

“Y llegaron las suecas”. Representaciones de género a través del cine y la televisión en la Costa Blanca (1950-1975).

Natalia Garis Puerto

Universidad de Alicante

Resumen

En la presente comunicación realizamos un análisis sobre la introducción del turismo en la Costa Blanca a partir del año 1950 hasta el inicio de la Transición, incidiendo en la influencia que tuvo este fenómeno en los modelos y contra-modelos de género. Para ello, consideramos que medios de comunicación como el cine y la televisión jugaron un papel muy importante, destacando noticieros, documentales y películas de masas. A lo largo de la época en la que nos centramos, la ciudad de Benidorm se convirtió en el símbolo del tratamiento mediático de un fenómeno económico, político y social que llegó a ser un pilar fundamental del régimen franquista.

Palabras clave: Género, turismo, franquismo, cine, televisión.

Abstract

In this communication we carry out an analysis on the introduction of tourism on the Costa Blanca from 1950 until the beginning of the Transition, focusing on the influence this phenomenon had on gender models and counter-models. For this, we consider that media such as cinema and television played a very important role, highlighting news, documentaries and mass films. Throughout the period in which we focused, the city of Benidorm became the symbol of media treatment of an economic, political and social phenomenon that became a fundamental pillar of the Franco regime.

Keywords: Gender, tourism, franquism, cinema, television.

Introducción

En el año 1966, un jovencísimo Manolo Escobar interpretaba a Manuel, un donjuán que dejaba su trabajo para poder acompañar a un amigo en la conquista de

turistas nacionales y extranjeras. Así comienza *Un beso en el puerto*¹, una comedia romántica que tomó como escenario la ciudad turística de Benidorm. Al igual que otras localidades de la Costa Blanca, Benidorm dejó de ser un pueblo de marineros para convertirse en una potencia turística de primer orden en apenas una década². Sin embargo, la enorme presencia que ha tenido y tiene Benidorm en las fuentes estudiadas nos permite establecer su caso como uno de los más internacionales y paradigmáticos en el estudio de las identidades en el marco de la historia del turismo en nuestro país.

Actualmente, podemos observar que el turismo español está recibiendo una mayor atención desde la historiografía, como así lo demuestran los diferentes estudios que se han publicado en los últimos años. Es de destacar el hecho de que un reciente número de la revista *Ayer* centra su monográfico en el fenómeno turístico español y nos muestra las distintas líneas de investigación que se están trabajando³. Debido a las nuevas aportaciones que se están realizando, se ha comprobado la existencia de distintos discursos e identidades vinculados al fenómeno turístico que acompañaban los procesos de la construcción nacional y la modernización del país⁴. Del mismo modo, las distintas representaciones de género que adquirió el espacio turístico y que han dejado huella en el imaginario popular también han sido estudiadas por Mary Nash, con trabajos centrados sobre todo en la Costa Brava tardofranquista⁵.

Por otro lado, el análisis de los medios de comunicación de masas se nos revela como una cuestión fundamental cuando nos encontramos con el fenómeno turístico. De hecho, en el esfuerzo que el Ministerio de Información y Turismo realizó, sobre todo a partir de 1962, por dar un giro a la política turística hacia una imagen de cosmopolitismo, aperturismo y sofisticación cultural, el cine y la televisión nacional fueron medios muy

¹ Ramón TORRADO: *Un beso en el puerto* (1966).

² Por lo que corresponde a la llegada de la afluencia turística a las zonas alicantinas, destacamos las siguientes aportaciones: Tomas MAZÓN: “Orígenes y desarrollo turístico en Alicante: del veraneo al turismo de masas”, *Canelobre*, 66 (2016), pp. 39-51; y Fernando VERA: *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*, Alicante, Instituto de Estudios Juan Gil-Albert, 1987.

³ Rafael VALLEJO y Carlos LARRINAGA: “Presentación. El turismo en España”, *Ayer*, 114 (2019), pp. 13-22.

⁴ Sobre esta cuestión tenemos textos interesantes como: Eric STORM: “Una España más española. La influencia del turismo en la imagen nacional” en Javier MORENO y Xosé M. NÚÑEZ (eds.), *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*, Barcelona, RBA, 2013, pp. 530-560.

⁵ Mary NASH: “Mass Tourism and New Representations of Gender in Late Francoist Spain: The Sueca and Don Juan in the 1960s” en *Cultural History* 4.2. (2015), pp. 136-161.; ÍD.: “Turismo y Costa Brava: discursos neocoloniales y de resistencia en la década de 1960” en Brice CHAMOLEAU (coord.), *De colonialidad: perspectivas sobre sujetos y género en la historia contemporánea de España*, Madrid, Postmetropolis Editorial, 2017, pp. 71-97.; e ÍD.: “Masculinidades vacacionales y veraniegas: el Rodríguez y el donjuán en el turismo de masas” en *Rubrica contemporánea*, 13 (2018), pp. 23-39.

útiles para forjar una determinada “marca española”⁶. Para estudiar su influencia concreta, es necesario tener en cuenta los distintos trabajos que se han estado realizando en los últimos años desde el grupo de investigación “CITUR: cine, imaginario y turismo”⁷. Y, desde el punto de vista del importante papel de los medios audiovisuales en la construcción de roles de género, resulta imprescindible el libro *Representaciones de género en el cine español (1939-1982): figuras y fisuras*⁸ de Aitzane Rincón, que, además, incorpora un capítulo dedicado al cine turístico. Para esta comunicación también es interesante cotejar el análisis de estos medios con la prensa escrita, ya que en ella se incluían las distintas opiniones que tenían los y las españolas sobre el turismo nacional y los y las turistas extranjeras que llegaban a nuestras costas. Al mismo tiempo, nos sirve para poder calibrar el impacto que tuvieron las películas y los documentales que analizamos.

Representaciones de género y promoción turística

Durante las décadas de los sesenta y setenta, la propaganda turística hizo llegar a todos los hogares españoles centenares de imágenes que mostraban playas atestadas y grandes construcciones a la orilla del mar. Son característicos los reportajes que emitió el NO-DO durante estos años, así como los diversos documentales propagandísticos que reflejaban las actividades que realizaban los y las turistas en cada uno de los destinos turísticos en los que se encontraban.

En el caso de la Costa Blanca, destacan determinados ejemplos que se centraban especialmente en la ciudad de Benidorm, que fue sede de importantes eventos propagandísticos y que cumplió con la imagen de ciudad que vivía por el *boom* turístico. En una de las imágenes que nos devuelve el NO-DO en los años setenta, presenciamos un destino perfecto para todo turista, en el que se podía vivir una situación verdaderamente española, bailando flamenco con castañuelas y participando en una corrida de toros, y totalmente romántica, realizando una excursión en burro por la

⁶ Sasha D. PACK: “Turismo e identidad europea de la España contemporánea: tres reflexiones”, *Ayer*, 114 (2019), pp.123-146, esp. p. 138.

⁷ Antonia DEL REY-REGUILLO (ed.). *Cine, imaginario y turismo. Estrategias de seducción*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2007; ÍD.: *Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico*, Biblioteca Nueva, 2013; e ÍD.: *Viajes de cine. El relato del turismo en el cine hispánico*, Tirant Humanidades, 2017.

⁸ Aitzane RINCÓN: *Representaciones de género en el cine español (1939-1982): figuras y fisuras*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2014.

montaña⁹. Sobre la utilización del burro en este tipo de viajes, Alicia Fuentes señala que funcionaría como una imagen del subdesarrollo español, alentando un posible sentimiento de superioridad en el extranjero¹⁰.

Por otra parte, es necesario hablar de la importancia del Festival Nacional de la Canción de Benidorm, que comenzó a celebrarse en 1959¹¹. Durante los años en los que se realizó, apareció en documentales y reportajes de televisión¹² y ha inspirado o ha dado lugar a diversas películas, entre las que podemos destacar *Melodías de hoy* (1960), *Festival en Benidorm* (1961) y *La vida sigue igual* (1969).

Sobre *Melodías de hoy*¹³, cabe mencionar que es una comedia que gira en torno a la historia de amor entre José Luis y Magda, dos cantantes que actúan en el Festival de Benidorm. En el principio de la película, Magda confunde a José Luis con un mecánico y éste mantiene la confusión para poder ligar con la joven cantante extranjera¹⁴. A partir de ahí se suceden una serie de enredos, incluyendo los celos que manifiesta Magda hacia otras turistas que coquetean con José Luis e imágenes típicas del español que coincide con la sueca en el contexto de la playa. Sobre esto último, podemos hablar de una escena en la que aparece una mujer extranjera que solicita la ayuda de un hombre que pasa por allí, tocándole el brazo y diciendo que él es “un español fuerte” y que, por ello, necesita que le ayude a empujar su coche. Cuando la chica logra salir del paso, se marcha y él se queda en el suelo, quejándose y replicando, ya que pensaba que podría tener alguna oportunidad con ella. La película *La vida sigue igual*¹⁵, que retrata el relato biográfico del cantante Julio Iglesias —que se alzó como ganador del Festival en el año 1968 con la canción que da título a la película—, también nos regala un momento en el que se hace referencia a las suecas. En una escena en la que Julio conversa con el chófer, este le asegura: «Esto cuando está bien es en verano, se pone de suecas... fíjese, fíjese qué colección, y en casa tengo más», mientras señala el techo y el tapasol del coche, donde tiene varias fotos de mujeres extranjeras en bikini.

⁹ NO-DO, 2 de septiembre de 1974, N° 1651 A, min. 0:08:05.

¹⁰ Alicia FUENTES: *Bienvenido, Mr. Turismo...*, p. 136.

¹¹ De hecho, este año, la ciudad de Benidorm prepara diversas actividades para celebrar su 70 aniversario, ya que fue un evento muy importante en la historia de la ciudad.

¹² Destacan algunos ejemplos, como: NO-DO, 4 de julio de 1960, N°913 A, 0:00:28; NO-DO, 3 de agosto de 1964, 0:02:30, N°1126 B; o NO-DO, 22 de julio de 1974, N°1645 A, 0:06:23.

¹³ José María ELORRIETA: *Melodías de hoy*, 1960.

¹⁴ En este caso, la nacionalidad de Magda no se especifica en ningún momento. Sin embargo, sabemos que la actriz que la interpretaba era argentina.

¹⁵ Eugenio MARTÍN: *La vida sigue igual*, 1969.

Dentro del famoso certamen, también es remarcable el uso que se realizó de la figura de la sirena. Entendemos esta sirena como una representación clave de la identidad benidormense, por su relación con el mar y con los marineros. Una sirena que también aparecía en documentales de carácter propagandístico, como podemos ver en *Costas de Levante*¹⁶, donde se hablaba de unas sirenas que en tiempos de Ulises atraían a los osados navegantes, al mismo tiempo que se mostraban imágenes de mujeres en la playa con bikini.

A continuación, la imagen que vemos en el lado izquierdo (Figura 1) se correspondería con el cartel ganador del concurso que se celebró en el Circulo de Bellas Artes de Madrid, siendo este el elegido para anunciar la celebración del II Festival de la Canción Española en Benidorm¹⁷. A su derecha (Figura 2), tendríamos un cartel de la XII edición del Festival, en el cual se mostraba el premio que se otorgaba a los y las ganadoras del concurso, una sirena que muestra su cuerpo sin ningún pudor.



Figura 1. Cartel del II Festival Español de la Canción, 1960. Archivo Municipal de Benidorm.



Figura 2. Cartel del XII Festival Español de la Canción, 1970. Archivo Municipal de Benidorm.

¹⁶ Adela MEDRANO: *Costas del Levante*, 1 de enero de 1971.

¹⁷ NO-DO, 4 de julio de 1960, N° 913 A, min. 0:00:28-00:01:15.

Aparte del Festival de la Canción, Benidorm acogió durante estos años otros muchos certámenes nacionales e internacionales. Cabe resaltar la celebración del concurso de belleza de Miss España, que se celebró en la ciudad turística en 1972. De ello se hizo eco la prensa nacional y, por supuesto, el noticiero NO-DO, donde se destacaba la importancia de este certamen, ya que se elegía aquí «a la señorita que representará a nuestro país en diversos concursos de belleza a lo largo del mundo», desfilando las aspirantes con trajes típicos de sus ciudades o provincias, con trajes de gala y con bañadores. Una de ellas era Rosa Benito, la ganadora del certamen Miss Costa Blanca y que representaba, de este modo, a la provincia de Alicante. Pero, sólo «la más espigada, joven y rubia» se alzó con el primer premio¹⁸. De esta manera, no sólo nos encontramos con el uso de la imagen de las mujeres para fines propagandísticos, sino también es necesario subrayar el hecho de que la elegida fuese una joven que no se ajustaba al estereotipo físico de la española (Figura 3).

Esta idea la podemos ligar a la figura de mujer moderna que nos mostraba el cine de esos años, la joven y rubia Marisol. Marisol se alejó de las imágenes estereotipadas de las estrellas andaluzas que la precedieron, sometiéndole a un proceso de cambio, que comenzaría desde su infancia eliminando su acento y tintando su pelo, para ser una mujer española aceptable y susceptible de ser difundida como imagen nacional¹⁹. La unión de elementos modernos y tradicionales que representaba la encontramos en la película *Búsqieme a esa chica* (1964), en la que aparece Marisol cantando un tema llamado “La copla de la alemana y el torero” frente a un autobús de turistas, reivindicando en la letra de la canción un romance “typical spanish”, que se ajusta a la línea del “Spain is different”. La diferencia también se presenta por su distancia respecto a la extranjera, pese a su modernidad y a que físicamente le confundan con una turista, ya que se resalta en ella la fidelidad y la fe en el matrimonio, para poder ser así el modelo ejemplar de la mujer española²⁰.

¹⁸ NO-DO, 6 de noviembre de 1972, N°1557 B, min. 00:05:56.

¹⁹ Tatjana PAVLOVIC: *The Mobile Nation...*, p. 127.

²⁰ Aitzane RINCÓN: *Representaciones de género...*, p. 265.



Figura 1. Momento en el que se producía la coronación de Miss España 1972 (NO-DO, 6 de noviembre de 1972, N°1557 B, min. 00:05:56).

En un documental²¹ que intentaba promocionar la Costa Blanca y que se realizó en 1958, ya aparecía esta figura femenina que reflejaba tanto modernidad como la esencia nacional. En este caso, se daba a través del viaje que emprenden dos mujeres jóvenes, que visitan durante una semana las distintas poblaciones que comprenden la costa alicantina. Nos resulta importante ya que son dos amigas que disfrutaban de sus vacaciones sin necesitar de compañía masculina, y, además, presentan aficiones que para nada estaban relacionadas con la feminidad, como pescar o jugar a la pelota con unos chicos en una de las playas que visitan. Otro fragmento que resulta interesante es cuando, ya al final del pequeño documental, la narradora comenta: «Visitamos el club náutico invitadas por unos muchachos a quienes les hubiera gustado sin duda que hubiésemos retrasado nuestra marcha y a nosotras también». Con este comentario, vemos que ellas, siendo dos mujeres en la época en la que viven, no dudan en hacer una visita a dos hombres, sin importarles el qué dirán y sin que un contacto con ellos suponga una relación amorosa.

²¹ Alberto Carles BLAT: *Costa Blanca*, 1 de enero de 1958.



Figura 4. *Costa Blanca*, min. 00:03:15



Figura 5. *Costa Blanca*, min. 00:09:27

El cine de masas y su influencia en las identidades turísticas

La creación del relato del *boom* turístico le debe mucho al género cinematográfico. Películas como *40 grados a la sombra* (1967), *El turismo es un gran invento* (1968), *Verano 70* (1970) o *Tres suecas para tres rodríguez* (1975), han sido debidamente estudiadas a causa de la representación que reflejan sobre el desarrollo del turismo en la España franquista. En todas ellas aparecen diversas representaciones de género, con las que se identificaban multitud de españolas y españoles o, por lo menos, esa era la pretensión de los productores de estas películas. Pero, aunque se tratara de definir aquello que estaba dentro de los márgenes de lo socialmente aceptable, era imposible que se diesen lecturas alternativas. Tampoco es posible contemplar cada una de las identidades de género de manera no relacionada, haciéndose indispensable el análisis que ponga en común la figura de la sueca con el que conocemos como “macho ibérico español”, así como el protagonismo de la mujer española.

En primer lugar, podríamos señalar una doble lectura de la masculinidad turística por excelencia, el Don Juan turístico. Sobre él, el periodista Manuel Vázquez precisó lo siguiente en su *Crónica sentimental de España*, donde se recopilaban diversos artículos que escribió para la revista *Triunfo* en 1969:

«El turismo masivo creó inmediatamente su mitología. Las suecas al alcance del español medio, por ejemplo. Las alemanas. En algún reportaje de revista ilustrada se había insinuado la liberalidad de las costumbres nórdicas y centroeuropeas. A partir de esta base, los españoles se atribuyeron un safari de hembras veraniego lleno de complacencias.

De hecho, en las costas se creó una vida portátil, portátil como el verano. Una moralidad portátil que al llegar el otoño se sustituía otra vez por los calzoncillos de felpa y la contención»²².

A esta crítica, le seguía el comentario a una de las películas más ricas en cuanto a análisis, *Un beso en el puerto* (1966). Vázquez señalaba que esta película relatava «las peripecias sentimentales de un mozo de gasolinera, motorizado, con *scooter*, enamorado galán de las extranjeras». Un trabajador que abandona su puesto para perseguir a turistas, cuestión que nos hace ver en Manuel al Don Juan de principios del siglo, un hombre que se caracterizaba por ser irresponsable y poco trabajador, aventurero e inconstante²³. A su llegada a Benidorm, es encarcelado por besar a una chica desconocida en el puerto, y sin arrepentirse de haber realizado esto, canta lo siguiente: «Requebraré a española y extranjera y si me dejan también la besaré. Porque los hombres de España somos así de galantes y aunque nos partan el alma siempre nos ríe el semblante».

Esta galantería nacional a la que Manolo se refería era una de las características fundamentales que se señalaban para el modelo de masculinidad que debía ser el hegemónico o normativo para los españoles. En este sentido, en un artículo de prensa se señalaba que las mujeres extranjeras querían hombres de verdad, que supieran conquistarlas y lanzarles piropos, resaltando el valor que tenía para ellas la virilidad del hombre español²⁴. Sin embargo, y como se ha demostrado, esto era una concepción estrictamente nacional²⁵, puesto que fuera de nuestras fronteras el “macho ibérico español” no se concebía en los términos triunfales con los que se nos presentaba en la prensa y en algunas películas.

La otra lectura que podemos realizar en *Un beso en el puerto* es la concepción de la masculinidad como fallida y ridícula²⁶. Para este Don Juan no todo son victorias, ya que también es rechazado y golpeado por la turista, que no se encuentra cómoda con las actitudes y comentarios que tiene que soportar. Este es el caso de la escena en la que

²² Manuel VÁZQUEZ: *Crónica sentimental de España*, Madrid, Espasa-Calpe, 1986, p. 173.

²³ Nerea ARESTI: “Masculinidad y nación en la España de los años 1920 y 1930”, *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 42-2 (2012), pp. 57-72, <http://mcv.revues.org/4548>, p. 59.

²⁴ *Boletín del Ayuntamiento de la Villa de Benidorm*, 62 (octubre de 1964), p. 14. Archivo General de la Universidad de Alicante (AGUA), Fondo Documental Pedro Zaragoza.

²⁵ Alicia FUENTES: *Bienvenido, Mr. Turismo...*, p. 304.

²⁶ Annabel MARTÍN: “La generación felpa-bikini: el cuerpo social del turismo. Una lectura queer” en Antonia DEL REY-REGUILLO (ed.), *Viajes de cine. El relato del turismo en el cine hispánico*, Tirant Humanidades, 2017, pp. 109-133, esp. p. 112.

Jaime y Manuel se encuentran borrachos en un bar y comienzan a probar la técnica de Jaime para ligar, consiguiendo una bofetada para cada uno y cosechando las burlas de otros hombres. Este rechazo y el ridículo también lo veíamos en la escena que destacábamos de la película *Melodías de hoy*.

En cuanto al desenlace, la relación que se daba entre la sueca y el español podía terminar de dos formas distintas: por la vía tradicional, que implicaría el matrimonio y el enamoramiento sincero de la mujer extranjera por el español ridículo; y, por otro lado, la frustración en la conquista y la “vuelta al redil”²⁷. Este retorno a la contención se daría en películas como *El turismo es un gran invento* (1968) o *Tres suecas para tres rodríguez* (1975), donde las mujeres españolas actúan como objeto de represión para sus maridos y como símbolo de tradición y resistencia a los cambios frente a la modernidad que representarían las turistas.

Para las películas que hemos tratado, *Melodías de hoy* y *Un beso en el puerto*, el desenlace sería el primero, consiguiendo que la turista Dorothy y la cantante Magda se queden con sus respectivos españoles y no vuelvan a sus países de origen. Como nota curiosa, podemos precisar que años más tarde, durante una entrevista que se le realizó a Manolo Escobar, se le preguntó sobre cómo comenzó la relación con su esposa. Escobar aseguró lo siguiente: «Mi señora es alemana. Yo estaba trabajando en la Costa Brava entonces, ella vino como una turista más y se quedó como una española más y como mi esposa»²⁸. Esta podría ser perfectamente una historia de amor inspirada en la de Manuel y Dorothy en *Un beso en el puerto*, por lo que podemos observar una especie de encuentro entre Manolo Escobar y el papel que representó en esta película de los años sesenta.

Conclusiones

Los medios de comunicación de masas se han revelado como una fuente esencial para el análisis de los cambios que se produjeron, a lo largo del corto siglo XX, en los discursos y representaciones de género. En cuanto al turismo, medios como el NO-DO y el cine fueron medios de propaganda claves para la conformación y difusión de una

²⁷ RENARD: “Las reinas cristianas conquistan España. Cine, turismo, sexo e identidad” en Antonia DEL REY-REGUILLO (ed.). *Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico*, Biblioteca Nueva, 2013, pp. 107-128, esp. p. 114.

²⁸ *Información*, 7 de agosto de 1973, p. 12.

determinada marca nacional, que incluía las representaciones de género que el régimen consideraba dentro de los márgenes de lo permitido. Por otra parte, resultaron ser plataformas donde los españoles y españolas pudieron observar cómo los y las turistas comenzaban a llegar a las costas y traían consigo nuevas modas y comportamientos que producirían un fuerte impacto sobre los discursos de género consolidados tras la posguerra.

En el caso de la zona que comprende la Costa Blanca y, sobre todo, la ciudad de Benidorm, hemos comprobado que representa toda una oportunidad para observar la influencia de los distintos cambios que se produjeron al calor de la oleada turística. Benidorm fue escenario de películas que nos permiten realizar más de una lectura, al igual que trasciende su labor propagandística en lo referente a la promoción turística, donde es clave que busquemos las identidades de género y analicemos su evolución. De esta forma, podremos avanzar en la necesaria incorporación de la perspectiva de género en los estudios de la historia del turismo español.