

Un relato elaborado desde el yo. Fotografía y género en la promoción turística de la II República¹

Alicia Fuentes Vega

Universidad Complutense de Madrid

Resumen: Este artículo analiza el trabajo que las fotógrafas alemanas Sibylle von Kaskel e Ilse Steinhoff realizaron para el Patronato Nacional de Turismo en España en torno a 1935, cuando este estaba tratando de modernizar sus materiales promocionales. En una época clave para el acceso de las mujeres a la profesión fotográfica, las trayectorias de estas autoras van a estar marcadas, respectivamente, por la experiencia del

exilio y por el trabajo de fotorreportera bajo el régimen nacionalsocialista. ¿Qué papel desempeñaron, en unas carreras ya de por sí atravesadas por la movilidad transnacional, los encargos vinculados al fenómeno del turismo? ¿Cómo contribuyeron estas autoras, desde sus particulares experiencias viajeras, a transformar la imagen turística de España?

1. Este trabajo es resultado del proyecto “Imaginario de/en la España contemporánea. Cultura material, identidad y performatividad” (Convocatoria Jóvenes Doctores UCM, ref: PR65/19-22421. Entidades financiadoras: Comunidad de Madrid y Universidad Complutense de Madrid. IP: Alicia Fuentes Vega). La investigación en la que se basa se desarrolló originalmente en el marco del proyecto “Las artistas en España, 1804-1939” (ref. HAR2017-84399-P, IP Concha Lomba).

Palabras clave: Patronato Nacional de Turismo (PNT), fotografía en los años de entreguerras, *neue Frau*.

Résumé : Cet article analyse le travail que les photographes allemandes Sibylle von Kaskel et Ilse Steinhoff ont réalisé pour la Patronato Nacional de Turismo en Espagne vers 1935, alors que celui-ci tentait de moderniser son matériel promotionnel. Dans une période clé pour l'accès des femmes à la profession de photographes, leurs carrières ont été marquées, respectivement, par l'expérience de l'exil et par le travail de photojournaliste sous le régime national-socialiste. Quel rôle ont joué les commandes liées au phénomène du tourisme dans des carrières déjà marquées par la mobilité transnationale? Comment ces photographes ont-ils contribué, à partir de leurs expériences particulières de voyage, à transformer l'image de l'Espagne comme destination touristique?

Mots-clés : Patronato Nacional de Turismo (PNT), photographies de l'entre-deux-guerres, *neue Frau*.

Abstract: This paper analyses the work German photographers Sibylle von Kaskel and Ilse Steinhoff did around 1935 for the Spanish Patronato Nacional de Turismo, at that time involved in a modernization of its promotional materials. In a historical context that was key for women's access to the photographic profession, these authors' careers were marked by the experience of exile and by photo-journalistic work under National Socialism, respectively. What was the impact of tourism-related assignments in their photographic practices, per se defined by transnational mobility? How did these female photographers contribute to transform the tourist image of Spain from their own particular travel experiences?

Key words: Patronato Nacional de Turismo (PNT), photography in the interwar years, *neue Frau*.

1 - Introducción

Aplicada al estudio de la cultura visual del turismo, la invitación a analizar este fenómeno en términos de una historia conectada que incorpore redes de actores, ideas y prácticas circulando a través de marcos nacionales², supone una oportunidad de poner el foco en autores concretos. Frente a un análisis estructural de la cultura visual del turismo, capaz de detectar las constantes iconográficas, así como los espacios de conflicto entre los intereses de los distintos colectivos implicados en el encuentro turístico³, este otro enfoque permite individualizar la intervención

2. VILLAVERDE, Jorge *et al.*, *Convocatoria para el Congreso Internacional: Actores, imaginarios y prácticas en circulación: el turismo en España (XIX-XXI)*, París, CREC, 2021.

3. Según lo realizado en FUENTES VEGA, Alicia, *Bienvenido Mr. Turismo. Cultura visual del turismo en España*, Madrid, Cátedra, 2017.

de agentes específicos, relevantes en la formación y circulación de imaginarios turísticos en España. De esta manera, junto a la agencia colectiva se manifiesta la individual, reconstituyendo en toda su complejidad el fenómeno del turismo como diálogo transnacional.

El presente artículo se centra en dos fotografías alemanas, Ilse Steinhoff y Sibylle von Kaskel, que coincidieron trabajando para el Patronato Nacional de Turismo (en adelante PNT) durante la II República española. Ambas conforman un caso de estudio interesante, en primer lugar, por lo poco conocidas que son y por la calidad y trascendencia de su trabajo para la cultura visual del turismo en España. De hecho, sus fotografías van a dejar, como se verá más adelante, una huella duradera en el imaginario turístico nacional, hasta el punto de ser resignificadas por la administración franquista.

Analizar la aportación de estas fotografías viajeras implica activar sus voces particulares dentro de materiales que, de otro modo, habríamos interpretado como únicamente representativos de la voz de la institución. Esto nos obliga a repensar el imaginario del turismo como un sistema polifónico, en el que se solapan agencias individuales y colectivas. A la hora de analizar la producción turística de estas fotografías, por tanto, se deberán conjugar dos niveles de análisis, que interactúan entre sí: un nivel público, referente a la construcción de la imagen de España, y otro privado, referente a la subjetividad de las autoras como mujeres, fotógrafas y viajeras.

El caso de estudio propuesto atiende, todavía, de una manera adicional a la citada invitación a pensar en términos de una historia conectada. Por su interconexión con la historia de la fotografía, nos obliga a trascender no solo las fronteras del “nacionalismo metodológico”⁴, sino también las fronteras disciplinares. Nos situamos en la intersección entre los estudios de historia de turismo y de fotografía, en este caso, además, con un importante factor de género. En concreto, el presente estudio se interesa por el impacto del turismo en las carreras fotográficas de las mujeres en la época de entreguerras.

2 - El PNT como comitente durante la II República

Pensar al PNT como posibilitador de prácticas fotográficas que, además, van a suponer una vía de entrada de la nueva fotografía internacional en España, arroja nueva luz sobre esta institución tradicionalmente poco estudiada.

Entre los trabajos dedicados al aspecto visual de las políticas turísticas de este periodo, se reproduce por lo general un esquema-tipo, según el cual hay un momento dorado para el cartel turístico a finales de los años veinte, coincidiendo con la creación del PNT en 1928 y con sus primeras actuaciones, vinculadas a la Exposición Iberoamericana de Sevilla del año siguiente –entre las cuales destaca el célebre concurso de carteles de 1929, con la participación de autores de la talla de Baldrich, Salvador Bartolozzi, Hipólito Hidalgo de Caviedes, Rafael de Penagos, Josep Renau, Federico Ribas o Carlos Sáenz de Tejada⁵—. Y a continuación, el relato nos habla de una decadencia

4. VILLAVERDE, Jorge *et al.*, *Convocatoria...*, op. cit.

5. Véase MORENO GARRIDO, Ana, “Tiempos modernos. Art Déco y vanguardia en el turismo español de entreguerras”, *Goya*, 2014, 349, págs. 342-359; PELTA RESANO, Raquel, “«Beautiful All Year Round». The Regenerationist Image of Spain in the Posters of the Patronato Nacional de Turismo”, *Eme*, 2014, 2, págs. 103-110; POYATOS FERNÁNDEZ, María Dolores y VALERO ESCANDELL, José Ramón, “Carteles, publici-

de las iniciativas promocionales, relacionada con los problemas económicos en los que se sumió el Patronato a partir del verano de 1930⁶. Esta crisis lastró al PNT durante su etapa republicana y llevó a un recorte drástico de los fondos dedicados a propaganda, recurriendo al aprovechamiento de los materiales del PNT monárquico⁷.

Sin embargo, el hecho de que estos análisis hayan priorizado siempre el estudio del cartel, ha podido dejar ángulos muertos por el camino. En concreto, se percibe una cierta negligencia con los folletos, materiales doblemente afectados no solo por su naturaleza efímera, sino también por su baja consideración cultural. Se impone, así, un canon estético que parece replicar la clásica jerarquía de las artes, donde al cartel, en estos años fundamentalmente a base de ilustración, le correspondería el lugar de la pintura, mientras que el folleto se identificaría con la fotografía. Este foco en el cartel de tipo pictórico ha provocado algunos malentendidos –con frecuencia se ignora, por ejemplo, que durante la II República se editaron también carteles turísticos de base fotográfica, entre otros, el que inauguró el famoso eslogan *Spain is different* en 1932, sobre el que volveré más adelante–. Pero, sobre todo, ha acabado por generar una visión deformada de la verdadera vitalidad del proyecto gráfico del PNT republicano, que sí se constata cuando atendemos a esas otras publicaciones impresas de menor consideración cultural.

De hecho, si nos circunscribimos a la fotografía, se da la paradoja de que es precisamente en ese momento de crisis económica cuando más fructífera se muestra su labor como posibilitador de una práctica fotográfica moderna. Al menos en términos cualitativos; no, desde luego, en lo cuantitativo, porque son fundamentalmente dos los folletos –que yo haya podido identificar– en los que se apuesta de manera decidida por un cambio estético, el cual, a su vez, evidencia un cambio ideológico. Se trata de dos libritos con los títulos de *Cómo se viaja en España* (figura 1)⁸ y *España* (figura 5)⁹, publicados en torno a 1935¹⁰. Estos permiten suponer cuáles habrían sido los derroteros, de haber podido continuar el PNT republicano con su labor.

La evolución se hace evidente si los comparamos con los folletos editados por el mismo PNT a principios de la década. Una guía con el mismo título de *España*, editada en julio de 1931¹¹, presenta todavía un aspecto anticuado, con fotografías de estilo pictorialista, provenientes de series documentales elaboradas en las primeras décadas del siglo xx por autores como Luis Lladó, el Marqués de Santa María del Villar, Adolf Zerkowitz u Otto Wunderlich (figura 4). Este tipo de

dad y territorio: la creación de la identidad turística en España (1929-1936)", *Cuadernos de Turismo*, 2015, 35, págs. 157-184; HERRERO RIQUELME, Rocío, "El cartel como instrumento de promoción en los inicios del turismo español (1900-1936)", en *V Jornadas de investigación en turismo, "Turismo y sostenibilidad"*, José Luis Jiménez-Caballero, Pilar de Fuentes Ruiz y Carlos Sanz Domínguez (coords.), Sevilla, Edición Digital @tres, 2012, págs. 173-196.

6. MORENO GARRIDO, Ana, "El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932). Balance económico de una política turística", *Investigaciones de Historia Económica*, 2010, vol. 6, nº 18, págs. 103-132.

7. MORENO GARRIDO, Ana, "Tiempos modernos. Art Déco y ...", *op. cit.*, pág. 353.

8. *Cómo se viaja en España*, Madrid, PNT, s.f. (ca. 1935), 127 págs; 17 cm (CDTE: FA-772).

9. *España*, Madrid, PNT, s.f. (ca. 1935), 127 págs; 19x15 cm (CDTE: F18-Morell-IV).

10. A pesar de no ir fechados, algunos elementos permiten datar estos folletos entre el verano de 1935 y 1936. Por ejemplo, la inclusión de citas extraídas del *Don Fernando* de Somerset Vaughan, publicado en 1935, y de una foto de la canaria Alicia Navarro como miss Europa, cuyo concurso se celebró en julio de 1935 ("Alicia Navarro, Miss Europa 1935", *Ahora*, 07.07.1935, págs. 1 y 5).

11. *España*, Madrid, PNT, 1931, 94 págs; 17x12 cm (CDTE: FA-111).



Figuras 1, 2 y 3: *Cómo se viaja en España* (Madrid, PNT, ca. 1935), cubierta, págs. 1-2, 81. Fotos: Sibylle von Kaskel, Ilse Steinhoff, Werner Conitz et. al. (Colección del CDTE, Turespaña)

imágenes, características del denominado *catálogo monumental de España*¹² con el que dio comienzo el archivo fotográfico del Patronato¹³, no participaba de las novedades plásticas del momento, sino del principio decimonónico de la fotografía como documento. En conjunto, las series de folletos de esos años no llegan a romper con el concepto erudito del turismo propio de la anterior Comisaría Regia, basado en atractivos de corte monumental y paisajístico.



Figura 4: *España* (Madrid, PNT, 1931), págs. 8-9. (Colección del CDTE, Turespaña)

12. No debe confundirse con el catálogo homónimo promovido por el Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, cuya realización se extendió entre 1900 y 1960, y del que se llegaron a publicar solo 17 de los catálogos provinciales completos. AA.VV., *El catálogo monumental de España (1900-1961). Investigación, restauración y difusión*, Madrid, Ministerio de Cultura, 2012.
13. MUÑOZ BENAVENTE, Teresa, “El archivo fotográfico del PNT (1928-1939)”, *Jornades Antoni Varés. La imatge i la recerca històrica: ponències i comunicacions*, Girona, Ajuntament de Girona, 1996, págs. 168-172; y MORENO GARRIDO, Ana, “Tiempos modernos. Art Déco y ...”, *op. cit.*

Por el contrario, en los dos folletos que he fechado en torno a 1935 se capta una actualización gráfica de los materiales promocionales del PNT, tanto desde el punto de vista de su configuración y del tipo de material fotográfico incluido, como en términos de su adaptación al turismo moderno, cada vez más orientado a la estación de verano, al contacto con la naturaleza y al culto al sol. Esta renovación estética ha sido estudiada por Horacio Fernández, quien concluye que el Patronato republicano comprendió que los nuevos mensajes requerían nuevos modos de mirar, apostando por fotógrafos que utilizaban los recursos formales de la nueva fotografía internacional¹⁴. Entre otros, el autor cita a españoles como Cecilio Paniagua o Gabriel Casas y también a la alemana Sibylle von Kaskel, pero habría que añadir a Ilse Steinhoff. Este esfuerzo de renovación contribuye a matizar el relato que nos muestra al Patronato como una institución paralizada por los problemas económicos. Aunque poco pudiera llegar a realizarse, parece claro que durante los años de la II República se impulsó un cambio estético.

Tanto el folleto *Cómo se viaja en España* como el de *España* incorporan nuevas fotografías no incluidas en el citado *catálogo monumental*, en las que se despliegan recursos plásticos propios de la nueva visión en fotografía –puntos de vista no canónicos, encuadres fragmentarios, juegos de iluminación y contraluces (*figura 1* y *figura 3*)–. A la vez, se adoptan principios de diseño gráfico propios de la denominada nueva tipografía de finales de los años veinte, como son la tendencia a dinamizar las composiciones mediante la organización elástica de bloques de texto y de imagen, la impresión de fotografías a sangre o el empleo de tipografías de palo seco¹⁵.

La renovación es también ideológica. Estos materiales constituyen, de hecho, el reflejo más elocuente de las ideas democratizadoras que desde el principio planteó el PNT republicano. Además de depurar las cuentas y “borrar toda huella aristocratizante” de la anterior etapa, la renovada institución aspiraba, según declaraba en su memoria de transición recogida por Ana Moreno Garrido, a que el turismo dejase de ser una cuestión de élite, para “hacer extensibles” sus beneficios “a las clases humildes¹⁶”.

Esto se percibe en el contenido de las fotografías. A los motivos tradicionales del paisaje y del patrimonio histórico-artístico se añaden ahora otros, más relacionados con aquello que buscaba el turismo de los años treinta, y con la socialización del mismo impulsada por la República. En concreto, junto a los –todavía abundantes– motivos de carácter monumental, aparece con nitidez el espacio de la playa; y junto a los figurantes autóctonos, que siguen aderezando con una nota de folclore los paisajes locales, irrumpen la figura del turista, no como sujeto contemplativo sino participando de un disfrute activo.

Es aquí donde cobra un protagonismo inesperado la aportación de las dos fotografías en cuestión. De hecho, disponemos de una versión anterior del folleto *España* (*figura 7*), en el que estas todavía no participan¹⁷. En él se aplican las novedades tipográficas citadas, pero las imágenes reproducidas aún no se adscriben inequívocamente a la modernidad fotográfica internacional. La

14. FERNÁNDEZ, Horacio, *Variaciones en España. Fotografía y arte, 1900-1980*, Museo de Arte Contemporáneo de Vigo / La Fábrica / Centro Atlántico de Arte Moderno, 2004, págs. 60-71.

15. Véase KINROSS, Robin, *Tipografía moderna. Un ensayo histórico crítico*, Valencia, Campgràfic, 2008.

16. MORENO GARRIDO, Ana, *De forasteros y turistas. Una historia del turismo en España (1880-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2022, págs. 285-286.

17. *España*, Madrid, PNT, s.f. 112 págs; 19x15 cm. Son versiones muy similares, ambas con portada de Josep Morell, pero los créditos en las páginas finales confirman que la nómina de fotógrafos cambia. Los autores que no participan en esta primera versión y serán incluidos en la que he fechado en torno a 1935 son,

diferencia salta a la vista (*figura 6* y *figura 7*): es al incluir la aportación de Sybille von Kaskel y de Ilse Steinhoff, entre otros, cuando las imágenes con planteamientos plásticos novedosos empiezan a despuntar. En concreto, va a ser en las fotografías atribuibles a estas autoras en las que con mayor nitidez irrumpa la figura del turista –y, más específicamente, de la mujer turista– en actitud activa.

Una vez identificada la contribución de estas fotógrafas al imaginario turístico nacional, propongo indagar en sus correspondientes trayectorias, conectando este capítulo tan poco conocido de la historia de la fotografía en España con el contexto internacional de la fotografía en los años treinta.

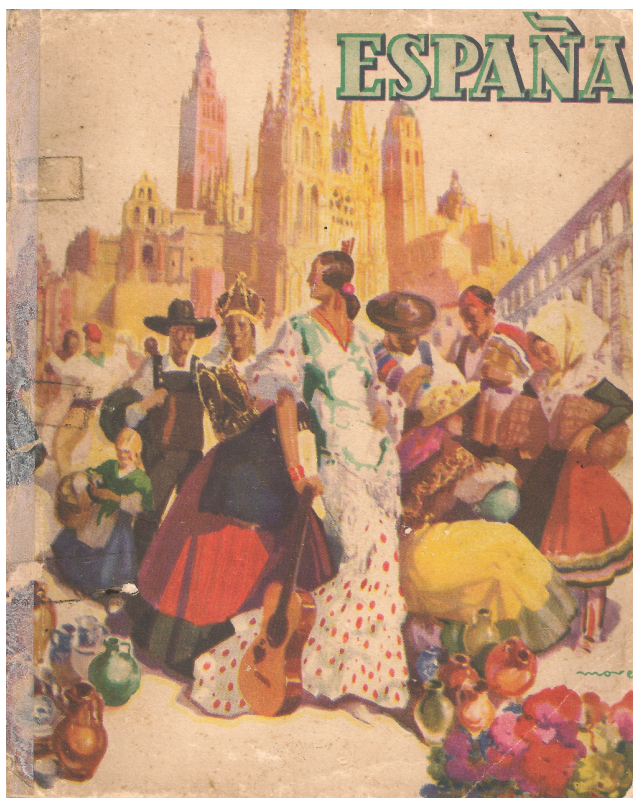


Figura 5: *España* (Madrid, PNT, ca. 1935), cubierta. (Colección del CDTE, Turespaña)

3 - Revistas ilustradas, turismo y género en la fotografía de entreguerras

Las trayectorias de Sibylle von Kaskel (Dresde, 1905 - Mallorca, 2005) e Ilse Steinhoff (Wuppertal-Barmen, 1909 - Eberbach, 1974) se encuentran atravesadas por los acontecimientos

además de Kaskel y Steinhoff: W. Conitz, Paniagua, Oples, Calandre, Criado, Estudio Moderno, Torres Molina y Barberá Masip.



Figura 6: *España* (Madrid, PNT, ca. 1935), págs. 24-25. (Colección del CDTE, Turespaña)

históricos de la Europa de entreguerras de maneras antagónicas. Ambas nacidas en la primera década del siglo xx, coinciden trabajando en España a mediados de los años treinta. El motivo de su salida del país, al estallar la Guerra Civil, también coincide, pero no así las causas de su llegada: Ilse Steinhoff lo hace como fotorreportera en ciernes, que por esos años iba a publicar sus primeros trabajos en la prensa controlada por el régimen nacionalsocialista; mientras que para Sibylle von Kaskel, de origen judío y con ascendencia aristocrática, el paso por España formaba parte precisamente de una huida de la Alemania nazi.

El hecho de que, partiendo de trayectorias biográficas antitéticas, ambas se hallasen realizando trabajos de índole turística en España en torno a 1935, permite reflexionar sobre el turismo como un agente relevante en las carreras profesionales de una amplia diversidad de fotógrafas durante esos años. Este fue, de hecho, un momento clave no solo para la modernidad fotográfica, sino también para el acceso de la mujer a la práctica profesional de la fotografía.

Si bien la fotografía había presentado desde el inicio una serie de ventajas intrínsecas para el desempeño de las mujeres¹⁸, fue en los años veinte y treinta del siglo xx, a medida que se convertía en un medio de masas, cuando se produjo una incorporación significativa de estas a la

18. La propia consideración del medio fotográfico como una forma de arte menor, lo convertía en una alternativa atractiva para las mujeres con inquietudes artísticas. También la percepción de una profesión nueva, carente de tradición y por consolidar, facilitó que las mujeres se abrieran paso en el oficio. Desde un punto de vista pragmático, la fotografía requería además de menos recursos materiales y su aprendizaje era más libre que en otras áreas más constreñidas, como la escultura o la pintura, en las que las mujeres se enfrentaban a una arraigada misoginia y a restricciones en el acceso a la educación artística.



Figura 7: Se reproduce la misma doble página de la figura 6, en la versión anterior del folleto *España* (Madrid, PNT, s.f.), págs. 24-25. (Colección particular)

profesión¹⁹. Es bien conocido el papel fundamental que tuvo en este proceso el auge de la prensa ilustrada, resultado, a su vez, de los avances técnicos en los métodos de impresión, que permitieron que la fotografía proliferase en todo tipo de publicaciones impresas²⁰.

Fue en la Alemania de Weimar donde esa “revolución fotofílica²¹” se sintió más pronto y más fuerte. Aquí se sitúa también el origen del fotorreportaje, un nuevo género periodístico en el que la imagen fotográfica ya no se limitaba a funcionar como ilustración, sino que se convertía en elemento vertebrador del relato²². El acceso de las mujeres fotógrafas –principalmente jóvenes y de las clases burguesas– se vio facilitado por la orientación temática de este tipo de formatos, inclinados a asuntos cotidianos como el deporte, la vida en la ciudad o la moda. Entre ese menú cosmopolita de temas, con los que los grandes semanarios buscaban interesar y entretener a la vez

19. Véase MCEUEN, Melissa A., *Seeing America: Women Photographers Between the Wars*, University Press of Kentucky, 1999; ESKILDSEN, Ute (ed.), *Les dones fotògrafes a la República de Weimar*, Barcelona, Fundació La Caixa, 1995; VALDIVIESO, Mercedes, “¡Quiero ser fotógrafa! La formación de las mujeres fotógrafas en Alemania durante la República de Weimar”, en *La formación artística: creadores, historiadores, espectadores*, Begoña Alonso Ruiz et. al. (eds.), Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2018, págs. 584-597.

20. Véase FERNÁNDEZ, Horacio, *Fotografía pública. Photography in Print 1919 – 1939*, Madrid, Museo Reina Sofía, 1999.

21. MARCOCI, Roxana, “Modern Women: David Company, Marta Gili, Julie Jones, and Roxana Marcoci on the women who dominated photography between the wars”, *Aperture (On Feminism)*, 2016, 225, págs. 30-39.

22. HOLZER, Anton, “Picture Stories: the Rise of the Photoessay in the Weimar Republic”, *International Journal for History, Culture and Modernity*, 2018, vol. 6, nº 1, págs. 1-39.

que informar, destaca la temática viajera. Los reportajes de viajes, un tipo de encargo muy popular y que va a implicar de maneras específicas a mujeres fotógrafas, materializaban en palabras de Elisabeth Harvey la pretensión de la prensa ilustrada de ofrecer una “ventana al mundo”²³.

El ascenso del nacionalsocialismo produjo profundas transformaciones en la prensa alemana, pero no frenó el auge del fotorreportaje²⁴. La expulsión de los fotógrafos, editores y periodistas de izquierdas o con orígenes judíos, mayoritarios en la profesión periodística antes de 1933, dejó un vacío que a la vez supuso nuevas oportunidades laborales para quienes –como era el caso de muchas mujeres– empezaban en esos años sus carreras, siempre que pudieran demostrar orígenes arios y comulgaran con las directrices políticas²⁵. A menudo se trataba, como ha estudiado Rolf Sachsee, de personas que buscaban un cambio de profesión, provenientes del mundo aficionado o bien previamente activas en otros ámbitos de la fotografía²⁶. Un campo en el que se han detectado ejemplos de reorientación profesional es el de la fotografía de modas, donde “no era raro que se dieran cambios de lado delante y detrás de la cámara”²⁷. Puede que este fuera el caso de la propia Ilse Steinhoff, cuyo nombre aparece en revistas de principios de los años treinta vinculado a retratos en los que posaría como modelo²⁸, aunque también firma el texto de algún comentario gráfico²⁹. No será hasta mediados de la década cuando despegue su carrera de fotorreportera, que va a estar jalonada por oportunidades profesionales alineadas con el régimen, y ligadas a menudo a experiencias viajeras.

Aunque es algo complejo seguirle la pista, se sabe que Steinhoff publicó fotografías de su viaje a España en la revista especializada de viajes *Atlantis* y en cabeceras de la –ya arianizada– editorial Ullstein Verlag³⁰. Sabemos, también, que tras su vuelta a Berlín actuó como fotógrafa en las Olimpiadas de 1936, un trabajo que se vio en el *Berliner Illustrierte Zeitung*; que entre 1937 y 1939 publicó reportajes sobre sus viajes por África con organizaciones cercanas al partido nazi, como

23. HARVEY, Elisabeth, “Seeing the World: Photography, Photojournalism and Visual Pleasure in the Third Reich”, en *Pleasure and Power in Nazi Germany*, Pamela E. Swett, Corey Ross y Fabrice d’Almeida (eds.), Londres, Palgrave Macmillan, 2011, págs. 177-204.

24. HOLZER, Anton, “Picture Stories...”, *op. cit.*, pág. 30.

25. Ambas condiciones eran imprescindibles para ser admitido en la *Reichsverband der Deutschen Presse* [Asociación de la Prensa Alemana del Reich], a su vez requisito obligatorio para trabajar en el ámbito de la prensa. Véase VOWINCKEL, Annette, “German (Jewish) Photojournalists in Exile: A Story of Networks and Success”, *German History*, 2013, vol. 31, n° 4, págs. 473-496.

26. Destacan casos como los de Erika Groth-Schmachtenberger o Charlotte Rohrbach, que, habiéndose formado en la fotografía comercial de retratos y en la fotografía industrial, respectivamente, se registran como fotorreporteras tras 1933. SACHSEE, Rolf, “Im Schatten der Männer. Deutsche Fotografinnen 1940 bis 1950”, en *Frauenobjektiv. Fotografinnen 1940 bis 1950*, Bonn, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, 2001, págs. 12-25.

27. *Ibid.*, pág. 17.

28. “Ilse Steinhoff. Phot. Sandau-Brauer”, *Revue des Monats*, marzo 1931, n° 5, pág. 301. DOERRY, Kurt, “Sport-schönheit, wahre Schönheit [Belleza del deporte, la verdadera belleza]”, *Scherl’s Magazin*, septiembre 1930, n° 9, págs. 898-903.

29. Por ejemplo, acompañando un reportaje sobre una escuela de acróbatas: STEINHOFF, Ilse, “Menschen ohne Knochen [Seres humanos sin huesos]”, fotos: Keystone, *Scherl’s Magazin*, enero 1931, n° 1.

30. *Atlantis*, septiembre 1936, n° 9 (especial dedicado a España); “Die höchste Autostraße Europas. Von Granada auf den Gipfel des Mulhacen in der Sierra Nevada. Bildbericht von Ilse Steinhoff”, *Die Dame*, marzo 1936, n° 7, págs. 6-7.

la Reichskolonialbund; y que durante la Segunda Guerra Mundial actuó como corresponsal en el frente oriental –se la localiza en Rumanía y Croacia³¹–.

En cuanto a Sibylle von Kaskel, su caso ejemplifica una vía de acceso a la profesión bastante menos tipificada en la historia de la fotografía: la de quienes recurrieron a la práctica fotográfica como una estrategia de supervivencia en el marco de experiencias migratorias tras 1933.

La interrelación de fotografía, género y exilio viene siendo explorada por una corriente de estudios del exilio que asume que este, como toda experiencia humana, es interseccional y afecta de diferentes maneras a los diferentes sujetos, según una confluencia de factores que incluyen no solo el género, sino también la clase social, el origen étnico, la edad, o la orientación sexual³². Entre otras especificidades del exilio femenino en Europa entre 1933 y 1945, autoras como Irene Messinger y Katharina Prager recalcan que para muchas mujeres este llevó aparejado un proceso emancipatorio. La emigración suponía para ellas una oportunidad de renegociar roles de género, así como de transitar caminos en un mundo laboral en muchos casos antes vedado³³. Sin dulcificar en absoluto su raíz esencialmente violenta, las investigadoras proponen una contranarrativa del “exilio como oportunidad”, que sea capaz de visibilizar esas experiencias femeninas. Estas tienden a quedar silenciadas en el relato hegemónico del exilio como pérdida, que encasilla a las mujeres en el rol de apoyo afectivo para sus compañeros varones, cuando, con frecuencia, eran ellas quienes más temprano encontraban un trabajo³⁴.

El citado efecto emancipatorio se ha verificado en una diversidad de ámbitos –incluyendo la literatura y el periodismo, la política, la educación y las artes–, en los cuales las mujeres canalizaron su potencial intelectual y artístico, desde su condición de exiliadas³⁵. Así se ha visto también en el campo de la fotografía, “una profesión nómada por naturaleza” cuyos practicantes estaban, según Annette Vowinckel, mejor equipados que otros grupos profesionales para la vida en el extranjero, entre otras cosas, por su habilidad para construir redes transnacionales basadas en la comunicación visual³⁶.

Junto a pioneras que habían alcanzado reconocimiento ya antes de 1933 –como Ilse Bing, Lotte Jacobi, Gisèle Freund, Grete Stern o Ellen Auerbach–, la experiencia migratoria atrajo a la profesión fotográfica a muchas otras exiliadas³⁷. Como estrategia de supervivencia, esta ofrecía evidentes ventajas. En primer lugar, por sus facilidades materiales, al ser un medio económico, fácilmente transportable y con una alta adaptabilidad intercultural, que permitía sortear las dificultades

31 . SANDLER, Willeke, “Deutsche Heimat in Afrika: Colonial Revisionism and the Construction of Germanness through Photography”, *Journal of Women’s History*, 2013, vol. 25, n° 1, págs. 37-61; HARVEY, Elizabeth, “Seeing the World...”, *op. cit.*; y WILDENTHAL, Lora, *German Women for Empire, 1884-1945*, Durham, Duke University Press, 2001, págs. 172-200.

32 . Véase MESSINGER, Irene y PRAGER, Katharina (eds.), *Doing Gender in Exile. Geschlechterverhältnisse, Konstruktionen und Netzwerke in Bewegung*, Münster, Westfälisches Dampfboot, 2019.

33 . *Ibid.*, págs. 7-28.

34 . HANSEN-SCHABERG, Inge, “Exilforschung – Stand und Perspektiven”, *Exil. Aus Politik und Zeitgeschichte*, 2014, n° 42, págs. 3-8.

35 . BRINSON, Charmian; BURESOVA, Jana Barбора y HAMMEL, Andrea (eds.), *Exile and Gender I: Literature and the Press y Exile & Exile and Gender II: Politics, Education and the Arts*, *Yearbook of the Research Centre for German and Austrian Exile Studies*, vols. 17 y 18, Leiden / Boston, Brill Rodopi, 2016 & 2017.

36 . VOWINCKEL, Annette, “German (Jewish) Photojournalists...”, *op. cit.*, pág. 475.

37 . MARCH, John, “Women exile photographers”, en *Exile and Gender II...*, *op. cit.*, págs. 128-142.

idiomáticas³⁸. Vowinkel destaca también el atractivo de un mercado laboral en plena expansión, en el que “los fotógrafos amateur y autodidactas eran más que bienvenidos³⁹”. Irme Schaber habla incluso de mujeres que, asumiendo que en el extranjero no podrían continuar con sus carreras, por ejemplo en el ámbito científico o literario, se procuraban una formación en fotografía, con cursos dirigidos específicamente a preparar la emigración⁴⁰.

Una de esas nuevas incorporaciones sería Sibylle von Kaskel. Nacida en Dresde en el seno de dos prominentes familias judías de la banca alemana⁴¹, sus primeros contactos con la fotografía fueron durante estancias de formación en Viena, Barcelona y París entre 1927 y 1933, año en que abandona definitivamente Alemania⁴². La toma del poder por el Partido Nacionalsocialista dio inicio a un periodo migratorio entre Mallorca, Madrid y París, antes de dar el salto definitivo a Estados Unidos. Durante esos años empezó a dedicarse profesionalmente a la fotografía, según sus propias palabras, “para ganar dinero⁴³”. Integrada en las redes locales, su principal canal de difusión van a ser las revistas ilustradas de tipo vanguardista, dirigidas a una élite cultural.

La producción de von Kaskel en España, valorada como una vía de entrada de la nueva fotografía internacional, posee una faceta netamente turística que ha quedado silenciada⁴⁴. Desde reportajes sobre piscinas y sobre opciones de veraneo en revistas como *Las Cuatro estaciones* o *Mundial*⁴⁵; hasta las fotografías que publicó en *Brisas* –un magazín ecléctico dirigido a la colonia internacional afincada en la isla de Mallorca, con el turismo como principal tema latente⁴⁶–; por no hablar de su labor para el PNT, que, como en el caso de Steinhoff, permanece desatendida⁴⁷. Esto plantea una confluencia algo paradójica, entre una trayectoria condicionada a la vez por el exilio como marco de movilidad, y por el turismo como marco de dedicación profesional. Lo que nos

38. SCHABER, Irme, “«Es war nicht einfach für mich, die in Berlin begonnene Arbeit fortzusetzen». Fotografinnen im Exil der NS-Zeit”, en *Grenzen überschreiten. Frauen, Kunst und Exil*, Ursula Hudson-Wiedenmann y Beate Schmeichel-Falkenberg (eds.), Würzburg, Königshausen&Neumann, págs. 75-88.

39. VOWINKEL, Annette, “German (Jewish) Photojournalists...”, *op. cit.*, pág. 495.

40. SCHABER, Irme, “«Es war nicht einfach...»”, *op. cit.*, págs. 81-82.

41. Los Kaskel, llegados desde Polonia a Sajonia en el siglo XVIII, donde fundaron el actual Dresdner Bank, y los Oppenheim, fundadores de la banca homónima en la zona de Renania. KASKEL, Joachim Felix, “Vom Hoffaktor zur Dresdner Bank. Die Unternehmerfamilie Kaskel im 18. und 19. Jahrhundert”, *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte*, 1983, vol. 28, n° 3, págs. 159–187.

42. Se puede encontrar un estudio detallado sobre su biografía en MARTÍNEZ, Covadonga, *La Baronesa Sibylle von Kaskel. Un recorrido por la vanguardia fotográfica (1930-1950)*, Sevilla, Ediciones Albores, 2020.

43. En entrevista con SCHREP, Bruno, “Altersheime. «Unser Paradies ist hier»”, *Der Spiegel*, 1998, n° 48, págs. 74-80.

44. Véase FUENTES VEGA, Alicia, “Exilio, fotografía y turismo en la obra de Sibylle von Kaskel”, en *El placer de la diferencia. Turismo, género y nación en la Historia de España*, Toni Vives y Gemma Torres (eds.), Granada, Comares, 2021, págs. 39-59. Han estudiado la faceta vanguardista de su obra VEGA, Carmelo, *Fotografía en España (1839-2015). Historia, tendencias, estéticas*, Madrid, Cátedra, 2017, págs. 410 y 713; y MULET, Maria Josep, “Fotògrafs de projecció internacional a les Balears. Motivacions i objectius”, en *Estudis Baleàrics (Imatge i turisme)*, 2008/2009, 94/95, págs. 93-106.

45. “¿Hacia dónde iremos este verano?”, *Mundial*, junio 1936, n° 3, s.p.; “Club de Campo”, *Las Cuatro estaciones*, septiembre 1935, s.p.

46. Entre otras: “Ondas detenidas y convertidas en mármol por el objetivo de Sibylle v. Kaskel”, *Brisas*, abril 1934, n° 1, s.p.; “El alma de Ibiza. Fotos: S. de Kaskel”, *Brisas*, agosto 1934, n° 5, s.p.; “Viaje a Mallorca. Texto: A. Medinaveitia. Fotos: Zerkowitz y S. de Kaskel”, *Brisas*, n° 4, julio 1934, s.p.

47. A excepción del estudio ya citado de FERNÁNDEZ, Horacio, *Variaciones en España...*, que tiene en cuenta esa labor en el caso de von Kaskel.

devuelve a la pregunta inicial, acerca de los modos en que el fenómeno del turismo impactó en las carreras fotográficas de las mujeres en los años de entreguerras.

Con sus trayectorias atravesadas –si bien por motivos antitéticos– por la movilidad transnacional, los casos de Kaskel y Steinhoff ofrecen algunas respuestas a esa pregunta. Ambos reflejan no solo la función instrumental de las publicaciones ilustradas como vía de acceso a la profesión, sino también el papel que en ese proceso de profesionalización desempeñaron los encargos de temática viajera, así como los trabajos vinculados a organismos de promoción del turismo. A continuación se profundiza en esa labor fotográfica en el caso concreto de Steinhoff, para entender cómo estas autoras contribuyeron a transformar la imagen turística nacional.

4 - Viajeras, conductoras, fotógrafas

Como vía de profesionalización, la fotografía de viajes interpelaba a las mujeres fotógrafas de manera muy especial. Elisabeth Harvey destaca, en este sentido, que las reporteras se presentaban a menudo a sí mismas “como mujeres osadas y atrevidas que florecían en el mundo acelerado de las comunicaciones⁴⁸”. Con ello alimentaban –a la vez que se nutrían de– un tema predilecto de los medios de comunicación en esos años: el de la “*neue Frau*” o “nueva mujer”, una de cuyas manifestaciones era, precisamente, el propio acto de viajar. Una imagen inequívoca es la de la mujer conductora, asociada, junto a otros comportamientos que desafiaban los roles establecidos –como la ropa masculina, el corte de pelo o la ambigüedad sexual– a ese nuevo arquetipo femenino extendido entre una élite cultural en Alemania tras la I Guerra Mundial. Puede que las fotógrafas que reproducían ese tipo de representaciones contribuyeran, en cierto modo, a perpetuar un culto de la apariencia que cosificaba a la mujer. Pero, a la vez, en esa autoconsciente puesta en escena se operaba una inversión del punto de vista: “Al apoderarse de la mirada, las mujeres se representaban a sí mismas de una manera performativa”, según sugiere Roxana Marcoci, “y no solo como modelos objeto⁴⁹”. De ahí que se hable de la función empoderadora de la cámara como instrumento de autodeterminación⁵⁰.

El caso de Ilse Steinhoff resulta paradigmático⁵¹. Sus reportajes, en los que suele aparecer autorretratada, orbitan en torno a su propia experiencia como viajera. Un buen ejemplo sería el publicado en marzo de 1936 en la revista femenina *Die Dame*, con el título de “La carretera más alta de Europa. De Granada al pico del Mulhacén en la Sierra Nevada. Fotorreportaje de Ilse Steinhoff⁵²”. El asunto oficial del reportaje es el gran logro de la ingeniería moderna que supone la construcción de una carretera a 3.050 metros de altitud. En paralelo, sin embargo, discurre otra historia subyacente: la del disfrute de dichas infraestructuras por la mujer turista, identificada con la fotógrafa. Esta centra el reportaje del que es autora. La vemos junto a su coche entre cumbres

48. HARVEY, Elisabeth, “Seeing the World...”, *op. cit.*, pág. 185.

49. MARCOCI, Roxana, “Modern Women: ...”, *op. cit.*, pág. 34.

50. ESKILDSEN, Ute, “La cámara como instrumento de autodeterminación”, en *Les dones fotogràfes...*, *op. cit.*, págs. 20-37.

51. Véase FUENTES VEGA, Alicia, “¿Viaja usted sola? Fotógrafas extranjeras en la configuración de la imagen turística de España”, en *Olvidadas y silenciadas. Mujeres artistas en la España contemporánea*, Concha Lomba y Rafael Gil (coords.), Valencia, Publicacions Universitat València, 2021, págs. 165-192.

52. “Die höchste Autostraße Europas...”, *op. cit.*

nevadas, o descansando junto a la chimenea del “nuevo hotel deportivo”⁵³ (figura 8), y la leemos recordar divertida el “Anís viejo” que hizo que el camino fuera “algo más tambaleante” a la vuelta. Tanto o más que el destino fotografiado, el asunto del reportaje es el tema de la viajera, como representante de la nueva mujer, dinámica e independiente.



Figura 8: *Die Dame*, marzo 1936, n° 7, págs. 6-7. Fotos: Ilse Steinhoff. (Colección particular)

Algunas de las imágenes que Steinhoff publicó en forma de fotorreportaje en *Die Dame*, aparecieron de manera casi simultánea en los folletos del Patronato (figura 9). Esto demuestra que las mismas series se hacían circular entre esos dos tipos de clientes, confirmándose, por tanto, una posición compartida como agentes posibilitadores de la modernidad fotográfica.

Por otra parte, que el mismo material visual sirva a la cultura sofisticada de las revistas ilustradas y a la vez a objetivos de promoción turística nacional, plantea reflexiones interesantes sobre la polisemia de las imágenes. ¿Qué significados adquiere, dentro de los folletos del PNT, esa representación de la mujer viajera? El pie de foto que acompaña a la imagen de Steinhoff junto a su coche en un paisaje nevado alude al “Poste indicador en la carretera más alta de Europa”. Pero, sin duda, la escena moviliza significados culturales que van más allá de la mera propaganda sobre una infraestructura de carreteras.

53. Probablemente el Albergue Universitario de Sierra Nevada, construido en estilo racionalista por los arquitectos Francisco Prieto-Moreno, Francisco Robles Jiménez entre 1933 y 1935 (docomomoiberico.com/edificios/albergue-universitario).

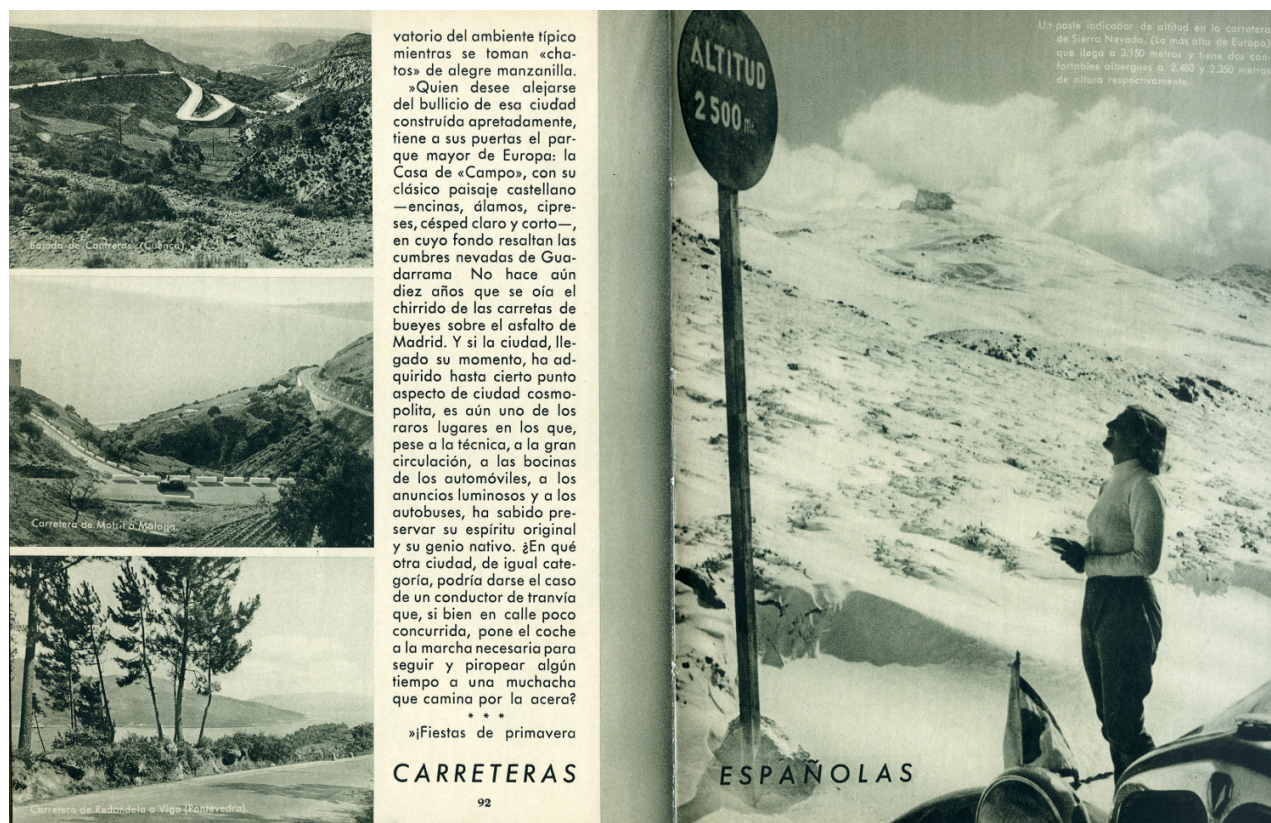


Figura 9: *España* (Madrid, PNT, ca. 1935), Fotos: Ilse Steinhoff. (Colección del CDTE, Turespaña)

Tampoco nos hallamos aquí ante una simple utilización del cuerpo de la mujer como reclamo, un recurso habitual de la publicidad turística⁵⁴. Más bien al contrario, la citada fusión entre la mujer fotógrafa como objeto y sujeto de la representación se traslada a los folletos del PNT, en un proceso performativo muy similar al comentado en relación con el fotorreportaje de viajes, que reafirma la agencia de la modelo.

Algunos de esos posados eran tomados por un compañero de viaje, con quien la fotógrafa se turna delante y detrás de la cámara. Se trata de un fotorreportero llamado Werner Conitz, con el que Ilse Steinhoff viajó por España y el Este de Europa, y sobre el cual se sabe muy poco⁵⁵. Juntos despliegan una práctica de autoría compartida, donde tanto peso tiene quien aprieta el disparador como el trabajo performativo de quien está delante de la cámara. Conitz retrata a su compañera conduciendo (*figura 2*), observando el paisaje (*figura 9*), o mientras ella misma está tomando una fotografía, agachada sobre su cámara (*figura 10*) –curioso ejercicio de foto dentro de la foto, con el que parece estar reafirmando la autonomía de su compañera como fotógrafa–.

54. LIPPARD, Lucy, “Seducción e hipérbole”, *Revista de Occidente* (Arte y turismo), 2012, nº 369, págs. 106-119.

55. Se sabe que actuaron juntos en Turquía (véase PEKESEN, Berna, *Zwischen Sympathie und Eigennutz: NS-Propaganda und die türkische Presse im Zweiten Weltkrieg*, Berlin, Lit verlag, 2014, pág. 47), que Werner Conitz permaneció en España durante la Guerra Civil (publica fotos de los bombardeos en Barcelona: “Franco bombs Barcelona as a loud prelude to his invasion of Catalonia”, *Life*, 11.04.1938, pág. 26), y que tras la guerra siguió colaborando en publicaciones locales (por ejemplo: “Estampas del Japón. El culto del té. Por Werner Cohnitz”, *Sombras. Revista fotográfica*, julio 1944, nº 2, s.p.).



Figura 10: *España* (Madrid, PNT, ca. 1935), Fotos: Ilse Steinhoff. (Colección del CDTE, Turespaña)

Queda claro, en todo caso, que el proyecto fotográfico de Steinhoff consistía tanto en retratar con su cámara el lugar visitado, como en poner en escena con su cuerpo la figura de la *neue Frau*.

Trasladadas a las páginas de los folletos, estas imágenes contribuyen a presentar los espacios del turismo como propicios para el acceso autónomo de la mujer a actividades como la conducción, el ejercicio físico al aire libre o la fotografía. Podría decirse, por tanto, que la operación de modernización de la imagen turística nacional del PNT, pasaba por presentar el viaje por España como una promesa de emancipación femenina. Junto a otras iconografías de modernidad más previsibles, como era hacer hincapié en las infraestructuras de transporte o en la Red de Paradores y Albergues de Carretera del Estado, esta nueva línea promocional vendría inspirada en gran parte por un diálogo transnacional con la cultura sofisticada de las revistas ilustradas.

Esta alianza estratégica entre el esfuerzo modernizador del PNT y la iconografía de la *neue Frau* genera una aparente contradicción con el conservadurismo que, según han demostrado investigaciones recientes, caracterizó a la promoción turística durante todo el periodo. Jorge Villaverde focaliza su atención en la figura de Rafael Calleja, “jefe sempiterno de la sección de publicidad de cada sucesiva agencia estatal entre 1931 y 1957⁵⁶”, y figura-bisagra, por tanto, que revela vasos comunicantes entre la administración de turismo antes y después de la Guerra Civil. La demostración palmaria de esas continuidades sería la creación en 1932 del famoso eslogan *Spain is different*,

56. VILLAVERDE, Jorge, “El *Spain is different* de Rafael Calleja: identidad nacional e imágenes de feminidad en la promoción turística de la II República”, en *El placer de la diferencia... op. cit.*, págs. 63-86.

tan insistente como erróneamente vinculado a la etapa de Manuel Fraga al frente del Ministerio de Información y Turismo (1962-1969), y que Villaverde atribuye al propio Calleja.

Según su análisis –y aquí viene la aparente contradicción a la que me refería– un principio rector de esa campaña habría sido, precisamente, la personal aversión de Calleja a los cambios sociales en las relaciones de género que se estaban precipitando en esos años. Como buscando un “contra ejemplo” al “modelo de mujer y de pueblo (...) reivindicado por la República⁵⁷”, la imagen escogida para acompañar al lema *Spain is different* fue una fotografía de un grupo segoviano protagonizado por una mujer con el traje de la fiesta de la Alcaldesa de Zamarramala, en la que, según la tradición, las mujeres mandan por un día. Calleja escogió, pues, “un motivo iconográfico que era simultáneamente aceptable para el régimen republicano –por la tradición de la representación nacional a través del folclore (...)– y profundamente contradictorio con la política de un régimen que en ese preciso momento concedía la ciudadanía política para las mujeres⁵⁸”.

¿Supone esto una contradicción con respecto a la complicidad que los folletos editados un par de años después, aún con Calleja al mando, transmiten hacia el fenómeno de la nueva mujer? No, si tenemos en cuenta que estos asumían un estricto reparto de roles, según el cual el efecto emancipatorio del turismo recaía sobre la visitante extranjera, mientras que el papel de la población autóctona se centraba en representar la tradición (*figura 6* y *figura 10*).

Con ello, la promoción turística de la II República no hacía más que reproducir la lógica colonial en la que se inscriben no solo el intercambio turístico en general y la historia de la fotografía de viajes en particular⁵⁹, sino también el propio fenómeno de la *neue Frau*, que ha sido críticamente revisitado como participante de un imaginario imperialista⁶⁰. Así lo demuestra también el trabajo posterior de Ilse Steinhoff en publicaciones como *Deutsche Heimat in Afrika* [*La patria alemana en África*], editada en 1941 por la organización nazi Reichskolonialbund. En estos libros de viaje de contenido nítidamente colonialista, va a integrarse sin fisuras ese nuevo modelo de mujer, encarnado por la exploradora aventurera⁶¹. Teniendo esto en cuenta, podríamos incluso interpretar el trabajo que realizó para la II República Española como una experiencia clave en la formación de esa conciencia identitaria –como nueva mujer, pero también como sujeto colonial– que posteriormente servirá a las necesidades propagandísticas del nazismo.

Conclusión

Que no hay incompatibilidad con la cosmovisión conservadora del proyecto turístico nacional se corrobora, por último, al constatar que parte de la obra de Ilse Steinhoff y de Sibylle

57. *Ibid.*, pág. 83.

58. *Ibid.*, pág. 82.

59. VEGA, Carmelo, *Lógicas turísticas de la fotografía*, Madrid, Editorial Cátedra, 2011.

60. VAN HOESEN, Brett M., “Postcolonial Cosmopolitanism: Constructing the Weimar New Woman out of a Colonial Imaginary”, en *The New Woman International: Representations in Photography and Film from the 1870s through the 1960s*, Elizabeth Otto y Vanessa Rocco (eds.), University of Michigan Press, 2011, págs. 94-113.

61. Véase SANDLER, Willeke, “Deutsche Heimat in Afrika: Colonial Revisionism...”, *op. cit.*

von Kaskel encontró acomodo en las publicaciones editadas por Rafael Calleja a partir de los años cuarenta, cuando la DGT franquista tomó posesión del archivo fotográfico del Patronato.

Aun así y con todo, vistas entre las páginas de un volumen como *Apología turística de España* (1943), esas fotografías destacan por su modernidad, hasta el punto de parecer fuera de lugar. Esto nos habla del espíritu radicalmente diferente de este libro enseña de la DGT franquista, muy alejado de las publicaciones de preguerra anteriormente analizadas. Frente al tono cosmopolita que inundaba, ya desde el propio título, el librito *Cómo se viaja en España* con portada de Sibylle von Kaskel (*figura 2*), la misma composición de las vías del tren abre el volumen de 1943 (*figura 11*) con el siguiente anuncio: “A partir de la página siguiente, cantan la mejor apología turística de España sus paisajes, sus piedras gloriosas, sus aspectos típicos⁶²”. El turismo ha pasado, por tanto, a sustentar un discurso de base nacionalista, dirigido ya no al visitante extranjero sino a un interlocutor nacional, cuyo patriotismo se trataba de exaltar. Ahí radica la diferencia fundamental: los folletos editados a mediados de los años 30 se enunciaban desde el punto de vista del turista, cuya experiencia se colocaba en el centro de la (auto)representación. Esto abrió espacio para un relato elaborado desde el yo, con el que las autoras analizadas construían su propia identidad –como mujeres, fotógrafas y viajeras– a la vez que retrataban el país.

Concluyendo, el estudio de estos dos proyectos fotográficos ha contribuido a matizar y enriquecer nuestro conocimiento acerca de la labor promocional del PNT durante la II República. El caso de Isle Steinhoff ha puesto en evidencia las conexiones entre el fotorreportaje de viajes y la promoción turística oficial, mientras que la trayectoria de von Kaskel ejemplifica el papel que organizaciones turísticas como el PNT podían desempeñar en las estrategias de supervivencia de fotógrafas exiliadas. La construcción de la imagen turística de España se nos muestra, de este modo, como una historia polifónica y conectada con el contexto de la fotografía internacional.

62. CALLEJA, Rafael, *Apología turística de España*, Madrid, Dirección General de Turismo, 1943, pág. 1.



Figura 11: *Apología turística de España*. Madrid, DGT, 1943, p. 1. (Foto: Sibylle von Kaskel)