
Del Rey, Antonia (eda.) (2013). *Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico es la publicación de los trabajos presentados en las II Jornadas Internacionales de Cine y Turismo, celebradas en 2009 y organizadas por el grupo de investigación CITur (Cine, Imaginario y Turismo) que dirige Antonia del Rey. Este nuevo título es la última aportación a una bibliografía¹ en torno a las múltiples relaciones entre el cine y el turismo, a cómo ambas manifestaciones se nutren recíprocamente y cómo coadyuvan en la construcción de imaginarios de amplísima circulación en nuestras sociedades modernas.

Los planteamientos de esta línea de investigación se enmarcan en los trabajos de la historia cultural en los que el cine se interpreta como un documento, es decir, no solo como ilustración visual de una sociedad en un momento concreto, sino de cómo esa sociedad se autorrepresenta. Por tanto, dos herramientas fundamentales vertebran los discursos que sobre él se hacen: la historia, que permite comprender el anclaje de la película a su tiempo, y el análisis del discurso, que manifiesta cómo las representaciones cinematográficas erigen un determinado imaginario social. Quien conciba el estudio del cine como una disciplina autónoma atenta a la evolución de las formas textuales, para cuyo análisis toda interdisciplinariedad resulta vana, puede perfectamente prescindir del título aquí reseñado. Por el contrario, aquellos que no

reduzcan el estudio de las representaciones cinematográficas a la conformación de un canon estético y deseen atender a la preponderancia cultural del cine en el siglo XX conviene que se detengan en este libro, tanto por su contenido como por sus sugerencias.

Sorprendente por su concepción novedosa, el maridaje entre cine y turismo resultaría, en nuestra opinión, mucho más justificado que otras vinculaciones del cine con manifestaciones culturales pretéritas a las que nos ha acostumbrado una tradición histórica. El cine y el turismo son dos de los productos culturales más reveladores de los cambios sociales producidos en el siglo XX. Impensables sin el desarrollo económico que permitió a amplias capas sociales disfrutar de tiempo de ocio, las actividades turísticas y cinematográficas configuraron dos de las más vigorosas industrias de consumo. Si cine y turismo comparten coyuntura histórica, no resulta menos concomitante la común tarea de construcción de imaginarios. Turistas y espectadores proyectan una mirada sobre la realidad que sirve de punto de partida para la creación de identidades en una sociedad moderna. En el caso español, el reflejo cinematográfico del fenómeno turístico resulta doblemente revelador de los discursos identitarios de un país que siempre llegó con retraso a la cita de los países vecinos con la modernidad. Por una parte, el turismo conforma un ideal de confort y prosperidad rector de una sociedad que se incorporó al desarrollo capitalista durante la segunda mitad del siglo XX, pero también pocos fenómenos pueden equipararse con su actividad para arramblar las jerarquías sociales y las costumbres de hondas

raíces. Por otra parte, en un país como el nuestro, el turismo está necesariamente asociado a lo extranjero y es en este “otro” en el que encontramos la comparación necesaria para definirnos.

Como veremos, el tema central del libro es precisamente cómo la representación cinematográfica de turistas sirve para analizar las distintas formas de plasmar la identidad española, a excepción del último capítulo que se ocupa de una producción de la República Dominicana. La conclusión de la lectura de estos artículos trasciende el estudio de casos e, inevitablemente, cuestiona el concepto de “identidad”, entendida como conjunto de características particulares ajenas al devenir de los tiempos. A través del estudio histórico de las identidades reflejadas en su contraste con el turismo en las distintas películas analizadas, descubrimos que las “esencias” hispánicas son cambiantes y deslocalizables, como revela el análisis de la película dominicana *Sanky Panky*.

El primer capítulo, “Turistas. Imágenes de un siglo”, presenta una reflexión genérica sobre la evolución del turismo en el siglo XX y la elaboración de discursos identitarios de lo español concretados en la construcción de iconos turísticos. En su periodización de los ciento cincuenta años del prototipo social del turista, su análisis de las distintas etapas del turismo español sirve de guía para el resto del libro. Las primeras manifestaciones, rezagadas y muy moderadas, del turismo en España de principios del XX tenían todo el sabor de una moda extranjerizante al alcance de una muy reducida élite social y económica y, junto a esta, un personaje exótico en el panorama español que

encarnaba el ideal regeneracionista: joven, moderno, erudito y sano. Tras la estela de este último, encontraremos las primeras iniciativas públicas en dicho campo. Entre 1911 y 1918, el Greco, Cervantes (con la apertura de sus casa-museos en Toledo y Valladolid, respectivamente) y la montaña de Covadonga se convierten en los primeros espacios “turístico-culturales”, evidenciando su encaje en un discurso sobre la identidad española heredera de la generación del 98. La segunda y tercera década supusieron la modernización económica primorriverista del país. La construcción de una verdadera industria turística, inversiones en infraestructuras y, en el campo simbólico, la integración de la pluralidad española en un regionalismo centralizado que se abrió al extranjero en las dos exposiciones internacionales celebradas en 1929 caracterizan el periodo. Perdidos la brújula y el reloj, España solo entró en el occidente turístico a finales de la década de los cincuenta, a pesar de las renuencias de un Régimen autárquico que sentía al turista como un temible disolvente de la identidad colectiva tan sangrienta y apolladamente conseguida. Fue el atractivo de las playas el que consiguió entreabrir las puertas para que paulatinamente se colasen los turistas europeos hasta alcanzar los 14 millones en 1964. La prevención contra lo pernicioso del turismo, confiada a las más beatas manos, nada pudo hacer por detener la invasión y el Régimen, en su nueva cara desarrollista, lo consideró el aval europeo para sus “25 años de paz”. Como veremos más adelante, aquí parece detenerse la especificidad de la identidad española. Conseguidas la normalización política, social y

económica, ni el cine ni el turismo ofrecerán una versión claramente diferenciada de lo español.

En el segundo artículo del libro, Antonia del Rey repasa los documentales turísticos desde la década de los diez hasta la de los cincuenta. La justificación del periodo estudiado se asienta en el escaso peso del turismo en el cine de ficción durante aquellos años. El documental turístico, cuyo punto de arranque coincide con los primeros filmes de lugares exóticos de los orígenes del cine, fue el vehículo prioritario para la representación del fenómeno hasta la llegada del *boom* del turismo de masas de finales de los cincuenta y, sobre todo, los sesenta.

Los primeros documentales turísticos son obra de Segundo de Chomón. Durante su etapa barcelonesa, 1910–1912, el delegado de la firma francesa Pathé filmó los hitos arquitectónicos de las ciudades españolas (Barcelona, Monserrat, Gerona, Burgos, Zaragoza y Toledo), el patrimonio natural (Los Pirineos y Mallorca) y el pintoresquismo de los tipos humanos que los poblaban. El ideal regeneracionista del cineasta turolense es apreciable en la plasmación castellana de lo típicamente español, así como en su confianza en que la distribución internacional de sus películas atrajera a un turismo reactivador del país. Paradójicamente, los últimos documentales analizados en el artículo son *Ávila* (1958), *Soria, doce linajes* (1959) y *Tierras de Soria* (1959), todos ellos debidos al atípico director Carlos Serrano de Osma, cuya concreción de la España eterna se encuentra en la más inmóvil Castilla, sin ningún afán regeneracionista y orgullosa de vivir a espaldas de la nueva realidad turística de las costas españolas. Entre la obra de Segundo de Chomón

y Carlos Serrano de Osma, la España que encontramos representada en los documentales turísticos es fiel reflejo de los programas rectores de sus gobiernos: el compromiso primorriverista con la actualización económica de los años veinte, el ambicioso programa de reformas sociales y modernizador de la República y, por último, la contradictoria identidad del desarrollismo económico y el inmovilismo político en torno al año 1960, caracterizados por el concepto de “diferencia” (“Spain is different”), fundamentado en el pintoresquismo de pandereta, y la omnipresencia de la costa, especialmente la mediterránea.

Los siguientes dos capítulos investigan esta contradictoria identidad de los años sesenta, entre el acelerado despegue económico y la mínima relajación de las restricciones políticas. “El viaje sin retorno: turismo y disidencia identitaria en el cine español de los 60” se centra en el análisis de *El verdugo* (L. García Berlanga, 1962), *El próximo otoño* (A. Eceiza, 1963) y *Nueve Cartas a Berta* (B. Martín Patino, 1966). Un turista en Palma de Mallorca que carga con una bolsa de hierros, los utensilios necesarios para aplicar el garrote vil, un exseminarista pobre que pilota el barco de recreo de una familia ejemplarmente boyante del Plan de Desarrollo y un joven apesado entre la asfixiante Salamanca y sus contactos extranjeros plasman las refutaciones de ese aperturismo celebrativo de los 25 años de paz. Las tres películas, a través de las incursiones de españoles reales en el circuito turístico, no solo desmontan la representación institucional de la visión desarrollista de la España promovida por el Ministerio de Información y Turismo, sino que la sutileza de

sus tramas también desmiente el aperturismo del Régimen. Ciertamente, el pelotón de fusilamiento ha cedido su papel represivo a una sociedad temerosa e inmovilista que, mediante condicionantes económicos y sociales, ejerce una opresión más difusa pero no menos asfixiante sobre individuos que acaban relegando sus ansias de libertad en pos de una integración social.

“Entre el turismo y el aperturismo. A partir de la *España otra vez* (1968) de Jaime Camino” analiza el retrato fílmico de España en dicha película. Esta ofrece tres puntos de interés fundamentales: la integración en su trama de la visión pintoresca de lo español, el recuerdo de la Guerra Civil y la concepción de un discurso para un mercado internacional. La película es una excelente síntesis de la política aperturista del momento. A partir del retorno de un exbrigadista norteamericano a un congreso de neurocirugía y su enamoramiento de una *bailaora*, la película ofrece una imagen de España cercana a los arquetipos turísticos sin perjuicio de su reciente modernización, al punto de convertirse en sede de congresos científicos internacionales; trata el tema de la Guerra Civil desde la óptica de los vencidos pero desprovista ya de su carácter divisorio entre los españoles, como manifestó el informe de la censura que prohibió cualquier “referencia o interpretación de nuestra guerra que no tenga un carácter absolutamente integrador”; y, por último, destaca su apoyo institucional –con un premio del Sindicato Nacional del Espectáculo, su presentación al festival de Cannes y a los Oscars– y su deficiente distribución en las pantallas del país.

Centrado en películas de los años sesenta y setenta, “Las reinas cristinas conquistan España. Cine, turismo, sexo e identidad” se detiene en la disfunción identitaria del aperturismo en una serie de películas orientadas al gran público y que ofrecen un retrato nacional frente a lo extranjero. El contraste se encarna en la mujer extranjera, preferentemente nórdica, y el hombre español, representado fundamentalmente por José Luis López Vázquez, Alfredo Landa, Paco Martínez Soria, Antonio Azores... Esta nómina de intérpretes expresa claramente la ridiculización de los herederos del donjuanismo o del macho español que, en la inmensa mayoría de los casos, fracasan en sus empresas de seducción y acaban sufriendo palizas, tan dolorosas como humillantes, de sus muy españolas mujeres. La coda final del artículo, centrada en películas de las últimas décadas que presentan relaciones entre españoles y extranjeras, refleja unas relaciones naturalizadas sin la caricatura de ese español impotente e inferior producto de una sociedad cerrada nacionalcatólica.

Las representaciones del turismo nacional en dos momentos históricos entre los que media casi un siglo es el tema de “Representaciones del turismo español en el cine: del elitismo a la masificación”. Las películas elegidas, *Novio a la vista* (Luis García Berlanga, 1954) y *Atasco en la nacional* (Josetxo San Mateo, 2007), representan cómicamente a familias madrileñas en el veraneo playero, la primera en 1918 y la segunda a principios del siglo XXI. Ambas permiten el contraste entre dos prácticas muy distintas del mismo fenómeno, el turismo elitista de principios de siglo XX, solo al alcance de unos

privilegiados, frente al masificado de la sociedad actual. De la comicidad amable surgida del choque entre las nuevas y extrañas costumbres de los pioneros del turismo con la población autóctona que encontramos en la película de Berlanga, pasaremos al humor más mordaz y amargo de San Mateo que refleja la discordancia entre unos ideales vacacionales democratizadores y la frustrante experiencia de un modelo turístico fordista.

“Imagen e imágenes de Asturias en el cine de ficción: la marca-lugar como concepto crítico” estudia el despojamiento de la identidad histórica de una región (industrial, minera, revolucionaria...) a favor de un concepto diferenciado de turismo verde frente al de sol y playa. La huida en *Vicky, Cristina, Barcelona* (Woody Allen, 2008) de Barcelona a Asturias emblemataría la identidad perseguida por las recientes campañas de *Asturias, paraíso natural*. Frecuentemente retratada como lugar mágico de transformación de los personajes en numerosas películas españolas, Asturias ha alcanzado una preponderancia excepcional en la filmografía de José Luis Garci, siendo el “plató” de ocho de sus producciones. Giradas al pasado, las películas de Garci coinciden con esa nueva concepción de Asturias en las que la naturaleza y el paisaje se elevan por encima de los personajes y la historia. La realidad, como el pasado, ha perdido su carácter histórico para convertirse únicamente en imagen.

Cierra el libro un capítulo, titulado “*Sanky Panky* (José Enrique Pintor, 2007): sexo, sudor y turistas en República Dominicana”, sobre la construcción de la identidad del hombre

dominicano frente a las turistas norteamericanas. La comedia fue un gran éxito local y narra el proyecto de Genaro para escapar a la pobreza convirtiéndose en un *Sanky Panky* –en la jerga local, hombres que buscan seducir turistas para sacar un beneficio. La comicidad de la película dibuja a un personaje carente de todas las cualidades de un seductor que consigue su objetivo, seducir a una joven norteamericana, pero que concluye emparejándose con una joven local y pobre como él. El complejo de inferioridad del protagonista frente al poderío económico y sexual de la turista estadounidense encuentra una compensación final en la aceptación de su identidad, rechazo de su pretendiente extranjera y unión con una joven dominicana, siguiendo el consejo materno. Con un final más amable que las comedias españolas de los años sesenta, las identidades del joven dominicano y del español de la época poco parecen deberle a sus raíces locales y mucho al papel que les ha reservado el reparto económico de un mundo globalizado.

Finalmente, uno tiende a pensar que las disyuntivas identitarias actuales, más que ser consecuencia de la filiación nacional, están vinculadas a la posibilidad o no de ser turista.

DOI: 10.7203/KAM.3.3760

ARTURO LOZANO AGUILAR

1 Entre otros, Antonia del Rey (ed.) (2007). *Cine, Imaginario y Turismo. Estrategias de seducción*. Valencia: Tirant lo Blanch, o el dossier “Cine y turismo: intersecciones polivalentes aparecido en *Archivos de la Filmoteca* 69 (2012).