Representaciones del turismo español en el cine: del elitismo a la masificación

Rosanna Mestre Pérez
Universitat de València

Frente al imaginario de lo extranjero, y sobre todo de *las extranjeras*, tan visitado por cierto cine español en los años sesenta y setenta, este trabajo da protagonismo a la representación cinematográfica del turismo nacional interesado por el disfrute de nuestras costas. Para bucear por estas aguas poco exploradas del celuloide nacional hemos elegido dos películas ambientadas en épocas que distan casi 100 años entre sí: *Novio a la vista*, de Luís García-Berlanga, que fue realizada en 1954 pero está situada en 1918, y *Atasco en la nacional* (2007), de Josetxo San Mateo, que se desarrolla a principios del siglo XXI.

Ambos filmes coinciden en narrar la historia de unas familias españolas, con uno o varios hijos, que disfrutan de un tiempo de ocio en algún enclave marcado por el ritual estacional de moda. En los dos casos las familias se desplazan desde Madrid hasta el destino elegido en las costas levantinas, buscando el atractivo de las zonas de sol y playa[1]. El mayor interés de estos relatos cinematográficos se encuentra en las secuencias donde se parodia la cotidianidad del veraneo de unos personajes fácilmente identificables por sus estilos de vida y enfrentados por conflictos de carácter generacional. En manos de Berlanga esto se resuelve en tono más bien amable y simpático, mientras que la mirada de San Mateo proyecta mayor mordacidad. Pero ambos filmes se preocupan por dejar entrever el entramado social, ideológico y económico en el que se sustentan estas experiencias de recreo. La marca de grupo de estatus (Weber, 2003) que identifica a los protagonistas opera, de hecho, como un ingrediente clave a través del cual se ponen en escena dos modelos turísticos que únicamente resultan verosímiles si están anclados en unos contextos socio-históricos definidos, aunque sea de manera caricaturesca. Frente a la experiencia ostentosa y casi ridícula del turismo de élite que se apropia de un litoral casi virgen, con escasa

[1] La elección de veraneantes madrileños desplazados a las costas levantinas en ambas películas evoca una consolidada tradición del imaginario español tendente a explotar las diferencias culturales entre *los madrileños* y *los valencianos*, y encuentra una variante prolífica en las estancias vacacionales de los forasteros de la capital en el litoral valenciano. Este choque de perspectivas Madrid~Valencia ya era objeto de espectacularización en el siglo XIX, como ilustra un referente tan popular como es el sainete de Eduard Escalante, *Tres forasters de Madrid* (1995), editado originalmente en 1876, donde se recrean las *molestias* que los madrileños causan a los valencianos cuando los visitan en vacaciones.

intervención del ladrillo pero dotado de las principales comodidades de moda en *Novio a la vista*, encontramos la sátira del turismo popular lanzado a la ocupación intensiva de unas costas tan repletas de visitantes como de servicios, en un entorno altamente intervenido y sobreexplotado, bajo la coartada democratizadora que envuelve al turismo de masas en *Atasco en la nacional*.

Unos y otros comparten, sin embargo, un concepto común de veraneo, las vacaciones junto al mar, que no son atemporales ni universales, sino que responden a una modalidad históricamente construida y claramente identificada por la historia del turismo: la sociedad británica del siglo XVIII y los nuevos hábitos higienistas (Walton, 2001) practicados por los sectores sociales más acomodados. Según el análisis de Marc Boyer (2002), la asunción por parte de los *stars* (capas sociales más privilegiadas) de los comportamientos, prácticas y lugares previamente inventados por los *gate-keepers* (guardianes de la cultura), puso en valor un mar, el Atlántico, que hasta el siglo XVII había sido representado por la literatura inglesa como lugar enigmático, peligroso y escasamente atractivo. Este nuevo interés clasista por el descanso a orillas del mar se desplazará posteriormente a aguas más templadas y a sectores sociales menos pudientes, suscitando nuevos hábitos y conflictos que las películas objeto de nuestro estudio recrean *en versión española*.

Resulta evidente, sin embargo, que el turismo que toma baños el sol completamente vestido a principios del siglo XX en *Novio a la vista* es sensiblemente distinto del que persigue broncearse bajo una capa de crema protectora, a principios del XXI en *Atasco en la nacional*. Desde la perspectiva de la historia del turismo en nuestro país, la distancia que les separa es la que diferencia la denominada por algunos etapa prefordista[2] del turismo, desarrollada a principios del siglo XX, de la etapa del desarrollo turístico o fordista[3] (también llamada de masificación), que se desarrolla

[2] Esta etapa se caracteriza por la existencia del turismo como actividad todavía marginal, pero que ya empieza a tener cierto impacto en determinados destinos locales; cuenta con una cierta infraestructura de carácter industrializado, pero la demanda está todavía muy restringida por la escala social. Su icono tecnológico es el automóvil (Garay y Cànoves, 2009).

[3] Se entiende por etapa fordista el periodo de gran crecimiento y democratización del acceso a los servicios turísticos desarrollado entre los años cincuenta y los setenta en España. En estas décadas se consolida la industrialización de la oferta gracias a una implicación de los sectores público y privado para responder a una demanda masiva, que en buena parte es internacional gracias al desarrollo de los vuelos chárter y de los desplazamientos en coche, y a la intervención de los touroperadores. Se produce una gran especialización sectorial en los mercados de sol y playa, en un marco de servicios altamente estandarizados y homogeneizados. Se evidencian indicios de los principales efectos negativos generados

durante la segunda mitad de la dictadura franquista pero que todavía perdura en muchos destinos turísticos a principios del siglo XXI, revelándose insensible a la evolución postfordista[4] iniciada en los años ochenta.

Otro aspecto relevante que las dos comedias comparten es el protagonismo otorgado a las experiencias de los forasteros ante lo local diferente. La focalización en la mirada del visitante que sólo mantiene un contacto estacional con el entorno turístico se impone en ambos relatos y en ella radica una diferencia importante respecto a la perspectiva dominante en el cine español del *desarrollismo* que trata el *boom* turístico que vivió nuestro país en los años sesenta y setenta, pues esas narraciones suelen centrarse en el punto de vista de los visitados. Así lo muestran tantas producciones de finales de los años sesenta y principios de los setenta protagonizadas, en la mayoría de los casos, por el presunto español medio que se siente abrumado ante los nuevos estilos de vida que los turistas extranjeros (sobre todo las de género femenino) traen en sus equipajes[5] y experimenta cierta *aculturación*. Frente a este tipo de representaciones, *Novio a la vista* y *Atasco en la nacional* tienen el valor añadido de encontrarse entre las escasas producciones nacionales que eligen a turistas españoles como protagonistas del ocio estival en nuestra geografía.

En este sentido, las dos cintas ilustran la categoría que denominamos películas cartel turístico, según la clasificación de las producciones cinematográficas que contribuyen a construir el imaginario turístico de una zona o país, propuesta por nuestro equipo de investigación (Mestre, Rey y Stanishevski, 2006). Con sus viajes geográficos

---

por este modelo: la sobreexplotación de los recursos naturales (playa y montaña), los desequilibrios medioambientales (explotación no sostenible) y geográficos (descompensación en la distribución turística de las zonas interiores frente a las costeras). El estancamiento de la demanda en los años setenta determina una de sus crisis más señaladas que favorecerá la transición a la etapa postfordista (Garay y Cànoves, 2009).

[4] En la fase postfordista se intenta dar respuesta a la uniformidad de la etapa masiva ofreciendo alternativas turísticas variadas y especializadas que respondan a la demanda individualizada. Se trata de ofrecer alternativas a la necesidad de lo que J. Urry (2003) denomina "búsqueda de la diferencia", que sería la exigida por los turistas de la sociedad postmoderna (a partir de los años ochenta del pasado siglo). Flexibilidad, calidad, cualificación, nuevas tecnologías, adaptación a la demanda… son ingredientes básicos de este modelo turístico que, por otra parte, no sustituye totalmente al masivo, sino que convive con él (Garay y Cànoves, 2009).

[5] Explotaron este modelo de representación de lo turístico títulos tan elocuentes como *Amor a la española* (1966), de Fernando Merino; *El turismo es un gran invento* (1967), de Pedro Lazaga; *40º a la sombra* (1967), de Mariano Ozores; *No somos de piedra* (1967) y *Objetivo Bi-ki-ni* (1968), de Manuel Summers; *El Baldiri de la costa* (1968), de José María Font-Espina; *El abominable hombre de la costa del sol* (1969), de Pedro Lazaga; *Celos, amor y Mercado Común* (1973), de Alfonso Paso; o *Tres suecas para tres Rodríguez* (1975), de Pedro Lazaga, entre otras muchas.

y existenciales, los personajes de *Novio a la vista* y *Atasco en la nacional* actúan como una suerte de representación virtual del espectador que, en su recorrido por paisajes, infraestructuras y servicios, guía al espectador por la senda de cierta experiencia turística. Además de adoptar el punto de vista del visitante ajeno al destino, estos filmes están impregnados con cierta carga publicitaria sobre la ciudad, la zona o la región donde transcurre la acción[6] que, de algún modo, *se vende* al espectador.

En las siguientes páginas nos ocuparemos del estudio individualizado de cada filme y finalizaremos con las conclusiones que vinculan ambos análisis.

Novio a la vista

Novio a la vista es una producción de Cifesa que Luís García-Berlanga dirigió en 1954 a partir de un guión de encargo solicitado a Berlanga y Juan Antonio Bardem tras el reconocimiento internacional que *Bienvenido Mister Marshall* obtuviera en el Festival de Cine de Cannes, en mayo de 1953. Intentando prolongar el éxito del tándem Berlanga-Bardem en esta obra fundamental del cine español, Benito Perojo les encargó la redacción de un nuevo guión a partir de una idea original de Edgar Neville titulada *Quince años*. En el guión también colaboraron el propio Neville y José Luis Colina. La película fue finalmente protagonizada por Josette Arno en el papel de Loli, aunque Berlanga había apostado por una joven y desconocida Brigitte Bardot. La inclusión de esta última en los planes del director, junto con los otros títulos que barajó, *Quince añitos* o *Loli se viste de mujer*, aportan algunos indicios sobre el enfoque con que Berlanga abordaba este proyecto.

Novio a la vista narra la historia de un grupo de niños que ronda la adolescencia y en verano se va de vacaciones a la costa mediterránea con sus respectivas familias, de posición acomodada todas ellas. Allí disfrutarán intensamente del mar, el buen tiempo y

[6] Usamos aquí el término publicitario en su sentido etimológico de hacer público o dar a conocer: *publicación* de información que, en el contexto que nos ocupa, favorecería la difusión de imaginarios fácilmente identificables a través de la ficción cinematográfica, como los creados por la industria del cine sobre las costas caribeñas o las californianas, por poner un par de ejemplos familiares para cualquier espectador. No es necesario haber visitado estas costas para tener una imagen mental de ellas; buena parte de esa imagen procede de las representaciones que el cine (junto a otros medios y canales de comunicación) ha elaborado y distribuido por todo el mundo. Para quienes lo cinematográfico es su principal fuente de información sobre zonas lejanas o nunca visitadas, la imagen de esas zonas está indisolublemente asociada al imaginario (literario, audiovisual, publicitario…) creado por esas fuentes.

los juegos infantiles. Loli, la joven protagonista, es la primera que se ve forzada a abandonar esta época de inocente felicidad y, con ella a Eduardo, su gran compañero de juegos. A caballo entre dos mundos, Loli se ve impelida a sumergirse en el universo de los adultos y aprender divertimentos más productivos (como los juegos de seducción, la planificación del ascenso social...), mientras sus amigos organizan memorables acciones de rebeldía contra esa especie de secuestro orquestado contra ella por *los mayores* y sus encorsetados principios burgueses. Al final del verano Loli *se cambia de bando*, transformada en una especie de modosa Lolita que ya es consciente de sus armas de mujer, mientras que Eduardo y sus amigos conservan la candidez peterpaniana que pocos días atrás les había llevado a lanzar piñas y petardos contra el asedio de los adultos, en una cómica secuencia que casi roza el absurdo.

Desde el punto de vista de la producción, ésta es una de las películas de Berlanga más profundamente heridas por una combinación fatídica: la censura franquista y la falta de apoyo de su propia productora. "Entre imposiciones previas, autocensuras, limitaciones de rodaje y cortes posteriores del productor, del distribuidor, del Sr. Censor de padres de familia, del Sr. Censor de hijos de buenas madres y demás zarandajas por el estilo, me han mutilado y prostituido una obra donde yo me había encontrado a gusto", lamentaba Berlanga (Heredero, 1993: 328).

En cualquier caso, lo relevante para nuestro análisis es que la ambientación de la película recrea una versión amable y despreocupada de la España de 1918 que recoge ciertos rasgos clave, como el privilegio que en aquel tiempo constituían las estancias de recreo. Se trataba de una prerrogativa que sólo se hallaba al alcance de los más favorecidos económicamente y estaba asociada a nuevas aficiones (montaña, mar, paseos por zonas monumentales), nuevos gustos (deseo de saber y de desplazarse), nuevas zonas de moda (la costa norte) y nuevas demandas de servicios, como recoge la historia del turismo (Moreno, 2007; Barke et al., 1996; Fernández, 1991). Aunque en *Novio a la vista* no aparece uno de los fenómenos más característicos del turismo de principios del XX, el termalismo[7], ni las costas más visitadas entonces, las del mar Cantábrico, sí se aprecia el disfrute igualmente privilegiado que a principios del siglo

[7] El turismo termal ha sido muy escasamente representado por el cine español, salvo raras excepciones como *Huella de luz* (1943), de Rafael Gil o *Los jueves, milagro* (1957), de Luis García Berlanga.

XX las familias protagonistas hacen de los espacios y servicios de costa mediterráneos, que son herederos directos aquél.

Cabe recordar, sin embargo, que el filme de Berlanga no se rodó en la época representada sino en 1945, en plena autarquía franquista. Parece comprensible que los guionistas se alejaran de aquel difícil presente en busca de un contexto más propicio para al ocio turístico. Lo curioso, quizá, es que ubicaran ese ambiente social confortable y tranquilo en una simpática e idealizada España de 1918, tan insensible a los acontecimientos bélicos internacionales[8] como a las recientes tensiones nacionales[9]. Dejando a un lado la superficialidad del anclaje histórico en que se sustenta el relato fílmico, lo que nos interesa subrayar es la apuesta de Berlanga por un imaginario turístico marcadamente burgués que él mismo se encarga de parodiar a través de unos personajes que, en su afán por imitar las prácticas turísticas en boga, casi sufren más que disfrutan la moda del veraneo a orillas del mar. El director valenciano consigue, de este modo, hacer reír al espectador coetáneo (y al actual) mediante la caricatura de unos nuevos turistas que, con "sus cotilleos, sus falsas apariencias, su parasitismo y su holgazanería" (Heredero, 1993: 328) resultaban tan privilegiados como ridículos en los años cuarenta.

Una fuente de comicidad hábilmente explotada por los guionistas es la escasa familiaridad de los personajes de *Novio a la vista* con las prácticas turísticas que se esfuerzan por imitar. Los padres de los protagonistas, por ejemplo, pasan el tiempo sentados en primera línea de playa, pero siempre van completamente vestidos. Uno de sus principales entretenimientos es criticar los hábitos poco saludables de otros turistas, como los del bañista que corre bajo el sol sin protección en la cabeza y osa bañarse sin dejar pasar las 6 horas que, "como todo el mundo sabe", son necesarias para hacer la digestión. Este mismo saber popular otorga, en cambio, una valoración muy positiva a las costumbres hidrológicas que practican los adinerados Villanueva, la familia de posición social más alta, que es presentada como el modelo social que se debe emular:

[8] Aunque España se mantuvo neutral durante la Primera Guerra Mundial, el fin de la contienda aparece narrativizado en los exámenes de historia que Eduardo, el amigo de Loli, vuelve a suspender en septiembre, ajeno a los cambios políticos que se han producido durante su inocente veraneo.

[9] No aparece en el filme ningún rastro de las consecuencias suscitadas por los importantes conflictos sociales, militares y políticos que se desencadenaron en España durante 1917 (Tusell, 1999).

"Aguas en Cestona, baños en Lindamar y oxígeno en La Granja[10]". La parodia del ideal higienista se complementa con las proporciones *científicas* de los baños apuntadas por otro personaje: "¡Y todo muy bien medido! Los baños impares. Toman nueve y descansan tres días". También vemos cómo se considera "suicida" al bañista que, vestido con el típico bañador de tirantes y rallas, se dispone a dar un saludable paseo de *sportman* por la orilla del mar, mientras una enfática música de fondo subraya con efecto cómico el simulacro de deportividad. Este bañista, por su atuendo y por sus hábitos deportivos novedosos, personaliza la modernidad y precisamente por eso es denostado por los sectores sociales más reacios al cambio, como de hecho lo son las familias protagonistas. Aunque esta recreación sainetesca de la España de 1918 que enfatiza la pervivencia del imaginario decimonónico cientifista podría parecer exagerada, tiene ciertas dosis de realismo, pues evoca la lentitud con que el paradigma bacteriológico penetró en el imaginario popular, sustituyendo al higienista[11].

Sobre el carácter innovador de estas costumbres resulta todavía más llamativa y burlesca la reiterada dificultad de otros personajes, las hermanas Peláez, para identificar las señales de auxilio de un bañista que se está ahogando en el mar. Ambas tienden a interpretar los movimientos de brazos como saludos y no dejan de sorprenderse por el esforzado gesto de alguien a quien ni siquiera conocen. Además de evidenciar los limitados recursos cognitivos de estos personajes femeninos, siguiendo el estereotipo de las solteronas ricas pero cortas de luces, la anécdota sirve para dejar constancia de lo poco usual que todavía podía resultar para más de uno la práctica de la natación como actividad deportiva o lúdica.

A través de pequeños detalles como los citados, y con las limitaciones que la censura imponía en la crítica de la burguesía acomodada, la película deja entrever una

[10] En estas referencias puede identificarse una eficaz combinación de ficción creativa y realismo referencial. Junto a los inexistentes pero elocuentes destinos de Lindamar y La Granja, la referencia al Balneario de Cestona sí está anclada en la realidad histórica de principios del siglo XX. Se trata de un enclave real ubicado en Zestoa, Guipúzcoa, a cuyas aguas se atribuyen propiedades curativas desde 1760. Fueron declaradas de utilidad pública en 1792. En 1804 se abrió el Balneario al público y comenzaron las visitas turísticas (Web Oficial).

[11] Los referentes conceptuales de los citados diálogos se encuentran en las teorías hidrológicas sobre los baños marinos y termales, coetáneas de las teorías higienistas en materia de salud comunitaria. Aunque históricamente el paradigma higienista empezó a ser sustituido por el bacteriológico entre la comunidad científica a finales del siglo XIX, los cambios sobre estas cuestiones en el imaginario popular no empezarían a percibirse hasta bastantes décadas más tarde (Moreno, 2007; Blanchard, 2006; Besancenot, 1991).

cierta carga satírica contra los imitadores de lo que el sociólogo Thornstein B. Veblen (1922) denomina la *clase ociosa*: esa burguesía perteneciente al sector productivo que se transforma temporalmente en *clase ociosa* para hacer gala de unas elitistas vacaciones de ocio ostentoso y competitivo con el que reforzar su posición social. Aunque Veblen nunca aludió a los turistas en su crítica a la burguesía de su tiempo[12], su sátira de los sectores sociales no productivos parece encontrar un adecuado correlato en los protagonistas de la ficción berlanguiana, cuya mera presencia en los sillones playeros de mimbre se muestra como una clara marca de poder. Si *estar* en la playa, sin hacer nada, es ya un signo de cierta posición social, mayor exhibición de consumo ostentoso constituye el alojamiento de los Villaplana en su chalet particular. En la película, ellos son los únicos que pueden permitirse la propiedad de una segunda residencia junto al mar, aunque apenas la disfruten una o dos semanas al año. No es extraño, pues, que la sola mención del apellido Villaplana sea causa de gran revuelo entre quienes *sólo* pueden ser huéspedes del hotel costero. Unos y otros responden, en definitiva, al modelo de clase ociosa que el citado sociólogo estadounidense describe tomando como referencia a sus coetáneos de principios del siglo XX: "In order to gain and to hold the esteem of men it is not sufficient merely to possess wealth or power. The wealth or power must be put in evidence, for esteem is awarded only on evidence. And not only does the evidence of wealth serve to impress one's importance on others and to keep their sense of his importance alive and alert, but it is of scarcely less use in building up and preserving one's self-complacency" (Veblen, 1922: 44).

La aburrida vida de la clase turista protagonista transcurre, así, entre los estúpidos juegos de guerra que practican los varones, los incesantes cotilleos de las mujeres y las monótonas reuniones de sociedad. Estos encuentros tienen lugar en espacios de lujo, como los salones o las terrazas que, junto a los cafés, las sociedades de recreo, los casinos o los clubs náuticos, proliferaron en la segunda mitad del siglo XIX y pervivieron en las primeras décadas del XX como una oferta de ocio que el turismo de litoral heredó también de las prácticas termales (Moreno, 2007). Aunque en la película no se ven servicios muy sofisticados especialmente adaptados a las necesidades turísticas, sí se aprecia una amplia terraza con excelentes vistas al mar donde se puede

[12] Con *clase ociosa* Veblen se refiere expresamente a intelectuales, clérigos, deportistas, políticos y militares.

disfrutar de pasatiempos y placeres elitistas, como patinar, jugar al billar o tomar un aperitivo con las entonces carísimas aceitunas sin hueso.

No falta tampoco la presencia de algunos iconos mecánicos que conectan el progreso tecnológico con el desarrollo turístico. El tren que traslada a Loli y su familia desde Madrid hasta la playa construye una envidiable postal del desarrollo en infraestructuras al alcance de los personajes. Independientemente de que estas comodidades reflejen con fidelidad la realidad de las vías de acceso a nuestras costas a principios del siglo XX, la película se sirve de ello para integrar la costa mediterránea en *the railway age* (Burkart y Medlik, 1981) o era del ferrocarril. Adoptando el tren como símbolo del desarrollo de las infraestructuras de transporte en los primeros tiempos del turismo, *Novio a la vista* deja ver en varias ocasiones la cercanía de una de estas máquinas, consiguiendo que su chirriante ruido metálico y sus fuertes pitidos aporten un fondo sonoro de modernidad en algunos idílicos planos generales del litoral. Con su plasticidad iconográfica y sus connotaciones de modernidad y desarrollo, el tren parece *embellecer* las vistas de un paisaje natural que se muestra ya intervenido con cierta arquitectura de servicios, si bien es sólo moderadamente invasiva en la recreación cinematográfica.

La película obtiene, sin embargo, mayor rendimiento narrativo de otra máquina emblemática de aquel tiempo: el automóvil. Aunque no cuenta con demasiada visibilidad, sí está asociado a alguno de los momentos clave de la película con una función que trasciende lo meramente descriptivo de su utilidad práctica o su iconografía tecnológica. El trayecto que los adultos realizan masivamente en diversos coches para hacer frente a la rebelión de los niños sirve, en manos de Berlanga, para enfatizar la diferente relación que aquéllos mantienen con los espacios mediados y los no mediados del destino turístico. La persecución de los *rebeldes* por caminos sin asfaltar se torna francamente penosa para los adultos cuando éstos deben abandonar la comodidad de las infraestructuras turísticas, en las que se desenvuelven con tanta soltura, para adentrarse con sus flamantes coches en el inhóspito territorio de monte donde se refugian los niños. El desplazamiento resulta lento e incómodo. Y cuando los mayores urbanitas pinchen las ruedas de los automóviles y se vean obligados a desplazarse a pie, saldrá a la luz su manifiesta torpeza para moverse por un entorno, el rural, que les resulta claramente ajeno: terrenos pedregosos, fatigosas cuestas, ignotos peligros naturales, dificultad para

orientarse en campo abierto… Inutilizados sus coches, agotados físicamente y derrotados moralmente por los niños, estos encorsetados padres-turistas-de-ciudad acaban siendo vencidos por un *entorno hostil* que cómicamente pone al descubierto ciertas debilidades de su posición social.

Todos los signos de estatus son relevantes tanto por lo que muestran como por lo que excluyen y, como subraya Ana Moreno (2007: 33) respecto a la evolución del turismo, "el ocio ligado a la cura terapéutica no fue lo único que el litoral marítimo heredó de la práctica termal. También lo fue la disgregación social". Bien es cierto que *Novio a la vista* sí muestra a las clases inferiores, aunque sólo sea ejerciendo trabajos ordinarios (Veblen): la criada que viaja con la familia de Loli, los hombres que arrastran las casetas móviles, los uniformados camareros… Sin embargo, ninguno de ellos hace ademán de disfrutar de su tiempo de ocio en la playa, pues el papel de estos personajes secundarios es prácticamente de *atrezzo*, al servicio de los emuladores de la *clase ociosa*.

Con todo, podría afirmarse que Berlanga salda cierta deuda moral con estos excluidos del placer turístico a través del personaje interpretado por José Luis López Vázquez, el cazafortunas de clase media-baja que nos hace evocar al Carpanta del antiguo *TBO*. El hecho de que esté alojado en el Voramar sugiere que puede costearse el hotel, pero es evidente que sus recursos no alcanzan para mucho más: sus únicos pantalones tienen varias manchas, se ve obligado a lavar y tender la ropa él mismo dentro de la habitación, duerme encima de ella para plancharla… Este personaje, *infiltrado* en un entorno social que se encuentra muy por encima de sus posibilidades, muestra evidentes dificultades para mantener el estilo de vida de las otras familias, mucho más despreocupadas en lo económico, pero no por ello ceja en su empeño. Constituye un particular representante de los esfuerzos de *los otros*, las masas menos privilegiadas, por imitar a los más favorecidos. Este peculiar pionero de lo que James Buzard (1993) denomina *masa que sigue a la clase* (*mass follow class*), exhibe una gran habilidad para desenvolverse entre las escurridizas aguas de los más favorecidos con total solvencia, compensando con astucia e ingenio sus carencias económicas, en la mejor tradición picaresca. Evita, por ejemplo, pagar el precio del sillón de playa al *ahuecar el ala* sin decir una palabra, al estilo Chaplin, cuando se disponen a cobrarle el uso de este servicio. Otro gracioso gesto de supervivencia aparece cuando se ve

obligado a ocultar un agujero en la manga de su único traje colocando un fajín negro sobre el orificio e inventar una historia sobre el repentino fallecimiento de un pariente para justificarlo. Queda claro para el espectador que su presencia en la costa tiene como objetivo principal contraer matrimonio con alguna de las solteras adineradas a las que él corteja con evidente paciencia y resignación. Al borde de la exclusión pero resistiéndose a ella, el *intruso* frecuenta la playa para intentar subir posiciones en la escala social haciéndose pasar *por uno de ellos*, aunque para esto tenga que desplegar un esforzado cortejo a las tontas pero ricas hermanas Peláez.

Esa misma lógica que vincula turismo y promoción social instiga el interés de la madre de Loli por forzar la incorporación de su hija a los códigos de conducta de los adultos. Para ello no duda en precipitar su puesta de largo y exhibirla en uno de los bailes nocturnos como mujer adulta ante el soltero de oro, el joven Villanueva. Al principio Loli prefiere a sus amigos y se resiste a la incomodidad de los zapatos de tacón y el vestido elegante, pero la tentación de *hacerse mayor* junto al rico ingeniero pronto deja huella en ella. Hasta tal punto esto es así, que decide no saludar a su gran amigo Enrique cuando éste pasa ante ella y su maduro acompañante, la noche del baile. Las vacilaciones de Loli motivarán la sonada revuelta infantil, pero cuando ella finalmente elija al rico ingeniero sobre su estimado compañero de juegos estará dando un paso definitivo. Convertida en una *Lolita* tan modosa como exigía la censura española de los años cincuenta, la joven protagonista dejará atrás la inocencia infantil para satisfacer las expectativas que su madre ha puesto en ella, demostrando haber interiorizado la función social del veraneo en la playa que, para los de su posición, va mucho más allá del descanso y el entretenimiento.

Los turistas representados en el filme de Berlanga se ejercitan, así, en unas costumbres turísticas sofisticadas y elitistas que constituirán las bases de una de las industrias más potentes de nuestro país. Esa industria que se convertirá en tal precisamente cuando deba dar respuesta a las oleadas masivas de turistas que saturarán nuestras costas a partir de los años sesenta, y persistirán décadas más tarde, como recrean los populares protagonistas de *Atasco en la nacional*. La reflexión de San Mateo sobre la estrecha relación entre las prácticas turísticas y los grupos de estatus no es muy lejana de la de Berlanga, aunque se produzca cincuenta años más tarde y se ambiente en un contexto casi cien años posterior.

Atasco en la nacional

Seguramente no es extraño que Josetxo San Mateo se implicara en el guión, inicialmente escrito por Javier Muñoz, para hacerse cargo de la dirección de esta película que protagonizan dos actores tan populares como Anabel Alonso y Pablo Carbonell. El propio San Mateo, que fue ayudante de dirección de Luís García Berlanga en *Todos a la cárcel* (1993) y de Pablo Carbonell en *Atún y chocolate* (2004), ha afirmado de *Atasco en la nacional* que "surge de la unión del berlanguianismo y la familia Simpson" (Web Oficial, 2007). Aunque el de *berlanguiano* es un adjetivo poco preciso y abierto al debate, podría rastrearse la huella de Berlanga en algunos componentes de *Atasco en la nacional*. La particular mezcla de humor y crítica social que da sentido a la narración[13] sería uno de ellos, así como el grado extremo de las situaciones adversas, a veces rocambolescas, a las que los personajes deben hacer frente, con más pena que gloria en la mayoría de las ocasiones. Una de esas situaciones conflictivas es el monumental atasco con que se abre y se cierra la película, y al que remite el propio título. A pesar de lo que éste pueda hacer pensar, la historia de *Atasco en la nacional* emplaza pocas secuencias en una congestión de vehículos, pero su mención tiene el poder de evocar otros atascos famosos de la historia del cine, como *El gran atasco* (*L'ingorgo. Una storia impossibilie*), dirigido por Luigi Comencini en 1978 o de la historia de la literatura, como *La autopista del Sur* (1991), publicado por Julio Cortázar en 1964. Crea con ello ciertas expectativas que pronto se ven reorientadas hacia otros ámbitos de la experiencia turística con bastante acierto, en nuestra opinión.

Si *Novio a la vista* recrea las nuevas prácticas y comodidades de las vacaciones burguesas a principios del siglo XX, la lamentable experiencia de veraneo popular elaborada por *Atasco en la nacional* funciona como una especie de correlato actual. Cien años de desarrollo turístico y distinta posición social separan a los personajes de ambos filmes, pero algo fundamental establece un sólido vínculo entre ellos: la búsqueda de la sonrisa crítica del espectador ante un fenómeno, el turismo nacional, que sólo es aprehensible si se aborda desde su compleja dimensión socio-cultural.

[13] Una combinación que en manos de Berlanga ha dado filmes tan valiosos como *El verdugo* (1963) o *Plácido* (1961) o *La escopeta nacional* (1977).

Quizá por eso todo lo que puede salir mal en la película de San Mateo sale mal y las vacaciones de los protagonistas terminan convertidas en unas frustrantes anti-vacaciones. A pesar de que el descanso estival debería ser una opción de diversión y relajación, un tiempo sin trabajo ni preocupaciones en el que el ocio es posible porque se asume que las necesidades básicas están cubiertas…, no es esto lo que los protagonistas de *Atasco en la nacional* experimentan. La ajustada situación económica de partida les lleva a entablar una especie de lucha contra el sistema que les impide disfrutar de lo que para ellos, representantes de una clase social media-baja, es un derecho básico e irrenunciable.

Los cinco miembros de la unidad familiar que protagonizan la película, los progenitores y sus tres hijos, también se desplazan, como los de *Novio a la vista*, en coche desde Madrid a la costa mediterránea durante las vacaciones estivales. El automóvil sigue siendo uno de los iconos del veraneo, pero en el filme de San Mateo ya no aparece como emblema de modernidad, sino como el medio de transporte más económico al que los protagonistas tienen acceso. En plena *operación salida* de agosto, la acumulación de vehículos en la carretera nacional enfatiza la insignificancia de la familia protagonista entre la multitud lanzada a alcanzar el litoral español por carretera porque el desplazamiento en avión, mucho más rápido y cómodo, resulta demasiado costoso para ellos. Son un grupo más entre los muchos que se ven obligadas a sufrir las incomodidades asociadas a la masificación de las infraestructuras turísticas. El viaje empieza mal, con una frustrante experiencia de bloqueo que los acalorados reproches y discusiones familiares sólo consiguen empeorar; y acaba peor, con la familia Montoro detenida y acusada de asesinato. Bien es cierto que un inesperado giro de guión salva provisionalmente a los personajes del dramático desenlace al que parecen condenados tras su último encuentro con la Guardia Civil, pero a tenor de lo visto, la segunda oportunidad que les ofrece el final circular resulta poco alentadora…

Entre atasco y atasco, los Montoro son víctima de los *efectos secundarios* más devastadores de la etapa fordista de la industria turística, sobre todo para los viajeros con expectativas y recursos más limitados. Las ansiadas vacaciones de sol y playa acaban convertidas en una auténtica pesadilla, tras un rosario de desgracias mediante las que se denuncia con sarcasmo las distintas caras que los excesos del turismo de masas pueden provocar. Debido al descomunal atasco generado en la carretera que une Madrid

con la costa levantina en ciertos días del año, la familia Montoro llega tarde a su destino y pierde la reserva del apartamento. Es agosto y todo está ocupado, por lo que la agencia no les devuelve el dinero. Esto les obliga a aceptar un apartamento incómodo (con sólo dos dormitorios, el baño en obras…) que apenas satisface sus expectativas e incrementa las tensiones familiares. Pero los Montoro acaban aceptando porque no tienen alternativas y porque, en el fondo, son poco exigentes con la calidad de los servicios. Aunque su ideal de veraneo es la variante más lujosa del turismo sol y playa, la de la auténtica *clase ociosa*, ellos saben que son *la masa que sigue a la clase* y aceptan que sólo pueden acceder a una versión muy modesta del ocio estival. Su concepto de vacaciones en la playa gira alrededor de la oferta más básica en los destinos costeros: baños de sol, mar o piscina en zonas atestadas de personas, toallas y sombrillas; restaurantes económicos donde la excesiva demanda deteriora la calidad de los servicios; juegos de mesa con alguna otra pareja con hijos de estilo de vida similar; eventuales dosis altas de alcohol, mejor si corren a cargo de una cuenta ajena; y alguna noche en la discoteca.

En realidad, los Montoro son una especie bastante adaptada al entorno hostil en el que deben desenvolverse, a principios del siglo XXI, para alcanzar el irrenunciable objetivo de sentirse de vacaciones en la costa. Prueba de ello es que reaccionan con resignación, creatividad y pillería ante las distintas dificultades que les surgen, llegando incluso a desarrollar ciertas estrategias de supervivencia en esta especie de guerra de guerrilla turística en la que se ven envueltos. Eligen, por ejemplo, desayunar en restaurantes con bufet libre para acumular comida gratis en sus bolsillos. El padre resuelve la dificultad de instalar la sombrilla en la orilla de la atestada playa yendo allí muy temprano y sustituyendo la de otros por la propia para conseguir un mejor emplazamiento. Los hijos adolescentes no dudan en manipular a sus padres y dejar solo a su hermano menor para conseguir ir una noche a la discoteca… Mención aparte merece la secuencia en que, tras desalojar precipitadamente el apartamento, la familia accede por última vez al comedor del restaurante con actitud beligerante, decidida a vengar los agravios recibidos mediante todo tipo de excesos. La arenga que los padres lanzan a la horda familiar es tan elocuente como la primitiva agresividad de sus expresiones. Sole y Manolo jalean así a sus hijos: “Recordad lo mal que se han portado con nosotros, la mierda de apartamento en la que hemos estado…”. “Este bufet lo

hemos pagado quince días y sólo lo hemos utilizado cuatro. Así que no tenéis que cortaros ni una mi'ajita, hijos". "Es la guerra…". "Y no se hacen prisioneros".

En la senda que conduce a la satisfacción turística de los menos privilegiados, los Montoro han debido relajar sus principios éticos, por otra parte no muy elevados. Y no se trata sólo de un poco de picaresca. Porque para ellos esas vacaciones son una especie de lucha a vida o muerte por un derecho adquirido al que no están dispuestos a renunciar. Y, cuando las opciones empiecen a agotarse, se creará una inesperada situación en la que el padre terminará asesinando al responsable de la agencia inmobiliaria que hace peligrar el disfrute –no autorizado- del lujoso chalet con el que creían ver compensadas sus anteriores penurias.

Una de las claves para que todas estas aventuras y desventuras resulten más o menos verosímiles radica en los rasgos de *tipismo popular* que identifican a la familia protagonista. Sole y Manolo son unos padres que discuten y constantemente se hacen reproches mutuos delante de los hijos, aunque al final acaben reconciliándose. Ella siempre está enfadada y trata de imponer el orden de forma autoritaria. Él se comporta de manera irresponsable e infantil, incapaz de respetar ni de hacer respetar las normas con las que querría gobernar la unidad familiar. Los hijos mayores, los mellizos Sergio y Estíbaliz[14], les tienen tomada la medida y consiguen salirse con la suya en la mayoría de las ocasiones. Cuando una noche se quedan solos, organizan una fiesta multitudinaria llenando el pequeño apartamento de desconocidos, ruido y alcohol, olvidando totalmente el cuidado de su hermano menor.

Frente a estos rasgos estereotipados de los personajes destaca el original empeño de Estíbaliz por elaborar un relato audiovisual de la experiencia turística familiar. Es un recurso metadiscursivo que quizá podría haberse explotado con mayor profundidad, pero en cualquier caso resulta interesante, ya que contribuye tanto a sugerir la familiaridad de los jóvenes actuales con las nuevas tecnologías (su hermano mellizo pasará horas entretenido con los videojuegos) como a desplegar un segundo punto de vista discursivo sobre las vacaciones familiares. Cuando la joven adolescente se apropia de la cámara de vídeo, las imágenes reencuadradas por el dispositivo técnico adquieren

[14] Sus nombres reflejan la admiración de Sole por el grupo musical Mocedades, tan popular en los años setenta tras su gran éxito en el festival musical de Eurovisión de 1973.

voz propia en la construcción del relato vacacional y aportan un enfoque ajeno al de los progenitores, a menudo en abierta contraposición con aquél.

El conflicto generacional aparece, así, tratado también con luz propia en el filme de San Mateo a través de una chica adolescente. Con sus formas de entretenimiento, más cercanas a la edad adulta (baile nocturno en una discoteca, consumo de alcohol, seducción sexual, grabación audiovisual…), la adolescencia de Estíbaliz se manifiesta muy distinta de la representada por Loli en *Novio a la vista*, que era marcadamente más infantil en la mayor parte del filme. Pero al igual que Loli en la última parte del relato dirigido por Berlanga, Estíbaliz también encuentra la oportunidad para disfrutar de un escarceo amoroso con un chico mayor. Los detalles de esta aventura de Estíbaliz ilustran, sin embargo, los grandes cambios culturales que se han producido entre 1918 y 2007, pues ella experimenta esta vivencia por iniciativa propia, con motivación expresamente sexual, sin afán de promoción social y en contra del deseo de sus padres. Estíbaliz tiene más de *Pauline en la playa* (*Pauline à la plage*) dirigida por Éric Rohmer en 1983 o de hija mayor de *Los Serrano*[15] (sin connotaciones incestuosas) que de Lolita. Con todo, la transgresión del acto sexual adolescente en *Atasco en la nacional* no llega a consumarse porque Sole irrumpe bruscamente en la habitación donde su hija se encuentra con el omnipresente joven empleado por la agencia arrendadora y destruye la intimidad de la pareja.

La familia protagonista de *Atasco en la nacional* aparece identificada, como la de *Novio a la vista*, con una clara marca de clase y estatus social, como hemos visto. Pero en ciertos aspectos el filme de San Mateo resulta mucho más incisivo que el de Berlanga, particularmente en lo relativo al imaginario de turismo litoral recreado. El turismo que los Montoro practican nada tiene de elitista, sofisticado o exclusivo. A principios del siglo XXI, el turismo que practica la familia de Sole y Manolo remite al de *la masa que sigue a la clase*, toda vez que esa clase ha abandonado los destinos costeros habituales debido al proceso de democratización de los servicios turísticos que ha ocurrido en el período histórico que separa a ambas producciones. La llegada masiva de turistas poco selectos a nuestras costas, en la segunda mitad del siglo XX, ha hecho que veraneantes como los Villanueva y su cohorte abandonen unos espacios y servicios

[15] Serie televisiva española producida por Globomedia que fue emitida durante ocho temporadas (entre 2003 y 2008) por la cadena Telecinco, con gran éxito de audiencia.

que ya no les reportan prestigio para emplazarse en otros más elitistas, de nuevo inaccesibles para el resto.

Los Montoro, por su parte, representan a un estrato social con menores recursos pero que ha interiorizado el mensaje capitalista correctamente: son la clase media que conquistó el derecho a las vacaciones pagadas tras la Segunda Guerra Mundial y que desearía dejar de serlo para poder consumir mucho más, contratar servicios de alto *standing* y vivir las vacaciones de ensueño con las que les deslumbran la publicidad o la prensa rosa. Pero por alguna razón que no alcanzan a comprender, las idílicas vacaciones siempre quedan fuera de su alcance y deben conformarse con la parte más oscura de la masificación turística. Esa frustración, sumada a su incapacidad para racionalizar la situación y escapar a las dinámicas dominantes, les empuja a convertirse en unos turistas infelices y deshumanizados.

Atasco en la nacional ahonda su particular crónica costumbrista de la sociedad postmoderna con la inclusión de una versión muy actual de los nuevos referentes sociales que subyugan a la clase media representada por la familia de Sole y Manolo. El mecanismo simbólico que favorece la promoción social a través de la experiencia turística vuelve a estar presente, pero es significativo que la élite a imitar en el filme de San Mateo ya no es la *clase ociosa* descrita por Veblen (ni siquiera los imitadores burgueses que protagonizan *Novio a la vista*), sino los nuevos iconos de la sociedad del espectáculo (Baudrillard, 1978). Nos referimos a los personajes que saltan a la fama a través del mundo del *famoseo* mediático y que en *Atasco en la nacional* toman cuerpo en la multifacética Malena Gracia[16]. Representándose a sí misma de alguna forma, M. Gracia aparece como un personajillo mediático bien conocido por los componentes femeninos de la familia Montoro. Es un referente familiar para ambas, pues no sólo descubrirán con gran satisfacción el anuncio de su aparición pública en el destino turístico, sino que es alguien que a Sole "le encanta despellejar". Malena Gracia es, casualmente, la privilegiada inquilina del chalet de lujo que los Montoro *okupan* brevemente al final de la película, y representa a la nueva *élite* que a ellos les gustaría imitar.

[16] Según Wikipedia, Malena Gracias (cuyo nombre real es Almudena Gracia), es una actriz, cantante y *pin-up* española. Es también un personaje asiduo a los programas televisivos del corazón y la prensa rosa.

Cuando nuestra industria turística cuenta ya con varias décadas de experiencia consolidada en el sector, no deja de ser llamativo que las disparatadas aventuras de los Montoro resulten tan familiares. Es evidente que el filme de San Mateo centra su atención en esta variante del turismo español de principios del siglo XXI con el ánimo de denunciar la existencia de un desajuste entre la calidad de los servicios que encuentran los protagonistas y el nivel de desarrollo de la industria turística nacional. En lugar de recrear la versión más exitosa y desarrollada de la industria turística española, cuyos servicios experimentan con éxito las posibilidades de la etapa postfordista desde hace casi tres décadas, la costa mediterránea recreada por el filme de San Mateo se manifiesta anclada en la masificación que vivía nuestro litoral durante el *boom* turístico de los años setenta. Éste fue un tiempo clave de nuestra historia turística, pues la industria del sector parecía incapaz de poner freno a los efectos secundarios del crecimiento no sostenible, la especulación inmobiliaria o la sobreexplotación de los recursos. La pervivencia de esa realidad extradiscursiva tan poco halagüeña ha sido descrita por algunos estudios socio-económicos[17] como muy preocupante, en la medida que "la presión de la urbanización es, hace tiempo, excesiva hasta el punto que puede llegar a poner en riesgo el futuro de la actividad turística" (Díaz, 2004: 2). En este contexto socio-cultural de alto riesgo tienen lugar las disparatadas aventuras de los Montoro en *Atasco en la nacional* y quizá por ello el transfondo resulta tan verosímil hoy en día, aunque la coartada del sueño sirva para suavizar su carga de profundidad, al final de la película.

Conclusiones

En 1954, tras el éxito de *Bienvenido Mister Marshall* y a pesar de las dentelladas que la censura y Cifesa dejaron sobre la película, García-Berlanga estrena una película en la que el tránsito de la infancia a la madurez de la protagonista queda aderezado con una cómica parodia del ideario turístico de carácter burgués en la España de principios del siglo XX. Estos burgueses, el único sector social que, junto a la aristocracia, podía permitirse semejantes experiencias lúdicas en aquella época, hacen gala de unos hábitos de ocio elitistas que son herederos del turismo termal decimonónico y están ligados a

[17] Este modelo, afirma F. Díaz (2004: 2), "que también genera una creciente segregación socio-espacial, se despliega sin dejar espacio para la discusión. El consenso social construido alrededor del crecimiento se ve respaldado abiertamente por el poder político".

prácticas terapéuticas impregnadas del imaginario higienista que todavía perduraba en aquellos años. Pero para quienes aspiran a ser clase ociosa, hacer turismo no es sólo una forma de esparcimiento, es también un acto de reafirmación y eventual ascenso de su posición social. Lo que argumentalmente se presenta como el inocente cambio de ciclo vital de una adolescente y los rituales de transición pertinentes, acaba convertido en una elección vital decisiva, asociada a un posicionamiento ideológico muy concreto que, entre otras cosas, antepone la promoción social al compromiso amoroso.

Si cualquier práctica turística lleva implícita una marca de estatus social, *Novio a la vista* ofrece una divertida reconstrucción de este binomio a través del veraneo de un grupo de familias de nivel medio-alto, mientras que *Atasco en la nacional*, con su despiadado retrato cómico de la clase media española, se centra en unos ocupantes mucho menos privilegiados del mismo litoral mediterráneo. Los protagonistas del filme dirigido por San Mateo pertenecen a un sector social que, habiendo interiorizado los hábitos consumistas de su tiempo, se sumerge en la obligada experiencia turística de sol y playa, decidido a llegar hasta el final a cualquier precio. Cuando las infraestructuras existentes (desde la carretera nacional al apartamento, pasando por la playa o los restaurantes) son incapaces de responder a su demanda de consumo, renunciar a las vacaciones no es una opción que ellos estén dispuestos a considerar. Los Montoro son el fruto amargo de su tiempo, una sociedad altamente consumista que mantiene grandes desigualdades sociales. Deslumbrados, por una parte, por el ideario elitista del discurso mediático dominante y sus nuevos referentes sociales (los *famosos* representados por Malena Gracia), por otra parte se sienten profundamente frustrados ante la exclusión de los bienes de lujo a la que se ven condenados. Sus vacaciones son cualquier cosa, excepto tiempo de ocio y relajación. El turismo acaba resultando para ellos fracaso y exclusión.

Con discursos críticos que subrayan los componentes ideológicos y económicos de las experiencias turísticas, estas dos películas cartel turístico coinciden en ofrecer divertidas recreaciones del imaginario turístico español, anclando dos modelos de turismo nacional muy característicos en contextos socio-culturales esquemáticos pero fácilmente reconocibles. Con el cambio del siglo XX al XXI se transforman los bañadores, los problemas que enfrentan a padre e hijos, el concepto de clase ociosa y el tiempo que se tarda en hacer la digestión antes de bañarse. Pero perduran hábitos

turísticos como el veraneo en el litoral, aunque los de arriba se hayan ido a destinos más elitistas, asustados por la ocupación masiva de los de abajo. Provocando sonrisas y alguna carcajada, Berlanga y San Mateo se valen del gran poder que tiene la ficción cinematográfica para recordarnos que el turismo es placer, entretenimiento y descanso; pero también es un instrumento de fortalecimiento del sistema socio-económico dominante, aunque a veces sus contradicciones se cuelen por las rendijas.

Bibliografía

BAUDRILLARD, J. (1978): *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós.

BESANCENOT, J. P. (1991): *Clima y turismo*, Barcelona, Masson.

BLANCHARD, L. (2006): "La mode des bains de mer en Espagne au XIXe siècle: loisir et ostentation", S. Salaün y F. Étienvre (ed.) *Du Loisir aux loisirs (Espagne XVIIIe - XXe siècles)*, collection «Travaux du CREC en ligne», n° 2, p. 318-340, http://crec.univ-paris3.fr/loisirs/16-rubio.pdf.

BURKART, A. J. and MEDLIK, S. (1981): *Tourism. Past, Present and Future*, London, Heineman.

BUZARD, J. (1993): *The Beaten Track. European Tourism, Literature, and the Ways to "Culture", 1800-1918*, Oxford, Oxford Clarendon Press.

CORBIN, A. (1993): *El territorio del vacío: occidente y la invención de la playa (1780-1840)*, Madrid, Mondadori.

CORTÁZAR, J. (1991): *La autopista del Sur y otros relatos*, Madrid, Bruño.

DÍAZ, F. (2004): "Turismo, urbanización y cambio social", *Revista Argentina de Sociología*, mayo-junio, vol. 2, nº 2, pg. 115-127, en http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/269/26920208.pdf.

ESCALANTE, E. (1995): *Teatre original complet*, edición a cura de Josep Lluís i Rodolf Sirera, València, Alfons el Magnànim.

GARAY, L. A. y CÀNOVES, G. (2009): "El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal", *Documents d'anàlisi geogràfica*, nº 53, pg. 29-46.

HEREDERO, C. (1993): *Las huellas del tiempo. Cine español 1951-1961*, Valencia, Filmoteca Española ICAA/Ministerio de Cultura/Filmoteca de la Generalitat Valenciana (IVAECM).

LARRINAGA, C. (2005): "A Century of Tourism in Northern Spain: The Development of High-quality Provision between 1815 and 1914", in J. K. Walton (ed.), *Histories of Tourism. Representation, Identity and Conflict*, Clevedon-Buffalo-Toronto, Channel View Publications.

TUSELL, J. (1999): *Historia de España en el siglo XX. I. Del 98 a la proclamación de la República*, Madrid, Taurus.

URRY, J. (2003): *The tourist gaze*, London, Sage Publications.

VEBLEN, T. (1922): *The theory of the leisure class : an economic study of institutions*, New York, B. W. Huebsch.

WALTON, J. K. (2001): "Consuming the Beach. Seaside Resorts and Culture of Tourism in England and Spain from the 1840s to the 1930s", in S. Baranowski and E. Furlough (eds.), *Being Elsewhere. Tourism, Consumer Culture, and Identity in Modern Europe and North America*, Ann Arbour, The University of Michigan Press.

Web Oficial Balneario de Cestona: "Nuestra historia", http://www.balneariocestona.com/?id=23, consultada 25/09/2009.

Wikipedia: "Malena Gracia", http://es.wikipedia.org/wiki/Malena_Gracia.