

VIVES RIERA, Antoni y TORRES DELGADO,
Gemma (eds.), *El placer de la diferencia.*
Turismo, género y nación en la Historia de España
Granada, Comares, 2021, 199 pp.

Carlos Larrinaga

Universidad de Granada, España

clarrinaga@ugr.es

<https://orcid.org/0000-0001-7053-5877>

Cómo citar esta reseña: LARRINAGA, Carlos (2022). Vives Riera, Antoni; Torres Delgado, Gemma (eds.), *El placer de la diferencia. Turismo, género y nación en la Historia de España. Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, (25), pp. 430-433, <https://doi.org/10.14198/PASADO2022.25.24>

Hasta fechas recientes, el enfoque predominante en la historia del turismo en España era el económico. Desde los estudios pioneros de Carmelo Pellejero, por ejemplo, un grupo notable de historiadores económicos se adentraron en los entresijos de la historia del turismo cuando éste en España, y con contadas excepciones, era prácticamente desconocido. A este respecto, resultaba muy curioso que siendo una actividad que venía aportando al PIB más de un 10% anual apenas había suscitado el interés de los historiadores de la economía. Al punto que en los manuales de historia económica de España muy poco se decía sobre este sector. Los temas estrella eran la agricultura (su modernización o no), la industrialización, la historia financiera o el debate en torno al ferrocarril. El turismo no parecía interesar a casi nadie, hasta que en 2002 la revista *Historia Contemporánea* dedicó un monográfico a este tema, convocando no sólo a historiadores económicos, sino también a importantes contemporaneístas de prestigio, tanto nacionales como internacionales. Parecía abrirse un nuevo tiempo para la historia del turismo en España y así fue. A partir de ese

momento, los estudios sobre cuestiones económico-empresariales, promoción turística o administración turística se fueron multiplicando, hasta ir dando forma a una historiografía que hoy en día brilla con luz propia en el panorama internacional. Sobre todo, porque el campo de investigación se ha abierto enormemente y, de hecho, lo sigue haciendo aún, tal como se demuestra en este libro. En efecto, además de abordar cuestiones político-institucionales, esta obra se desliza también por la historia social y cultural. De hecho, incorpora el análisis de diferentes formas de desigualdad de género, clase y raza, junto a los desequilibrios territoriales que se han reproducido en la práctica del turismo. El objetivo es, pues, analizar el turismo desde la perspectiva de género y la teoría post y decolonial.

Dicho esto, el libro se estructura en tres partes. La primera está dedicada a turismo, género y cultura y en ella Carlota Vidal describe de forma exhaustiva la relación existente entre turismo y género, subrayando los pocos trabajos que, desde la perspectiva histórica, han abordado la interconexión entre la práctica turística y las relaciones de género, proponiendo una agenda investigadora que profundice en estas cuestiones en las próximas investigaciones. Por su parte, Mary Nash ahonda en las identidades de género configuradas en el boom turístico de los años sesenta y setenta, en pleno franquismo, valiéndose para ello del análisis en profundidad de la novela de Aurora Bertrana *Vent de grop* (1967) y de su adaptación al cine en *La larga agonía de los peces fuera del agua*, dirigida por Francisco Rovira-Beleta y estrenada en 1970, poniendo de relieve la vulnerabilidad masculina frente a las mujeres turistas. Finalmente, Alicia Fuentes Vega aborda el tema del empoderamiento femenino a través del viaje, esta vez de la fotógrafa alemana Sibylle von Kaskel, reconstruyendo su trayectoria vital, su obra (sobre todo, en la revista *Brisas*) y su contribución a la promoción turística de Mallorca, convirtiéndose, sin duda, en una auténtica pionera en este terreno.

La segunda sección del libro está dedicada a turismo, nación y Estado; en especial, aunque no sólo, a la promoción turística llevada a cabo por las instituciones públicas. Desde mi punto de vista, es, sin duda, la parte más interesante de todo el volumen, con aportaciones especialmente valiosas. Por ejemplo, la de Jorge Villaverde, quien indaga en el famoso eslogan *Spain is different* de Rafael Calleja, analizando de forma minuciosa cómo se gestó ese lema durante la Segunda República. Lema que, como se sabe, fue profusamente empleado con posterioridad, lo que viene a apoyar la tesis de las continuidades que recientemente ha sido sostenida en libros como *Luis Bolín y el turismo en España entre 1928 y 1952* (Madrid, 2021), por ejemplo. Por su parte, Beatriz Correyero se centra en el primer franquismo, analizando la obra

propagandística oficial, poniendo de manifiesto cómo la propaganda turística se instrumentalizó para construir una imagen de la unidad en la diversidad y contribuir a un nacionalismo práctico que buscaba recuperar la unidad y la identidad españolas tras el impacto de la Guerra Civil. La identidad nacional fue asumida por el franquismo como algo fundamental, a fin de laminar las identidades alternativas que llevaban floreciendo desde finales del siglo XIX. En este empeño, se pretendió despolitizar y banalizar el regionalismo, echando mano para ello de la propaganda turística. Por último, Saida Palou y Gemma Torres se retrotraen a la Barcelona anterior a la Primera Guerra Mundial para analizar el texto de *Barcelona cosmopolita* (1908) de Gonçal Arnús, uno de los miembros más destacados de la burguesía catalana de esos años y que vio en el turismo una posibilidad de oro para diversificar la economía barcelonesa de su época, siendo al mismo tiempo una propuesta para disciplinar a la ciudad con el objetivo de acomodarse a un ideal de modernidad transnacional. Frente al atraso español, Barcelona se presentaba como una ciudad moderna y cosmopolita.

La tercera y última parte del libro está dedicada a turismo, género y colonialismo y, según mi parecer, es la menos interesante de todas ellas. Brice Chamouveau hace hincapié en la conquista civilizatoria y el restablecimiento de la nación imperial con el franquismo tras la experiencia republicana. Así, en contra de lo sostenido por autores como Sasha Pack, por ejemplo, afirma que el turismo, lejos de ser una realidad peligrosa para la estabilidad del régimen, constituyó una herramienta útil para reactivar el imaginario imperial de España en el contexto atlantista de cooperación poscolonial de los años sesenta. El turismo hubiese servido, pues, como instrumento de modernización, así como para disciplinar a las clases populares. Aplicando esta crítica decolonial o postcolonial, Antoni Vives Riera se centra en la isla de Mallorca, analizando los escritos de autores como George Sand o Jean Laurens, señalando que la mirada turística situó en una posición de subordinación a Mallorca y a sus habitantes. Por su parte, María Dolores Fernández Poyatos analiza la configuración de la marca turística Costa Blanca en el largo plazo y con unas connotaciones de género indudables. La sección se cierra, finalmente, con la traducción de un estudio de Donna Chambers que no se centra en España, como el resto de la obra y que, en este sentido, parecería un poco desubicado. En él analiza diversas películas sobre el turismo sexual femenino en busca de hombres negros en la Jamaica actual. De esta forma, a través de la blanquitud y del cuerpo negro como objeto de deseo, la autora introduce la vertiente de raza para entender mejor las relaciones de poder en la práctica cotidiana del turismo.

En conclusión, estamos ante un libro que pretende explorar nuevas perspectivas a la hora de abordar un tema tan poliédrico como es el turismo, que, para los no familiarizados con estos nuevo abordajes teóricos y metodológicos, puede resultarles un tanto árido, aunque se trata de una obra a tener en cuenta en los próximos estudios del turismo en España desde la historia social y cultural, especialmente.