



***Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico.* Antonia del Rey-Reguillo (ed.), Madrid, Biblioteca Nueva- Siglo XXI, 2013, 196 pp.**

Los *cultural studies*, desde los años '60, cuestionaron la separación entre alta y baja cultura, es decir, ente cultura letrada o de élite (vinculada a las prácticas artísticas hasta el siglo XIX) y cultura popular. La sociedad de consumo de la segunda mitad del siglo XX fue el escenario contextual más preciso para estas investigaciones que transformaron a las ciencias sociales. La comunicación audiovisual, en ese contexto, era un espacio transversal que permitía consolidar investigaciones sobre temáticas hasta esos momentos ausentes en la epistemología de corte positivista. En las

décadas posteriores, como se puede constatar en Iberoamérica, Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Eduardo Peñuela, Nelly Richard, Jenaro Talens, por citar a un número limitado de investigadores destacados, trasladaron a estas zonas del mundo la experiencia anglosajona de los *cultural studies* o francesa del postestructuralismo, pero no realizando una copia des-contextualizada o despolitizada de esos movimientos de transformación epistémica, como pudo constatarse en Estados Unidos, donde muchas de las experiencias postestructuralistas o deconstructivistas se trasladaron pero despolitizadas y, en algunos casos, asumiendo un lenguaje cercano al canon, sino posesionándolas en nuestro espacio cultural como prácticas textuales situadas y en conflicto.

En este nuevo siglo, como lo alertaba García Canclini (1999), temas como el consumo, el turismo, el multiculturalismo, los conflictos culturales de la globalización, se convirtieron en *sujetos* –más que objetos– de investigación en un momento histórico donde los viajes tanto físicos como virtuales nos han transformado, en parte, a todos en extranjeros. Es, por lo indicado, que un libro como *Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico*, editado por Antonia del Rey-Reguillo, es un aporte fundamental para acercarse a estas temáticas en contextos hispánicos. Ya hay antecedentes en otros sitios como en la cultura anglosajona con los casos de John Urry y McCannell o en Francia con el archiconocido y citado Marc Augé y en nuestras culturas en los trabajos de la misma Antonia del Rey-Reguillo y el grupo de investigación del que es Investigadora Principal: Cine, imaginario y Turismo. Este libro, por tanto, es un nuevo aporte de este grupo, compuesto por investigadores de universidades de diferentes países. Como indica en la introducción Rey-Reguillo (2103: 8), “al pensar las relaciones existentes entre el cine y el turismo, la figura del turista se revela como un elemento determinante, en tanto que sintetiza la ambivalencia existente en la vinculación que mantiene el discurso filmico con respecto al hecho turístico”.

La construcción de los imaginarios sobre el turismo ha tenido en el cine, desde sus orígenes, una pantalla destacada para imaginarnos mundos que se nos acercaban, por más lejanos que estuvieran, desde la interfaz visual. En la misma línea de Gilles Deleuze (2007), para quien el cine es un medio de traslación y, por lo anterior, los medios de

transporte están más cercanos a su estética que otros medios de comunicación, en este libro como en *Cine, Imaginación y Turismo*, editado en el 2007, se indica que “desde sus mismos orígenes el cine manifiesta una decidida vocación turística que se vio potenciada por el hecho de que sus señas de identidad más determinantes lo vinculan de forma intrínseca a la dinámica del viaje” (p. 8).

Si al comienzo en las cinematografías hispanoamericanas fue el documental el género que plasmó las imágenes de paisajes y sujetos de diferentes geografías, con el paso de los años en la ficción se fueron presentando, no sólo historias, sino espacios que visibilizaban lugares no siempre conocidos, y, por tanto, potenciaban una mirada sobre el turismo abierta hacia las experiencias de sujetos que transitaban virtualmente a través del “gesto” de la mirada.

Para la economía de la cultura el turismo se ha venido consolidando como una de las principales fuentes de ingresos económicos pero también simbólicos. Por lo dicho, “no debe extrañar que la presencia de los turistas en el cine español, además de estar asegurada, fuera una constante durante los años sesenta y setenta, hasta llegar a constituir un elemento dramático inherente a un determinado tipo de películas y directores”. Sin embargo, esa mirada no es homogénea sino que, en su complejidad, da cuenta de una diversidad de *sujetos* que son presentados en heterogéneos contextos. “Precisamente esta pluralidad de miradas permite abordar con mayor flexibilidad la figura del turista en el cine español, en toda su dimensión poliédrica y polivalente, capaz de funcionar como un alambique mediante el cual se destilan algunas de las claves esenciales para entender la sociedad española del siglo XX” (p. 9). Desde este planteamiento, el libro *Turistas de película* analiza diferentes películas que incorporan el turismo y al turista como imagen, a veces distorsionada, de la cultura hispánica. El diálogo entre turismo y cine, muestra, a su vez, como ha ido transformándose la sociedad española en las últimas décadas.

Ana Moreno Garrido, en el primer capítulo, analiza cómo desde las prácticas gubernamentales, ya desde Alfonso XIII, se ha instrumentalizado el turismo, a través de imágenes de símbolos nacionales, proyectadas en la pantalla.

Antonia del Rey, por su parte, amplía el arco cronológico, incluyendo cinco décadas de análisis (desde el año diez a

los cincuenta del siglo pasado) que evidencian diferentes estrategias que presuponen y configuran un modelo de turista, integrado a una variedad de paisajes y arquitecturas.

Annabel Martin compara la estereotipada imagen de la tarjeta postal con la otra realidad de la represión dictatorial y el disciplinamiento (Foucault) de cuerpos e imágenes. En los años sesenta, como escribe Jorge Nieto, en filmes como *España otra vez* de Jorge Camino, aunque se trataran temas polémicos y hasta conflictivos con *el régimen*, no se apartaron de la mirada estereotipada sobre España, considerando que esa iconografía sería apreciada por el espectador no español.

Santiago Renard analizando filmes como *Luna de verano*, *El turismo es un gran invento*, *Tres suecas para tres rodríguez* y *Vente a Alemania, Pepe* de Pedro Lazaga; *Amor a la española* de Fernando Merino y *Vivan los novios* de Luis García Berlanga introduce la relación entre hombre español/ mujer extranjera, binomio que se sustenta sobre “el mito” hombre español conquistador y mujer (europea/nórdica), mostrando la paradójica debilidad del primero sobre la ecuación hombre/europeo/no español.

Por su parte, Rosanna Mestre se centra en el turismo de playa, considerando dos relatos cinematográficos que conjugan el entramado socioeconómico e ideológico en el que se sustentan. Analiza a esos efectos *Novio a la vista* de Luis G. Berlanga y *Atasco en lo nacional* de Josetxo San Mateo. Alfredo Martínez introduce el caso paradigmático de Asturias que se ha transformado, en las últimas décadas del siglo pasado, en un icono del turismo alternativo (ecológico y rural). Filme como *La torre de Suso* de Tom Fernández es un ejemplo destacado sobre lo indicado.

Finalmente, Emmanuel Vincenot desde *Sanky Panky* de José Enrique Pintor, cambia el eje, y desde el estudio del cine de República Dominicana, tensiona las líneas que vinculan al turista autóctono con el extranjero que llega y pone en conflicto a la identidad nacional. A ésta no la reduce a rasgos mínimos estereotipados sino a una conformación social múltiple y compleja.

En conclusiones, el libro polifónico *Turistas de película* es un material fundamental para estudiar la complejidad que está detrás de una de las temáticas claves de los estudios

de comunicación audiovisual y cultura contemporáneos, el viaje y el trayecto entre el turista (como caso paradigmático) y el cine (como otro modelo del recorrido). Las representaciones que se enmarcan en ambos significantes, cine y turismo, y en los sujetos, personajes y turistas, dan cuenta de dos de los fenómenos más importantes del siglo pasado y del presente, por ello, es un libro de referencia para investigadores y estudiantes de comunicación pero, también, de turismo, de sociología de la cultura y de antropología.

Referencias bibliográficas

- DELEUZE, Gilles (2007) *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona, Paidós.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México (DF), Grijalbo.

Víctor Silva Echeto