

Análisis de la mujer como elemento significativo en la publicidad turística de España en los años 50 y 60 del siglo XX

En este documento se recoge el análisis detallado de los carteles objeto de estudio de la investigación realizada sobre la presencia de la mujer en los mensajes publicitarios del turismo en España durante las décadas 50 y 60 del siglo XX.

El principal objetivo del trabajo es detectar e interpretar la simbología de la figura femenina en los anuncios de turismo de España. Para ello se lleva a cabo un análisis socio-semiótico que permite comprender la sociedad que genera estos mensajes y la imagen del país que desea proyectar a través de la figura femenina, tanto dentro como fuera de las fronteras. En general, la mujer representa los roles tradicionales de género vigentes en la sociedad del momento. En estas décadas las campañas de turismo contenían personajes femeninos jóvenes, con una estética cuidada que respondía a los cánones de belleza de la época. Las jóvenes aparecen ataviadas con atuendos tradicionales de las regiones y pueblos de España muy atractivos para el turismo por su simbología cultural y su carácter exótico. En otras ocasiones, y para promocionar lugares donde practicar actividades al aire libre y festejos, las protagonistas visten de forma adecuada a tales eventos con aire moderno y desenfadado, siempre dentro del recato mínimo que exigía la censura en la comunicación del régimen. La publicidad deja ver la evolución de estos roles como espejo de los acontecimientos políticos y sociales que llevan a España hacia la apertura que desembocará en la democracia y los cambios que afectan a la mujer en la conquista de derechos y posibilidades de desarrollo en todos los ámbitos.

Metodología:

Para el análisis de la representación femenina en la publicidad turística española de los años 50 y 60 se ha diseñado una metodología socio-semiótica, que combina el estudio de los signos visuales y verbales con el contexto histórico, social e ideológico en el que se interpretan. Esta perspectiva permite observar cómo se representa a la mujer y localizar los significados sociales, culturales y simbólicos que se activan y refuerzan a través de su figura. Como indica Pellicer (2012) el discurso publicitario carga de valores significativos a los elementos que intervienen mostrando la relación entre el receptor y el referente del anuncio, en este caso se aplica a la mujer como signo en la publicidad de España y el valor que adquiere para el turista.

El estudio se aborda desde la perspectiva del lenguaje publicitario entendido en su dimensión semiótica, según el planteamiento de González Martín (1996), poniendo especial atención en los significados que los mensajes transmiten dentro de un contexto argumental concreto (Miralles, 2010).

Los niveles gramaticales en el análisis semiótico se refieren a tres dimensiones fundamentales del mensaje: nivel sintáctico, nivel semántico y nivel pragmático. Este último estudia el uso del lenguaje en situaciones comunicativas reales, analizando la forma, la intención y la interpretación del mensaje por parte del receptor en un contexto de recepción específico y resulta especialmente relevante en el ámbito publicitario, ya que la interpretación de un mensaje no es fija ni universal, sino que depende en gran medida de cómo se adecua al contexto sociocultural del destinatario.

Por tanto, los anuncios no solo describen los productos (referentes), sino que articulan argumentos dentro de un contexto adecuado a la interpretación del público al que se dirige. Por esta razón, se introduce en el estudio el concepto de contexto argumental, desarrollado por Miralles (2010), que lo define como

La situación en la que se desarrolla el argumento del anuncio y está compuesto por los elementos espacio-temporales en los que se desarrolla el mensaje así como por los personajes que aparecen en él. Es el contexto que lleva implícito el discurso publicitario y se constituye como una categoría fundamental para la comprensión del mismo por parte del receptor. (p.118)

La autora aplica el concepto de contexto al argumento del mensaje publicitario partiendo de la definición propuesta por Van Dijk (1978) para el que:

el contexto se entiende como la reconstrucción teórica de una serie de rasgos de una situación comunicativa, a saber, de aquellos rasgos que son parte integrante de las condiciones que hacen que los enunciados, den como resultados actos de habla. El objetivo de la pragmática es formular estas condiciones, es decir: indicar qué vinculación existe entre los enunciados y este contexto. (p.93)

Además, Van Dijk (1978) introduce el concepto de marco (*frame*), relacionado con la coherencia discursiva. Un marco es un conjunto de proposiciones que configuran nuestro conocimiento convencional sobre una situación específica, ya sea una actividad, un evento o un estado. Estos marcos permiten ordenar los hechos según relaciones, por ejemplo, de causa-consecuencia, general-particular o todo-parte, y son fundamentales para entender cómo se estructura globalmente un discurso. En este sentido, el contexto argumental se asemeja a dicho marco de interpretación. En el ámbito de la imagen, la

noción de marco ha sido desarrollada por Lorenzo Vilches (1984), que distingue cuatro categorías dentro del espacio visual: marco y enfoque en el plano de la expresión, y tema y tópico en el plano del contenido. Según Vilches: «El autor muestra un marco y el lector enfoca su visión en el plano de la expresión. El autor exhibe un tema y el lector tipicaliza un espacio en el plano del contenido» (pp. 107-108).

El marco, entonces, incluye tanto el campo visible como un subsistema de conocimientos compartido por autor y lector sobre los hechos representados. Toda visión se produce dentro de un marco cuyos límites determinan la escena observable. Metodológicamente, Vilches plantea que el marco puede analizarse como marco visual y como marco de representación.

El contexto argumental, en consecuencia, se construye mostrando únicamente aquellas partes de sus componentes (personajes, lugar, tiempo, acción, etc.) que son relevantes desde el punto de vista pragmático. Para alcanzar esta satisfacción pragmática, resulta fundamental el concepto de adecuación, el cual exige tener en cuenta las estructuras mentales completas del receptor que integran tanto el conocimiento de los mundos posibles donde se interpreta el mensaje, como los diversos estados contextuales -de carácter dinámico- y el lenguaje empleado.

Selección de casos a analizar (cuerpo de análisis)

El trabajo realizado consiste en un estudio de casos de anuncios de publicidad turística entre 1950 y 1969 a.i. seleccionados por conveniencia. La búsqueda de ejemplares se realizó en bibliografía sobre turismo y publicidad y en los sitios web que contienen archivos o publicaciones sobre campañas de turismo de España. Durante la búsqueda se comprobó que existen carteles dispersos entre páginas de coleccionismo, reconstrucciones de estudiosos o aficionados a la historia de la publicidad que no presentan condiciones óptimas en cuanto a verificación de la procedencia y datos del emisor y/o de las fechas del anuncio. Por estas razones, para tener cierto rigor científico se decidió utilizar los carteles encontrados en dos fuentes principales que avalan los datos de la catalogación:

1. el Catálogo de carteles oficiales de turismo, 1929-1959 editado por el Instituto de Estudios Instituto de Estudios Turísticos (2005) y publicado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
2. el Museo Virtual de Arte Publicitario (MUVAP) del Centro Virtual Cervantes que dedica la Sala IX al Cartelismo publicitario contemporáneo

(<https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/default.htm>). En esta sala, se expone en cuatro secciones la *Historia de los carteles turísticos de España. Ocho décadas vendiendo España en el mundo a través de sus carteles*. Los anuncios de los años que interesan en este estudio se encuentran en la sección 1, apartado *Símbolos de España 1947-57*, y en la sección 2 titulada *Spain is different* que reúne dedicada al periodo entre finales de la década de 1950 y comienzo de los 80 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/default.htm).

Las características principales que se han tenido en cuenta para incluir los anuncios localizados en el estudio se refieren, en primer lugar, a que la campaña publicitaria sea de España como destino turístico. En segundo lugar, que el ejemplar pertenezca al periodo en estudio (1950-1969 a.i.). A continuación, se han filtrado los que contienen una representación de mujer en las imágenes. Al mismo tiempo, se ha tenido en cuenta como criterio de selección de las piezas a analizar, que la calidad de los ejemplares fuera suficiente para percibir correctamente sus elementos visuales, textuales y sonoros, cuando los haya.

Figura 1: Carteles analizados en el estudio de la imagen de la mujer en la publicidad turística de las décadas 50 y 60 del siglo XX



(13) 1957? SPAIN	(14) 1959 ESPAGNE <i>Goya</i>	(15) 1959 SPAIN	(16) 1959 SPANIEN
(17) 1959 SPANIEN	(18) 1960? Spain is different	(19) 1961 espana	(20) 1960 ESPANA CADAQUES - GERONA
(21) 1960 SPANA • ESPANA • ESPANA	(22) 1960 ESPANIA	(23) 1960 Sevilla ESPAÑA	(24) 1960 espana CEUTA
(25) 1960 ESPAÑA	(26) 1960 ESPAÑA	(27) 1960 ESPAÑA MADRID - MUSEO DEL PRADO	(28) 1960 SPAIN
(29) 1960 ESPAÑA	(30) 1966 CONOZCA ESPAÑA	(31) 1964 ESPAÑA	(32) 1966 GUINEA ECUATORIAL ESPAÑA
(33) 1967 ESPAÑA	(34) 1966 ESPAÑA	(35) 1967 ESPAÑA	(36) 1969 ESPAÑA

Fuente: 1, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.121; 2, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.122; 3, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.123; 4, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.124; 5, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.125; 6, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.126; 7, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.129; 8, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm Título: Spain is different Visit Spain. Seville Fair; 9, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.134; 10, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm Título: Spain is different Visit Spain. Seville; 11, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.131; 12, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.135; 13, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.139; 14, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.146; 15, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.149; 16, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.147; 17, Instituto de Estudios Turísticos, 2005, p.144; 18, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm Título: Spain is different. ESTEPA. Sevilla; 19, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España. Arte Ibérico; 20, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España. Cadaqués.Gerona; 21, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España. Candanchu. Huesca; 22, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España. Ibiza; 23, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España. Sevilla; 24, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm; 25, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/deportes.htm Título: Invierno en España (en cuatro idiomas); 26, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/deportes.htm Título: España Costa del Sol. Campo de golf de Torremolinos; 27, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: España, Madrid, Museo del Prado; 28, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/sol_playa.htm Título: SPAIN. San Sebastián; 29, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: Gran Teatro del Liceo. Barcelona España; 30, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/varios.htm Título: Conozca España; 31, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm Título: España, Galicia, Lugo; 32, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm Título: Guinea Ecuatorial, España; 33, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm Título: España, Fiestas Típicas de Cadiz. Declaradas de Interés Turístico; 34, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm Título: España, La Mancha; 35, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm Título: España, Romería del Naseiro. Vivero. Lugo; 36, https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm Título: Aniversario de la fundación del Museo del Prado. Madrid, España.

Los anuncios encontrados y los seleccionados sobre turismo de España en ambas fuentes han sido los siguientes:

1. en el Catálogo de carteles oficiales de turismo, 1929-1959 se han encontrado 29 carteles de los años 1950 a 1959 de turismo de España de los cuales se han seleccionado 15 en los que aparece la imagen de la mujer.
2. en el Museo Virtual de Arte Publicitario (MUVAP) del Centro Virtual Cervantes se han localizado 58 carteles, 7 de ellos duplicados con la fuente anterior. Se han seleccionado 21 que cumplen los requisitos de la investigación.

El corpus analizado consta de 36 carteles. El estudio incluye el análisis de un spot de televisión de animación de los años 60 en el que se indica a los españoles cómo han de comportarse con los turistas extranjeros. En el anuncio aparece dibujada una turista extranjera y se ha decidido incorporar este documento en el análisis solo para que sirva de contraste anecdótico entre la imagen de ambas mujeres (foránea y local) siendo conscientes de la limitación metodológica en cuanto a la falta de representatividad cuantitativa del mismo.

Dimensiones del análisis

El análisis propiamente dicho de la mujer en los anuncios turísticos se organiza en tres dimensiones clave del signo *mujer* que funcionan como ejes en torno a los que se construyen el significado dentro del mensaje publicitario: la estética, el rol y la dimensión/proporción.

1. Perspectiva estética: se examinan los elementos estéticos visuales y formales que configuran la figura femenina tales como indumentaria (vestuario y complementos), maquillaje, peinados, colores y otros atributos visuales. Estos elementos no sólo definen una imagen de belleza idealizada, sino que pueden caracterizar una época, profesión, grupo social o evento específico. Al mismo tiempo, transmiten valores asociados a feminidad, exotismo, tradición o modernidad, según el contexto del anuncio. Además, se observa la gestualidad, la postura y la expresión corporal, que suelen reforzar una determinada lectura emocional o simbólica de la mujer.
2. Perspectiva de dimensión y proporción (relativa del espacio ocupado por la mujer en el mensaje publicitario): esta dimensión evalúa la presencia espacial y simbólica de la figura femenina en el anuncio. En formatos gráficos, se analiza el tamaño relativo de la mujer en el *layout* (composición visual) y su ubicación (centro, fondo, margen). En formatos audiovisuales, se considera el tiempo de aparición del personaje en pantalla y su protagonismo en la narrativa. Estas proporciones son indicadores de la importancia simbólica que se otorga al personaje femenino: puede ocupar un rol central, secundario o incluso meramente decorativo, lo que incide directamente en la interpretación del mensaje global.
3. Perspectiva de rol: se centra en la lectura del papel que la mujer desempeña en el relato publicitario, lo cual se puede deducir tanto por su apariencia como por su participación en la acción representada. Esta dimensión detecta si la mujer es el personaje principal -protagonista- o secundario; si representa una profesión -personaje funcional- o si actúa como figura decorativa u objeto de contemplación. Se valora también la interacción con otros personajes (particularmente con figuras masculinas o extranjeras) y su inserción en estereotipos de género propios de la época.

Desde esta triple perspectiva -estética, de dimensión y rol- y el contexto argumental se busca desentrañar cómo la figura femenina funciona como signo cargado de valores culturales y turísticos, contribuyendo a construir una imagen de país atractiva

para el visitante extranjero, al tiempo que reproduce o refuerza determinadas visiones ideológicas sobre la mujer en la España del franquismo. Al mismo tiempo, se establece el contraste entre la mujer turista y la española en los primeros años de contacto y choque cultural entre ambas.

Fichas de análisis de los ejemplares seleccionados:

La mujer en la publicidad y promoción del turismo del siglo XIX ha simbolizado hospitalidad, exotismo y atractivo del lugar. Estos significados continuaron en el marketing turístico del siglo XX que añadió el uso sexualizado de la mujer como objeto de deseo de los turistas masculinos. Se observa también el recurso de la mujer autóctona de grupos exotismo o racializados como parte del paisaje, adorno o espectáculo. En el análisis realizado se extraen los indicadores de dichas representaciones de la mujer en la publicidad turística de los años 50 y 60 de España como reflejo de la cultura española anfitriona.

Se exponen a continuación los análisis de los 36 carteles elegidos:

1. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.121) Título: ESPAÑA/(SPANIEN en versión en alemán encontrada en todocoleccion.net). En la imagen hay seis personajes, dos son mujeres, tres hombres y un niño. La imagen principal es un paisaje monumental donde las figuras sirven para adornar la composición y van vestidas con el traje típico de la localidad. Los rasgos de las figuras de mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: Las dos figuras femeninas aparecen vestidas con trajes regionales que incluyen refajo largo, mantón, delantal, cabeza cubierta y un cesto. Estos elementos no sólo definen una moda o un grupo cultural, sino que transmiten valores simbólicos: trabajo, modestia y arraigo rural. La mujer joven, de estatura media, acompaña a un hombre adulto, mientras que la mujer del fondo camina de espaldas llevando de la mano a un niño. No se aprecian gestos individualizados, pero la expresividad corporal denota una actitud contenida, pasiva y acompasada, acorde con el rol tradicional de la mujer en el ideario franquista.

- Posición/dimensión relativa: Las dos figuras de mujer que aparecen ocupan el mismo espacio que las figuras de hombre y todas ellas comparten una octava parte del espacio total. Los colores cálidos del cielo que se reflejan en todo el entorno indican la hora del atardecer de gran belleza paisajística. Las figuras femeninas están situadas en segundo plano, integradas en un paisaje donde el foco principal es la monumentalidad arquitectónica y la armonía de conjunto. Su ubicación refuerza su carácter decorativo y funcional, sin que exista una narrativa centrada en ellas. A pesar de la proporción equilibrada entre figuras humanas, la arquitectura absorbe el protagonismo visual, lo que convierte a las personas en elementos subordinados al paisaje.
- Rol/papel representado: La mujer del fondo ejerce un rol claro de madre, reforzado por la presencia del niño, mientras que la mujer joven se presenta como esposa o pareja del varón al que acompaña. Ambas desempeñan funciones tradicionales: cuidadora y compañera, sin acción ni protagonismo propio. No representan profesiones ni actividades individuales, sino que son figuras funcionales al relato turístico. Su rol queda subordinado a una visión idealizada del orden social y familiar que el régimen buscaba promocionar tanto internamente como hacia el exterior.
- El contexto argumental sitúa la estampa en la actividad de un pueblo al caer la tarde con la madre volviendo a casa los vecinos portando alimentos y los esposos caminando.

Conclusión Interpretativa: en este cartel, la mujer no representa un papel protagonista, sino que se inserta como elemento funcional en una escena de costumbres que refuerza la imagen de una España tradicional, ordenada y familiar. A través de elementos estéticos como el refajo, el mantón y el cesto, se alude a la labor doméstica, mientras que la escena de la madre con el niño y la mujer acompañando al hombre refuerza su papel como cuidadora y esposa. La proporción visual entre figuras humanas es equilibrada, pero su disposición en el espacio sugiere un contexto dominado por la vida cotidiana y el paisaje monumental. Esta representación, coherente con los discursos turísticos del franquismo, asocia la figura femenina a valores de permanencia, serenidad y arraigo, elementos clave en la construcción de una imagen de país atractiva para el visitante extranjero y coherente con los ideales tradicionales promovidos por el régimen.

2. Cartel de la Dirección General del Turismo/ Spanish State Tourist Departament, 1950 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.122). Título: SPAIN. En la imagen aparece un busto de mujer con una sombra con forma de busto de hombre. Los rasgos del rostro de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: El cartel presenta el busto de una mujer joven con rasgos estilizados, labios rojos, mirada baja y pañuelo de tul bordado, propios del traje charro de Salamanca. Luce collares dorados y de perlas que envuelven su cuello, conectando visualmente con el texto “Spain” en amarillo. La figura femenina destaca sobre un fondo rojo intenso, pero está integrada en la sombra negra de un hombre con sombrero cordobés, cuya silueta la envuelve simbólicamente. El conjunto de colores (rojo, negro y amarillo) remite a los tonos de la bandera española y refuerza la dimensión nacional del mensaje.
- Posición/dimensión relativa: La mujer ocupa el primer plano y es el eje compositivo, mientras que la silueta masculina en segundo plano actúa como fondo, contorno e incluso dominio simbólico. La superposición de ambas figuras crea una unidad visual que sugiere jerarquía implícita.
- Rol/papel representado: La mujer aparece como figura decorativa y representativa, asociada a lo tradicional, sin acción ni interacción directa. Su presencia se inscribe en una lógica de pareja (posible novia o esposa), pero su rol está subordinado: ella embellece, él proyecta autoridad.
- En cuanto al contexto argumental el cartel opera como una metonimia visual: una pareja salmantina representa a toda España, exaltando la diversidad cultural a través del folclore regional. El espacio es simbólico, sin localización real, y construye un ideal turístico donde lo femenino encarna belleza, tradición y exotismo, bajo la sombra (literal y figurada) de lo masculino.

Conclusión Interpretativa: en este anuncio el primer plano de la mujer adornada con los complementos del traje regional de Salamanca representa la belleza de la diversidad de las regiones de España. Se transmite el valor de lo exótico, la diversidad cultural del país y el mantenimiento de la tradición popular. En este caso la mujer, aunque elemento

decorativo protagonista por su belleza, se encuentra inmersa en el espacio del hombre que domina la situación.

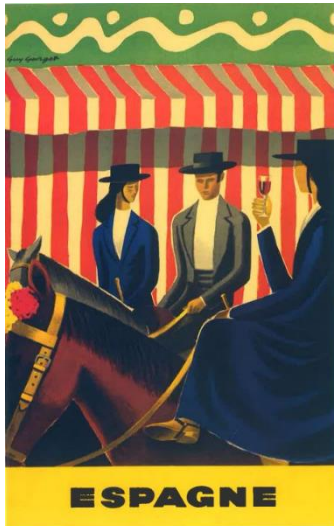
3. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.123). Título: SPAIN. En la imagen aparece una mujer y tres farolas encendidas. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: se trata de una chica joven, estilizada con los rasgos de la mujer española: cabello negro, melena larga recogida atrás con la raya en medio y sin volumen. No presenta rasgos faciales. Aparece vestida de sevillana (o de gitana según las expresiones) con el traje de faralaes, el mantoncillo, la peineta en el centro de la cabeza y la flor (el clavel) en el lado. Sostiene en su mano derecha un abanico abierto que indica que se está haciendo aire. El fondo del cartel azul oscuro nos sitúa en la noche templada calurosa cuando las farolas iluminan la belleza de la joven española.
- Posición/dimensión relativa: la mujer es el elemento principal del anuncio y ocupa todo el espacio excepto la franja superior del texto SPAIN. El protagonismo de la figura carga de significado a la mujer que transmite el mensaje principal que se quiere transmitir sobre España.
- Rol/papel representado: chica joven arreglada en momento de ocio por la tarde/noche.
- El contexto argumental presenta a una joven que sale a divertirse por la noche en un clima templado agradable.

Conclusión Interpretativa: en este anuncio la mujer simboliza la belleza de España en su conjunto. No representa el costumbrismo regional, pero sí recurre a la imagen de la andaluza/gitana como tópico que representa el carácter español por defecto. El traje típico de la mujer andaluza realza la belleza de la mujer al marcar su figura, llevar escote y dar movimiento con los volantes y el fruncido de la falda. El nombre del país sobre la figura de la mujer indica que España es joven, vital y se puede disfrutar de sus gentes en todo momento en un clima incomparable. Además, la falta de rasgos físicos del rostro es significativa y permite extender esta figura a toda la oferta de España como destino turístico.

4. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.124). Título: ESPAGNE/SPANIEN. Hay dos versiones: en alemán y en francés. En la imagen aparecen tres jinetes andaluces, dos mujeres y un varón en el centro en una feria andaluza. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: las dos mujeres están subidas a caballo y visten el traje de corto o campero de amazona, propios de la feria andaluza (chaqueta ajustada, camisa blanca, botas camperas y sombrero cordobés). Su cabello es negro, melena larga recogida según el canon de la época. Los rasgos faciales no están marcados, lo que las convierte en tipos más que en individuos. La postura de ambas mira al varón en el centro y una de ellas alza una copa de vino con gesto refinado y simbólico. Presenta la estética masculina del traje de corto, la postura erguida y gesto controlado.
- Posición/dimensión relativa: la escena está muy equilibrada en términos de composición. Las tres figuras comparten un espacio central, organizadas casi en estructura triangular. Ninguna figura domina visualmente sobre las otras, y todas están en el mismo plano. La mujer de la derecha (levantando la copa) incluso adquiere cierto peso visual por su gesto y cercanía al espectador. La proporción, por tanto, es igualitaria en términos gráficos, pero no en términos narrativos.
- Rol/papel representado: las jóvenes participan activamente en la actividad festiva - montan a caballo, beben y dialogan visualmente con el hombre. Su papel es el de compañeras o coprotagonistas en un entorno de ocio elegante, pero tradicional. No hay una sumisión evidente pero ambas figuras enmarcan al hombre que ocupa el centro en posición frontal al que ambas miran, lo que sugiere liderazgo simbólico.
- El contexto argumental representa un momento de fiesta tradicional en Andalucía: el caballo, con adorno floral, la cortina a rayas rojas y blancas en el fondo, junto con la cenefa verde superior, sitúa la escena en un espacio festivo, de feria o romería. Los personajes se encuentran en el exterior de una caseta de feria en actitud festiva compartiendo vino, montando a caballo y vistiendo el traje clásico.

Es una escena de evento de ocio exclusivo, elegante y tradicional burgués regionalizado.

Conclusión Interpretativa: este cartel ofrece una imagen de España elegante y tradicional, donde la mujer forma parte activa del ocio festivo andaluz sin romper con los roles de género clásicos: participa, se mueve, brinda, monta a caballo. En conjunto, se proyecta una imagen idealizada de igualdad formal entre géneros, pero subordinada al discurso turístico del franquismo, que exalta la tradición, el orden y la estética del folclore como rasgos definitorios del país. Se transmite sociabilidad festiva, de alto valor turístico.

5. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.125). Título: SPANIEN. En la imagen aparece una pareja (hombre y mujer) de jóvenes andaluces bailando en una plaza de pueblo andaluz. Los rasgos de la mujer son los siguientes:

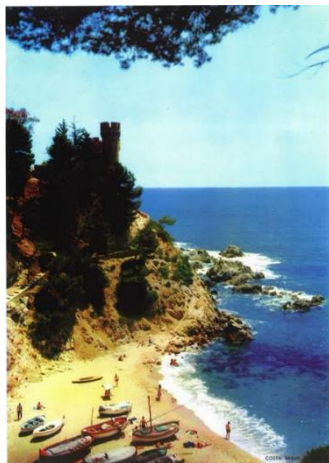


- Elementos estéticos: la mujer luce un traje tradicional de faralaes largo, con volantes en zigzag negros y lunares turquesa que acentúan el movimiento. El cabello recogido con raya al medio y posible flor complementa el canon flamenco. Su postura corporal —brazos en alto, cabeza ladeada, gesto concentrado— comunica expresividad y temperamento. La escena se recorta sobre un fondo rojo vibrante que potencia el impacto visual. El entorno arquitectónico con balcones y arcos refuerza el ambiente andaluz típico.
- Rol/papel representado: la mujer aparece como bailaora flamenca, protagonista activa del baile junto al varón. A diferencia de otras representaciones pasivas o decorativas, aquí ejerce un rol expresivo, dinámico y atractivo. Sin embargo, su papel está inserto en el marco del espectáculo folclórico que convierte la danza y el cuerpo en reclamo visual para el turista, reforzando la feminidad como rasgo nacional.
- Posición/dimensión relativa: la mujer ocupa una posición ligeramente adelantada respecto al hombre, y su vestido con amplio vuelo domina gran parte del cartel, especialmente en la mitad inferior. Este uso del espacio le otorga el mayor protagonismo visual de la escena. Ambos personajes forman una pareja coreográfica equilibrada, pero la mujer destaca por movimiento y volumen.

- Contexto argumental: la escena tiene lugar en una plaza de pueblo andaluz, con casas típicas, balcones y fondo arquitectónico en tonos cálidos. El color rojo del fondo y la figura a caballo en un rincón del cartel remiten a lo nacional y lo rural. Se trata de un espacio de fiesta, cultura popular y exhibición tradicional.

Conclusión interpretativa: este cartel ofrece una visión vibrante de España a través del flamenco como emblema nacional. La mujer es representada como figura central, activa y expresiva, pero encuadrada en un discurso que convierte su arte en espectáculo turístico. Aunque tiene presencia y movimiento, su función sigue siendo la de símbolo visual de una identidad nacional sensual, folclórica y regionalizada, construida para ser admirada por el visitante extranjero.

6. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.126). Título: SPAIN IS "DIFFERENT" VISIT SPAIN. Costa Brava. La imagen es una fotografía del paisaje de una playa o cala de la Costa Brava a vista de pájaro con barcas y bañistas entre los que se perciben al menos tres mujeres. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



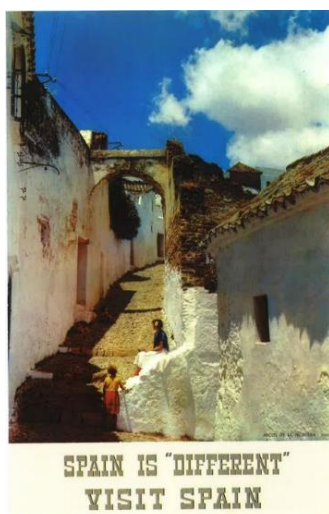
SPAIN IS "DIFFERENT"
VISIT SPAIN

- Elementos estéticos: las mujeres aparecen en bañador, sentadas, tumbadas o de pie en la arena, integradas en la escena veraniega. No se aprecian detalles faciales ni estilización. Los colores intensos del mar, el cielo y la vegetación contrastan con los tonos claros de la arena y los cuerpos al sol, transmitiendo una sensación de exotismo climático y placer visual. La estética es realista y fotográfica, y las mujeres no están representadas como símbolos folclóricos, sino como cuerpos veraneantes en libertad.
- Posición/dimensión relativa: la dimensión los personajes femeninos y masculinos es la misma sin distinciones de importancia por tamaño o posición en la composición. Las figuras son diminutas en la composición general, que prioriza el paisaje y la perspectiva aérea. El protagonismo visual recae en el entorno natural (mar, acantilado, vegetación), mientras que los cuerpos, barcas y sombrillas aparecen subordinados al espectáculo visual del territorio. La mujer no ocupa un lugar destacado, pero sí se incluye como parte del atractivo visual y experiencial.

- Rol/papel representado: las mujeres participan de las actividades relajantes propias del ocio moderno en la playa. Representan a la turista extranjera o a la mujer española modernizada en un contexto des-folclorizado, asociado al cuerpo, al sol y al consumo de paisaje. La mujer encarna una promesa de libertad hedonista y desinhibida, propia de los inicios del turismo de sol y playa.
- Contexto argumental: la imagen representa un paisaje costero como escenario de disfrute estival. La playa, las barcas y los bañistas componen un relato de turismo moderno, despolitizado, des-regionalizado y basado en la experiencia climática. El eslogan “Spain is different” y el uso del inglés apuntan claramente al visitante extranjero, al que se le ofrece un destino cálido, accesible y sensual.

Conclusión interpretativa: este cartel representa un cambio de paradigma en la construcción de la imagen de España: frente al folclore y la tradición rural, aquí se proyecta una costa abierta al turismo internacional. La mujer se presenta como cuerpo en libertad, dentro de un relato hedonista y climático que asocia España al placer sensorial. Aunque su rol no es central ni simbólicamente cargado, su inclusión naturalizada en la escena refuerza la idea de un país atractivo, moderno y distinto, según los códigos del turismo de masas emergente.

7. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.129). Título: SPAIN IS “DIFFERENT” VISIT SPAIN. Arcos de la Frontera (Cadiz). La imagen es una fotografía de una cuesta del Pueblo Gaditano Arcos de la Frontera donde aparecen una mujer joven y tres personajes infantiles al pie de la calle. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: la mujer joven aparece sentada sobre un murete, con falda clara y blusa de manga corta, adornada con pulseras y una flor blanca en el cabello moreno. Frente a ella, una niña pequeña de espaldas apoya los brazos en el mismo muro. Ambas visten con ropa informal propia de los años cincuenta, sin indicios de folclore ni estereotipos rurales. El entorno blanco del pueblo (paredes encaladas, suelo empedrado, luz solar intensa) realza los colores de las figuras humanas y transmite una estética limpia,

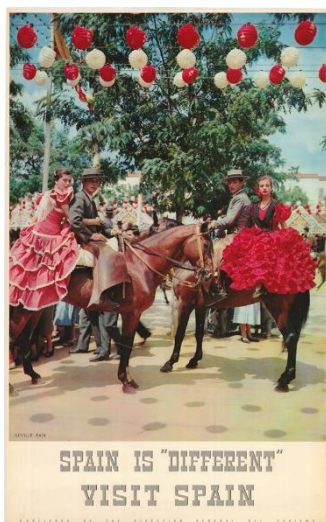
cálida y realista. No presentan rasgos faciales diferenciados.

- Posición/dimensión relativa: las figuras humanas aparecen en el plano inferior de la imagen, de tamaño reducido en comparación con la arquitectura y el paisaje urbano. Su ubicación en la base de la cuesta y su pequeño tamaño visual refuerzan su papel decorativo, subordinado al protagonismo del entorno monumental y pintoresco que define el cartel.
- Rol/papel representado: las figuras representan una madre y una hija que están en la calle con otros dos hijos a los que cuida en una tarde estival. El papel de la mujer está vinculado a la vida cotidiana, sin dramatización ni exotismo. No se muestra ni como figura sensual ni como símbolo folclórico, sino como mujer moderna en un entorno tradicional. Su belleza, natural y sin artificio, se presenta como parte del encanto local.
- Contexto argumental: la escena retrata un momento de descanso y convivencia familiar en una calle empinada de un pueblo blanco andaluz. Es verano, hay luz abundante y sombra, y la arquitectura encalada enmarca una imagen de vida sencilla, cálida y tranquila. El cartel propone una experiencia de autenticidad visual para el turista extranjero, donde lo cotidiano se transforma en imagen ideal.

Conclusión interpretativa: este cartel proyecta una imagen de la Andalucía interior donde conviven tradición arquitectónica, belleza natural y vida familiar sencilla. La figura femenina no es protagonista simbólica, pero sí actúa como mediadora entre lo local y lo atractivo: representa la cotidianidad amable, la modernidad discreta y el cuidado familiar. El contraste entre su apariencia cuidada y su función de madre sugiere una feminidad armoniosa y sin conflicto, ofrecida al espectador como parte del “encanto diferente” que España puede ofrecer.

8. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950
(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm)

Título: SPAIN IS “DIFFERENT” VISIT SPAIN. Seville Fair. La imagen es una fotografía de dos parejas de jóvenes con el traje regional (hombre y mujer) a caballo en el recinto de la Feria de Sevilla. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: las dos mujeres, jóvenes y de apariencia cuidada, visten el traje de flamenca o faralaes en tonos vibrantes (rojo y rosa), con volantes voluminosos, flor en el cabello recogido y grandes pendientes. Van montadas a la amazona en la grupa de caballos, sujetas por la cintura a dos hombres que visten el tradicional traje corto andaluz con sombrero cordobés. El entorno está lleno de farolillos rojos y blancos que refuerzan la estética festiva. La imagen transmite belleza, vitalidad y sensualidad codificada.
- Posición/dimensión relativa: las dos parejas a caballo ocupan el eje central del cartel, con proporción visual equivalente entre hombres y mujeres. Sin embargo, la postura de las mujeres —sentadas de lado, pasivas, dependientes del jinete que lleva las riendas con superioridad y poder de mando— marca una jerarquía simbólica: ellos dirigen, ellas acompañan. La mirada frontal (un tanto altanera) al espectador refuerza un efecto de presentación o desfile que invita a participar en el festejo. La mujer es parte del espectáculo visual.
- Rol/papel representado: las jóvenes sevillanas actúan como acompañantes ornamentales en un entorno de exhibición tradicional. Su función es decorativa y representativa: embellecen la escena y encarnan la feminidad festiva propia de la cultura regional.
- Contexto argumental: el cartel introduce al turista en la Feria de Sevilla donde los jóvenes montan a caballo exhibiendo la belleza del entorno, de las mujeres y de la raza de caballos. Todo ello en un ambiente soleado, decorado y con gran afluencia de público que se mueve por la arena y entre las casetas.

Conclusión interpretativa:

Este cartel representa a España a través de una escena folclórica cuidadosamente escenificada donde las mujeres, aunque centrales visualmente, están sometidas a un rol pasivo, ornamental y subordinado al varón. La imagen transmite una idea de país exuberante, bello y tradicional, donde la fiesta, la estética andaluza y la división clásica de roles refuerzan el atractivo turístico. El eslogan “Spain is different” se apoya aquí en la cultura regional como destino exótico y singular dirigido a la mirada extranjera.

9. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.134). Título: SPAIN IS “DIFFERENT” VISIT SPAIN.

Sevilla. La imagen muestra una construcción almenada rodeada de vegetación exuberante, probablemente parte de los jardines del Alcázar de Sevilla. En las escaleras aparece una mujer joven vestida de flamenca, y al pie de esta, un varón con traje típico andaluz la observa desde abajo. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: la figura femenina está vestida con traje de flamenca amarillo con perfiles negros, volantes amplios y flor en el cabello recogido. Su postura es erguida, elegante, en actitud de mostrar su belleza. La figura masculina —vestido con traje corto (chaqueta roja) y sombrero cordobés— se apoya en un peldaño, contemplando la escena desde abajo. El entorno vegetal, los macizos de flores y la torre almenada generan un marco escenográfico de carácter romántico y pintoresco. La mujer destaca por su colorido y su posición central en la composición. No

se observan rasgos faciales diferenciados,

- Posición/dimensión relativa: la mujer ocupa el plano intermedio y central, situada en el eje de la escalera mientras el varón está en un plano más cercano al espectador, de espaldas, en una postura subordinada como figura contemplativa en la base de la acción. La composición jerarquiza visualmente a la mujer por altura y contraste cromático. Sin embargo, no dejan de ser elementos decorativos subordinados al protagonismo del entorno monumental y pintoresco que define el cartel.
- Rol/papel representado: la figura femenina cumple un papel de símbolo de belleza y deseo. Aparece en movimiento y actitud altiva, como objeto de contemplación. Su posición genera una relación simbólica de mirada con el varón: ella se exhibe, él la observa desde abajo.
- Contexto argumental: la escena transcurre en un entorno patrimonial y exuberante, probablemente los jardines de un palacio sevillano. La arquitectura historicista y la vegetación tropical refuerzan el carácter exótico y romántico del lugar. La mujer flamenca no representa una situación realista, sino una imagen icónica que se eleva (literal y figuradamente) en el paisaje monumental.

Conclusión interpretativa: este cartel escenifica una visión idealizada de Andalucía como espacio de belleza, tradición y contemplación, donde la mujer es exaltada como figura visual central, objeto de deseo y símbolo del exotismo español. Su protagonismo está vinculado al efecto que provoca en la mirada masculina y en la del espectador. La feminidad aparece asociada al arte de la presencia y al paisaje monumental, componiendo un escenario que transmite diferencia, tradición y seducción como ejes del atractivo turístico nacional.

10. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950? (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm).

Título: SPAIN IS “DIFFERENT” VISIT SPAIN. Seville. La imagen es una fotografía del paisaje de una calle de Sevilla donde una pareja (hombre y mujer) de jóvenes sevillanos charla en un portal. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



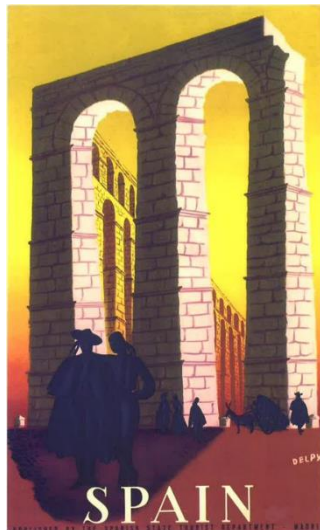
- Elementos estéticos: la joven aparece de espaldas, en el centro del callejón iluminado por el sol, vestida con un traje de flamenca rojo con lunares blancos, moño bajo adornado con flores y grandes pendientes. La postura corporal –brazo derecho apoyado en el umbral de la puerta y brazo izquierdo en jarras– denota seguridad, coquetería y elegancia. El entorno urbano incluye una calle estrecha de paredes encaladas, zócalos oscuros, balcones floridos y al fondo una ventana enrejada con una cruz encima, todo ello enmarcado por un cielo azul limpio. La estética es típica, colorida y simbólica. No se observan rasgos faciales diferenciadores.
- Posición/dimensión relativa: aunque el protagonismo general de la imagen recae sobre la arquitectura urbana, la figura femenina, situada en el centro de la luz, actúa como punto focal. Su figura, en contraste con las sombras laterales, capta la atención y se convierte en el eje visual de la escena. El varón, asomado al umbral, queda en segundo plano tanto visual como simbólicamente.
- Rol/papel representado: la mujer desempeña un rol decorativo y simbólico de feminidad tradicional en un contexto urbano costumbrista. Representa la belleza sevillana como figura coqueta, en actitud dialogante o romántica, asociada a los

valores del cortejo, la tradición y la sensualidad contenida. Su imagen embellece y da vida al entorno.

- Contexto argumental: la escena sitúa al espectador en una calle sevillana durante una tarde soleada, donde se insinúa un momento íntimo y cotidiano: un encuentro amoroso entre jóvenes en un entorno tradicional. El contraste entre la arquitectura blanca, la vegetación y la figura femenina vestida de flamenca crea un clima visual de tipismo, serenidad y atractivo sensual.

Conclusión interpretativa: este cartel proyecta una imagen de Sevilla como espacio de romanticismo tradicional, donde la mujer aparece como símbolo de encanto local, coquetería y tipismo andaluz. Aunque no representa un papel activo, su postura y estética la convierten en mediadora entre el entorno arquitectónico y la mirada del espectador. La escena combina lo cotidiano y lo simbólico para transmitir la esencia “diferente” de España, entendida aquí como belleza regional, cortejo tradicional y autenticidad urbana idealizada.

11. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1950? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.131). Título: SPAIN/SPAGNE. Hay dos versiones: en inglés y en francés. La imagen es una ilustración de Delpy del acueducto de Segovia acompañado de siluetas de segovianos y segovianas. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: en el cartel aparecen dos figuras de mujer ataviadas con el traje regional segoviano, de falda larga y tocado característico. Todas las figuras del cartel, masculinas y femeninas, están representadas como siluetas oscuras recortadas sobre el fondo cálido y luminoso del atardecer, lo que refuerza la monumentalidad del acueducto romano. No se observan rasgos faciales diferenciadores. La estética es simbólica, casi escenográfica, y reduce a los personajes a tipos visuales sin individualidad.
- Posición/dimensión relativa: las figuras femeninas aparecen en segundo plano y en proporciones menores, subordinadas visualmente a otras figuras masculinas más próximas al espectador (como el hombre de capa y sombrero en primer plano) y al animal de tiro. En todo caso, el protagonismo absoluto recae sobre el

acueducto, cuyo tamaño y posición central dominan por completo la escena. Las figuras humanas sirven de escala y atmósfera local, pero no de foco narrativo.

- Rol/papel representado: las mujeres cumplen un papel decorativo, representando una presencia costumbrista dentro de una escena de vida local. No realizan ninguna acción destacable ni interactúan entre sí, sino que refuerzan la ambientación tradicional que acompaña la exaltación monumental.
- Contexto argumental: el cartel sitúa la acción en un atardecer en Segovia, uno de los enclaves más monumentales del patrimonio español. La escena transmite una imagen de serenidad histórica, donde la vida cotidiana discurre bajo la sombra de una obra de ingeniería romana que simboliza la continuidad y el legado cultural.

Conclusión interpretativa: la figura femenina aparece aquí como parte de un conjunto ornamental que refuerza la idea de tradición local sin reclamar protagonismo. Su presencia es secundaria, casi residual, frente al valor simbólico del acueducto como emblema nacional. En este cartel, la mujer no encarna una promesa de experiencia ni un reclamo turístico directo, sino que queda relegada al fondo del discurso monumental, en consonancia con una visión de España como país de herencia clásica, grandiosidad histórica y tipismo atemporal. El género femenino se diluye así en la silueta del pasado, sin voz ni función propia más allá del acompañamiento visual.

12. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1952? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.135). Título: ESPAÑA. El cartel es una ilustración de Villemot de un paisaje nocturno de la ciudad Toledo donde un grupo de paisanos regresa a la ciudad andando y en burro. En primer plano aparece una representación del Puente de Alcántara, con su torre fortificada y la puerta monumental que da acceso al recinto amurallado. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:

- Elementos estéticos: en primer plano se aprecian varias figuras humanas de regreso hacia la ciudad, entre ellas una o dos mujeres representadas con falda larga y tocado, caminando junto a burros o jumentos. La estética es puramente simbólica y esquemática: las figuras humanas aparecen como siluetas oscuras sin rostro, insertadas en una escena pintoresca iluminada con contrastes de rojo, ocre y azul sobre un fondo negro. La ciudad, identificable por su Puerta de Bisagra, el



Alcázar y las torres de iglesias, está estilizada con un cromatismo vibrante y escenográfico.

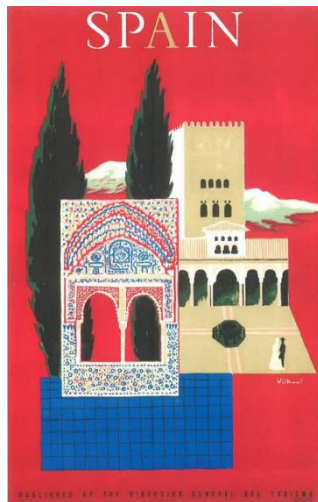
- Posición/dimensión relativa: las figuras campesinas aparecen en el borde inferior del cartel, pequeñas y subordinadas al paisaje arquitectónico que domina visualmente la imagen. La proporción sitúa a las personas como parte del entorno, casi a nivel decorativo, y no como protagonistas. Las figuras femeninas están al mismo nivel que las masculinas, pero diluidas en la masa rural que vuelve al abrigo de

la ciudad.

- Rol/papel representado: las mujeres forman parte de un grupo rural indistinto, desempeñando un rol tradicional y secundario como parte del costumbrismo. No tienen individualidad ni función narrativa destacada. Representan a la mujer del campo integrada en la vida rústica, sin connotaciones festivas ni sensuales.
- Contexto argumental: la escena representa el retorno al hogar al anochecer, con una visión idílica de la España interior y monumental, donde la vida popular y la ciudad histórica se funden en un todo armónico. Se proyecta una idea de seguridad, tradición y continuidad entre pueblo y patrimonio. El cartel convierte la arquitectura en protagonista y reduce a las figuras humanas a meras sombras dentro del paisaje.

Conclusión interpretativa: este cartel ofrece una visión idealizada y monumental de España donde la mujer rural forma parte del decorado costumbrista sin adquirir protagonismo simbólico alguno. A diferencia de otros carteles donde la figura femenina es exaltada por su belleza o sensualidad, aquí queda diluida en el anonimato colectivo. La mujer es parte del paisaje tradicional, sin rasgos distintivos, sin agencia, y subordinada al marco monumental que la acoge. El mensaje turístico se apoya en la historia, la arquitectura y la identidad nacional, mientras la mujer actúa como testigo silencioso de esa continuidad cultural.

13. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1957? (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.139). Título: SPAIN. Costa Brava. La imagen es una ilustración de Villemont de la Alhambra de Granada en la que se integra la silueta de una pareja (hombre y mujer) de lugareños. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:

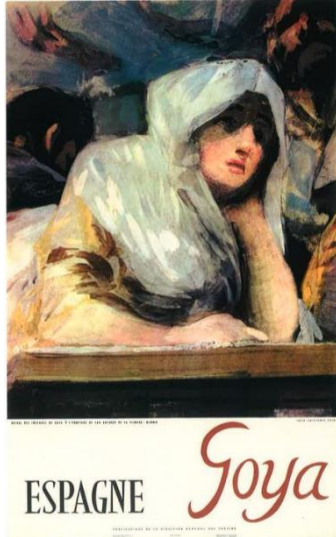


- Elementos estéticos: la mujer aparece silueteada en blanco, junto a un hombre de silueta oscura. Lleva el traje de flamenca con falda larga de volantes y mantilla en el pelo. No se observan rasgos faciales diferenciadores. La ilustración está compuesta con colores planos y contrastes intensos: fondo rojo, arquitectura morisca clara, suelo azul y cipreses verdes. El cartel destaca por su composición simbólica, en la que la Alhambra se convierte en emblema visual de España.
- Posición/dimensión relativa: la figura de la mujer es del mismo tamaño que la del hombre y ambas ocupan un papel subordinado respecto a los elementos arquitectónicos que dominan la imagen: la torre, los arcos y el jardín central. La jerarquía visual establece claramente que la mujer, junto al hombre, forma parte del decorado, sin protagonismo individual.
- Rol/papel representado: la figura femenina se presenta como acompañante del varón en una escena que evoca lo tradicional y lo local. No está individualizada ni dotada de agencia; su papel es simbólico como parte del “paisaje humano” que adorna y contextualiza el patrimonio cultural español.
- Contexto argumental: la escena se sitúa en el Patio de los Leones en la Alhambra de Granada - símbolo máximo del exotismo andalusí, una de las joyas patrimoniales de España- donde una pareja contempla el entorno. La imagen integra un detalle de ornamentos y suelo azul sobre fondo rojo que carga de intensidad, luz y brillo el cartel.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la mujer se reduce a una silueta que acompaña visualmente el patrimonio monumental. Su función es esencialmente decorativa, parte de una escenografía que busca proyectar una España tradicional, misteriosa y distinta. La figura femenina no representa ni modernidad ni deseo, sino arraigo cultural y tipismo como fondo humano del atractivo turístico. El mensaje se articula desde el exotismo estético y la iconicidad arquitectónica, donde lo femenino no es protagonista sino eco visual del lugar.

14. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1959 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.146). Título: ESPAGNE. GOYA: detail des fresques de Goya a l'Ermitage de San Antonio de la Florida,

Madrid: España. La imagen es una fotografía detalle de los frescos de Goya de la ermita de San Antonio de la Florida de Madrid de un busto de mujer asomada a la baranda contemplando el milagro de la resurrección de un hombre de San de Padua. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: la mujer pintada por Goya tiene rasgos juventud y belleza si bien son genéricos no personalizados. Va vestida como las majas de la época con vestido de color dorado y velo o mantilla blanca. Su rostro expresa mirada atenta y seria y su postura es de apoyo en la barandilla para observar con detenimiento.

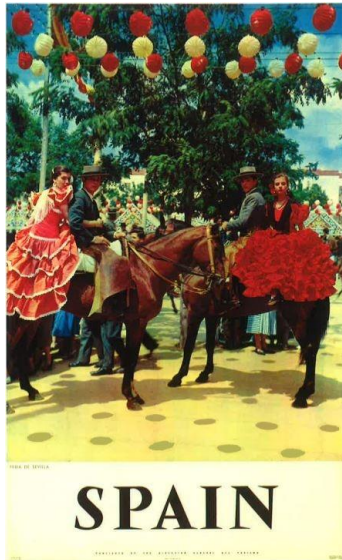
- Posición/dimensión relativa: en el cartel la joven es la protagonista y ocupa toda la imagen. A su alrededor hay alguna cabeza, brazo y elemento del entorno que indican que se encuentra en un grupo grande de personas.

- Rol/papel representado: se trata de una joven española de la época que representa aquí la belleza de la pintura de Goya que se puede contemplar en la arquitectura en España.
- Contexto argumental: el cartel sitúa la escena en un lugar donde hay un tumulto de personas donde la protagonista observa asombrada lo que ocurre.

Conclusión interpretativa: en este cartel la mujer pintada por Goya promete al turista extranjero la belleza que puede contemplar en las obras de arte, en este caso del pinto) y en la arquitectura donde se integra. La goyesca expresa la belleza y singularidad de España y sus artistas, es especial, de Goya que se adelantó a las tendencias pictóricas de la época.

15. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1959 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.149). Título: SPAIN. FERIA DE SEVILLA. La imagen es la misma fotografía que el cartel número 8 de este estudio. Cambia el texto principal que se reduce aquí a la palabra SPAIN y el subtítulo de la imagen que en este caso está en español “Feria de Sevilla”. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:

- Elementos estéticos: las dos mujeres, jóvenes y de apariencia cuidada, visten el traje de flamenca o faralaes en tonos vibrantes (rojo y rosa), con volantes



voluminosos, flor en el cabello recogido y grandes pendientes. Van montadas a la amazona en la grupa de caballos, sujetas por la cintura a dos hombres que visten el tradicional traje corto andaluz con sombrero cordobés. El entorno está lleno de farolillos rojos y blancos que refuerzan la estética festiva. La imagen transmite belleza, vitalidad y sensualidad codificada.

- Posición/dimensión relativa: las dos parejas a caballo ocupan el eje central del cartel, con proporción visual equivalente entre hombres y mujeres. Sin embargo, la postura de las mujeres —

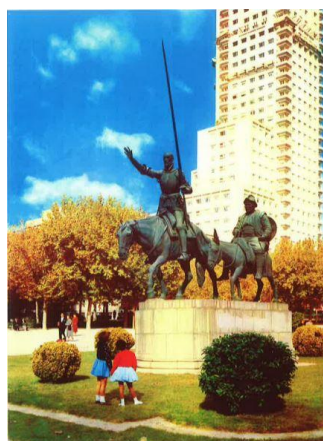
sentadas de lado, pasivas, dependientes del jinete que lleva las riendas con superioridad y poder de mando— marca una jerarquía simbólica: ellos dirigen, ellas acompañan. La mirada frontal (un tanto altanera) al espectador refuerza un efecto de presentación o desfile que invita a participar en el festejo. La mujer es parte del espectáculo visual.

- Rol/papel representado: las jóvenes sevillanas actúan como acompañantes ornamentales en un entorno de exhibición tradicional. Su función es decorativa y representativa: embellecen la escena y encarnan la feminidad festiva propia de la cultura regional.
- Contexto argumental: el cartel introduce al turista en la Feria de Sevilla donde los jóvenes montan a caballo exhibiendo la belleza del entorno, de las mujeres y de la raza de caballos. Todo ello en un ambiente soleado, decorado y con gran afluencia de público que se mueve por la arena y entre las casetas.

Conclusión interpretativa: este cartel representa a España a través de una escena folclórica cuidadosamente escenificada donde las mujeres, aunque centrales visualmente, están sometidas a un rol pasivo, ornamental y subordinado al varón. La imagen transmite una idea de país exuberante, bello y tradicional, donde la fiesta, la estética andaluza y la división clásica de roles refuerzan el atractivo turístico.

16. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1959 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.147). Título: SPANIEN. MADRID PLAZA DE ESPAÑA. La imagen es una fotografía en color de la Plaza de España de Madrid donde aparece el monumento a Cervantes con las esculturas

ecuestres de Don Quijote y Sancho Panza, y en primer plano dos niñas pequeñas observando la escena. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



SPANIEN

- Elementos estéticos: las dos niñas aparecen de espaldas, una vestida con falda azul y chaqueta roja, la otra con falda azul y jersey oscuro. Llevan medias blancas y zapatos negros. Su postura, erguida y contemplativa, sugiere admiración y curiosidad infantil. No se observan rasgos faciales diferenciadores. El entorno es un parque urbano otoñal, con árboles dorados, arbustos recortados y cielo despejado. Al fondo, se alza un gran edificio moderno que contrasta con el clasicismo del monumento.
- Posición/dimensión relativa: las niñas ocupan la parte inferior izquierda del cartel, de tamaño reducido frente al pedestal del monumento, pero destacadas por el color de sus ropas y su ubicación en primer plano. Hay una pareja de adultos del brazo y una señora caminando por la plaza de pequeñísimo tamaño que ambienta la escena. La composición jerarquiza claramente el monumento, que domina la imagen, mientras las figuras infantiles introducen una nota humana y emocional, actuando como mediadoras entre la obra escultórica y la mirada del espectador.
- Rol/papel representado: las niñas representan a las nuevas generaciones que contemplan la historia y el legado cultural de España. Su presencia aporta un contrapunto de inocencia, ternura y continuidad nacional. No son personajes activos, sino espectadores de la tradición y del símbolo literario que representa Don Quijote.
- Contexto argumental: la escena transcurre en la emblemática Plaza de España de Madrid, en una mañana luminosa de otoño. El cartel combina elementos urbanos, naturales y culturales: monumento histórico, arquitectura contemporánea y figura infantil. El mensaje visual sitúa al espectador extranjero ante un país que honra su herencia literaria y monumental en espacios públicos vivos y accesibles.

Conclusión interpretativa: este cartel ofrece una imagen de España como nación culta, moderna y entrañable, donde el legado literario (Cervantes) convive con la infancia, el paisaje urbano y la monumentalidad clásica. La figura femenina, aquí representada por niñas, no cumple un rol folclórico ni sensual, sino simbólico: ellas son testigo del pasado

y promesa del futuro. La feminidad infantil introduce una mirada pura y contemplativa sobre la historia nacional, reforzando el atractivo turístico desde la sensibilidad y el arraigo.

17. Cartel del Ministerio de Información y Turismo, Dirección General del Turismo, 1959 (Instituto de Estudios Turísticos, ed. 2005, p.144). Título: SPANIEN. RAMBLA DE LAS FLORES BARCELONA. La imagen es una fotografía en color de la Rambla de las Flores de Barcelona donde un grupo de mujeres compra flores en un puesto. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: el grupo de mujeres que compran flores está compuesto por señoras adultas vestidas a la moda del momento: mangas cortas, faldas rectas (en las de mayor edad) y falda con vuelo en la más joven. Casi todas llevan collar corto de perlas, pendientes y reloj de pulsera en la muñeca izquierda. Lucen peinados cortos, ondulados y sueltos, mayoritariamente morenos. Se encuentran conversando entre ellas o mirando a la florista que las atiende, quien lleva un delantal y el pelo rubio recogido. La mujer joven destaca por su postura recta y cuidada, vestida con falda de vuelo y calzado de cuña dorado. Gran parte de la fotografía está ocupada por el puesto de flores, con una profusión multicolor de ramos y cubos de flores. En la parte superior, las ramas verdes de los árboles filtran la luz del día, mientras una sombrilla roja interrumpe la vertical para señalar otro puesto cercano. El conjunto transmite alegría, vitalidad y armonía cromática.
- Posición/dimensión relativa: el grupo femenino ocupa un espacio relevante en la composición, aunque subordinado al protagonismo visual del puesto floral. La escena está enmarcada en un eje peatonal donde, al fondo, circulan hombres y viandantes con menor presencia por escala y distancia.
- Rol/papel representado: las mujeres representadas encarnan el papel social de amas de casa, madres o abuelas que acuden a comprar flores como parte de sus tareas cotidianas, asociadas a la decoración del hogar y al cuidado del entorno familiar. Una de ellas -la florista- ejerce un oficio tradicionalmente femenino en el espacio público.

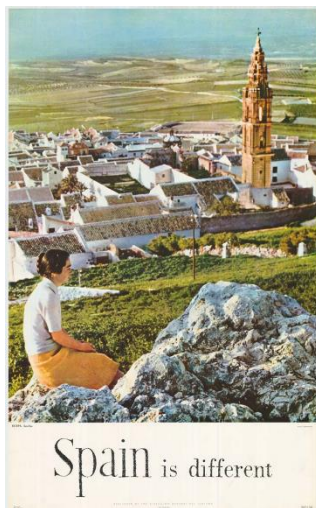
- Contexto argumental: la escena transcurre en la Rambla de las Flores de Barcelona durante un día soleado y cálido. Las mujeres compran flores en un ambiente animado, mientras los transeúntes caminan entre puestos y arboledas. El entorno urbano se presenta como un paseo comercial y turístico lleno de vida.

Conclusión interpretativa:

Las figuras femeninas de este cartel simbolizan la belleza y el colorido del lugar anunciado: la Rambla de las Flores. La mujer aparece como agente de la estética doméstica, vinculada a valores de tradición, gusto y cotidianidad. A través de ellas se representa un estilo de vida amable, vinculado al bienestar, las costumbres y la feminidad serena en el contexto urbano de una España moderna pero enraizada en sus hábitos sociales.

18. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1960s (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/spain_different.htm)

Título: Spain is different. ESTEPA. Sevilla. La imagen es una fotografía en color de un paisaje urbano y rural de Estepa (Sevilla), vista desde una colina. En primer plano, una mujer joven aparece sentada sobre unas rocas, contemplando el pueblo encalado que se extiende a sus pies, coronado por una torre barroca. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



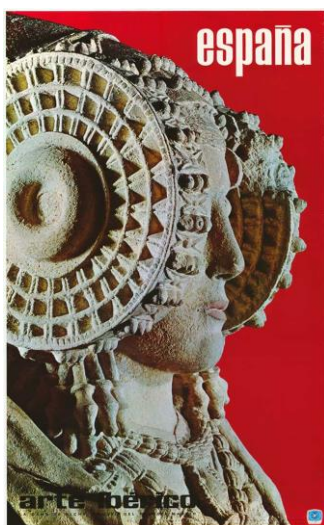
- Elementos estéticos: la figura femenina viste con falda de lana naranja y blusa blanca de manga corta. Va peinada con un moño bajo simple y presenta una estética recatada y discreta, acorde con los ideales tradicionales de feminidad. Su posición de perfil, con las manos apoyadas en las rodillas y la mirada dirigida hacia el pueblo, transmite serenidad, recogimiento y conexión emocional con el lugar. No se observan rasgos faciales diferenciadores. La composición cromática enfatiza la luminosidad del paisaje andaluz y la limpieza arquitectónica del caserío blanco.
- Posición/dimensión relativa: la mujer se sitúa en primer plano, en el ángulo inferior izquierdo, destacando por su ubicación, aunque no por su tamaño. El verdadero protagonista visual es el paisaje urbano y rural que se extiende ante ella, con la torre monumental como eje vertical central. La figura femenina funciona como mediadora entre el espectador y el entorno: no domina la escena, pero la

introduce afectivamente. Su postura contemplativa refuerza una mirada interiorizada y sensible sobre el territorio.

- Rol/papel representado: la mujer representa una joven del pueblo que observa, interioriza y contempla el paisaje como símbolo de pertenencia. Simboliza una feminidad vinculada al arraigo, a la tierra, a la tradición y a la serenidad. En este contexto, se convierte en metáfora de la España interior: bella, silenciosa, permanente.
- Contexto argumental: el cartel presenta una escena cotidiana en la que una joven disfruta de la naturaleza que rodea a su pueblo.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la figura femenina se asocia al territorio como símbolo de arraigo emocional y serenidad. Su papel es contemplativo, no folclórico ni sensual: está al margen del exotismo andaluz típico de otros carteles. Se ofrece al espectador extranjero una imagen idealizada de España como lugar de autenticidad rural y belleza silenciosa, donde la mujer representa la conexión íntima con el paisaje. El pueblo blanco, el campanario barroco, los campos abiertos y la figura femenina contemplativa construyen una imagen de España íntima y auténtica, que apela más a la sensibilidad que al espectáculo. El eslogan “Spain is different” se resignifica aquí como una promesa de autenticidad, silencio, luz y recogimiento.

19. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1961 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: España. Arte Ibérico. La imagen es una fotografía en primer plano del rostro de la Dama de Elche de perfil/tres cuartos sobre fondo rojo. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: la escultura de la conocida como Dama de Elche está fotografiada en perspectiva de tres cuartos, lo que oculta parte del rostro. Representa a una mujer joven de gran belleza idealizada: nariz recta, boca pequeña, frente amplia y cuello alargado, todo ello con proporciones estilizadas. Los adornos geométricos que rodean su cabeza y cuello -rodetes laterales, collares y tocado- refuerzan el carácter ornamental de la figura. No se observan rasgos faciales diferenciadores. El color

piedra de la escultura contrasta con el fondo rojo plano, que aporta fuerza, calidez y valor simbólico al conjunto.

- Posición/dimensión relativa: el busto de la Dama ocupa casi toda la superficie del cartel, con protagonismo absoluto. No hay ningún otro elemento figurativo, salvo el texto superior con la palabra “España” y el título inferior “arte ibérico”, que funcionan como anclajes del significado. La figura domina el encuadre como icono cultural.
- Rol/papel representado: la mujer aparece como símbolo de la belleza ideal del arte ibérico, encarnación estética de un pasado glorioso. Su carácter escultórico refuerza una representación impersonal, solemne y atemporal de la feminidad, desligada de funciones narrativas o sociales concretas.
- Contexto argumental: el cartel no sitúa la figura en un entorno reconocible: se elimina cualquier referencia espacial o temporal para centrar toda la atención en la imagen escultórica. El fondo rojo enfatiza la iconicidad de la pieza. El mensaje se construye desde la idea de valor artístico, patrimonial y arqueológico vinculado a la identidad nacional.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la mujer aparece representada como obra de arte. La Dama de Elche, despojada de contexto narrativo, se convierte en símbolo del esplendor cultural de la España ancestral. Su función es estética y emblemática: no es un personaje sino una alegoría visual de la belleza antigua. La feminidad se reduce aquí a ideal de perfección formal, donde la mujer es testimonio mudo de un patrimonio que se ofrece al visitante como tesoro artístico nacional.

20. Cartel de la Subsecretaría de Turismo 1960s
(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título:



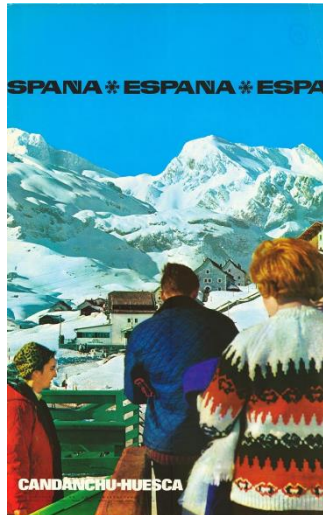
España, Cadaqués. Gerona. La imagen es una fotografía a color de la bahía de Cadaqués (Gerona. Costa Brava), tomada desde el interior de un porche o arco que enmarca la escena. En primer plano, hay varias barcas varadas sobre la playa de guijarros. En el fondo, se distingue la arquitectura blanca típica del Mediterráneo. En la parte derecha, muy pequeña, se encuentra una figura femenina sentada en la arena arreglando los aperos o las redes. Los rasgos de la mujer son los siguientes:

- Elementos estéticos: la mujer aparece sentada en la arena ataviada con ropa de trabajo. Es una mujer adulta en actitud activa, parece estar arreglando un apero de pesca o red. No se observan rasgos faciales diferenciadores. La estética general es mediterránea, luminosa y tranquila y no destaca sobre el conjunto de la fotografía.
- Posición/dimensión relativa: el tamaño de la mujer es muy pequeño y no tiene ninguna relevancia en la composición respecto al conjunto, subordinado a las barcas, el agua y las fachadas blancas del pueblo. Funciona como figura ambiental, sin protagonismo. Hay otros personajes más alejados que cumplen la misma función de expresar la vida cotidiana del pueblo.
- Rol/papel representado: la mujer aparece trabajando en las labores de la pesca y su papel añade presencia humana y vida a la escena.
- Contexto argumental: la escena presenta un día soleado en el pueblo de Cadaqués donde las barcas están recogidas y la arquitectura blanca resplandece bajo un cielo despejado. La presencia humana es decorativa y presenta el vínculo con la pesca del pueblo.

Conclusión interpretativa: la mujer en el cartel representa la actividad cotidiana del pueblo marinero donde todos participan del trabajo en el mar. Sin embargo, la figura femenina apenas tiene relevancia. Su presencia es residual y actúa como elemento ambiental en una escena centrada en la belleza paisajística del litoral catalán. La mujer se funde con el paisaje como parte del decorado, en una representación donde lo visual y arquitectónico domina sobre lo humano.

21. Cartel de la Subsecretaría de Turismo 1960s (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: España, Candanchu. Huesca. La imagen es una fotografía del paisaje de la estación de nieve con primer plano de tres visitantes de espaldas llegando al lugar. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:

- Elementos estéticos: las dos mujeres aparecen vestidas con ropa de abrigo apropiada para la nieve: chaquetones, jerséis gruesos y gorros. La figura más alejada luce un gorro con estampado de leopardo, cabello oscuro recogido y



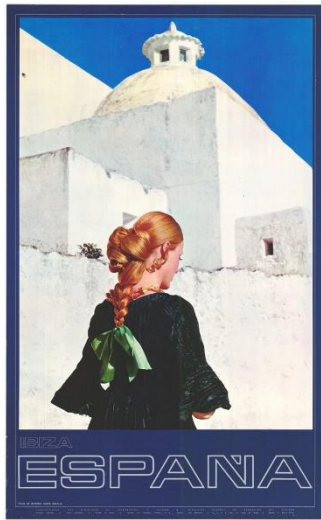
chaqueta roja. La figura femenina más próxima al espectador lleva el cabello corto, de color castaño claro, sin cubrir, y un jersey blanco de lana con grecas rojas y negras. Ambas mujeres presentan una imagen moderna, activa y funcional, alejada de estereotipos tradicionales o folklóricos. Sus rasgos no son visibles al estar de espaldas y de perfil.

- Posición/dimensión relativa: las mujeres son protagonistas junto a un varón que va entre ellas de espaldas con chaqueta azul que no les resta importancia. Las dos mujeres ocupan un lugar destacado en el primer plano, junto al varón que camina entre ellas. Aunque su presencia es compartida, no están subordinadas visualmente al personaje masculino.
- Rol/papel representado: las mujeres aparecen como turistas activas, modernas e independientes, participando de una actividad de ocio asociada al deporte y al paisaje natural. Su papel se aleja del rol doméstico, decorativo o pasivo habitual en otros carteles, representando en cambio una feminidad autónoma vinculada al disfrute y al turismo activo.
- Contexto argumental: La escena transcurre en la estación de Candanchú, un enclave emblemático del turismo invernal en España. La fotografía capta el momento en que los visitantes, abrigados y en movimiento, se integran en el paisaje nevado del Pirineo. El cartel promueve un turismo de montaña, moderno y deportivo, dirigido a un público joven e internacional.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la representación femenina refleja un cambio respecto a modelos anteriores: las mujeres son protagonistas activas de un entorno turístico vinculado al deporte, el ocio y la naturaleza. Aunque no hay protagonismo individual ni detalle expresivo, su presencia visibiliza un modelo de mujer moderna, viajera y autónoma. El mensaje turístico se construye desde una imagen de país diverso y actualizado, donde la nieve y la juventud forman parte de una oferta atractiva para el visitante extranjero.

22. Cartel de la Subsecretaría de Turismo 1960s (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: España, Ibiza. La imagen es una fotografía a color que muestra a una mujer joven de espaldas, ligeramente girada en perfil, frente a una construcción tradicional

encalada de Ibiza. El cartel combina modernidad, exotismo y tradición a través del tratamiento visual de la figura femenina. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: La joven tiene el cabello rubio cobrizo, recogido en un moño ornamentado que se prolonga en una trenza, adornada con un gran lazo verde en la punta. Este peinado remite directamente al atuendo tradicional ibicenco. Luce un vestido verde oscuro con textura aterciopelada y cuello abierto, que sugiere sofisticación, elegancia y cierto lujo. El contraste cromático entre su cabello, el vestido y el fondo blanco puro de las casas de cal —junto al cielo azul intenso— genera una composición visual limpia, estilizada y muy cuidada.
- Posición/dimensión relativa: la mujer ocupa el primer plano y se convierte en la figura central del cartel, dominando visualmente la escena frente a la arquitectura blanca de fondo. Su presencia define la atmósfera del cartel y dirige la atención del espectador hacia la conjunción entre cuerpo, vestimenta y paisaje. Aunque no mira al espectador, su perfil y el dinamismo del peinado establecen una clara centralidad.
- Rol/papel representado: la figura femenina encarna una belleza idealizada, sofisticada y silenciosa. Su estilización y vestimenta remiten a lo autóctono reinterpretado como moda de alta gama. Es difícil determinar si representa a una ibicenco o a una turista, pero su papel es simbólico: actúa como mediadora entre la tradición local y la mirada extranjera, presentando lo exótico como elegante y deseable.
- Contexto argumental: la escena sitúa a la mujer en un entorno típico de la isla de Ibiza, concretamente en Santa Eulalia, según indica el pie del cartel. No hay acción ni interacción con otros elementos: la mujer posa o camina, fundida con el paisaje arquitectónico. Se construye así una imagen de destino singular, donde lo local se estiliza para el turismo de calidad.

Conclusión interpretativa: este cartel ofrece una visión de la mujer como figura sofisticada, silenciosa y estéticamente poderosa, que representa una Ibiza idealizada, blanca, elegante y diferente. La feminidad aquí se convierte en metáfora del lugar: única,

bella y misteriosa. A través del uso de un peinado tradicional y un vestido reinterpretado, el cartel articula una imagen de exotismo refinado, dirigida a un turismo de élite atraído por lo auténtico, lo diferente y lo exclusivo.

23. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1960s

(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm)

Título:

España. Sevilla. La imagen es una fotografía a color de dos mujeres jóvenes vestidas con trajes tradicionales de inspiración flamenca, vistas de espaldas y medio perfil, sobre fondo oscuro neutro. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: ambas figuras son morenas, peinadas con moño bajo pulido y adornadas con flores en lo alto de la cabeza, una blanca y otra roja, a juego con los pendientes de aro de gran tamaño, típicos del atuendo flamenco. Visten trajes sin mangas de color oscuro con largos flecos blancos sobre los hombros, que destacan con intensidad frente al fondo negro. La imagen está cuidadosamente compuesta para resaltar la textura de los tejidos, la tersura de la piel y la silueta estilizada de las jóvenes.
- Posición/dimensión relativa: las dos mujeres protagonizan plenamente el cartel, ocupando casi toda la superficie visual. No hay otros elementos ni paisajes que compitan con su presencia. La composición está centrada en ellas como únicas figuras significativas, lo que refuerza su papel como emblema visual.
- Rol/papel representado: las mujeres encarnan el estereotipo de la bailaora andaluza, símbolo de la feminidad sensual y racial asociada al folclore sevillano. Su rol es decorativo y representativo: no están actuando ni interactúan con nadie, sino que posan como iconos de una identidad cultural atractiva y reconocible.
- Contexto argumental: la escena no presenta un entorno festivo explícito, pero el atuendo y los accesorios remiten claramente a la celebración folklórica andaluza. La ausencia de fondo refuerza la idea de que lo esencial es el símbolo, no el momento narrativo. La mujer aparece así desligada de un tiempo o lugar concretos, convertida en emblema atemporal del sur español.

Conclusión interpretativa: este cartel ofrece una imagen estilizada, sensual y emblemática de la mujer andaluza, cuya función es representar visualmente la esencia folklórica de

Sevilla. Las figuras femeninas actúan como metáforas vivas de la cultura local, reducidas a símbolo visual y estético. La feminidad se construye aquí desde el exotismo, la ornamentación y la pertenencia a una identidad regional intensa, que se ofrece al visitante como atractivo turístico esencial.

24. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1960s
(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm)

Título: España. Ceuta. La perla del Mediterráneo. La imagen es una fotografía en color del puerto de Ceuta, donde se observa un gran velero atracado con el skyline de la ciudad al fondo. En primer plano, una figura femenina rubia se sitúa junto al barco, mirando hacia la ciudad. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: la figura femenina es una mujer joven, rubia, vestida con ropa oscura y ligera, posiblemente un vestido veraniego, y calzado de tacón bajo. Presenta una postura relajada, de pie, con un brazo apoyado en la cadera mientras observa el paisaje. Su aspecto es cuidado y moderno, más cercano a una turista que a una habitante local. La estética general del cartel es luminosa, clara y fresca, con gran protagonismo del azul del cielo y del mar, que refuerzan el carácter costero y mediterráneo del destino.
- Posición/dimensión relativa: la mujer ocupa una posición destacada en primer plano, aunque su figura es pequeña en comparación con el velero y el mástil que dominan verticalmente la imagen. Su presencia introduce un punto de interés humano sin competir con el protagonismo del paisaje urbano-marítimo, actuando como mediadora visual entre el espectador y el entorno.
- Rol/papel representado: la mujer aparece como visitante o turista, disfrutando de las vistas del puerto de Ceuta. Su indumentaria y actitud transmiten una imagen de ocio, exploración y disfrute personal. Representa una feminidad independiente, activa y vinculada al turismo moderno.
- Contexto argumental: la escena presenta una jornada soleada en el puerto de Ceuta. La figura femenina observa la ciudad desde el muelle, junto a un velero tradicional, lo que sugiere una experiencia turística vinculada al mar, la cultura mediterránea y el exotismo geográfico de la ciudad autónoma. El eslogan “La

perla del Mediterráneo” refuerza la idea de un destino brillante, singular y atractivo.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la figura femenina funciona como símbolo del turismo moderno y contemplativo. Representa a la visitante extranjera o nacional que, desde la serenidad del puerto, contempla la ciudad con curiosidad y aprecio. Su imagen estilizada, rubia y elegante contrasta con otros modelos más folclóricos o domésticos, proponiendo un ideal de mujer viajera, independiente y cosmopolita. La ciudad de Ceuta se ofrece al espectador como un destino singular, bello y diferente, donde la figura femenina actúa como testigo de una experiencia turística tranquila y sofisticada.

25. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1960s (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/deportes.htm) Título: Invierno en España (en cuatro idiomas). La imagen presenta una composición gráfica en fondo negro con una gran ilustración blanca de un copo de nieve en la parte superior y cuatro franjas verticales que contienen fragmentos fotográficos de esquiadores en acción. En una de estas franjas aparece una figura femenina practicando esquí. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: la mujer es joven, morena y lleva el cabello cubierto con un gorro blanco. Viste un conjunto de esquí moderno y llamativo: chaqueta amarilla y pantalones oscuros. Su indumentaria es funcional y elegante, acorde con la actividad deportiva. La postura activa, en pleno descenso, transmite dinamismo, confianza y destreza. No se aprecian rasgos faciales concretos debido a la distancia y el formato fragmentado de la imagen.

- Posición/dimensión relativa: la mujer aparece en la tercera franja, en posición central respecto al conjunto fotográfico. Aunque su figura es de tamaño medio y no ocupa todo el cartel, destaca por el color de su vestimenta y por estar aislada en un recorte vertical, lo que focaliza la atención. El fondo blanco de la nieve contrasta con el negro del cartel y refuerza su visibilidad.

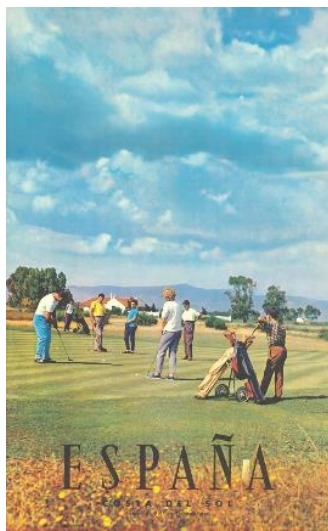
- Rol/papel representado: la mujer representa a una esquiadora activa y moderna, símbolo del turismo deportivo e invernal. Su papel es el de protagonista en

igualdad con los varones que también aparecen en el cartel, integrándose plenamente en el disfrute del deporte de invierno.

- Contexto argumental: el cartel muestra una jornada de esquí en una estación invernal española. La fragmentación visual subraya la diversidad de acciones y participantes, mientras que el diseño gráfico moderno y minimalista proyecta una imagen internacional y sofisticada del turismo en España. La presencia de textos en varios idiomas indica una clara vocación de atraer al visitante extranjero.

Conclusión interpretativa: la figura femenina en este cartel encarna una imagen moderna, activa y cosmopolita de la mujer, asociada al turismo deportivo de invierno. Lejos de roles decorativos o folclóricos, aquí participa en igualdad de condiciones en una actividad física exigente. El cartel proyecta una visión contemporánea de España como destino diverso y europeo, en el que el esquí y la modernidad conviven con naturalidad. La mujer refuerza ese mensaje como figura autónoma, deportista y elegante.

26. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1960s (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/deportes.htm). Título: España Costa del Sol. Campo de golf de Torremolinos. En el cartel un grupo de hombres y mujeres jóvenes juega al golf y dos niños llevan los carritos. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: en el grupo de jugadores dispuestos en círculo destaca una mujer rubia, de pelo corto ondulado y suelto. Está situada en el centro del cartel, de espaldas, vestida con ropa deportiva de golf de la época, en posición de juego con el palo en la mano. Lleva camiseta blanca y pantalón gris. En el lado opuesto, de frente al espectador, otra joven de pelo corto viste polo azul cyan y pantalón azul marino. Espera su turno con el palo y lleva guantes. La vestimenta de ambas es funcional, cómoda y asociada al deporte, sin elementos de feminidad decorativa.
- Posición/dimensión relativa: la mujer situada en el centro ocupa el lugar más destacado de la composición, atrayendo la mirada del espectador. Su tamaño y postura la convierten en figura central, incluso por encima de los varones y los niños que llevan los palos.

- Rol/papel representado: las mujeres representan un modelo de juventud activa, moderna y autónoma, vinculada al deporte y al ocio de clase media o alta. Su imagen rompe con el rol tradicional femenino, presentándolas como iguales dentro de una actividad considerada elitista. Pueden interpretarse tanto como turistas extranjeras como como jóvenes españolas a las que se invita, desde los discursos oficiales, a hacer deporte (como en el anuncio protagonizado por Concha Velasco en la época).
- Contexto argumental: la escena transcurre en un día soleado con nubes en el campo de golf de Torremolinos. El grupo mixto de jóvenes juega al golf, acompañados de dos niños que llevan los carritos. La escena refleja una actividad lúdica propia del turismo moderno, en un entorno abierto, verde y ordenado.

Conclusión interpretativa:

Este cartel proyecta una imagen de mujer moderna, deportista y activa, muy distinta a la representada en carteles folclóricos o domésticos. Las mujeres no son un decorado ni acompañantes, sino protagonistas de una actividad elitista que implica autonomía, salud y movilidad. El mensaje turístico se orienta a un público internacional, pero también propone un modelo de modernización femenina para la sociedad española. La mujer se representa aquí como parte del estilo de vida europeo, integrando ocio, deporte y libertad personal.

27. Cartel del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del turismo, 1960s
(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: España, Madrid, Museo del Prado. La imagen es una fotografía a color tomada en el Museo del Prado. En primer plano, tres chicas jóvenes están sentadas en un banco frente al cuadro de *La familia de Carlos IV* de Goya. Una de ellas, situada perpendicular al cuadro, lee un libro. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: las tres jóvenes presentan una estética natural y cuidada: cabello castaño claro, largo, suelto o recogido en coletas bajas. La protagonista lleva un vestido sin mangas de fondo claro con estampado de colores, reloj de pulsera y pendientes. Está concentrada en la lectura de un libro, posiblemente el catálogo del museo. La escena está compuesta con una iluminación suave que destaca el rostro de la joven y las páginas blancas del libro, en contraste con el fondo oscuro del museo. La gama cromática combina tonos sobrios con toques cálidos que refuerzan una atmósfera de recogimiento y valor cultural.
- Posición/dimensión relativa: aunque el cuadro de Goya ocupa el fondo, la luz y la disposición visual otorgan protagonismo a las jóvenes sentadas, especialmente a la que lee, ubicada en el centro de la composición. La escena está equilibrada entre arte y espectadoras, pero la atención recae en las figuras femeninas.
- Rol/papel representado: se representa en este cartel a una nueva generación de mujeres cultas, estudiosas, amantes del arte e independientes.
- Contexto argumental: la escena tiene lugar en una sala del Museo del Prado, símbolo de la cultura nacional. La elección del cuadro de Goya (una familia real también dominada por la presencia femenina) genera un contrapunto visual y conceptual con las jóvenes contemporáneas. El entorno transmite silencio, solemnidad y refinamiento, reforzado por el uso del dorado en los textos y la sobriedad del fondo negro.

Conclusión interpretativa: este cartel presenta una imagen de la mujer moderna vinculada a la cultura, la educación y la sensibilidad artística. Lejos de roles decorativos o tradicionales, aquí la mujer es receptora activa del legado cultural español. La escena puede interpretarse también como modelo aspiracional para la juventud femenina nacional, alineado con la idea de una España culta, elegante y en sintonía con Europa. La figura femenina se convierte en emblema de una nación que ofrece arte y pensamiento como parte de su atractivo turístico.

28. Cartel de la Dirección General del Turismo, 1960 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/sol_playa.htm). Título: SPAIN. San Sebastián. La imagen es una fotografía a color del paisaje de una

playa de San Sebastián, donde un grupo de mujeres jóvenes disfruta del sol sentadas en la arena. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: se trata de cuatro chicas jóvenes en primer plano, sentadas con expresión sonriente y en actitud de conversación. Todas son morenas, de pelo corto, y visten trajes de baño a la moda de los años 60. La escena está dominada por la luz y el color, destacando la armonía cromática entre los elementos de la imagen. La joven más cercana al espectador lleva un bañador amarillo que conecta visualmente con el gorro amarillo de otra de las bañistas, las rayas de una toalla, parte del balón de

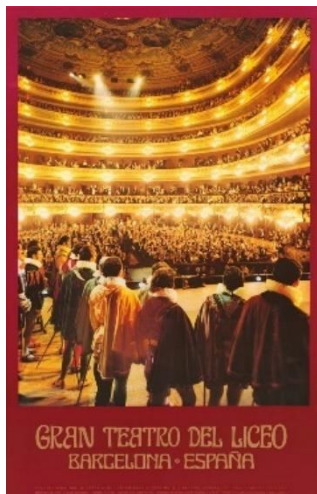
playa y la pamera colocada sobre la arena. Otra de las jóvenes, sentada sobre un flotador con forma de cisne, lleva bañador rojo, en relación con el sombrero de otra figura, las rayas de una toalla y parte del balón. El azul del mar aparece también en una toalla, en un bañador de otra joven (no del grupo principal) que camina hacia la orilla, en parte del balón y en el cielo. El verde (como en un parchís) aparece en la lazada del sombrero y en el propio balón. El blanco está presente en los lunares de un bañador, en toallas y prendas de otros bañistas más alejados. El conjunto transmite una atmósfera de disfrute, juventud, vitalidad y alegría, en la que el mar, la arena y el cielo refuerzan la sensación de verano y bienestar.

- Posición/dimensión relativa: las mujeres protagonizan el cartel sin restar importancia al paisaje de la playa de San Sebastián que se anuncia como reclamo del destino turístico que ofrece España. Los varones (jóvenes y adultos) que aparecen están en otros grupos alejados de las chicas.
- Rol/papel representado: las figuras femeninas representan a jóvenes españolas que disfrutaban con independencia de un día de playa, sin presencia masculina inmediata. Aunque su actitud transmite libertad y modernidad, el uso del bañador de una pieza (sin bikinis) sugiere aún un respeto a las normas de recato de la época. En el fondo, algunas señoras mayores sentadas en sillas al borde de la orilla evocan la figura de madres o abuelas, y refuerzan la idea de un ambiente familiar y tradicional.

- Contexto argumental: la escena se desarrolla en una jornada soleada y veraniega en la playa de San Sebastián. El cartel muestra una convivencia armónica de generaciones en un espacio público compartido, donde la juventud femenina se visibiliza como protagonista del ocio playero en un entorno abierto y turístico.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la mujer aparece como figura central del disfrute estival, pero también como elemento decorativo del paisaje. Su presencia proyecta una imagen de modernidad controlada, donde la libertad femenina se enmarca dentro de los límites morales del régimen. El cartel ofrece al visitante extranjero una visión colorida, alegre y ordenada del turismo español, mientras propone al público nacional una imagen de juventud femenina activa pero respetuosa con los valores tradicionales.

29. Cartel del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del turismo, (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: Gran Teatro del Liceo. Barcelona España. La imagen es una fotografía a color tomada desde el escenario del Gran Teatro del Liceo de Barcelona, en dirección al público. Se observa una representación teatral en su momento final, cuando los actores saludan y el teatro se ilumina por completo, permitiendo ver la sala repleta de espectadores desde la platea hasta el techo. Entre el público se identifican mujeres. Los rasgos de las figuras femeninas son los siguientes:



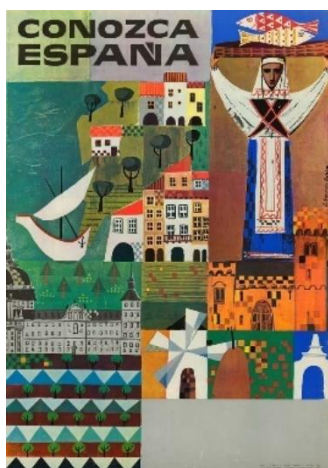
- Elementos estéticos: las mujeres presentes en la imagen no destacan individualmente, pero pueden distinguirse entre el público como figuras adultas, vestidas con elegancia para la ocasión. La estética global del cartel está dominada por los colores burdeos y dorado, que transmiten lujo, sofisticación y solemnidad. La iluminación cálida, el ornamento arquitectónico y el vestuario teatral refuerzan el carácter majestuoso del espacio.
- Posición/dimensión relativa: las figuras femeninas no tienen protagonismo específico dentro de la imagen, pero están integradas plenamente en el conjunto del público asistente. Su presencia representa la normalización de la mujer como consumidora de cultura en espacios de élite. Son parte de un todo, sin destacar por encima de los demás espectadores.
- Rol/papel representado: las mujeres aparecen como espectadoras de una representación teatral clásica, dentro de un contexto cultural elevado. Su papel es

el de asistentes activas a una actividad artística de prestigio, en igualdad con el resto del público.

- Contexto argumental: la escena representa el momento final de una obra de teatro clásico, deducido por el vestuario de época que llevan los actores. Las luces de la sala están encendidas, lo que permite apreciar tanto la majestuosidad del teatro como la reacción del público. El mensaje central del cartel es la exaltación de la experiencia cultural en uno de los grandes templos de la ópera y el teatro en España.

Conclusión interpretativa: la figura femenina en este cartel se inscribe dentro de una representación colectiva del público culto y sofisticado que acude al Liceo. Aunque no aparece como protagonista individual, su inclusión refuerza la idea de una sociedad que incorpora a la mujer como parte activa del consumo cultural. El verdadero foco del cartel es el espacio teatral, cuya belleza y esplendor se convierten en emblema de la oferta cultural española. La mujer, aquí, participa de esa experiencia elevada, formando parte del imaginario turístico que asocia España con la excelencia artística.

30. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1966, (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/varios.htm). Título: Conozca España. La imagen es una ilustración de García-Ochoa que combina



múltiples elementos representativos de los paisajes y culturas de España. En la parte superior derecha aparece integrada una figura femenina gallega con atuendo regional, que porta pescado en un cesto sobre su cabeza.

- Elementos estéticos: la figura femenina está representada con equilibrio, fuerza y estilización. Su cuerpo se adapta a la postura tradicional de portar cestos de mimbre sobre la cabeza, en este caso con pescado, lo que remite a la actividad tradicional de las mariscadoras o pescantinas gallegas. Es una mujer de tez morena, sin rasgos individualizados, vestida con traje típico: pañuelo en el pelo, blusa, falda larga y delantal. El conjunto cromático del cartel es alegre y diverso, propio de una ilustración coral que celebra la riqueza de paisajes españoles, desde lo urbano y monumental hasta lo rural y costero.
- Posición/dimensión relativa: la mujer ocupa una posición destacada en el ángulo superior derecho, con un tamaño proporcionalmente superior al del resto de los

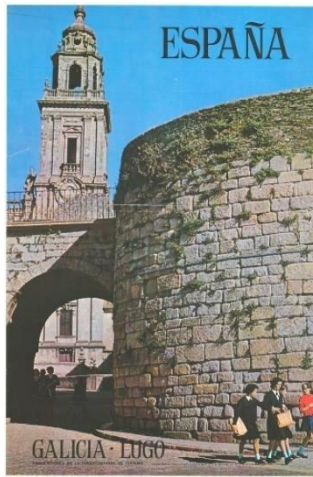
elementos del cartel. Su escala y ubicación le confieren un claro protagonismo visual dentro de la composición.

- Rol/papel representado: la figura representa a la mujer gallega trabajadora, portadora de productos del mar, símbolo de la cultura popular y del exotismo regional. Su presencia en el cartel enfatiza la diversidad etnográfica del país y la vinculación entre mujer, trabajo tradicional y paisaje cultural.
- Contexto argumental: el cartel no presenta una escena narrativa concreta, sino una composición panorámica a modo de collage en la que se integran múltiples paisajes y elementos simbólicos del territorio español: un barco pesquero, pueblos rurales, ciudades monumentales, campos de cultivo, castillos, montañas, molinos de viento, eras y casas blancas bajo un cielo azul. La mujer gallega forma parte de este mosaico nacional, funcionando como un emblema visual de una España variada y colorida.

Conclusión interpretativa: en este cartel, la figura femenina actúa como símbolo identitario regional y elemento de atracción turística. Representa una imagen de mujer trabajadora, tradicional y enraizada en un paisaje concreto, que contribuye a la narrativa de una España múltiple, pintoresca y culturalmente rica. Su presencia refuerza el mensaje de “conocer España” a través de sus territorios, costumbres y figuras femeninas vinculadas al trabajo y a la autenticidad local.

31. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1964 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm).

Título: España, Galicia, Lugo. La imagen es una fotografía a color que muestra una escena cotidiana en el casco antiguo de Lugo. En primer plano, un grupo de colegialas camina bajo la luz del sol por una calle de piedra, mientras que un grupo de colegiales varones se desplaza por una zona en sombra bajo un arco. Los rasgos de las niñas son los siguientes:



- Elementos estéticos: son cuatro adolescentes morenas, con el pelo corto suelto o recogido en coleta. Tres de ellas visten uniforme escolar: camisa blanca, rebeca y falda oscuras, calcetines azules y zapatos oscuros. La cuarta, ligeramente por delante, viste de calle con chaqueta roja y falda azul más corta. Caminan en actitud relajada, conversando entre ellas. La escena combina la sobriedad cromática de los muros de piedra y la torre de la iglesia con un cielo

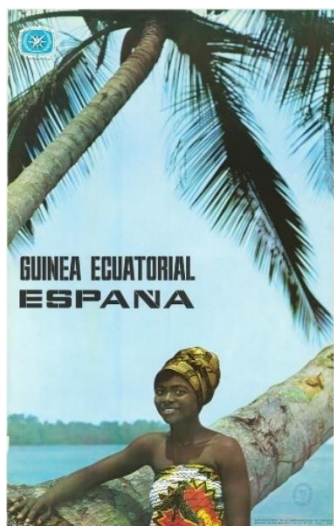
azul limpio y una luz clara que baña a las chicas, destacándolas dentro del conjunto.

- Posición/dimensión relativa: el grupo de niñas ocupa el ángulo inferior derecho y está bañado por la luz, lo que las hace destacar frente al grupo de chicos en sombra. Aun así, el protagonismo general del cartel recae sobre el entorno monumental y patrimonial de Lugo, como símbolo del legado histórico-artístico del país.
- Rol/papel representado: las niñas representan a las estudiantes locales, símbolo de orden, educación y nivel cultural de la población española. Su actitud y apariencia refuerzan un modelo femenino disciplinado, respetuoso y adaptado al marco urbano e histórico en el que se sitúan.
- Contexto argumental: La escena representa una jornada cotidiana en Lugo, en la que la vida escolar se desarrolla en un entorno cargado de historia y patrimonio. La convivencia de lo antiguo y lo moderno queda simbolizada en la imagen de las niñas que caminan junto a los muros centenarios de la ciudad.

Conclusión interpretativa: la imagen de la mujer en este cartel funciona como mediadora entre la tradición y el futuro. Las colegialas proyectan una visión de juventud ordenada y educada, integrada en un entorno monumental que encarna los valores culturales de España. El cartel sugiere que el patrimonio no solo se conserva, sino que se vive y educa, formando parte activa de la construcción de la ciudadanía femenina.

32. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1966 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm).

Título: Guinea Ecuatorial, España. La imagen es una fotografía de una mujer guineana apoyada sobre un tronco de palmera, con el mar al fondo. Los rasgos de la mujer son los siguientes:



- Elementos estéticos: la figura femenina aparece en el centro del cartel en un plano de medio cuerpo. Viste el traje tradicional de su comunidad, con los hombros al descubierto y colores vivos sobre fondo blanco, que contrastan con el tono oscuro de su piel. El cabello está recogido en un pañuelo amarillo y negro que realza su rostro sonriente y expresivo. La imagen transmite simpatía, calidez y naturalidad. El fondo azul del cielo y del mar refuerza el carácter paradisíaco del entorno tropical.
- Posición/dimensión relativa: la mujer es la única figura humana del cartel y ocupa una posición central. Aunque comparte protagonismo con el paisaje, su cercanía al espectador y su gesto afable la convierten en mediadora visual entre el entorno y el visitante potencial. El fondo ocupa todo el cartel y representa un entorno idealizado, donde la figura femenina introduce humanidad y acogida.
- Rol/papel representado: la mujer aparece como figura anfitriona que invita al visitante a descubrir un destino exótico y singular. Representa la feminidad africana desde una mirada turística, como símbolo de autenticidad y hospitalidad.
- Contexto argumental: la escena se sitúa en una playa tropical de Guinea Ecuatorial. La joven es retratada como parte del paisaje, en una composición que mezcla lo humano y lo natural para construir una visión idealizada del territorio colonial.

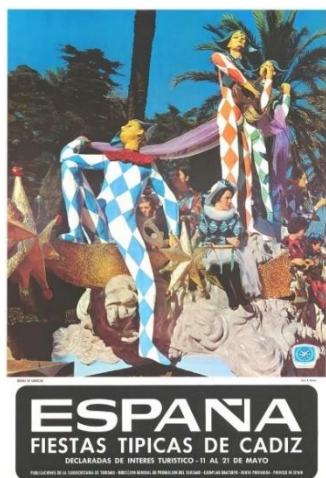
Conclusión interpretativa: la mujer en este cartel encarna el exotismo amable de un destino lejano pero accesible dentro del mapa turístico español de la época. Su presencia amable y sonriente refuerza una imagen de Guinea Ecuatorial como parte de la diversidad de España, aunque desde una óptica colonial y conservadora. La figura femenina representa una feminidad exótica, bella y tradicional, asociada a la naturaleza virgen y a un estilo de vida armonioso, acorde con los imaginarios turísticos occidentales sobre África.

33. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, Dirección general de Promoción del Turismo 1967

(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm).

Título: España, Fiestas Típicas de Cádiz. Declaradas de Interés Turístico. La imagen es una fotografía de una carroza alegórica inspirada en el carnaval de

Venecia, con una góndola decorativa y figuras de pierrots de rombos tocando instrumentos de cuerda. En la carroza viajan niñas y chicas jóvenes. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



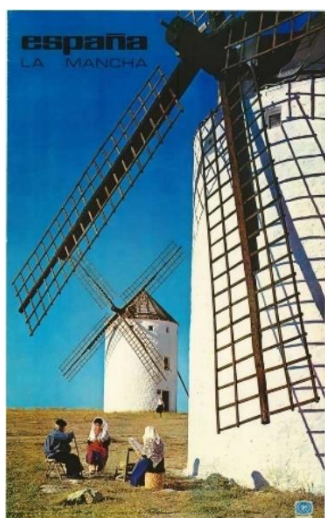
- Elementos estéticos: en la imagen se distinguen cinco figuras femeninas, dos adultas y tres niñas. Todas visten disfraces de pierrot con trajes de rombos y llevan en las manos instrumentos musicales. Los colores son variados, vivos y llamativos, lo que transmite alegría festiva. Estos tonos destacan sobre el faldón negro del cartel donde aparece el texto, generando un fuerte contraste visual que potencia la escena.

- Posición/dimensión relativa: las niñas y jóvenes ocupan aproximadamente la mitad inferior de la imagen y acompañan visualmente a las grandes figuras de pierrot de la carroza, sin asumir un papel central en la composición. Su función es decorativa, enmarcando y reforzando el motivo alegórico del desfile.
- Rol/papel representado: las mujeres, niñas y jóvenes, aparecen como participantes en el desfile de carrozas, cumpliendo un rol ornamental dentro del espectáculo festivo. Simbolizan la implicación popular en las fiestas gaditanas, especialmente a través de elementos visuales que remiten a lo lúdico, lo teatral y lo infantil.
- Contexto argumental: la escena muestra un desfile de carrozas durante una tarde soleada de las fiestas típicas de Cádiz. El ambiente cálido, la luz natural y los disfraces coloridos reflejan el carácter alegre, abierto y participativo de estas celebraciones.

Conclusión interpretativa: en este cartel, las figuras femeninas encarnan el componente decorativo y popular de las fiestas tradicionales. Su presencia, aunque secundaria, aporta juventud, color y participación comunitaria (de todas las edades) al imaginario turístico. Representan una visión festiva y amable de la cultura local, alineada con la proyección de España como país de tradiciones vivas, alegría y folclore accesible al visitante.

34. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1966 (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm).

Título: España, La Mancha. La imagen es una fotografía a color que muestra un grupo de tres personas —dos mujeres y un hombre— sentados junto a los molinos de viento típicos de La Mancha. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: las dos mujeres están sentadas realizando labores tradicionales. La figura femenina de mayor edad aparece de espaldas haciendo bolillos, mientras que la más joven está orientada hacia la cámara y realiza otra labor de costura. Ambas visten el traje regional con mantilla blanca, falda larga azul y corpiño negro. A lo lejos, se observa otra mujer caminando desde el molino más alejado hacia el grupo. La fotografía presenta una gama de colores suaves y terrosos dominada por el blanco de los

molinos y los tonos naturales del paisaje. La imagen transmite serenidad y una visión idealizada del mundo rural.

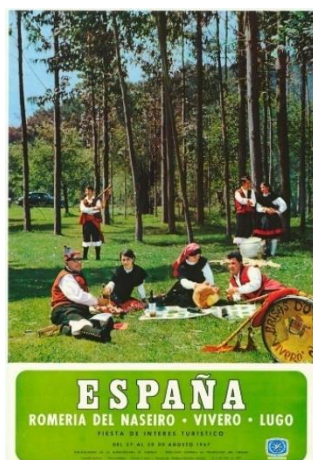
- Posición/dimensión relativa:
Las mujeres comparten espacio con un hombre mayor, pero su presencia resulta más visible por la luz que incide sobre sus mantillas blancas, que contrastan con el entorno. Aun así, el protagonismo visual del cartel lo ocupa el paisaje manchego y, en particular, los molinos de viento, que se elevan como emblemas culturales de la región.
- Rol/papel representado: las mujeres encarnan las tradiciones populares de la zona, con especial protagonismo de la figura de la mujer mayor como transmisora del saber tradicional. Su actividad artesanal y su vestimenta refuerzan una imagen de continuidad cultural y de apego a las costumbres del lugar.
- Contexto argumental: la escena tiene lugar en un entorno rural de La Mancha, vinculado de forma directa con la iconografía cervantina. El paisaje, los molinos y los trajes regionales construyen una visión romántica y costumbrista del interior de España, proyectada como destino con raíces profundas y cultura viva.

Conclusión interpretativa: las mujeres en este cartel simbolizan el arraigo, la tradición y el exotismo regional de La Mancha. Su papel es esencialmente representativo del pasado, de las labores femeninas heredadas y del vínculo con una España rural idealizada. El cartel utiliza la figura femenina para reforzar el atractivo turístico de las costumbres y paisajes eternos del interior peninsular.

35. Cartel de la Subsecretaría de Turismo, 1967
(https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/tipicos_topicos.htm).

Título: España, Romería del Naseiro. Vivero. Lugo. La imagen es una fotografía

de un grupo de lugareños disfrutando de la romería en una arboleda del lugar. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: las tres mujeres aparecen ataviadas con el traje regional gallego, peinadas con el moño tradicional y una de ellas con pañuelo en la cabeza. Una está de pie, conversando con un hombre joven, mientras que las otras dos están sentadas en el suelo junto a dos varones, compartiendo alimentos sobre un mantel de cuadros extendido sobre la hierba. La escena transmite naturalidad, tradición y camaradería. Predomina el color verde del entorno

frondoso, que se prolonga visualmente en el texto inferior del cartel, reforzando la conexión entre fiesta y paisaje.

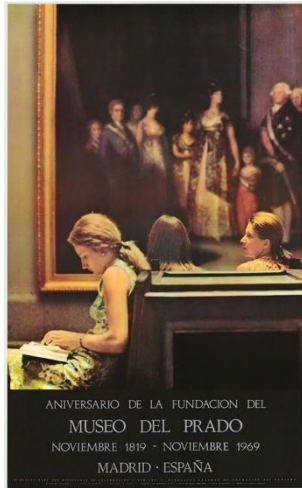
- Posición/dimensión relativa: las mujeres comparten espacio y protagonismo con los hombres. Todos los personajes forman un grupo armónico en primer plano, enmarcado por el entorno natural. No hay jerarquía compositiva clara: el foco se reparte entre las figuras humanas y el ambiente festivo y natural.
- Rol/papel representado: las mujeres representan a las lugareñas que participan activamente en la celebración popular. Su presencia refuerza la continuidad de las tradiciones, actuando como conservadoras del legado cultural local.
- Contexto argumental: la escena tiene lugar durante la Romería del Naseiro, en la localidad gallega de Vivero (Lugo), declarada Fiesta de Interés Turístico. Se representa un momento de convivencia al aire libre, marcado por el disfrute de la comida, la conversación y el entorno natural.

Conclusión interpretativa:

Las figuras femeninas en este cartel simbolizan la vida popular en Galicia, enraizada en costumbres compartidas y celebraciones comunitarias. Su presencia sugiere autenticidad, cercanía y participación activa, ofreciendo al espectador una invitación a formar parte de una experiencia festiva genuina. El cartel apela tanto al atractivo del paisaje como al calor humano de sus habitantes, integrando a la mujer como elemento esencial de la tradición viva.

36. Cartel del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del turismo, (https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9/seccion_2/detalle.htm). Título: Aniversario de la fundación del Museo del Prado. Madrid, España.

Es la misma fotografía que el cartel de 1966. En el cartel tres chicas están sentadas en el banco frente al cuadro de la familia de Carlos IV en el Museo del Prado. Una de ellas, perpendicular a la obra de arte, lee un libro, relajada. Los rasgos de las mujeres son los siguientes:



- Elementos estéticos: son tres jóvenes de cabello castaño claro, melena larga -una suelta y dos con coleta baja. Dos de ellas sentadas de frente al cuadro (una mira para un lado). La chica protagonista del cartel lleva un vestido sin mangas de fondo claro y estampado de colores, reloj de pulsera y pendientes y está consultando un libro (quizás el catálogo del museo) sentada perpendicular a la pared donde está expuesto el cuadro. El fondo del cartel y los textos en dorado, coordinan con la iluminación de la fotografía que se concentra en la chica y las páginas blancas del libro.
- Posición/dimensión relativa: el protagonismo de las jóvenes en este cartel es indiscutible. Aunque ocupan un tercio de la composición, la luz confiere protagonismo visual a la chica leyendo y las que comparten asiento en el banco.
- Rol/papel representado: se representa en este cartel a una nueva generación de mujeres cultas, estudiosas, amantes del arte e independientes.
- Contexto argumental: la escena se sitúa en el Museo del Prado en la sala donde se expone el cuadro de la familia de Carlos IV. El ambiente es silencioso, visualmente agradable y el color negro del fondo junto al dorado de los textos confiere un carácter lujoso y exquisito.

Conclusión interpretativa: la figura de la mujer en este cartel simboliza el valor del arte que ofrece la cultura española y la transmisión de la cultura en las nuevas generaciones que están al día e intentan parecer al nivel de libertad del resto de países que la rodean. Podría interpretarse también como modelo a seguir para las jóvenes españolas.

BIBLIOGRAFÍA

Centro Virtual Cervantes (s.f). *Historia de los carteles turísticos de España*. Museo Virtual de Arte Publicitario (MUAP) Sala IX: cartelismo publicitario contemporáneo. <https://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala9>

- González Martín, Juan Antonio (1996). *Teoría General de la Publicidad*. Fondo de Cultura Económica.
- Instituto de Estudios Turísticos (Ed.) (2005). *Catálogo de carteles oficiales de turismo, 1929-1959*. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Miralles González-Conde, María Ascensión (2010). Análisis del mensaje publicitario de telefonía móvil: la adecuación del anuncio al público objetivo de la campaña. En Miguel-Ángel Nicolás Ojeda, María del Mar Grandío, y Ksenija Fallend (Coords.), *Perspectivas de la comunicación móvil. Nuevas interacciones entre individuos y actores del mercado* (pp.115-128). Universidad Católica San Antonio de Murcia.
- Pellicer García, Lidia (2012). Análisis lingüístico-semiótico: la valorización utópica en el spot publicitario. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (21). <https://doi.org/10.5944/signa.vol21.2012.6320>
- Van Dijk, Teun Adrianus (1978). *La ciencia del texto*. Paidós Comunicación.
- Vilches, Lorenzo (1984). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós Comunicación.