legado de la sociedad geográfica estadounidense, planteó que la revista británica estuviera dirigida “a un público más perspicaz”<sup>4</sup>.

En el ámbito británico, existían dos antecedentes de revistas geográficas populares. En 1790 había aparecido *The Geographical Magazine. The universe displayed* (Anónimo

---

2 Texto original: The geography and the world at large as its subject matter.

3 “The world and all that is in it is our theme, and if we can’t find anything to interest ordinary people in that subject we better shut up shop and become a strict, technical, scientific journal for high class geographers and geological experts” (NGS, 2003).

4 Prueba de ello se encuentra en la carta que escribió a Roger Rodd el 21 de diciembre de 1932. Disponible en The Foyle Reading Room, archivo de la RGS-IBG. Correspondencia de Mr. Rodd: FJR/14/5 MR. RODD.

1956). Un segundo *Geographical Magazine* se creó en 1874 por iniciativa de Clements Markham<sup>5</sup>. La idea de Markham sobre la popularización de la geografía fue visionaria.

No obstante, la RGS prefirió por aquel entonces “una aproximación más solemne” hacia este campo de conocimiento y clausuró la revista en 1879. El desarrollo de una geografía popular en el pensamiento británico no desapareció con estos intentos fracasados. Fue recogida de nuevo a principios de la década de 1930 por el joven diplomático Michael Huxley, quien fue Primer Secretario en la embajada de Washington D. C. desde 1929 a 1932, no en vano lugar de fundación de la NGS y NGM en 1888. De hecho, fue allí donde Huxley se hizo amigo de la familia Grosvenor, apellido inexorablemente unido a la dirección de NGM (Huxley, A. 1989, 42).



**Figura 1.** Michael Huxley fotografiado por Wolfgang Suschitzky, 1940.

Fuente: Bain, 1985, 227.

Michael Huxley no estuvo interesado en una publicación destinada a una audiencia académica, es decir, a un público erudito y versado en conocimientos geográficos. Más bien, pretendía comunicar con un lenguaje no técnico las diferentes relaciones establecidas entre las gentes y lugares al público en general y “dar vida a los huesos secos de la geografía” (Huxley 1935 y Driver 2015a). Su hijo Thomas le describió como “la antítesis del geógrafo académico” (Huxley, T. 1995), a pesar de que Huxley ni siquiera pretendió ser un geógrafo

---

<sup>5</sup> Clements Robert Markham (1830-1916) fue explorador, botánico, escritor y geógrafo inglés. Además, fue presidente de la RGS entre 1893 y 1905 y autor de una historia de los cincuenta primeros años de esta sociedad geográfica: *The Fifty Years' Work of The Royal Geographical Society*, Londres: John Murray, 1881.

en el sentido estricto del término, tal y como aclaró cuando la RGS le nombró miembro honorario (Driver, inédito). Para Thomas Huxley, su padre se había guiado por una simple filosofía geográfica: “todo ocurre en algún lugar”. Por tanto, la misión de la revista residía en el interés por hablar de todas las manifestaciones que acontecían en cada lugar y en cómo éstas influían en las actitudes de las gentes. Como editor, su padre siempre había destacado por tener una atención notable hacia los detalles, muy interesado en la inclusión de mapas de los lugares mencionados en los artículos de la revista, así como en las explicaciones de aquellas palabras empleadas que no fueran especialmente familiares. En definitiva, su hijo le describió como una suerte de “eminencia gris” de la comunicación (Huxley, T. 1995).

La concepción amplia y vulgarizadora que tenía Huxley de la geografía incluyó el reconocimiento de que muchas disciplinas diferentes estaban estrechamente relacionadas con la geografía, no sólo la historia, la política o la economía, sino también la sociología, la antropología y las ciencias. La revista transcribía todas estas disciplinas y hablaba de la tierra como el lugar de trabajo y también el patio de recreo de la humanidad (Huxley, A. 1989, 42). Huxley no pertenecía al cuerpo de la geografía académica, una disciplina que todavía se encontraba, en palabras de Iain Bain, editor posterior de TGM, en “la era de los cabos y las bahías, en el catecismo seco de la descripción de los lugares” (Bain, 1985). En contrapartida, Huxley abordó la geografía desde su propia experiencia política y viajera. Reunía una serie de circunstancias que, sin duda, pesaron en el desempeño de su trabajo al mando de la edición de TGM: el exitoso referente estadounidense de NGM, los contactos que el mundo diplomático le había granjeado y su experiencia en el campo de la información pública, la publicidad y la propaganda.

En 1931 Huxley disfrutó de un permiso de ausencia de su oficina diplomática de Washington D. C. para acumular el capital necesario y perfilar The Geographical Magazine Company. El 26 de octubre de 1934 se registró The Geographical Magazine Limited<sup>6</sup>. La revista fue finalmente publicada en 1935 gracias a las generosas aportaciones de un grupo formado por adinerados hombres de negocios, banqueros y diplomáticos, así como las del propio Huxley.

Algunos de los familiares de Huxley, como sus conocidos primos Aldous y Julian<sup>7</sup>, también contribuyeron. La editorial Chatto and Windus participó en esta empresa, siendo responsable de la publicación de la revista durante sus primeros veinte años de vida. Finalmente, en 1934 Huxley se retiró del servicio diplomático para dedicarse por completo a la fundación de TGM. En palabras de Driver, la creación y dirección editorial de TGM se convirtieron en el trabajo principal de su vida.

Desde el primer momento, Huxley pretendió que la revista fuera acogida por la RGS como sucesora de la anterior *Geographical Magazine* creada por Markham. Sin embargo, la RGS no respondió al deseo de Huxley, pues temía que la nueva revista pudiera competir con su propio *The Geographical Journal*. Además, el entonces secretario de la RGS, Arthur Hinks,

---

<sup>6</sup> En el archivo de la RGS-IBG se alberga el certificado de incorporación, el Memorándum y los artículos de la nueva compañía, incluido en el Council Minutes, vol. 14, June 1932 – December 1935. Se trata de un documento de carácter técnico y jurídico de 49 páginas y cuyos artículos contienen apartados referentes a: Business, Capital, Modification of rights, Shares, General meetings, Votes of members, Directors, entre otros.

<sup>7</sup> Aldous Huxley (1894-1963) fue un notable crítico científico, filosófico y social y autor de la famosa novela *Un mundo feliz*, donde se recrea una visión deshumanizada, consumista y utópica del futuro. Por su parte, Julian Sorell Huxley (1887-1975) fue biólogo, escritor humanista y contribuyente destacado en la popularización de la ciencia. Fue primer director de la Unesco, una figura clave en la síntesis evolutiva moderna, secretario de la Sociedad Zoológica de Londres y fundador del Fondo Mundial para la Naturaleza.

apuntó serias dudas por la supuesta falta de experiencia de Huxley en la industria editorial y su convicción de que una revista de carácter popular no conectaba con el trabajo científico de la sociedad (Driver, inédito.). No obstante, en 1934 la RGS se mostró favorable al establecimiento de una revista geográfica de alta calidad, diseñada para el interés del lector general y para plasmar el trasfondo geográfico de la vida, así como a que los editores del *The Geographical Journal* y de TGM mantuvieran el contacto<sup>8</sup>.

Huxley consiguió establecer la revista mediante un complicado acuerdo suscrito con Chatto and Windus y los inversores que él mismo había reclutado. Simultáneamente, como parte esencial de su proyecto, se creó un fondo fiduciario que recibía la mitad de los beneficios obtenidos con TGM y estos eran redistribuidos a la exploración geográfica, la educación, la investigación y la promoción del conocimiento geográfico. Por tanto, TGM empezó siendo administrada bajo un órgano virtualmente autónomo, aunque ligado en cierta manera con la RGS, ya que muchos de sus fideicomisarios pertenecían a la propia sociedad (Johnston 2009, 208), y el fondo fiduciario era administrado por una Junta de consejeros, cuyo presidente era el de la RGS (Anónimo 1956).

El primer número de TGM apareció en mayo de 1935, en el que Huxley incluyó un prefacio de una página a modo de declaración de intenciones, donde comienza la presentación de su revista aludiendo a un dicho español: “geografía manda: podemos ignorar sus órdenes, pero lo hacemos a nuestro propio riesgo”.

En este prólogo, exponía su creencia acerca de que los hechos geográficos son los huesos de la historia, la política, la economía y otras manifestaciones de la vida humana. Sin embargo, en su opinión, estos huesos estaban muy secos y su objetivo era dotarles de vida a través de TGM y todos sus colaboradores, quienes tratarían de describir todo el trasfondo geográfico de los acontecimientos históricos y presentes. De este modo, consideraba que se estaba proponiendo un tipo de publicación que nunca se había intentado en el Reino Unido.

Con el estallido de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), Huxley fue nuevamente contratado por el servicio diplomático, interrumpiendo su trabajo al frente de TGM. Durante su ausencia, Ivy Davison asumió sus funciones al mando de la revista (Driver 2015b). A pesar de la interrupción que supuso el conflicto bélico internacional, la circulación de la revista se elevó en 1956 a los 60.000 ejemplares (Huxley, A. 1989, 43). Una vez finalizada la guerra y su trabajo diplomático, Huxley regresó a la dirección editorial de la revista hasta 1959.

En el número de mayo de 1945, décimo aniversario de la revista, Huxley hizo un balance sobre lo conseguido hasta el momento y apuntaba las nuevas características que tendría la revista en adelante, sobre todo, con el fin de las restricciones impuestas por la Segunda Guerra Mundial. Huxley celebraba no haber limitado la revista a una “interpretación estrecha de la geografía” y anunciaba la próxima inclusión de gráficos pictóricos (Huxley, M. 1945, 1). Por tanto, durante las décadas de los años cuarenta y cincuenta, la revista comenzó a incluir elementos que todavía hoy persisten como, a título de ejemplo, el uso regular y creciente del color, la sección de reseñas literarias o la sección regular de viajes. Los geógrafos profesionales empezaron a aparecer con mayor frecuencia entre la nómina de autores de los reportajes. Bajo la dirección de Huxley, la revista alcanzó, en definitiva, una alta calidad en contenidos e ilustraciones. En 1956, *The Times* se convirtió en editor de TGM. Un año antes de retirarse, en 1958, la RGS otorgó a Huxley la cualidad de miembro honorario en reconocimiento a su dedicación y generoso apoyo a la geografía. Finalmente, Michael

---

<sup>8</sup> The Foyle Reading Room. Archivo de la RGS-IBG: “Letter by the Directors of The Geographical Magazine”, Council Minutes, vol. 14, June 1932 - Dec. 1935, 29th October 1934.

Huxley se retiró en 1959 tras casi veinticinco años al frente de la revista, para ser sucedido por Selwyn Powell (editor entre 1959 y 1963).

### **La imagen de España en TGM (1935-1959)**

TGM publicó un total de diecisiete artículos sobre España<sup>9</sup> entre 1935 (inicio de la revista) y 1959 (cese de Michael Huxley como editor). Los tres primeros artículos vieron la luz entre 1935 y 1937 y los dos siguientes entre 1941 y 1942.

No fue hasta 1948 cuando se empezaron a publicar con mayor frecuencia, probablemente como consecuencia del fin de la Segunda Guerra Mundial y la mayor apertura de la dictadura franquista hacia el exterior a partir de los años cincuenta. En total, el conjunto de artículos abarca 153 páginas (incluyendo los suplementos fotográficos), 142 fotografías y dos portadas<sup>10</sup>.

Asimismo, presentan un fuerte enfoque etnológico. Son documentos sociales que ilustran los usos y costumbres, los modos de vida y las festividades “primitivas” de España para ser consumidos por una sociedad inglesa que se asume más avanzada. Frente al paisaje o a los monumentos, el costumbrismo en el conjunto fotográfico adquiere un protagonismo considerable. No en vano, aproximadamente el 75% del total de las fotografías retrata la presencia humana en el marco de festividades y romerías, escenas campestres y quehaceres cotidianos<sup>11</sup>.

Antes del estallido de la Guerra Civil, H. E. Hodgson ya pudo sentir el clima de tensión política que se vivía en España en 1935, y no a través de la propia política, sino de sus expresiones y eventos culturales. Su peregrinaje a El Rocío contempló una parada en el municipio onubense de San Juan del Puerto, donde los lugareños esperaban entusiasmados la llegada de los peregrinos. Según Hodgson, estaban enfadados porque el alcalde, “un socialista mezquino, republicano ferviente y ateo”, había prohibido a la hermandad del pueblo acudir a la romería ese año. Sin embargo, observó que, a pesar de ser una festividad católica, muchos de sus participantes eran firmes seguidores de la República (Hodgson 1935, 282-284). Así, Hodgson percibía las contradicciones ideológicas en la España de los años treinta, pero puede decirse que su interpretación de tales contradicciones era incorrecta. Sus aseveraciones probablemente eran producto de una mirada en parte ajena a una realidad mucho más compleja que la dicotomía entre derecha católica – izquierda atea, dado que una cosa era asumir el componente anticlerical de una buena parte del republicanismo desde el siglo XVIII, y otra muy distinta asumir que todos los republicanos eran ateos y rechazaban la interacción social que se producía en eventos como las romerías, verbenas, ferias, bodas y comuniones, todas ellas envueltas de manifestaciones católicas. En cualquier caso, la masa

---

9 No se tienen en cuenta un artículo sobre el Protectorado Español de Marruecos de febrero de 1942 y otro sobre los dibujos de David Roberts en España de febrero de 1949. Asimismo, hay dos artículos sobre los Pirineos publicados en el periodo de estudio que no se consideran porque no tienen apenas referencias sobre España.

10 En el número de septiembre de 1954, la imagen que ilustraba la portada del número mostraba a una mujer joven con vestido típico y montada en un carro de peregrinaje a El Rocío. En el de julio de 1955, la portada retrataba a un pescador menorquín extendiendo una red.

11 Se omiten en el análisis que sigue a continuación dos artículos de Rodney Gallop sobre los logros más destacados de los vascos en el mar (de octubre de 1935) y el juego de la pelota vasca (de julio de 1948) por su marcado carácter monográfico.

social era mucho más compleja que los partidos existentes, aunque en el momento de las urnas tuviera que encajarse en la oferta política existente.

TÍTULO	AUTOR (Fotógrafo)	NÚMERO	ITINERARIO DE VIAJE o lugares por los que discurre el artículo.
A pilgrim in Andalusia	H.E. Hodgson	Agosto de 1971	Itinerario de la romería: San Juan del Puerto-Niebla-El Rocío (Huelva)
The Basque Seaman	Rodney Gallop	Octubre de 1935	Reportaje general – región histórica del País Vasco
A night in Seville	F. H. Mellor	Abril de 1937	Sevilla
In a Spanish Train	V. S. Pritchett (Toni Muir)	Junio de 1941	Reportaje general
Benedictine Cloisters of Spain	Arthur Gardner	Agosto de 1942	Reportaje general sobre claustros benedictinos en España
Spanish Tradition	Salvador de Madariaga (D. P. Medalie)	Abril de 1948	Reportaje general
Pelote: Game of the Basques	Rodney Gallop (Rodney Gallop y Moreau)	Julio de 1948	Reportaje general – región histórica del País Vasco
Village life in Old Castille	Churton Fairman	Marzo de 1950	Burgos: Quintanarraya, Hinojar del Rey
Majorca	Alan Ross (A. Costa)	Agosto de 1951	Mallorca
On a rail-coach in Spain	William Sansom (VV. AA.)	Octubre de 1951	Itinerario:Granada-Iznalloz-Guadix-Lorca-Murcia-Elche-Alicante-Jijona-Valencia
Giants of Tarragona	Sacheverell Sitwell (A. Costa)	Abril de 1952	Reus, Tarragona
New Villages in Spain	George Bilainkin	Mayo de 1953	Madrid: Brunete; Badajoz: Montijo, Valdelacalzada, Guadiana del Caudillo y Pueblonuevo del Guadiana
Andalusian Pilgrimage: The Romería del Rocío	Michael Swan (Hugh Gibb)	Septiembre de 1954	Itinerario de la romería: Sevilla-Almonte-El Rocío
The Sixth Hour	William Sansom (David Moore)	Diciembre de 1954	Reportaje general
Living History in Minorca	William Sansom (David Moore)	Julio de 1955	Menorca
Spaniards and Moors: Amixed heritage	John Marks (Paul M. Pietzch)	Diciembre de 1955	Reportaje general
A village in Galicia	L. Lloyd (Leonti Planskoy)	Marzo de 1956	La Coruna: Rianjo

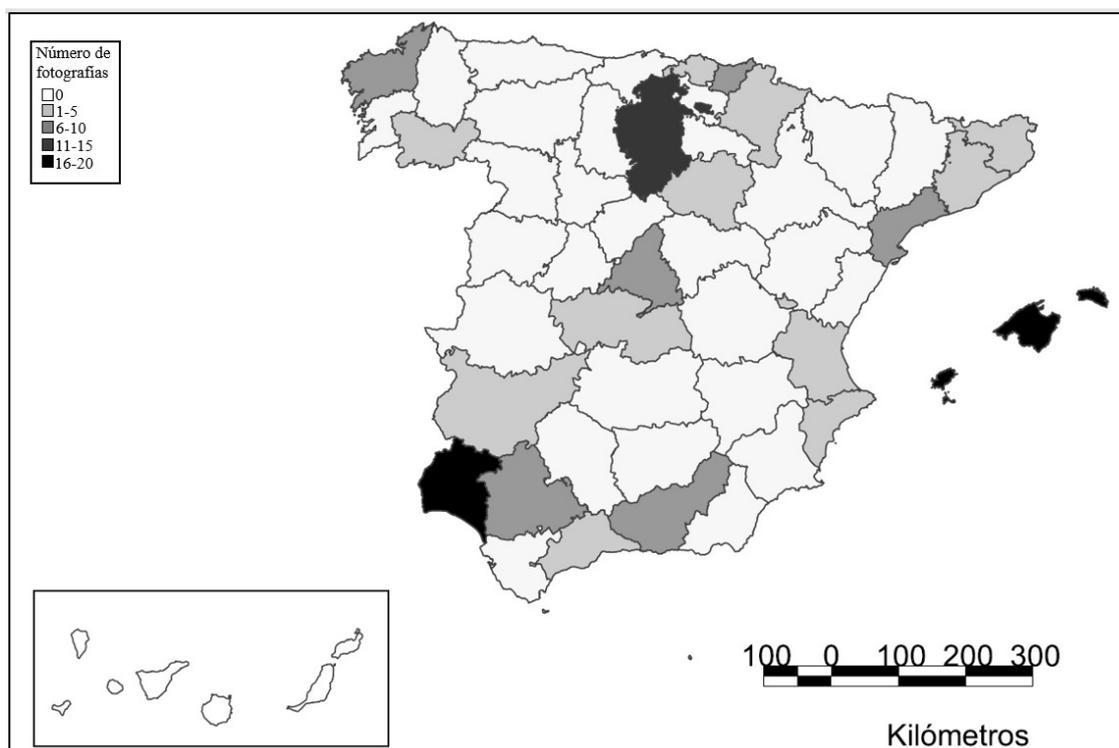
**Cuadro 1.** Artículos sobre España publicados en TGM entre 1935 y 1959

Fuente: elaboración propia.

El capitán F. H. Mellor retrató la Semana Santa sevillana que vivió en 1936. Sin embargo, su artículo fue publicado en abril del año siguiente, cuando España se encontraba inmersa en plena Guerra Civil. En el encabezado del reportaje, se explicaba que las fuerzas y pasiones despertadas durante la contienda situaban a Sevilla dentro de un conflicto extraño para “su característico aire apacible”, y que la guerra cuestionaba y ponía en peligro la estructura social y religiosa en la que se basan las ceremonias como la Semana Santa (Mellor 1937, 407). En el texto del reportaje, Mellor conjeturaba:

Puede ser que incluso ahora la terrible idea de que nadie puede ser completamente fiable, ni siquiera el más cercano y querido, se transmita inconscientemente de padre a hijo y, por lo tanto, [los sevillanos] se han convertido en los más individualistas del mundo. Y hoy la rueda ha completado su círculo y nuevamente hay motivos para temer. El peligro es una Hidra y esta vez la anarquía y la lucha civil han conducido a las sombras a un pueblo que parece estar destinado a no estar nunca libre de algún tipo de opresión (ibid., 411).

Mellor observaba que la felicidad que provocaba la fiesta no parecía preludear la miseria que traería la guerra a “los desafortunados españoles”. Sin embargo, observó que la ropa de la gente estaba muy gastada, aunque limpia y “escrupulosamente” conservada. A su juicio, el andaluz siempre se había enorgullecido intensamente de su apariencia personal y uno podía estar muy seguro de que, si faltaban buenos trajes, el espectro del hambre estaba acechando en muchos hogares (ibid. 413).



**Mapa 1.** Distribución provincial del número de fotografías publicadas en TGM en el período 1935-1959  
Fuente: elaboración propia.

En la procesión, Mellor reparó en un joven de aspecto agradable que caminaba a su lado mostrando signos de agotamiento. Ansioso por devolver de algún modo la hospitalidad que había recibido por parte de completos desconocidos, se apresuró a invitarle a una copa de manzanilla. El joven le devolvió una mirada “melancólica y atractiva” y con “una grave expresión de cortesía” aceptó la invitación. Tras una conversación agradable, no exenta de

algunas dificultades de comprensión del acento andaluz para una persona que había aprendido español en Castilla, el joven le confesó que le había robado subrepticamente un billete de cincuenta pesetas aprovechando la multitud de la procesión. El joven rogó a Mellor que no pensara mal de ningún andaluz. Le explicó que no había trabajo y que la gente era muy pobre (ibid. 414).

A comienzos de los años cincuenta, el corresponsal y diplomático George Bilainkin decidió visitar detenidamente dos pueblos reconstruidos durante la dictadura franquista: Brunete (Madrid) y Montijo (Badajoz). En Brunete se libró una de las batallas más duras de la Guerra Civil en julio de 1937. En consecuencia, el municipio quedó gravemente destruido. Durante la dictadura, fue reconstruido por la Dirección General de Regiones Devastadas. El diseño de la nueva Plaza Mayor de Brunete, fotografiada en el artículo, incluyó elementos referentes a la concepción de la identidad nacional franquista. Por su parte, Montijo fue tomado por el militar del bando sublevado Juan Yagüe el 13 de agosto de 1936.

Posteriormente, la dictadura creó en el pueblo la segunda Agrupación del Servicio de Colonias Penitenciarias Militarizadas, donde trabajaron presos republicanos. El Plan Badajoz, desarrollado en la década de los cincuenta, incluía la construcción del Canal de Montijo por presos políticos y obreros contratados.

Bilainkin observaba que, a pesar de la brillante simplicidad de Brunete, el pueblo todavía no había despertado de su pesadilla, acontecida hacía más de quince años. La gente del nuevo Brunete parecía ser consciente de los muertos que lucharon por sus creencias, ya fueran las propias del comunismo, el republicanismo o el nacionalismo.

Según el reportero, sus casas eran acogedoras y cómodas, con amplias habitaciones y buenos jardines, cuyas rentas eran realmente bajas. Bilainkin llegó a afirmar que Brunete podía llegar a ser un puente hacia Europa para España.

En el pueblo, las relaciones entre los habitantes le parecían informales y amistosas. Los niños corrían detrás del cura para que no llegase tarde a la iglesia. No en vano, la figura del cura no pasaba desapercibida para la mirada inglesa. Sacheverell Sitwell llegó a afirmar con rotundidad que España era el país católico por excelencia, donde la Iglesia Católica era la religión del Estado (Sitwell, 1952, 587). Por su parte, Bilainkin entendía que la vida rural en España giraba en torno a la iglesia, a la que atribuía haber subrayado “la necesidad de un ataque vigoroso a la pobreza”. En los pueblos, el cura articulaba el modo de vida católico situándose como un referente tanto para las mujeres, como para los hombres, quienes en sus momentos separados de reunión contaban con su presencia (figuras 3 y 4).

No fue hasta 1948 cuando se empezaron a publicar con mayor frecuencia, probablemente como consecuencia del fin de la Segunda Guerra Mundial y la mayor apertura de la dictadura franquista hacia el exterior a partir de los años cincuenta. En total, el conjunto de artículos abarca 153 páginas (incluyendo los suplementos fotográficos), 142 fotografías y dos portadas<sup>12</sup>.

En parecido sentido a como ha descrito Fuentes Vega (2017), la pobreza de la España rural y costumbrista de la época es mostrada en los artículos de TGM sin ningún tipo de maquillaje, de forma muy distinta a como se evitaba hacer desde la propaganda turística oficial.

---

12 En el número de septiembre de 1954, la imagen que ilustraba la portada del número mostraba a una mujer joven con vestido típico y montada en un carro de peregrinaje a El Rocío. En el de julio de 1955, la portada retrataba a un pescador menorquín extendiendo una red.

Como ejemplo comparativo, los dos compendios fotográficos más importantes de todo lo que se publicó a nivel turístico durante los años cuarenta y cincuenta<sup>13</sup> mostraban una España caracterizada por pueblos casi desiertos con aspecto prístino e idealizado, por un conjunto de monumentos representativos y por diferentes tipos humanos ataviados con trajes típicos en sus quehaceres cotidianos sin atisbo de pobreza, penuria o falta de alimento.

Sin embargo, en los pueblos retratados por los reporteros y fotógrafos de *TGM* hay vida. Una vida de miseria, de trabajo duro, de autosuficiencia, de pobreza obstinada y cuerpos desgastados (figuras 5, 6, 7 y 8).



**Figura 2.** Tres generaciones de mujeres conversan con el sacerdote de Valdelacalzada (Badajoz)

Fuente: Bilainkin, 1953, 36.

Estas, entre otras imágenes, muestran esa pobreza característica de un país sumido en la posguerra. El retrato literario sobre las gentes de Rianxo (Rianjo) a cargo de A. L. Lloyd es el más ilustrativo en este sentido:

Pocas personas tienen un sentido de existencia tan teatral como estos pescadores gallegos y esta pasión y conciencia que obtienen de su pobreza. La pobreza puede penetrar profundamente en el tallo de la vida, agriando la planta, dándole a la flor un giro amargo o puede tener el efecto de ciertos suelos pedregosos, produciendo un dulce crecimiento de elegancia y encanto de un rey que rara vez se ve en tierras más gordas (ibid., 550).

---

13 Apología turística de España (1943) y Nueva apología turística de España (1957), sendas obras creadas por el entonces jefe de la sección de Propaganda y Publicaciones de la Dirección General de Turismo, Rafael Calleja (Ramón y García Álvarez, 2016).

Lloyd añadía que ese sentimiento también lo tenían los campesinos rumanos, incluso otros españoles como los andaluces y castellanos, aunque estos en menor proporción que en los pueblos sardineros del noroeste. Señalaba que las gentes de Rianxo eran exuberantes en la superficie, pero secretas en las profundidades, pasionales y orgullosas. Sin embargo, carecían a su entender de seguridad. A pesar de su feroz sentimiento local, sus mentes se concentraban constantemente en la emigración a Buenos Aires, no a Brooklyn (como los irlandeses). Y se preguntaba:

¿Qué es lo que sueña mi pescador gallego de cara alargada, mientras pone en orden su embarcación y mira a través de la ensenada en busca de señales meteorológicas? Sueños de poder y de dinero tiene, por supuesto, como todos nosotros. Pero en su mundo, la idea de que un pobre se haga rico y tenga autoridad es tan absurda, el sueño es tan gloriosamente descabellado, que lo saca de su cabeza con una sonrisa" (ibid., 551).



**Figura 3.** Don Ángel, sacerdote de Brunete (Madrid), charlando en tono "informal" y "amigable" con los hombres de la carpintería

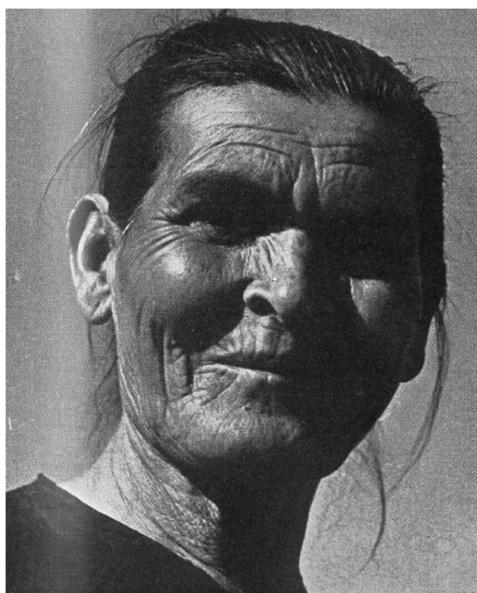
Fuente: Bilainkin, 1953, 33.

### **El aperturismo hacia el exterior por la vía del turismo en los años cincuenta**

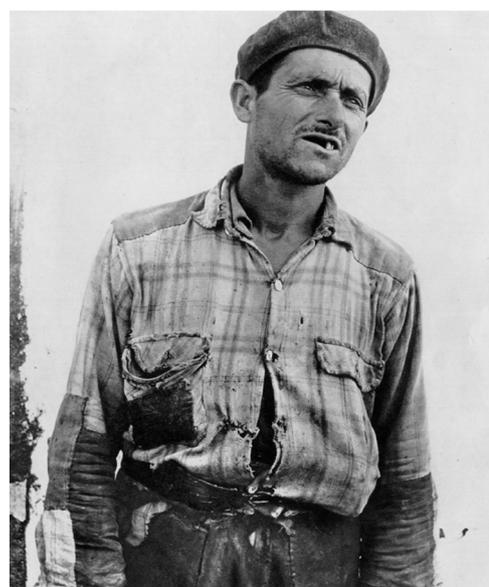
En 1951 se creó el Ministerio de Información y Turismo, cuya política se orientó hacia la atracción del turismo de masas hacia España. A partir de este momento, el turismo se entiende no solo en términos propagandísticos y económicos, sino también como elemento clave de la diplomacia (Moreno 2007, 189-199). El artículo de *TGM* que mejor muestra el despertar del fenómeno turístico de masas en España estuvo a cargo de Alan Ross, quien viajó desde Barcelona a Mallorca en barco, al que describía como "generosamente sobrecalentado y con comida execrable", pero igual de puntual que "British Railways". A su juicio, el paisaje mallorquín se confabulaba con un carácter burgués. Ross valoraba positivamente la discreta y buena conversión de Mallorca en un centro turístico popular

durante las últimas décadas, así como la adaptación de Palma al comercio turístico. En este sentido, alababa a calidad hotelera de la isla, rica en hoteles buenos y baratos si se comparaban con los estándares europeos. A su juicio, resaltaba especialmente Formentor por albergar el hotel más lujoso y asilado, ubicado entre jardines de rosas y pinos y con playa propia (Ross 1951).

La imagen que se ofrece de la playa en *TGM* representa una costa todavía no masificada, donde los pocos bañistas compartían el espacio con los barcos y las redes de pesca, como demuestran las cuatro escenas de playa en Sitges, Tossa de Mar y Málaga aparecidas en el artículo firmado por Salvador de Madariaga (de Madariaga, 1948, 466-467). Por su parte, Ross señalaba que Mallorca contaba con media docena de playas de primera clase. Las largas playas de arena se encontraban bordeadas de pinos y protegidas por montañas. Algunas como las de Formentor se caracterizaban por su carácter remoto, no tener multitudes y ser poco ruidosas (Ross 1951.).



**Figura 4.** Una mujer anciana  
Fuente: Muir en Pritchett 1941, 119.



**Figura 5.** Pescador gallego  
Fuente: Planskoy en Lloyd, 1956.

### **Costumbrismo, ruralismo, romanticismo, primitivismo y orientalismo**

Entre finales de los años cuarenta y comienzos de los cincuenta, España era, tanto geográfica como socialmente, el país más aislado de la Europa Occidental. La España rural todavía no había sido vaciada por la industrialización y la modernización, y los reporteros ingleses daban cuenta de una vida tranquila en los pueblos. Como se ha comentado anteriormente, aunque el campo español fue objeto de interés tanto de la visión extranjera, como de la propaganda turística oficial, la primera mostraba al campesinado desde un enfoque antropológico que no disimulaba la dureza de la realidad en la que vivía, mientras que la segunda adoptaba otro de carácter pictorialista y folclórico (Fuentes Vega 2017, 62-80).



**Figura 6.** Olegaria y su hermana

Fuente: Planskoy en Lloyd, 1956.



**Figura 7.** Mujeres gallegas vendiendo pescado

Fuente: Planskoy en Lloyd, 1956.

En este sentido, como si de una versión moderna a medio camino entre el caballero inglés del Grand Tour y la del viajero romántico decimonónico se tratase, Churton Fairman pasó un tiempo descubriendo el modo de vida en Quintanarraya, un pueblo burgalés de la antigua Castilla la Vieja situado “en lo más hondo” del aislamiento. Los lugareños consideraban que era el primer inglés en visitar el pueblo (figura 9).

Este acercamiento de Fairman a Quintanarraya está relacionado con su primer matrimonio. Austin Churton Fairman, posteriormente conocido como Mike Raven, fue un escritor, actor, locutor de radio, escultor, fotógrafo y guitarrista de flamenco, entre otras facetas que desarrolló a lo largo de su vida. En 1949, se casó por primera vez con Aurelia Pascual y Pérez, oriunda del citado pueblo y refugiada de la Guerra Civil. Con ella tuvo un hijo y tres hijas, tras lo cual se divorciaron en 1963. Previamente, en los primeros años del franquismo, Fairman acompañó a su mujer a su pueblo natal para que pudiera reencontrarse con sus familiares. Fruto de aquel viaje a España, Fairman publicó en 1952 *Another Spain*, una semblanza del campo español (Fuentes Vega 2017, 38).

Fairman es incluido en la nómina de viajeros que contribuyeron a perfilar el imaginario primitivista del campo español, relacionado con el mito del buen salvaje y que sitúa la figura del campesino y de la lavandera en completa armonía con la naturaleza (*ibid.*, 33-44, 93). Por su parte, Ruiz Mas subraya que Fairman es representante de los escritores de viajes nostálgicos de épocas pasadas (Ruiz Mas 1998, 137).

El retrato que ofrece Fairman sobre Quintanarraya se inscribe dentro de una visión romántica y pretendidamente amable, que identifica el mundo rural español como una suerte de arcadia alejada de la civilización y el progreso. Fairman oblitera una crítica directa a la dictadura sin dejar de subrayar las dificultades que atravesaban las gentes del pueblo. Si en los reportajes a cargo de Mellor, Bilainkin y Lloyd la pobreza se caracteriza por su crudeza, en el relato de Fairman subyace una visión más pintoresca y edulcorada de la misma.

Fairman describía el paisaje castellano como un desierto árido de suelo pedregoso y montañas inhabitables, que se combinaba con magníficos bosques de pinos y planicies fértiles. Señalaba que la política significaba poco para los habitantes de Quintanarraya, donde la vida y las costumbres se habían alterado poco con el paso del tiempo. A su entender, esta despreocupación por los asuntos de gobierno, y también por el resto del mundo, obedecía al orgullo de los castellanos, quienes consideraban que su pueblo “era el más importante de España”. Sin embargo, esta reclusión comenzaba a provocar que los jóvenes se marcharan de sus casas desde hacía unos pocos años atrás (Fairman 1950, 437).



**Figura 8.** Churton Fairman con los habitantes de Quintanarraya (Burgos)

Fuente: Fairman, 1950, 445

A Fairman le llamaba la atención que las familias del pueblo fueran numerosas, con nueve o diez hijos, como era característico en la España de la época. La familia en Quintanarraya era una unidad más práctica que en Inglaterra. Su alto nivel de autosuficiencia les permitía a los lugareños construir y remodelar sus propias casas sin contar con albañiles o arquitectos profesionales. Solo su “ausencia de higiene” y la “total falta de servicios dentales” preocupaba a Fairman. Un hombre del pueblo le espetó que era afortunado porque su mujer había conservado todos sus dientes. Advirtió que los castellanos no se bañaban diariamente, pero lo comprendía por la falta de agua corriente:

Esto nuevamente puede sonar un poco insalubre, pero dado que las mujeres están lavando continuamente la ropa de la familia, y puesto que los castellanos son personas limpias por naturaleza, les aseguro que es una experiencia mucho más agradable viajar en un tren español lleno de gente que en el metro de Londres durante la hora punta” (ibid., 443).

Fairman señalaba que la única diferencia radical entre las casas inglesas y las de Quintanarraya era la acusada ausencia de saneamiento, aunque las casas estaban “impecables” y “perfectamente sanas”, si bien “las moscas eran el peor incordio” (ibid., 437, 440).

La sociedad patriarcal provoca la existencia de una clara división del trabajo y de los espacios en función del género. En líneas generales para el conjunto de reportajes de *TGM*, se suele diferenciar entre lo que hacían las mujeres y cómo iban vestidas y lo que hacían los hombres. Por ejemplo, son los hombres los que frecuentan bares mientras que las mujeres se paran a conversar en mitad de la calle. Son las mujeres las que reparan las redes de pesca y los hombres los que las acarrear (figuras 10 y 11).



**Figura 9.** Mujeres gallegas cosiendo redes de pesca

Fuente: Planskoy en Lloyd, 1956

Concretamente, el reportaje de Fairman es uno de los que retrata bien esta división. De este modo, mientras los hombres de cada familia de Quintanarraya se repartían los trabajos del campo, las mujeres hacían lo mismo con el trabajo de cuidados, lavando en el río o cardando la lana para tejer calcetines (figuras 12, 13 y 14).

Aunque esta diferenciación entre espacios femeninos y masculinos existía, no impedía que hubiera momentos compartidos entre mujeres y hombres, como a la hora de comer o de ayudar en la construcción de la casa.

En un pueblo esencialmente agrícola, “la riqueza y la importancia de un hombre eran juzgadas por la cantidad de tierras que poseía, siendo la tierra el factor más importante en la vida del pueblo” (*ibid.*, 440). Cada hombre trabajaba su propia tierra porque no había dinero para tener empleados. Según el autor, esa era la razón por la que tener hijos fuertes se convertía en una necesidad. Fairman se sorprendía de que no hubiera caballos en el pueblo, a pesar de ser comunes en otras partes de España. En Quintanarraya trabajaban con mulas, burros y bueyes. A propósito de una declaración similar aparecida en *Another Spain*, Fuentes Vega ha subrayado la visión edulcorada de Fairman en relación con la estructura de propiedad de la tierra y de las clases sociales de la época (Fuentes Vega 2017, 43-44).



**Figura 10.** Pescadores gallegos acarreado las redes

Fuente: Plansky en Lloyd, 1956.

La vida en el pueblo transcurría tranquilamente. Las costumbres eran distintas de la vida inglesa. A Fairman le sorprendía el modo de comer o los horarios. Así, describía cómo los lugareños comían “como los árabes”, “dipeando” o cogiendo la comida con el cubierto del mismo recipiente. Por las noches, no se iban pronto a la cama, sino que permanecían sentados en la mesa dormitando o hablando. Al decir de Fairman, los lugareños siempre parecían felices incluso “estando harapientos para los estándares ingleses”. Eran excesivamente educados y amables, pero absolutamente sinceros cuando aceptaban a un extranjero como amigo (Fairman 1950.). En este sentido, puede decirse que es el propio Fairman quien manifiesta el lugar desde el que observa, admitiendo que su cultura implícitamente condiciona las adjetivaciones que hace de aquella que analiza.

Retrataba a los lugareños como hospitalarios. Sin embargo, explicaba que esta hospitalidad rara vez se mostraba a los que eran totales extraños y que, incluso, se habían dado casos en los que los extranjeros regresaban de España con recuerdos desagradables. Fairman había descubierto que esto se debía generalmente a que el visitante había cometido el gran error de mostrar una actitud condescendiente, simplemente porque los españoles parecían más pobres y no los trató como iguales (*ibid.*, 444). A pesar de la cercanía con los habitantes, la mirada de Fairman presenta una lejanía profiláctica que no amenaza la burbuja de confort que le provee su lugar de enunciación. Escribe desde la tranquilidad que le procura saber que pertenece a otra sociedad a la que se le atribuyen más avances, lo que le permite caracterizar a tipos populares españoles en términos de superioridad y condescendencia.



**Figura 11.** Hombres trabajando en el campo en Quintanarraya (Burgos)

Fuente: Fairman, 1950, 442

Fairman observaba que los habitantes de Quintanarraya llevaban una vida sencilla. A pesar de ello, entendía que “los castellanos no eran una ‘raza atrasada’ justo emergida del barbarismo pues, en asuntos de carácter y conducta, sus estándares eran a menudo tan iguales o mejores que los de los ingleses”. Ya de regreso en Inglaterra, se sentía parte de un mundo que parecía “milagroso” para ellos, pero no podía evitar pensar a veces que en Quintanarraya se vivía de forma más sana que en Inglaterra, más liberada de la complicación y la frustración, lo que a su juicio compensaba las dudosas ventajas de los logros científicos ingleses (*ibid.*, 445). Esto último enlaza con el mito del buen salvaje en el campo español advertido por Fuentes Vega (2017, 33-44) y con la visión de una pobreza gozosa que desdibujaba la crudeza de la miseria, el subdesarrollo nacional y la opresión política que se vivía en la España de la época (*ibid.*, 95).



**Figura 12.** Mujeres lavando en el río en Quintanarraya (Burgos)

Fuente: Fairman, 1950, 438

Otro artículo costumbrista de carácter más particular sobre la siesta fue desarrollado por el escritor William Sansom, quien también escribió otros sobre la ocupación británica de Menorca<sup>14</sup> (Sansom 1955). En esta ocasión, la singularidad española frente al modo de vida inglés venía determinada por el clima. Sansom explicaba que era difícil para un inglés pensar en el sol como si fuera un enemigo, teniendo en cuenta los días oscuros que sufre durante el pleno invierno. A su juicio, que el sol fuera considerado un monstruo descarado solo podía entenderse en relación con la vida en España. Al igual que en otro reportaje suyo, Sansom recurría al ejemplo de los toros y señalaba la curiosidad de vender tiques sol y sombra para ver las corridas. El reportaje también acudía al componente visual para explicar el fenómeno de la siesta.

Así, incluía una calle fotografiada por la mañana, momento en que estaba llena de gente paseando y comprando, y otra imagen de la misma calle a la hora de la siesta, cuando no había nadie porque todo el mundo estaba echándose la consabida siesta (Sansom, 1954).

---

14 Este segundo artículo pone de manifiesto lo que ya ha señalado Hooper en relación con la edición británica del *Handbook for Travellers in Spain and Portugal* de Baedeker (aparecida en 1898): la historia colonial y militar británica seguía condicionando en la década de los cincuenta la interacción de los británicos con los destinos que visitaban (Hooper, 2018, 596-597).



**Figura 13.** Mujer trabajando la lana para tejer unos calcetines para su marido en Quintanarraya (Burgos)

Fuente: Fairman, 1950, 441

La imagen romántica de España en *TGM* se representa a través de tres elementos principales, como son la romería de El Rocío, la Semana Santa sevillana y la tauromaquia. Andalucía aparece en las fotografías que ilustran sendos reportajes sobre El Rocío como una tierra de monótonos paisajes que son contrastados con los “magníficos toques de colores puros y violentos” que aportan los vestidos flamencos de las mujeres (Hodgson 1935, Swan 1954). Cuando se retrata a las mujeres vestidas de flamencas, estas son jóvenes, sensuales y atractivas, mientras que las mujeres vestidas de negro suelen ser más mayores o ancianas, con aspecto desgastado y con la cabeza cubierta por un pañuelo. Las mujeres flamencas posan y las otras no (figuras 15 y 16). De este modo, puede decirse que la flamenca representa un modelo de sensualidad femenina en *TGM* que conecta con el mito decimonónico de Carmen *la cigarrera* creado por Prosper Mérimée. Como modelo disruptivo de la forma normativa y socialmente aceptable de “ser-mujer”, la flamenca alimenta la fantasía de una mirada patriarcal que la concibe como un elemento hechizante. El retrato de los hombres también ataviados con el traje típico andaluz no despierta en los reporteros ese componente sensual con el que se retrata a las mujeres. Es decir, ellos pueden ir muy elegantes, pero no atraen en la misma medida la mirada de los reporteros que los vivos colores y los volantes de sus compañeras.

Acompañado por la Hermandad de Huelva, la más grande y veterana de cuantas acudían cada año al Santuario a rendir pleitesía a la Virgen, Hodgson se definía como un extranjero y un herético entre gentes devotas que realizaban cada año su peregrinaje hacia El Rocío atravesando las marismas de la provincia de Huelva. Hodgson decidió emprender el viaje a la manera tradicional pues, a su decir, la modernidad desafortunadamente había permitido que algunos llegasen en automóvil en los últimos años. Como el carro le parecía “insoportablemente incómodo”, agradeció completar la mayor parte del camino a caballo (Hodgson 1935, 281).



**Figura 14.** Mujer joven con traje de flamenca

Fuente: Hodgson, 1935, 288

Para Hodgson, Andalucía también era la cuna del cante jondo, las coplas y los fandangos. A su juicio, las canciones y bailes eran casi indescriptibles, pues “para hacerse una idea de ellos, el lector debería transportarse con la imaginación a la cálida y perezosa Andalucía. Debería rendirse al espíritu del encanto y el romance, muerto en ‘nuestro’ frío norte, pero todavía potente entre estas gentes más primitivas” (*ibid.*, 290).

Casi veinte años después del primer reportaje sobre El Rocío, Michael Swan volvió a describir el peregrinaje que, en esta ocasión, partía desde Sevilla. Hodgson y Swan no dejaban de advertir que la romería también era un modo de mostrar la pertenencia a una clase social más o menos acomodada, en función de la cofradía a la que se pertenecía y el medio de transporte empleado. Swan señalaba que la romería era una de las pocas ocasiones democráticas del año, pues la festividad convocaba tanto a la nobleza sevillana, como a los peregrinos comunes (Swan, *óp. cit.*, 238). Por su parte, Mellor atribuía una esencia romántica a cada escena de la Semana Santa sevillana, llena de esplendor, donde la supuesta languidez y la curiosidad del carácter andaluz y el pasado árabe estaban presentes. Al igual que a tantos otros viajeros extranjeros, a Mellor le llamaban la atención los cantos y piropos que los lugareños hacían a la virgen (Mellor 1937).



**Figura 15.** Mujeres en el peregrinaje a El Rocío

Fuente: Hugh G. en Swan, 1954, 236

La obsesión del viajero extranjero por encontrar toros y toreros en cada rincón de España no se oblitera en el retrato que se hace del país en *TGM*. Sitwell, quien encarnaba la figura del viajero propagandista, recurría a la música para explicar el ambiente característico de una corrida de toros. A su parecer, la pieza de *Ibéria* de Debussy (compuesta entre 1905 y 1912) y la ópera *Carmen* de Bizet (estrenada en 1875) ejemplificaban bien tanto la “peculiar y eléctrica excitación en el aire” que preludiaba la corrida, como la “forma de caminar de las multitudes españolas” al salir de la plaza de toros (Sitwell 1952, 586). Samson también comparó los trenes con el resoplido de los toros que presumiblemente estaban por todas partes en España, en los grandes carteles que anunciaban las corridas y en las paredes de los bares y las tabernas (Sansom 1951, 278).

Entre las muchas tradiciones españolas, de Madariaga ensalzaba las corridas de toros, disfrutadas por los terratenientes ricos del sur de España. Mostraba los toros como “una obra maestra del arte escultórico”, en la que animal y hombre adoptan “bellas actitudes

dramáticas”. Aclaraba que los toros no eran un deporte, como se pensaba en los países de habla inglesa, pues no se precisan “cualidades deportivas”, y determinaba que “los toros tenían más posibilidades de matar a su oponente que, por ejemplo, el salmón”, así como que “la banderilla no era más cruel que el anzuelo”. A su entender, los toros formaban parte de la identidad española: “el público español ve una imagen, una escena dinámica, y si, como suele ser el caso, el animal es bello, la sensación que da no es de lástima, sino de intensa admiración” (de Madariaga 1948.).

La mirada romántica también contiene un marcado componente orientalista. El imaginario orientalista decimonónico, reduccionista y ya anacrónico, pervivió en la imagen de España a través de la literatura viajera británica del primer tercio del siglo XX (Hooper 2018, 603-604) y también entre los reporteros de *TGM*, para quienes los rasgos “orientalizantes” de España se caracterizaban por la pertenencia de los españoles (y, sobre todo los andaluces) a una suerte de raza<sup>15</sup> sureña y latina de raíces “moras”.

Hodgson describió su experiencia acompañando a los peregrinos de El Rocío como inusualmente interesante y a los andaluces como una “raza sureña” de “naturaleza apasionada y ardiente”, y no dudó en afirmar que:

Las razas latinas en general, y los españoles en particular, tienen fama de poca hospitalidad, pero nada podría exceder la amabilidad de estos peregrinos, en su mayoría provenientes de las clases más pobres. Con gusto compartieron todo con el extraño [al que llaman “el inglés”], cuyo bienestar era una preocupación constante para ellos y parecían instintivamente responsabilizarse de su regreso seguro (Hodgson 1935, 291).

Durante su experiencia en la Semana Santa de 1936, el capitán F. H. Mellor se quedó sorprendido de la actitud de los sevillanos:

La plaza de abajo estaba llena de gente feliz esperando el gran evento del año. Los sevillanos, conocidos en la historia de Andalucía como amantes de las flores, la música y la risa, hablaban y bromeaban de un modo lánguido y delicado en esta ocasión tan solemne. Me impactó su extraordinaria disciplina, una cualidad que uno esperaría ver exhibida en tierras norteñas, pero fue sorprendente encontrarla en un país latino (Mellor 1937, 407).

En contraposición a la imagen de los andaluces, Lloyd señalaba en su artículo sobre Galicia:

En un tono abiertamente crispado, V. S. Pritchett narraba las incomodidades de su viaje en tren por España. Señalaba que, si bien los trenes españoles mejoraron con los años o bien se introdujeron trenes de lujo, el “verdadero” tren español nunca cambió. Este último se caracterizaba por una mezcla de olor a café, leche hervida, tabaco y algo que no recordaba muy bien si eran “pies o seres humanos”. El ancho de vía solo era otro inconveniente añadido al viaje por España. De este modo, el viaje provocaba alcanzar una condición de nerviosa exasperación y estupor “que conducían a ser la mitad de español” (Pritchett 1941, 118). Sin embargo, esta imagen de atraso e incivilización que ofrecía Pritchett de la red de ferrocarriles españoles no era nueva. Por ejemplo, a finales del siglo XIX, la edición británica de la guía Baedeker también señalaba las quejas que provocaba “la condición insatisfactoria de los caminos de hierro españoles” (Hooper 2018, 587).

Seguidamente, Pritchett hablaba de la gente. Con independencia de que viajasen en primera, segunda o tercera clase, a juicio de Pritchett, todas las personas eran iguales: gritonas, malhumoradas, de aspecto sombrío, con ojos cansados y enfermos y con una

---

15 Entiéndase aquí el término “raza” como una transcripción literal, aunque pueda ser más correcto hablar de comunidades culturales.

tendencia a dejar que las cosas se deslizaran, “más acusada cuanto más lejos de Francia”. A su decir, viajaba con una “tribu de personas tan insistentes y enérgicas como los tambores de una banda” (Pritchett 1941). Sansom, al igual que Pritchett, también realizó un viaje en tren desde Granada a Valencia diez años después. Coincidió con Pritchett en que, a excepción de los trenes lujosos, España era un país pobre en lo referente a la calidad de sus trenes (Sansom 1951).

El tema de la impronta árabe también está presente en un artículo dedicado a los monasterios benedictinos en España. Su autor, Arthur Gardner, señalaba que España fue lugar de encuentro de la civilización oriental y occidental, lo que consideraba un primer gran Renacimiento cuya importancia no ha sido advertida por los académicos hasta el momento (Gardner 1942, 184). A propósito de las influencias “moriscas” en los relieves de los claustros benedictinos, señalaba:

En muchos sentidos, los gobernantes árabes del sur de España eran mucho más civilizados que sus rivales cristianos. Las relaciones sexuales no siempre fueron hostiles, y los prisioneros y artesanos de credos musulmanes y cristianos vivieron y trabajaron bajo el yugo de sus gobernantes opuestos” (ibid.,186).

Sansom (1951) buscó los restos de la presencia árabe en cada rincón por el que discurría su itinerario. En este sentido, si Granada se retrataba como una suerte de quintaesencia de la “España mora”, en cambio, Murcia no tenía “Moorish flavour”. Por su parte, el corresponsal John Marks es responsable de un artículo que trataba de descubrir qué elementos del “genio español” podían ser atribuidos a ocho siglos de estrecho contacto con la civilización árabe. En el artículo daba mucho protagonismo a la Guardia Mora, formada por militares de origen marroquí para ejercer de guardia personal de Franco durante la Guerra Civil y los primeros años de la dictadura. Aparte de señalar que la tolerancia no estaba en la lista de las virtudes típicas españolas, Marks señalaba:

En oposición a los valores humanos y universales de la sociedad occidental en general, los españoles han conservado de su herencia oriental una conciencia instintiva de la innata calidad humana, el derecho de nacimiento de la nobleza, que es el regalo inalienable de Dios a cada individuo creado a su imagen [...] De temperamento oriental, pero europeo de nacimiento y de perspectiva católica, el español orgulloso, fanático, paciente, educado y poco imaginativo ha combinado de muchas maneras las ventajas y fracasos tanto de su herencia racial, como de su entorno nacional. España es un amortiguador de acero, una frontera de inmensa resistencia, variedad y atracción magnética, entre la cordillera de los Pirineos “donde comienza África” y el punto 600 millas al sur donde termina Europa (Marks 1955, 371).

## Conclusiones

Las revistas de divulgación con contenidos geográficos y de viajes constituyen una parte esencial de las llamadas geografías populares. Así mismo, son capaces de transmitir múltiples imaginaciones geográficas y visiones sobre las otredades a sus lectores, y refuerzan visualmente las representaciones a través de sus fotografías. Están destinadas a un público amplio y difunden una amplia variedad de temas con trasfondo geográfico.

Este artículo se ha centrado en el estudio de una de estas revistas, *TGM*, en cuyos orígenes tuvo especial protagonismo la figura de su fundador y primer editor, el diplomático Michael Huxley. En este sentido, es preciso destacar que la fundación de la revista no fue resultado de un proyecto colectivo ni tampoco una versión de otra edición, sino que estuvo articulada por el interés de Huxley en fundar una suerte de *NGM* al estilo británico, que pudiera desarrollar una visión popularizada de la geografía destinada al público en general.

La creación y dirección editorial de *TGM* fue la empresa más reconocida de Huxley, en la que sin duda se sirvió de sus cualidades personales y profesionales. La política editorial de *TGM* desarrollada por él se basó en la creencia de que los hechos geográficos controlaban las actividades de las personas en el mundo. Su intención fue brindar a sus lectores un entendimiento de los problemas del mundo como ninguna otra publicación periódica pudiera hacerlo. Su defensa de una revista que pudiera ofrecer un entendimiento sobre los problemas del mundo se ha conservado hasta la época actual. Prueba de su influencia sobre el formato y la filosofía de la revista es que en la primera página de cada número de *Geographical* se sigue destacando su nombre como fundador.

Esta política editorial ha ido evolucionando hasta la actualidad, conservando los estándares de calidad apuntalados por Huxley y regenerados por los sucesivos editores. La revista ha ido cambiando de casa editorial y de editor en múltiples ocasiones, y ha sufrido pequeños cambios de formato y edición a medida que las diferentes editoriales se han ido sucediendo. Aunque tras el cese de Huxley la revista ha contado con la colaboración de geógrafos académicos, su carácter popular se potencia gracias al continuo deseo de sus directivos de dirigirse a una audiencia amplia, a través de la cobertura de artículos sobre gentes, lugares, aventuras, viajes y temas medioambientales.

Por su parte, las imágenes sobre España proyectadas en *TGM* presentan los sesgos propios de la mirada de cada reportero, una mirada que no deja de ser selectiva y condicionada por unos parámetros culturales determinados. Al margen de cuestiones relacionadas con la situación económica o política que atravesaba España o alguna alusión al despertar de la industria turística en el país, los reportajes de *TGM* del periodo estudiado proyectan un imaginario vehiculado por la exaltación de lo rural, el primitivismo, el costumbrismo, el romanticismo y el orientalismo. Los reporteros de *TGM* hablan desde un lugar de enunciación que se encuentra alimentado por la visión colonial e imperial. Desde este prisma, la cultura y la sociedad españolas de la época se consideran inferiores y atrasadas. La idealización del primitivismo y el arcaísmo español potencia la creencia de una posición más acomodada y sofisticada por parte de estos reporteros. No obstante, estas imágenes estaban libres del filtro propagandístico de la dictadura franquista, por ejemplo empleado en las iniciativas promocionales de la Dirección General de Turismo (1939-1951). En este sentido, las imágenes proyectadas sobre España en *TGM* no trataban de disimular las duras condiciones de vida de la época.

Del mismo modo que la política editorial de *TGM* ha ido evolucionando hasta la actualidad, también lo ha hecho la imagen de España ofrecida en la revista. Los artículos sobre el país publicados desde la muerte de Franco se alejaron de la imagen costumbrista explotada durante el mandato de Huxley y reseñaron especialmente la transformación industrial llevada a cabo desde el tardofranquismo, la Transición hacia un sistema democrático y el ingreso de España en la CEE, ejes del especial *Iberia* publicado entre 1984 y 1985.

## Bibliografía

- Anónimo. 1956. "The Geographical Magazine and its Trust Fund". *The Geographical Journal*, junio, 122 (2): 200-202.
- Bain, Iain. 1985. "The first 50 years". *The Geographical Magazine*, mayo: 227.
- Bilainkin, George. 1953. "New villages in Spain". *The Geographical Magazine*, mayo: 31-37.
- Bonnett, Alastair. 2003. "Geography as the world discipline: connecting popular and academic geographical imaginations." *Area*, 2003, 35(1): 55-63.
- Chevalier, Michel. 1989. "Géographie et paragéographie". *Espace géographique*, 18 (1): 5-17.

- Crang, Philip. 1996. "Popular geographies." *Environment and Planning D* 14: 631-633.
- De Madariaga, Salvador. 1948. "Spanish Tradition". *The Geographical Magazine*, abril: 460-469.
- Driver, Felix. *Visual Culture and the Geographical Imagination: Michael Huxley and The Geographical Magazine, 1935-1959*. Inédito.
- Driver, Felix. 2015a. *Huxley, Michael Heathorn (1899-1979)*. Oxford: Oxford University Press.
- Driver, Felix. 2015b. *Davison, Ivy Lilian Margaret (1892-1977)*. Oxford: Oxford University Press.
- Fairman, Churton. 1950. "Village Life in Old Castile". *The Geographical Magazine*, marzo: 437-445.
- Fuentes, Alicia. 2017. *Bienvenido, Mr. Turismo: Cultura visual del "boom" en España*. Madrid: Cátedra,
- García Álvarez, Jacobo y Marías, Daniel. 2011. "Geografía, viajes y periodismo en la España del franquismo: Valeriano Salas y la Revista Geográfica Española". *Scripta Nova* XV (378).
- García Álvarez, Jacobo, Puente, Paloma y Trillo, Juan Manuel. 2013. "La imagen de España en *National Geographic Magazine* (1888-1936)". *Scripta Nova* XVII (454).
- Gardner, Arthur. 1942. "Benedictine Cloisters of Spain". *The Geographical Magazine*, Agosto: 184-188.
- Giblin, Béatrice. 1977. "Géographie des mass media: La nation-paysages, 'The National Geographic Magazine'". *Hérodote* 7: 148-157.
- Huxley, Michael. 1935. "Foreword." *The Geographical Magazine*, mayo: 1.
- Huxley, Michael. 1945. "Foreword." *The Geographical Magazine*, mayo: 1.
- Huxley, Annabel. 1989. "Geographical reflections (editors of Geographical Magazine)." *The Geographical Magazine*, noviembre: 42-45.
- Huxley, Thomas. 1995. "Fond memories of early days (tribute to Michael Huxley)". *The Geographical Magazine*, mayo: 50.
- Hawkins, Stephanie L. 2010. *American Iconographic: National Geographic, Global Culture, and the Visual Imagination*. Charlottesville: University of Virginia Press.
- Hodgson, H. E. 1935, "A pilgrim in Andalusia". *The Geographical Magazine*, Agosto: 281-291.
- Hooper, Kirsty. 2018. "La imagen de España en el primer tercio del siglo XX a través de la literatura de viajes británica". En *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico 1900-1939*, editado por Rafael Vallejo y Carlos Larrinaga, 581-616. Madrid: Sílex.
- Johnston, Ron. 1986. "Four fixations and the quest for unity in geography". *Transactions Institute of British Geographers* NS11 (4): 449-453.
- Johnston, Ron. 2009. "On geography, Geography, and geographical magazines." *Geography* 94 (3): 207-214.
- Labinal, Guilhem. 2009. *La géographie des médias. Une analyse iconologique et textuelle des magazines*. Tesis Doctoral, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.
- Lacoste, Yves. 1976. *La Géographie ça sert d'abord à faire la guerre*. París: Maspero.
- Lloyd, A. L. 1956. "A Village in Galicia." *The Geographical Magazine*, marzo: 550-551.
- Maccannell, Dean. 2017. *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina (original de 1976).
- Marks, John. 1955. "Spaniards and Moors: A Mixed Heritage." *The Geographical Magazine*, diciembre: 370-376.
- Mellor, F. H. 1937. "A night in Seville." *The Geographical Magazine*, abril: 407-411.
- Moreno, Ana. 2007. *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid: Síntesis.
- National Geographic Society (NGS). 2003. *High adventure. The story of the National Geographic Society*. Washington D. C.: National Geographic Society.

- Oliveira JR, Wenceslao Machado. 2009. "Grafar o espaço, educar os olhos: rumo a geografias menores." *Pro-Posições* 20 (3-60): 17-28.
- Pritchett, V. S. 1941. "In a Spanish Train." *The Geographical Magazine*, junio: 118-120.
- Puente, Paloma. 2011. *Sobre los cambios en las 'imaginaciones geográficas' contemporáneas. Historiografía, epistemología y teoría en la geografía crítica anglosajona*. Tesis Doctoral, Universidad Carlos III de Madrid.
- Ramón, María y García Álvarez, Jacobo. 2016. "Fotografía, turismo e identidad nacional en el primer franquismo (1939-1959): Rafael Calleja y la Apología Turística de España". *Cuadernos de Turismo* 38: 389-414.
- Ramón, María y García Álvarez, Jacobo. 2019. "La imagen de España en National Geographic Traveler (1984-2015)". *Estudios Geográficos* 80 (287): e016.
- Ross, Alan. 1951. "Majorca" *The Geographical Magazine*, agosto: 202-210.
- Rothenberg, Tamar Y. 2007. *Presenting American's World: Strategies of innocence in National Geographic Magazine, 1888-1945*. Aldershot: Ashgate.
- Ruiz Mas, José. 1998. *La Guardia Civil en los libros de viajes en lengua inglesa*. Tesis Doctoral, Universidad de Málaga.
- Sansom, William. 1951. "On a rail-coach in Spain." *The Geographical Magazine*, octubre: 275-278.
- Sansom, William. 1954. "The Sixth hour." *The Geographical Magazine*, diciembre: 375-382.
- Sansom, William. 1955. "Living History in Minorca." *The Geographical Magazine*, julio: 130-132.
- Sitwell, Sacheverell. 1952. "Giants of Tarragona." *The Geographical Magazine*, abril: 586-588.
- Schwartz, Joan y Ryan, James. 2003. *Picturing place. Photography and the geographical imagination*. Londres: I. B. Tauris.
- Swan, Michael. 1954. "Andalusian Pilgrimage: The Romería del Rocío." *The Geographical Magazine*, septiembre: 232-242.
- Zusman, Perla. 2013. "La geografía histórica y los imaginarios geográficos." *Revista de Geografía Norte Grande*, 54: 51-66.

© Copyright: Maria Ramon Gabriel, 2021

© Copyright: Scripta Nova, 2021.

Ficha bibliográfica:

RAMON GABRIEL, Maria. Geografías populares y visiones de España durante la Guerra Civil y el primer Franquismo. El caso de Michael Huxley y *The Geographical Magazine* (1935-1959). *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universitat de Barcelona, vol. 25, Núm. 4 (2021), p. 1-27 [ISSN: 1138-9788]

DOI: 10.1344/sn2021.25.33593