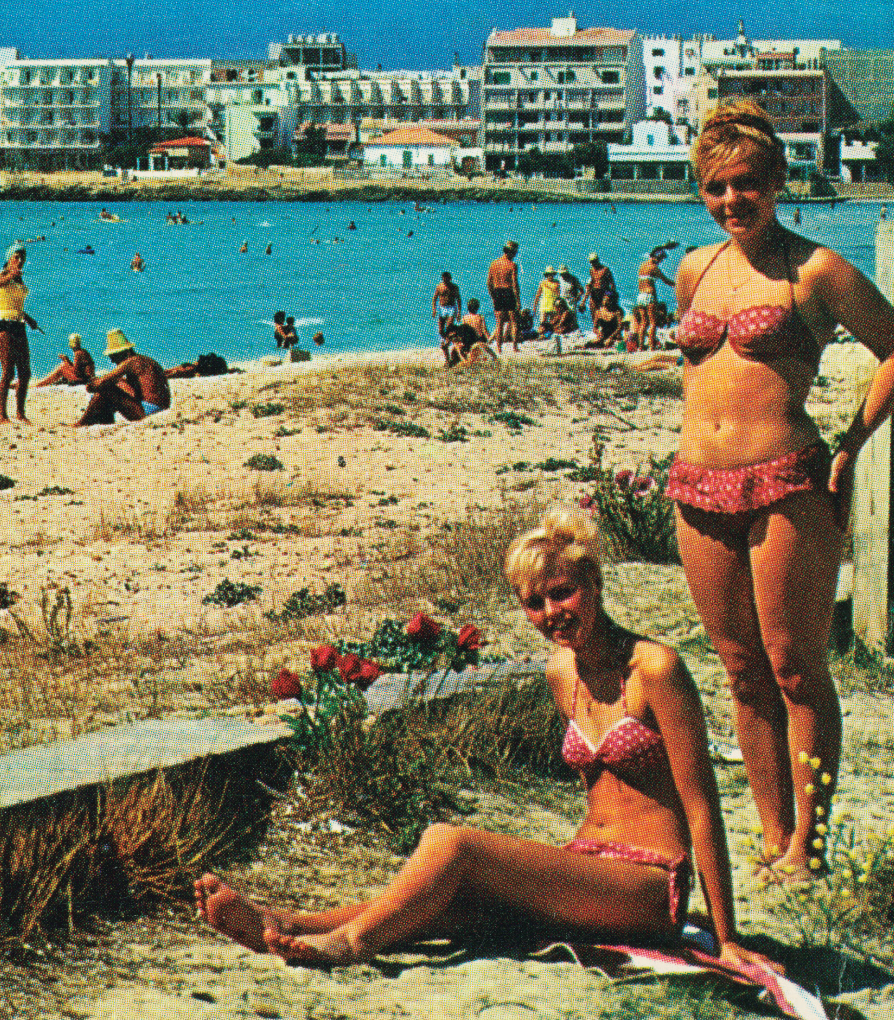


EL PLACER DE LA DIFERENCIA

*Turismo, género y nación
en la Historia de España*

Antoni Vives Riera y Gemma Torres Delgado (eds.)



EL PLACER DE LA DIFERENCIA

ANTONI VIVES RIERA
GEMMA TORRES DELGADO
(eds.)

EL PLACER DE LA DIFERENCIA:
*Turismo, género y nación
en la Historia de España*

GRANADA, 2021

COMARES HISTORIA

Director de la colección:
Miguel Ángel del Arco Blanco

ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto de Word) a la siguiente dirección electrónica: libreriacomares@comares.com. Antes de aceptar una obra para su edición en la colección «Comares Historia», ésta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 90 días. Una vez aceptada la obra, Editorial Comares se pondrá en contacto con los autores para iniciar el proceso de edición.

Fotografía de portada:
© Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico, Madrid

Diseño de cubierta y maquetación:
Natalia Arnedo

© Los autores

© Editorial Comares, 2021
Polígono Juncaril
C/ Baza, parcela 208
18220 • Albolote (Granada)
Tlf.: 958 465 382

<https://www.comares.com> • E-mail: libreriacomares@comares.com
<https://www.facebook.com/Comares> • <https://twitter.com/comareseditor>
<https://www.instagram.com/editorialcomares/>

ISBN: 978-84-1369-287-6 • Depósito Legal: Gr. 1705/2021

Fotocomposición y encuadernación: COMARES

SUMARIO

INTRODUCCIÓN	XI
<i>Antoni Vives Riera</i>	
<i>Gemma Torres Delgado</i>	

PRIMERA PARTE TURISMO, GÉNERO Y CULTURA

CAP. I.—TURISMO Y GÉNERO DESDE UNA PERSPECTIVA CULTURAL: UNA HISTORIA PENDIENTE	3
<i>Carlota Vidal</i>	
I. LA HISTORIA DE LAS MUJERES VIAJERAS	6
II. ARQUETIPOS NACIONALES Y DE GÉNERO EN EL IMAGINARIO TURÍSTICO	7
III. IMAGINARIOS DE GÉNERO EN LA REPRESENTACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO COMO PAISAJE NACIONAL	9
IV. EL GIRO PERFORMATIVO: ¿DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS A LA HISTORIA DEL TURISMO?	11
V. CONCLUSIONES: UNA PROPUESTA DE AGENDA DE INVESTIGACIÓN	12
VI. BIBLIOGRAFÍA	14
CAP. II.—AURORA BERTRANA Y JUAN MANUEL SERRAT: GÉNERO, NOVELA Y CINE EN LA CREACIÓN DE IMAGINARIOS E IDENTIDADES TURÍSTICOS	19
<i>Mary Nash</i>	
I. AURORA BERTRANA I VENT DE GROU: DE LA NARRATIVA DE VIAJES A LA PERSPECTIVA LOCAL EN EL RELATO TURÍSTICO	20
II. IDENTIDADES LOCALES Y DE GÉNERO Y LAS INTERSECCIONES NARRATIVAS	23
III. MASCULINIDADES EN CHOQUE: TURISMO Y REBELDÍA GENERACIONAL	25
IV. LA TURISTA, DONJUÁN TURÍSTICO Y EL DESPLOME DE LAS CONVENCIONES	26
V. LA LARGA AGONÍA DE LOS PECES FUERA DEL AGUA	30
VI. BIBLIOGRAFÍA	36
CAP. III.—EXILIO, FOTOGRAFÍA Y TURISMO EN LA OBRA DE SIBYLLE VON KASKEL	39
<i>Alicia Fuentes Vega</i>	
I. DRESDE, 1905 - SANTA PONS, 2005	41
II. ARTE Y EXILIO	43

III. PALMA, 1933/34-1935	45
IV. BRISAS DE MALLORCA	48
V. EXILIO Y TURISMO	54
VI. MADRID, 1935-1936: A MODO DE CONCLUSIÓN	56
VII. BIBLIOGRAFÍA	58

SEGUNDA PARTE

TURISMO, NACIÓN Y ESTADO

CAP. IV.—EL SPAIN IS DIFFERENT DE RAFAEL CALLEJA: IDENTIDAD NACIONAL E IMÁGENES DE FEMINIDAD EN LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA II REPÚBLICA	63
---	----

Jorge Villaverde

I. A LA CABEZA DE LA EDITORIAL: HORIZONTE GEOGRÁFICO Y REDES FAMILIARES	65
II. ESCRITOR, INTELLECTUAL... Y FUNCIONARIO	67
III. TESTIMONIOS CONTEMPORÁNEOS, RETAZOS DE SU ESCRITURA	70
IV. GARÇONNES Y MADRES: UNA VISIÓN TRADICIONAL DE LA MUJER	73
V. ¿QUIÉN ERA RAFAEL CALLEJA?	77
VI. EL CARTEL DE SPAIN IS DIFFERENT: LAS ALCALDESAS DE ZAMARRAMALA EN TIEMPOS DEL VOTO FEMENINO	80
VII. CONCLUSIONES	82
VIII. BIBLIOGRAFÍA	85

CAP. V.—TURISMO E IDENTIDAD NACIONAL EN EL PRIMER FRANQUISMO: UNIDAD EN LA DIVERSIDAD	87
--	----

Beatriz Correyero Ruiz

I. FRANQUISMO Y REGIONALISMO. ESPAÑA 1939-1951	89
II. POLÍTICA TURÍSTICA E IDENTIDAD NACIONAL EN LA DÉCADA DE LOS 40	92
III. POLÍTICA TURÍSTICA E IDENTIDAD NACIONAL EN LA DÉCADA DE LOS 50	97
IV. CONCLUSIONES	100
V. BIBLIOGRAFÍA	102

CAP. IV.—TURISMO Y NACIÓN EN EL DISEÑO DE LA CIUDAD COSMOPOLITA. DISCIPLINAS DE GÉNERO Y CLASE EN LA OBRA DE GONÇAL ARNÚS (1908) ..	105
--	-----

*Saida Palou Rubio**Gemma Torres Delgado*

I. INTRODUCCIÓN: LOS MARCOS POLÍTICO-ECONÓMICOS Y SOCIOCULTURALES DEL TURISMO EN BARCELONA A COMIENZOS DEL SIGLO XX	105
II. LA PUBLICACIÓN DEL LIBRO BARCELONA COSMOPOLITA DE GONÇAL ARNÚS	107
III. IMAGINARIOS TRANSNACIONALES E IDENTIDAD NACIONAL EN EL TURISMO	110
IV. CLASE, GÉNERO Y DEFICIENCIAS CIVILIZATORIAS DE LA CIUDAD DE BARCELONA	111
V. IDEALIZACIÓN, CLASE E INFLUENCIA DE LOS TURISTAS	118
VI. LA REPRESENTACIÓN DE LA CIUDAD	119
VII. CONCLUSIONES	121
VIII. BIBLIOGRAFÍA	122

TERCERA PARTE
TURISMO, GÉNERO Y COLONIALISMO

CAP. VII.—CIVILIZADOS Y PAGANOS. TURISMOY <i>TRASLATIO IMPERI</i> ESPAÑOLA BAJO EL FRANQUISMO	127
<i>Brice Chamouleau</i>	
I. UN PROBLEMA DE TEMPORALIZACIÓN HISTÓRICA	128
II. TRASLATIO IMPERI ESPAÑOLA EN EL OCCIDENTE ATLANTISTA	131
III. LA CONQUISTA Y LA NUEVA TRANSFERENCIA DE IMPERIO	133
IV. UN ENFOQUE POSCOLONIAL A LA HISTORIA DEL TURISMO	137
V. BIBLIOGRAFÍA	142
CAP. VIII.—CULTURA COLONIAL EN LA CONFIGURACIÓN DEL MEDITERRÁNEO	
COMO DESTINO TURÍSTICO: LA INDUMENTARIA LOCAL EN LOS RELATOS DE VIAJES SOBRE MALLORCA (1807-42)	145
<i>Antoni Vives Riera</i>	
I. FEMINIZACIÓN Y RACIALIZACIÓN DE MALLORCA COMO PAISAJE CORPORAL	149
II. INDUMENTARIA Y ALTERIDAD TURÍSTICA: RURALIZACIÓN, ORIENTALISMO Y DESCLASAMIENTO	152
III. RELIGIÓN, INSULARIDAD Y (DES)ENCUENTRO POLÍTICO	155
IV. CONCLUSIONES	158
V. BIBLIOGRAFÍA	159
CAP. IX.—REPRESENTACIONES COLONIALES Y DE GÉNERO EN VIAJEROS ROMÁNTICOS Y FIESTAS TRADICIONALES DE LA COSTA BLANCA	163
<i>María Dolores Fernández-Poyatos</i>	
I. EL COLONIALISMO IMPERECEDERO	164
II. HOGUERAS PURIFICADORAS EN LA NOCHE DE SAN JUAN	170
III. MOROS Y CRISTIANOS: LA CONQUISTA INACABADA	175
IV. CONCLUSIÓN	180
V. BIBLIOGRAFÍA	181
CAP. X.—REFLEXIONES EN LA INTERSECCIÓN ENTRE EL GÉNERO Y LA RAZA EN EL TURISMO	183
<i>Donna Chambers</i>	
I. SOBRE LA BLANQUITUD	185
II. ANÁLISIS DE LA BLANQUITUD A TRAVÉS DEL CINE	190
III. LA EXOTIZACIÓN DEL CUERPO MASCULINO NEGRO: COMERSE AL OTRO	191
IV. LA BLANQUITUD COMO VIOLENCIA	193
V. LA ESPACIALIZACIÓN DE LA BLANQUITUD	194
VI. LA AMBIVALENCIA DE LA BLANQUITUD	195
VII. REFLEXIONES FINALES	196
VIII. BIBLIOGRAFÍA	198

INTRODUCCIÓN
GÉNERO, COLONIALISMO Y NACIÓN
EN LA HISTORIA CULTURAL Y SOCIAL DEL TURISMO

Antoni Vives Riera
Universitat de Barcelona

Gemma Torres Delgado
Universitat de Barcelona

La historia del turismo es una especialidad relativamente joven. Se consolidó internacionalmente con la aparición del primer número del *Journal of Tourism History*. En España no se publicó el primer monográfico dedicado al tema hasta 2003, en la revista *Historia Contemporánea* (González y Larrinaga, 2003). El primer congreso de Historia del Turismo lo organizó recientemente —en 2017— el grupo de investigación TURHIS. Sus resultados se publicaron al año siguiente (Vallejo y Larrinaga, 2018). La publicación del monográfico «El turismo en España» en la revista *Ayer*, en 2019, fue la definitiva carta de presentación en España de la historia del turismo como especialidad consolidada (Vallejo y Larrinaga, 2019). Esta línea de investigación ha primado la perspectiva económica y presenta el desarrollo turístico como un ejemplo de la vitalidad empresarial de la España anterior a la Guerra Civil. Junto a este enfoque económico, el otro gran ámbito de investigación que ha predominado en la historia del turismo en España ha sido el estudio de la promoción turística llevada a cabo por las administraciones públicas principalmente, y en menor medida por las promotoras privadas. Desde que Ana Moreno Garrido presentase su tesis doctoral (Moreno, 2004), la propaganda turística se ha relacionado con la construcción y reproducción de la identidad nacional española.

El presente libro sigue esta senda abierta recientemente en la historia del turismo para ir un paso más allá. Plantea no solamente una historia económica o político-institucional del turismo, sino también una historia social y cultural. Incorpora el análisis de las diferentes formas de desigualdad de género, clase, raza, junto a los desequilibrios territoriales que se han reproducido en la práctica del turismo, entendida no solo como una actividad económica, sino como una actividad cultural ligada al ocio y a la movilidad. En esta publicación proponemos entender el turismo como un fenómeno que ha propiciado la configuración de identidades nacionales y regionales, desde la práctica cotidiana, en las que se han reproducido y también subvertido los órdenes de género predominantes en cada contexto. Algunas publicaciones han abordado el estudio del

turismo desde la perspectiva de los estudios culturales de forma puntual (Afinoguénova y Martí-Olivella, 2008; Crumbaugh, 2009). Desde un punto de vista histórico y político, Sasha Pack ya planteaba en 2006 el papel del desarrollo turístico, tanto en el sostenimiento del régimen franquista como en la democratización social que condujo a la Transición (2006). Perspectivas similares, que relacionan lo cultural y lo político en el estudio del turismo, se están desarrollando también en este momento (Villaverde y Galant, 2021). El presente libro quiere ser una aportación a este campo de estudio, a través del análisis de la historia del turismo desde la perspectiva de género y la teoría post y decolonial. En sus páginas encontramos ejemplos históricos que ilustran esta triple relación entre turismo, género y las dinámicas coloniales y postcoloniales a lo largo de la historia contemporánea, desde los primeros viajes románticos a mediados del siglo XIX, hasta el auge turístico experimentado en el siglo XXI antes de la pandemia de coronavirus, pasando obviamente por los inicios del turismo de masas durante el primer tercio de siglo XX o el boom de sol y playa durante el desarrollismo franquista.

Como ya se ha señalado, uno de los objetivos de la presente publicación es presentar el turismo como dispositivo de producción y reproducción de identidades nacionales en la banalidad de las prácticas cotidianas de viaje, ocio y consumo que implica. En efecto, el análisis del turismo como práctica cotidiana de nacionalización ha sido una de las líneas de investigación más fructífera que la historia cultural ha desarrollado en el ámbito internacional (Baranowski y Furlough, 2002; Zuelow, 2009). Al tratarse de una práctica de consumo de países, la industria turística ha tendido a imaginar y demandar naciones como marcas comerciales (Morgan y Pritchard, 1998). Así pues, lejos de tener un efecto de homogeneización cultural, el turismo ha conducido a la aparición y consolidación de las diferencias entre países como producto (Picard, 1996). El mismo fenómeno se ha sido descrito para las culturas regionales, que han idealizado las periferias rurales y han reforzado los procesos de nacionalización (Storm, 2019; Young, 2012). Así pues, si asumimos la banalidad de la producción cotidiana de la identidad nacional (Billig 1995, Skey y Antonsich, 2017), no hay duda de que el turismo ha ejercido un papel clave en los procesos de nacionalización al que la historiografía especializada no siempre ha prestado suficiente atención.

Es importante destacar que en la práctica turística la nación no solamente es imaginada en guías o en postales. Por su carácter corporal y espacial, la movilidad turística constituye una práctica de performatividad de las identidades nacionales en cada acto cotidiano de encuentro entre viajeros y locales (Edensor, 2002). En este sentido, la materialización corporal y espacial de la nación a través de la práctica cotidiana del viaje de ocio permite también a los sujetos nacionalizados modificar la identidad nacional que se les ha asignada. Así pues, la recreación de identidades nacionales en la materialización del encuentro turístico se evidencia como un campo privilegiado para investigar los procesos de nacionalización desde abajo (Ginderachter, 2012) y por ende desde las periferias provinciales (Vives-Riera, 2018). Al mismo tiempo, el encuentro turístico ha constituido también un escenario en el que los sujetos nacionalizados han podido relativizar sus

identidades nacionales (Brubaker, 2006). En los actos corporales de recreación de dichas identidades, los sujetos subalternos, silenciados por la cultura nacional oficial, tienen la oportunidad de manifestar su indiferencia nacional y así evidenciar los límites de los procesos de nacionalización (Ginderachter y Fox, 2019; Vives-Riera, 2012).

De todas formas, sabemos que los procesos históricos de producción y reproducción de las identidades nacionales no acontecen de manera aislada respecto a la multiplicidad de identidades y binomios de poder que operan en el conjunto de la sociedad. En la presente publicación nos interesamos por la intersección de las identidades nacionales y regionales con las relaciones de género y los imaginarios coloniales de ordenamiento global. Se ha tratado ampliamente cómo en el mundo contemporáneo nación, género e imperialismo se han configurado mutuamente de forma interrelacionada. Joan W. Scott (1986) ya describió en su momento como la consolidación del orden de género solo se comprende en su complejidad si se vincula con otros fenómenos sociales como la clase, la nación o el imperio. Los conceptos «hombre» y «mujer» están constituidos históricamente por estos otros vectores sociales e identitarios. Al mismo tiempo, el género debe entenderse como una variable central en la legitimación y constitución de las relaciones sociales que aparentemente parecen ajenas a él, como la identidad nacional o la jerarquización imperial.

Esta imbricación se ha analizado especialmente en relación a la nación y al imperio. Se ha descrito cómo particularmente la feminidad —pero también la masculinidad— ha servido para construir, imaginar, reproducir y encarnar la nación, una entidad abstracta que se hace comprensible para los sujetos que deben identificarse con ella a través de imágenes y valores de género (Andreu, 2017, Blasco, 2013, Blom, 2000). Así las mujeres se convierten en reproductoras biológicas, culturales y simbólicas de la comunidad nacional (Yuval Davis, 1997). Igualmente, masculinidad, nación e imperio se han construido de forma inseparable a lo largo del periodo contemporáneo, como si estuvieran forjados con el mismo molde (Nagel, 1995, Mosse, 2000). En efecto, el género ayuda también a fijar las jerarquías imperiales. Una feminidad y una masculinidad deficientes encarnan un mundo colonial incivilizado. Su reverso, la Europa moderna, evita la «decadencia nacional» a través de una relaciones e ideales de género «modernos» y alejados de todo lo que el mundo colonizado supuestamente representa (McClintock, 1992). En ambos procesos, los valores, imágenes e ideales de género se convierten en portadores de identidades colectivas, nacionales e imperiales y en marcadores simbólicos de la diferencia. Así a través del género, se vehiculan identidades colectivas y relaciones de poder. La nación y el imperio se construyen a través del género. Al mismo tiempo, los ideales de «feminidad» y «masculinidad» se conforman históricamente y en cada contexto en relación a los proyectos imperiales y nacionales en los que se enmarcan.

A diferencia de la cuestión de la identidad nacional, la perspectiva de género y los imaginarios coloniales de ordenamiento global prácticamente no han sido incorporados en la historia del turismo en España y solamente de forma puntual en la historiografía

internacional. En cambio son cuestiones mucho más trabajadas en el ámbito transdisciplinar de los estudios turísticos (Jamal y Robinson, 2009). En este sentido, la relación entre turismo, colonialismo y género ha sido ampliamente debatida desde los años 90, cuando se incorporó la teoría postestructuralista, los estudios de género y la crítica postcolonial al ámbito de la antropología o la geografía del turismo. Ello condujo a la aparición de la llamada escuela crítica de estudios turísticos, que ha investigado la interrelación entre la práctica turística y las desiguales relaciones de género, raza, cultura o lugar (Ateljevic, Morgan y Pritchard 2012).

En lo que respecta específicamente a la relación entre turismo y colonialismo, los estudios turísticos han ido más allá de cuestiones de dependencia económica de los países en vías de desarrollo receptores con relación a las antiguas metrópolis occidentales emisoras de turistas (Akama, 2004). El turismo se ha concebido como una fábrica de alteridad que, en la práctica cotidiana, ha contribuido a la reproducción de relaciones desiguales entre países, no solamente en el campo económico, sino también en el cultural (Favero, 2007; Echtner y Prasad 2003). En este sentido, el turismo ha sido descrito como una de las actividades humanas más decisivas en el *world making*, es decir, en el mantenimiento del orden global de jerarquización entre el norte y el sur, con posterioridad a la desaparición de la dominación imperial directa (Hollinshead, 2004). Así pues, la práctica turística puede ser entendida como un poderoso dispositivo social de colonialismo banal, de reproducción y performatividad corporal y espacial de los imaginarios coloniales de jerarquización racial, cultural y global en la mundanidad de la práctica cotidiana (Werry, 2011; Merrill, 2010). De la misma manera, el turismo también puede ser entendido como un espacio de contestación, transgresión y subversión de estas jerarquías por parte de los sujetos subalternos en el mismo acto cotidiano de performatividad de las identidades coloniales (Haldrup y Larsen, 2009).

En el primer capítulo de este libro, Carlota Vidal describe de forma exhaustiva, la relación entre turismo y género. La autora nos presenta una revisión bibliográfica de los escasos trabajos que han tratado, desde la perspectiva histórica, la interconexión entre la práctica turística y las relaciones de género. Identifica cómo la incorporación en la historiografía española e internacional del giro lingüístico y los estudios culturales condujo a la proliferación de estudios sobre cómo, a través de la promoción turística, se han propuesto modelos de feminidad que principalmente ratificaban los arquetipos y órdenes de género de la sociedad burguesa decimonónica. Al mismo tiempo, identifica la ausencia de estudios sobre el tema que apliquen el llamado giro performativo de retorno a la historia social desde la historia cultural, más allá de los imaginarios y los discursos. Para identificar este vacío y explorar el potencial que este campo abre para la historiografía sobre la España contemporánea, la autora se sirve de diversas obras ejemplares que en el campo interdisciplinario de los estudios turísticos han analizado la performatividad corporal y espacial del género en la cotidianeidad del encuentro turístico. Describe cómo se pueden traducir en formas de disciplinamiento de los comportamientos sociales o también en espacios primigenios de resistencia a las mismas por parte de los sujetos que se ven emplazados a performar determinados modelos de

género en el marco de la industria turística. Como conclusión, propone una agenda para una nueva historia del turismo desde la perspectiva de género.

En el segundo capítulo, Mary Nash nos ofrece un estudio sobre las identidades de género configuradas en el marco de la explosión del desarrollo turístico en los años sesenta y setenta del siglo XX, en pleno franquismo. Desde su pionera ponencia en el XI Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea (2012), la autora ha desarrollado una sólida línea de investigación sobre los arquetipos de género —tanto masculinos como femeninos— que se han configurado en el contexto turístico de la Costa Brava. Parte de la hipótesis que el turismo tiene un gran potencial en la generación de cambio social en las periferias costeras. En este caso, no solamente nos ofrece una explicación del proceso histórico de configuración de los arquetipos del Don Juan y *la sueca*, y los consiguientes cambios en las relaciones de género que implicaron. A partir del análisis de la obra literaria de Aurora Bertrana, *Vent del grop*, y su posterior adaptación cinematográfica, en la película *La larga agonía de los peces fuera del agua*, Mary Nash analiza también cómo el discurso turístico de género es cuestionado y subvertido por una escritora femenina heterodoxa como Bertrana. En este sentido, destaca que la obra de esta autora muestra la vulnerabilidad masculina en el encuentro con unas mujeres turistas, que, tanto desde la perspectiva de clase como colonial, ocupaban el polo superior en la jerarquía social. En cambio, en su adaptación cinematográfica, estas debilidades se ocultan y tanto la preponderancia masculina como el honor nacional son restaurados al cambiar el desenlace del relato.

El empoderamiento femenino de la mujer turista a través de la práctica de viaje es también el punto de partida del capítulo de Alicia Fuentes. La autora ahonda en el trabajo de la fotógrafa alemana Sibylle von Kaskel a lo largo de los años treinta del siglo XX, que ya durante el franquismo fue utilizado para representar la identidad nacional española en diferentes publicaciones de promoción turística. Fuentes analiza cómo a través de sus trabajos para la revista *Brisas*, la fotógrafa contribuyó a generar la marca Mallorca. Muestra cómo esta mirada específicamente femenina fue asumida en la construcción turística de las identidades tanto nacional española como local mallorquina. Además, estudia las ambigüedades de la experiencia de esta mujer, que se encontraba en una posición liminal entre los peligros económicos y políticos del exilio y el glamour y la alegría del turismo. Partiendo del marco teórico de los *mobilities studies*, no solamente cuestiona las fronteras entre diferentes formas de movilidad como el exilio o el viaje de ocio. También plantea los efectos sedantes y pacificadores de la práctica del turismo internacional, en el contexto de un nuevo orden mundial posterior a 1945, caracterizado por la conflictividad.

Si en los primeros capítulos del libro mostramos la subjetividad y la agencia de las mujeres viajeras en contextos turísticos cotidianos, los tres textos que conforman el segundo bloque del libro se centran en la acción de las instituciones públicas de promoción turística. Analizan la construcción de las identidades nacionales española o catalana y el ordenamiento social que este nacionalismo banal de matriz turística proponía, tanto desde el punto de vista de género y clase, como desde la perspectiva territorial.

Jorge Villaverde relata en el capítulo cuatro el proceso de génesis, durante la Segunda República, del lema turístico *Spain is different*, que marcó la identidad nacional española en el periodo del desarrollismo franquista. A partir del estudio del perfil biográfico de su artífice —el funcionario del Patronato Nacional de Turismo Rafael Calleja—, el autor profundiza en las connotaciones políticas de las primeras campañas en las que se utilizó el lema. En ellas detecta una irónica actitud de oposición al nuevo régimen reformista desde dentro de sus mismas instituciones. Así nos muestra la actitud del republicanismo moderado liberal que poco a poco evoluciona hacia las posiciones autoritarias que conducirán al franquismo. El artículo describe el discurso turístico sobre la identidad nacional como un canal de implícita oposición cultural a la Segunda República y como un elemento de pronta configuración de la cultura Franquista que se oficializará después de la Guerra Civil. Jorge Villaverde nos explica además cómo a través de la propaganda turística también se proponían modelos de feminidad doméstica conservadora de carácter castizo y folklorizante, en oposición a los arquetipos femeninos transgresores como la *garçonne*, que aparecieron en los años veinte y que se identificaron con la modernidad y con el régimen republicano.

Beatriz Correyero, por su parte, explica en el capítulo cinco la temprana incidencia que tuvieron en el ordenamiento simbólico territorial de la nueva España franquista la Dirección General de Turismo y la Obra Sindical de Educación y Descanso. Antes del discurso desarrollista que identificaba la nación española con la modernidad, durante el primer franquismo, la promoción de las identidades regionales más tradicionalistas a través del turismo fue un instrumento político del régimen para cohesionar territorialmente la nación, despolitizar las identidades de las periferias y afirmar «la unidad en la diversidad» de España. De todas formas, Correyero confirma también en su estudio las tendencias centralizadoras de los aparatos institucionales en la banalidad consumista y cotidiana de la promoción turística. En este sentido, plantea que ello pudo responder tanto al tradicional castellano-centrismo de las administraciones públicas y las familias políticas del franquismo, como a la fascinación por lo andaluz que históricamente ha marcado la mirada turística del resto de Europa sobre España. Con todo, la identidad nacional-regional que a través de la promoción turística propone para España la OSED supuso una propuesta de ordenamiento territorial.

En el capítulo seis, Saida Palou y Gemma Torres retroceden en el tiempo a la primera década del siglo XX y se sitúan en el contexto de Barcelona, cuando se hicieron las primeras propuestas para el fomento del turismo en la ciudad. Analizan el texto *Barcelona cosmopolita*, un pequeño ensayo este propósito de Alfons Arnús, publicado en 1908. Muestran cómo las elites burguesas de Barcelona propusieron un repertorio de medidas para disciplinar a las clases populares locales y así elevar Cataluña en general y la ciudad en particular al rango superior de las naciones civilizadas europeas. Bajo este impulso regeneracionista, una cierta tipología de turismo urbano, heredero de la exposición universal de 1888, fue percibido como una oportunidad no solamente de ascenso de la ciudad en las jerarquías coloniales globales, sino también de neutralización

de la conflictividad social y de reforma de las relaciones e ideales de género locales. Con la nueva identidad turística de la ciudad se invitaba y en cierta medida se obligaba a la población de Barcelona a recrearla y reformar sus comportamientos de género para que fueran dignos de una nueva nación europeizada. En tanto que instrumento de modernización, el turismo fue visto como un recurso para mantener el estatus de Cataluña en las jerarquías coloniales mundiales poco después de que España hubiera perdido las posesiones de ultramar en el Pacífico y el Caribe.

La relación de las identidades y prácticas turísticas con las jerarquías coloniales de ordenamiento global es tratada de forma más directa en el tercer bloque del presente libro. En el capítulo siete, Brice Chamouveau cuestiona las tesis clásicas planteadas en su momento por Sasha Pack sobre el socavamiento político invisible del franquismo que supuso el desarrollo del turismo, junto con los inevitables efectos democratizadores del contacto con el resto de Europa. El autor hace una relectura de la apuesta franquista por el turismo desde la perspectiva de la teoría crítica decolonial, siguiendo una línea parecida a la expuesta por Palou y Torres en el capítulo anterior. Argumenta que el desarrollo turístico fue concebido como instrumento de modernización y re-europeización, ayudó a España a volver a adquirir el estatus de país civilizado. Al mismo tiempo, el turismo permitía disciplinar a las clases populares y a las periferias rurales. De esta manera, contribuyó a estabilizar el régimen franquista, no solamente en el plano económico, sino también en el político, cultural y social.

La lectura del Chamouveau sobre el desarrollo turístico en España a partir de la crítica decolonial y postcolonial se aplica también en el trabajo de Antoni Vives. Desde este campo de análisis, se ha tendido a ver el turismo como una práctica colonial en la que el turista como sujeto viajero dominante conoce y por tanto domina tanto al país visitado como a su población local, desde la sutileza del placer y el ocio. En el capítulo ocho, Vives analiza desde esta perspectiva los escritos de los viajeros franceses que, con la expansión del transporte a vapor, llegaron a Mallorca a mediados de siglo XIX. Centrándose en el análisis de las observaciones turísticas de George Sand o Jean Laurens sobre los modos locales de vestir, el texto muestra cómo la mirada turística sitúa en una posición de subordinación a Mallorca y a sus habitantes, desde el punto de vista de género, clase, y también desde la perspectiva territorial. De esta manera, la tarea de selección de la vestimenta definida como propia de la isla conduce a la feminización, el desclasamiento y la ruralización de sus habitantes, así como de su espacio significado como paisaje.

En esta misma línea, María Dolores Fernández Poyatos, desde la disciplina de los estudios culturales, nos ofrece una revisión histórica de larga duración de las connotaciones de género de los procesos de configuración de la marca turística Costa Blanca, desde mediados de siglo XIX hasta prácticamente el momento actual. Su texto nos explica cómo el modelo de feminidad local asociado a la identidad turística de la costa alicantina se ha construido a partir de unos arquetipos de alteridad colonial propios del romanticismo decimonónico. Plantea cómo, posteriormente en los años veinte y treinta del siglo XX o en el momento actual, estos estereotipos femeninos fueron asumidos por

las instituciones públicas locales. También describe como, con una clara intencionalidad turística, se promovieron fiestas como las hogueras de san Juan o las celebraciones de moros y cristianos. En ellas, se invitaba a las mujeres a performar la alteridad colonial, lo cual contribuía a la domesticación femenina y a la imposición de un orden de un género conservador. De todas formas, la autora también nos muestra cómo estos estereotipos femeninos de carácter colonial fueron subvertidos por las mujeres locales en la misma performance festiva de las celebraciones.

La presente publicación finaliza con un capítulo especial, ya que es la traducción de un texto ya publicado con anterioridad. Desde la crítica decolonial, su autora, Donna Chambers, nos presenta un análisis de diversos largometrajes cinematográficos sobre el turismo sexual femenino de mujeres blancas que buscan hombres negros en la Jamaica actual. A diferencia del resto de capítulos del libro, el texto no se centra en el pasado de España, sino que analiza el momento actual en una geografía inequívocamente postcolonial que nos traslada al Caribe. Asimismo, introduce la vertiente de raza para entender mejor las relaciones de poder que se reproducen y subvierten a través de la práctica cotidiana del turismo. La inclusión de este último capítulo es especialmente pertinente, ya que se trata de un ejemplo excelente de cómo la perspectiva crítica está enriqueciendo los actuales estudios turísticos, cosa que en el primer capítulo proponemos como fuente de inspiración para el estudio de la historia del turismo en España. Como en los capítulos dos y tres, el texto de Chambers asume que el turismo tiene efectos empoderadores para las mujeres. Explica cómo el viaje les permite invertir las relaciones de poder con los hombres racializados que las acogen. Describe así el papel del turismo en la reproducción de la desigualdad colonial, desde una perspectiva racial y global.

Este libro es el fruto de las jornadas de investigación «Turismo, género y nación: una perspectiva postcolonial», que se celebraron en junio de 2020. En ellas, se expusieron una parte de los resultados del nuestro proyecto I+D+i coordinado por Mary Nash y Antoni Vives: «Turismo y performatividad de la identidad local: Nación y región desde una perspectiva postcolonial y de género (Catalunya y Balears: siglos XIX-XXI)» (HAR2017-83005-R) financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033. El objetivo de las jornadas fue poner en diálogo nuestros resultados con los de otros investigadores e investigadoras, tanto del ámbito de la historia como de otras disciplinas de las humanidades y las ciencias sociales. Queríamos agradecer en primer lugar la labor de Mary Nash como coordinadora del proyecto, sin el que esta publicación no se hubiera podido realizar. También agradecemos al Ministerio de Economía y Competitividad haber ofrecido la financiación para estas investigaciones, así como a la Editorial Comares su interés en este libro. Finalmente, queríamos agradecer su trabajo y estímulo intelectual a los demás investigadores e investigadoras que colaboran en el proyecto y que participan en otras publicaciones del mismo —Pau Obrador, Eugenia Afinoguénova, Eric Storm, Nadia Fava, Maribel Rosselló, Eduard Moyà, José Ramon Cardona, Mark Casey, Francesc Vicens y Agustín Cócola—, junto con los participantes en las jornadas antes mencionadas: Sasha Pack, Alex Quiroga, Kostis Kornetis, Joaquim Puigvert o Carmen Gil. Sin su colaboración

y sin sus enriquecedoras sugerencias en las diferentes actividades organizadas por el proyecto, una parte muy importante de este libro no habría sido posible.

I. BIBLIOGRAFÍA

- AFINOGUÉNOVA, Eugenia, y MARTÍ-OLIVELLA, Jaume, *Spain Is (Still) Different: Tourism and Discourse in Spanish Identity*, Lanham, Lexington Books, 2008.
- AKAMA, John S, «Neocolonialism, Dependency and External Control of Kenya's Tourism Industry: A Case Study of Wildlife Safari Tourism in Kenya», en *Tourism and Postcolonialism: Contested Discourses, Identities and Representations*, Hall, C. Michael y Tucker, Hazel, London, Routledge, 2004, pp 140–52.
- ANDREU MIRALLES, Xavier, «El género de las naciones. Un balance y cuatro propuestas», *Ayer*, 106, 2017, pp. 21-46.
- ATELJEVIC, Irena, MORGAN, Nigel y PRITCHARD, Annette, *The Critical Turn in Tourism Studies: Creating an Academy of Hope*, New York, Routledge, 2012.
- BARANOWSKI, Shelley y FURLOUGH, Ellen, en *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture, and Identity in Modern Europe and North America*, Ann Arbor, University of Michigan Press, 2002.
- BILLIG, Michael, *Banal Nationalism*, Thousand Oaks, Sage, 1995.
- BLOM, Ida, HAGEMANN, Karen, y HALL, Catherine, *Gendered Nations, Nationalism and Gender Order in Long Nineteenth Century*, Berg, Oxford-Nova York, 2000.
- BLASCO HERRAZ, Inmaculada, «Mujeres y nación: ser españolas en el siglo XX», en Moreno Luzón, Javier, Nuñez Seixas, Xosé, M. (eds), *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*, Barcelona, RBA, 2013, pp. 168-206.
- BRUBAKER, Roger, *Nationalist Politics and Everyday Ethnicity in a Transylvanian Town*, New Jersey, Princeton University Press, 2006.
- CRUMBAUGH, Justin, *Destination Dictatorship: The Spectacle of Spain's Tourist Boom and the Reinvention of Difference*, New York, SUNY Press, 2009.
- ECHTNER, Charlotte M., y PUSHKALA, Prasad, «The Context of the Third World Tourism Marketing», *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 2003, pp. 660–82.
- EDENSOR, Tim, *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, Oxford, Bloomsbury Academic, 2002.
- FAVERO, Paolo, «What a Wonderful World!': On the 'touristic Ways of Seeing', the Knowledge and the Politics of the 'culture Industries of Otherness'», *Tourist Studies* 7 (1), 2007, pp. 51–81.
- GINDERACHTER, Maarten Van, y BEYEN, Marnix (Eds), *Nationhood from Below: Europe in the Long Nineteenth Century*, London, Palgrave Macmillan, 2012.
- GINDERACHTER, Maarten Van, y FOX, Jon E, *National Indifference and the History of Nationalism in Modern Europe*, London, Routledge, 2019.
- GONZÁLEZ PORTILLA, Manuel y LARRINAGA RODRÍGUEZ, Carlos, «Turismo y Nueva Sociedad», *Historia Contemporánea*, 25, 2003.
- HALDRUP, Michael, y LARSEN, Jonas, *Tourism, Performance and the Everyday: Consuming the Orient*, London, Routledge, 2009.
- HOLLINSHEAD, Keith, «Tourism and New Sense: World-making and the Enunciative Value of Tourism», en *Tourism and Postcolonialism Contested Discourses, Identities and Representations*, Hall, Michael C., y Tucker, Hazel, London, Routledge, 2004, pp. 25–43.
- JAMAL, Tazim, ROBINSON, Mike, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, London, SAGE, 2009.
- MCCLINTOCK, Anne, *Imperial Leather: Race, Gender, and Sexuality in the Colonial Contest*, Routledge, New York, 1992.
- MERRILL, Dennis, *Negotiating Paradise: U.S. Tourism and Empire in Twentieth Century Latin America*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2010.
- MORENO-GARRIDO, Ana, *Turismo y nación: La definición de la identidad nacional a través de los símbolos turísticos (España, 1908-1929)*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2004. [Tesis doctoral]
- MORGAN, Nigel, y PRITCHARD, Annette, *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities*, Chichester, Wiley, 1998.
- MOSSE, Georg, *La imagen del hombre. La creación de la moderna masculinidad*, Talasa Ediciones, Madrid, 2000.
- NAGEL, Joan, «Masculinity and Nationalism: Gender and Sexuality in the Making of Nation», *Ethnic and Racial Studies*, 2, 1998, pp. 242-269.

- PACK, Sasha D, *Tourism and Dictatorship: Europe's Peaceful Invasion of Franco's Spain*, Hampshire, Palgrave Macmillan, 2006.
- PICARD, Michel, *Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture*, Singapore, Archipelago, 1996.
- SINHA, Mritani, «Nations in an Imperial Crucible», *Gender and Empire*, en Levine, Philippa, Oxford University Press, 2004, pp. 181-202.
- SCOTT, Joan W., «Gender: A Useful Category of Historical Analysis», *American History Review*, 91, 1986, pp. 77-97.
- SKEY, Michael, y ANTONSICH, Marco, *Everyday Nationhoods: Theorising Culture, Identity and Belonging after Banal Nationalism*, London, Palgrave Macmillan, 2017.
- STORM, Eric, «Tourism and the Construction of Regional Identities», en *Regionalism and Modern Europe: Identity Construction and Movements from 1890 to the Present Day*, Núñez Seixas, Xosé M., y Storm, Eric, London, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 99-119.
- VALLEJO, Rafael y LARRINAGA, Carlos, *Los Orígenes del Turismo en España, 1900-1939. El Nacimiento de un País de Turismo*, Madrid, Sílex, 2018.
- «El Turismo En España: Presentación», *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 2019, 114, pp. 13-22.
- VILLaverDE, Jorge y GALANT, Ivane, *¿El turismo es un gran invento? Usos políticos, identitarios y culturales del turismo en España*, Alfons el Magnànim- CESIC, 2021 (En prensa).
- VIVES-RIERA, Antoni, «Los límites de la nacionalización del campesinado: Esfera pública e identidad local en Mallorca durante el siglo XX», *Historia Agraria. Revista de Agricultura e Historia Rural*, 58, 2012, pp. 113-43.
- «Tourism and Nationalism in the Production of Regional Culture: The Shaping of Majorca's Popular Songbook between 1837 and 1936», *Nations and Nationalism*, 24 (3), 2018, pp. 695-715.
- WERRY, Margaret, *The Tourist State: Performing Leisure, Liberalism, and Race in New Zealand*, Minnesota, University of Minnesota Press, 2011.
- YOUNG, Patrick, *Enacting Brittany: Tourism and Culture in Provincial France, 1871-1939*, Farnham, Ashgate, 2012.
- YUVAL-DAVIS, Nira, *Gender and Nation*, London, Sage, 1997.
- ZUELOW, Eric, *Making Ireland Irish: Tourism and National Identity Since the Irish Civil War*, Syracuse, Syracuse University Press, 2009.

La movilidad y el ocio han sido históricamente elementos de la vida cotidiana del mundo moderno en los que se han configurado y reproducido relaciones desiguales de poder de género, raza, clase, etc. Sin embargo, la historia del turismo hoy en día aún se escribe predominantemente desde un punto de vista económico, como si sólo se tratase de un negocio objeto de políticas públicas. En la presente publicación, presentamos una serie de estudios sobre historia del turismo en España que van más allá del paradigma económico, a la par que ejemplifican como una actividad en apariencia tan inocente ha jugado un papel fundamental en la configuración y también en la contestación de los ordenamientos sociales y políticos contemporáneos. Con un ámbito cronológico que abarca de mediados del siglo XIX hasta finales del XX, el libro muestra cómo las jerarquías sociales se han desarrollado en la banalidad del viaje de ocio en la medida que han establecido vínculos con identidades locales, regionales y nacionales que han sido producidas en el imaginario turístico como objetos de consumo y deseo. A partir de un fértil diálogo interdisciplinar entre la historia, los estudios culturales, los estudios de género y la crítica post(de)colonial, el libro reflexiona también sobre cómo el placer del viaje en busca de la diferencia y el exotismo esconde pequeños actos cotidianos de reproducción y transgresión de la norma social. Aunque también contempla desigualdades de clase o procedencia, la presente publicación se centra especialmente en las relaciones de género.



COMARES
editorial

ISBN 978-84-1369-287-6



9 788413 692876