

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD ANDALUZA PERCIBIDA Y PROYECTADA COMO RECLAMO TURÍSTICO: LOS LIBROS DE VIAJE Y LAS GUÍAS TURÍSTICAS DEL SIGLO XX

Manuel Hijano del Río¹; Francisco Martín Zúñiga²

¹ Universidad de Málaga, Spain. E-mail: hijano@uma.es

² Universidad de Málaga, Spain. E-mail: fmartinz@uma.es

Recibido: 1 Junio 2006 / Revisado: 30 Junio 2006 / Aceptado: 6 Julio 2006 / Publicación Online: 15 Octubre 2006

Resumen: El objetivo de este artículo es descubrir cuál es la imagen percibida y proyectada a través de las guías turísticas publicadas a lo largo del siglo XX. Igualmente, pretendemos analizar la posible evolución de la misma con la selección de una muestra significativa de estas guías editadas entre 1920 y 1970.

Palabras Clave: identidad andaluza, guías turísticas, imagen de Andalucía..

UNAS PRECISIONES METODOLÓGICAS INICIALES

La vinculación entre guías turísticas e identidad ya han sido objeto de estudio de algunas publicaciones recientes¹. Todos conocemos la relevancia que las guías turísticas alcanzan en estos momentos, puesto que en muchos casos se convierte en el único referente que posee el visitante con antelación al viaje del destino seleccionado. Independientemente de que estas publicaciones estén siendo sustituidas por la información que vierten otros medios, como por ejemplo las páginas web de administraciones turísticas o corporaciones locales², las guías representan aún un medio informativo que posee un mercado y una amplia clientela.

Los trabajos que relacionan identidad y guías turísticas demuestran cómo estas publicaciones, hoy en día, proyectan y difunden por todo el mundo una imagen que construye un “modo de ser”, un “carácter” o unas “señas de identidad” en muchos casos artificiales. Andalucía, como destino turístico de primer orden, no se escapa a

este proceso. Se habla en este caso de “etnicidad reconstruida”, de una etnicidad al servicio del marco ideológico del turismo que aísla unos elementos para reinterpretarlos en términos adecuados para su venta. El grupo étnico se convierte en una “cosa”, una imagen fija, en un objeto de museo o un “fósil” de prácticas nativas³.

Para profundizar en esta misma línea, nos planteamos si esta relación se ha mantenido a lo largo del tiempo y con ello, hoy tan sólo estos libros se limitan a sostener, con unos medios más actualizados, las imágenes ya percibidas y construidas en un momento preciso.

Así, abordamos esta cuestión iniciando el estudio comparativo de las diferentes guías turísticas y libros de viaje seleccionados a lo largo de todas las décadas del siglo XX. Desde el análisis del discurso inmerso en la descripción y valoración de las guías, y deteniéndonos en los elementos que desde nuestro punto de vista colaboran en construir esa imagen de una identidad procedimos a la elección de las guías que citamos en la bibliografía de este trabajo.

La literatura de viajes representa un conjunto de obras estudiado hasta el momento de forma muy minuciosa y con la amplitud que el tema merece. Igualmente, también son frecuentes los trabajos que pretenden descubrir la presencia de ciudades o provincias en ese tipo de libros. Ejemplos tales como, en el caso de Andalucía, como Málaga, Úbeda o Granada nos muestran la amplitud de bibliografía y estudios sobre este asunto, pero en prácticamente todos los casos no abordan el elemento identitario como eje central de análisis.

Por ello, nuestro objetivo no es tan sólo estudiar esa dependencia, sino también descubrir cuáles son los elementos constitutivos de la identidad andaluza.

1. RELATOS DE VIAJES, GUÍAS TURÍSTICAS O LIBROS DE VIAJES. UNA APROXIMACIÓN TERMINOLÓGICA

Previamente a la revisión y exposición de los resultados consideramos conveniente detenernos para realizar una breve aproximación a los conceptos de guías turísticas, relatos de viajes o libros de viaje. La selección de las obras estudiadas nos ha demostrado el interés previo para delimitar esos tres conceptos.

Coincidimos con aquellos autores que consideran difícil delimitar con claridad hasta qué punto un libro de viajes se convierte en un reclamo turístico o no. Deberíamos entrar a discernir si la intencionalidad del autor es o no presentar una ciudad con un interés puramente literario o a la vez, o sólo, pretende animar al lector a imitar el viaje presentado. Es más, ¿la guía turística no comparte el interés del autor de mercantilizar un destino con la descripción subjetiva de un autor o autores que aparecen ocultos tras la editorial?

Así, creemos que el relato de viaje o los libros de viaje se convierten en un “género fronterizo”, en un “género huidizo” que carece de unas normas a priori que se encuentra “desligada de convenciones precisas que permitan al lector identificar una clase de textos determinada”⁴.

Dejando atrás la simple distinción de la literatura de viajes ficticios o reales, es decir, si el autor ha realizado o no el viaje; el eje que nos sirve para distinguir y seleccionar las obras estudiadas, es la búsqueda de libros (ya sean guías o libros de viaje) que pretenden una dominante determinada, entendida como la jerarquización y dosis de elementos enunciativos empleados por los autores en sus relatos. De acuerdo con esta idea, trataremos de encontrar aquellas obras que buscan privilegiar o están realizadas con la intención de mostrar dimensiones documentales, ideológicas y estéticas.

Lo que sí es cierto es que el criterio de “la presencia de un viajero y la mediación de su mirada y subjetividad parecen marcar las fronteras que separan el relato de viaje de géneros puramente documentales como el

reportaje, la guía turística, la monografía científica, como lo distinguen, por otra parte, del puro ensayo”⁵ para esta ocasión no nos ha servido puesto que aún hoy se publican guías turísticas en el más puro sentido del término que transmiten directa o indirectamente la mirada subjetiva del viajero. Se presenta como tal sin ningún tipo de cortapisas.

En todos los libros utilizados el viaje relatado “supone el traslado de un punto a otro: geográfico o espiritual, real o literario. Cada vez que el viajero describe sus experiencias o el lector abre las páginas del libro, se emprende un nuevo camino”⁶.

Las fronteras entre ambos géneros las vemos aún más difusas cuando contemplamos que estos autores “interfieren” sus relatos con imágenes (dibujos, fotografías, mapas, planos), itinerarios, que intentan construir un “discurso del saber” para la conversión de sus relatos en enunciados de carácter “científicos” o acercándose a las actuales guías turísticas. Es conocido el ejemplo de Camilo José Cela que califica su Viaje a la Alcarria como un tratado de Geografía.

Siempre nos queda el recurso de la definición simple, entendida como abierta y genérica en la que se puede encuadrar el sinfín de obras editadas a lo largo del siglo: un libro de viajes es “alcanzar una ciudad y hablar de ella”⁷. Aseguramos de este modo la dificultad a la hora de delimitar estas fronteras cuando a lo largo del siglo XX la literatura de viajes ha sufrido una mayor “homogeneidad y depuración” que ha traído como consecuencia la “ausencia de convenciones reguladoras formales o, en otros términos, la existencia de una paleta de tradiciones distintas”. Por tanto, convenimos que es difícil “adoptar una postura normativa que pretenda definir a priori el género como clase ideal que existiera fuera de los textos particulares”⁸. Pero estas obras se caracterizan por su relevancia por ser un medio privilegiado de penetración en la opinión pública y permiten el acceso a discursos presentes en la opinión de amplios sectores de la sociedad española⁹.

2. LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD PERCIBIDA Y PROYECTADA

El primer rasgo a descubrir en este trabajo es que la identidad andaluza la conforman unos elementos que se convierten, con el paso de las décadas del siglo XX, en un todo armónico y muy atractivo al visitante.

De lo que ve y percibe el escritor, éste selecciona determinados elementos con la finalidad de mostrar y construir una identidad que resulta imaginada. Unas señas de identidad que responden a unas percepciones y unas realidades y que son infiltradas a los protagonistas: los andaluces. Éstos llegan a participar de esa identidad imaginada y se convierten en los actores de la representación acordes con el papel asignado. Para desentrañar los elementos de esa identidad promovida desde las guías turísticas, consideramos relevante detenernos en la Historia -qué fragmentos de la Historia de Andalucía se presentan y para qué se muestran-, el ocio -porqué el ocio es objeto de estudio y qué tipo de manifestaciones festivas se tratan-, el paisaje - la geografía y el clima son atractivos imprescindibles para el posible turista- y los “andaluces” -¿se muestra e inventa un “tipo” de andaluz?

¿Por qué se usa ese andaluz como “reclamo turístico”?- Con este artículo pretendemos reconstruir los elementos integrantes de la imagen que de Andalucía se ha pretendido promover a lo largo del siglo XX y su posible evolución.

Lo primero que debemos destacar es cómo los relatos y las descripciones analizadas de este siglo resaltan las tres ciudades tradicionalmente más importantes de Andalucía para la historia del turismo: Córdoba, Granada y Sevilla. Principalmente su patrimonio monumental y su bagaje histórico las convierten en el destacado centro de atención de estos relatos de viajes.

Mientras que no es muy complicado encontrar relatos o guías de estas ciudades mencionadas en los dos primeros tercios del siglo XX, a partir de la década de los sesenta aparecen otras ciudades de interés. Así, Málaga o incluso Jaén no poseen un libro que pueda caracterizarse como auténtica guía hasta la década de los sesenta, justo al comienzo del apogeo turístico de ambas zonas (Costa del Sol y Sierra de Cazorla, principalmente).

En total, hemos utilizado ocho libros con el criterio selectivo de procurar abarcar todos los decenios de la centuria pasada y conseguir esa visión de conjunto y diacrónica. En definitiva, hemos pretendido analizar los discursos emanados de estas obras, entendidos como el conjunto de palabras que ofrecen a través de diversos puntos de vista, una visión de Andalucía.

3. LA HISTORIA DE ANDALUCÍA COMO ATRACTIVO

En general, las guías analizadas utilizan el recurso del relato histórico carente análisis y de manera puramente descriptiva, usando exclusivamente el eje cronológico como medio para ordenar sucesos diversos, de forma muy sintética y, en muchos casos, abrumando al lector con una sucesión de fechas de nuestro pasado. La guía de Santiago Montoto nos proporciona una muestra bien característica:

“San Fernando concedió a Sevilla grandes privilegios, y lo mismo su hijo D. Alfonso X, que fundó las Atarazanas, que aún hoy se conservan, primer arsenal de la nación.

Don Pedro I de Castilla la hizo objeto de sus predilecciones y edificó el Alcázar.

Los Reyes Católicos residieron durante muchos años en Sevilla, y en su Alcázar nació el príncipe D. Juan. En el siglo XV fue la primera ciudad del reino, sobresaliendo en la historia del renacimiento español”¹⁰.

Rafael Castejón, en 1930, en su guía sobre Córdoba, comienza refiriéndose a los asentamientos ibéricos y se termina con la caída de Isabel II y el advenimiento de la I República. No interesan los aspectos sociales, económicos y en lo cultural únicamente se mencionan a las grandes figuras cordobesas que destacaron en el arte y la filosofía. Solo preocupan los personajes y acontecimientos de tipo político, y en especial las grandes batallas celebradas en territorio cordobés: “En Munda, cerca de Córdoba, se libran las batallas entre César y Pompeyo”; “dándose en Alcolea la batalla de 1868 que costó el reino a Isabel II”¹¹.

La mayoría de los periodos históricos se resuelven con un par de renglones, en algunos casos sólo una frase, salvo la etapa musulmana a la que se le dedica, incluida la reconquista, más de veinte renglones. Se comienza hablando de la conquista de España por los musulmanes y de que éstos “fijan su capital en Córdoba, cuya historia en este periodo es la de toda la nación”¹².

Además, las guías consideran Andalucía como un territorio “repleto” de Historia y la Historia de Andalucía es un gran atractivo de ella. Estamos ante la promoción de un pasado que aún hoy es respetado y vivenciado de forma cotidiana en las calles andaluzas. Andalucía se transforma en un espacio geográfico atemporal

donde pasado y presente -aunque pueda parecer insólito al viajero- permanecen aún unidos y difícilmente son distinguibles. Por ejemplo, no es de extrañar que encontremos de Sevilla descripciones de su urbanismo que así lo aseguran:

“La ciudad, de calles, por lo general, estrechas y tortuosas, de bajo caserío, presenta originalísimo aspecto, contribuyendo a ello la característica arquitectura de las casas, en las que es pieza principal un patio, y adorno obligado las rejas y balcones, en todo tiempo con flores y plantas. Modernas construcciones, de elevada altura, restan en algunos lugares perspectivas a viejos edificios; pero en conjunto, la población presenta el aspecto de los siglos pasados, no obstante las vías, anchas y rectas, que se abren en el corazón de la ciudad”¹³.

También sucede lo mismo en Granada, como asegura Antonio Gallego Burín, donde aún se pueden oír relatos de hace más de cuatrocientos años. Historia que se convierte en presente por medio de narraciones actuales:

“El Albaicín conserva numerosos recuerdos de ella (rebelión morisca) y en cada pueblo y cada breña de la Alpujarra aún se elevan las voces que narran algún suceso no recogido por la Historia, presidiendo este otro ciclo legendario las figuras de Aben Humeya y Aben Aboo”¹⁴.

Andalucía se presenta al posible visitante como un lugar de descanso y de idílica paz. Y la Historia de Andalucía mostrada, también tiene esa finalidad: dejar entrever un espacio donde hasta las culturas extranjeras invasoras se han acomodado para conformar escenarios pacíficos. ¿Qué turista o visitante, sea cual sea su procedencia, no ha de sentirse a gusto en ese territorio?

“Donde hubo moros, hubo siempre judíos. Se atraen y se rechazan mutuamente estas razas, prólogo y epílogo del Cristianismo, ferozmente monoteístas ambas, y tan divergentes, luego, como el negocio y la indolencia. Los judíos son, donde quiera, como parásitos sobre las morerías. Las morerías, como perros tendidos al sol, los aguantan años y años. Y periódicamente también, como perro que se sacude, se espulgan con una feroz matanza (...) En Córdoba ambas razas convivieron muchas veces en armonía”¹⁵.

La Historia también es terreno abonado para la explicación ideológica e interesada del autor en

liza. Las guías muestran sus posicionamientos en este sentido ante episodios relevantes. Dos son los ejemplos que pretendemos analizar, puesto que muestran dos formas de utilizar la Historia de Andalucía: la guerra civil y, por otro lado, la conquista/presencia árabe/musulmana en la Península Ibérica.

En cuanto al primero, encontramos guías que ensalzan el golpe de estado del 18 de julio de 1936 del General Franco. Son libros escritos por personajes seguidores del Régimen franquista y en fechas muy próximas a la finalización de la contienda:

“Nuestro excelentísimo ayuntamiento, (Málaga) en muy poco tiempo, desde que fue liberada la plaza en 8 de febrero de 1937, ha convertido el extenso recinto de esta fortaleza, en unos espléndidos jardines que producen la admiración de todos los visitantes. Al mismo tiempo, en unos meses a partir de dicha fecha consiguieron lo que a nadie se le había ocurrido en varios siglos; hacer una pista que permite al viajero subir en automóvil hasta la cumbre de la misma, lo que hace que puedan admirarla mayor número de personas; todas aquéllas, que su edad o su salud no le permitían hacer a pie la ascensión. ¡Esto es atraer al turista! ¡laborar por Málaga! ¡hacer Patria!”¹⁶.

Comparativamente, las guías estudiadas se suelen citar más personajes vinculados a la política y actividad militas como Aníbal, Cesar, Pompeyo, Leovigildo, Rodrigo, Abderrahmán (I, II y III), Alháquem (I y II), Almanzor, Fernando el Santo, Alfonso XI, Fernando IV, Pedro el Cruel, El Gran Capitán Gonzalo Fernández de Córdoba, Reyes Católicos, Dupont e Isabel II. También se mencionan, simplemente, a los filósofos, literatos y artitas cordobesas más significativos: Lucano, los dos Sénecas, Averroes, Abenházam, Maimónides, Albucasis, Juan de Mena, Bartolomé Bermejo, Luís Rufo, Ambrosio de Morales, Céspedes, Gines de Sepúlveda, Luís de Góngora, Palomino, Duque de Rivas y Juan Varela.

Sin embargo, estas referencias a la Guerra Civil española llegan a desaparecer de los índices de las guías de principios de los años sesenta. Andalucía no debe presentarse con signos de contiendas tan recientes, máxime cuando éstas fueron de carácter civil.

Las referencias al pasado musulmán de Andalucía (Al-Andalus) están presentes en todas

las guías y libros de viaje con independencia a su año de publicación. Y en todos los casos encontrados, las citas, descripción y análisis van en el mismo sentido. Por ejemplo, en 1941, la guía de Galache afirma:

“(Málaga) Estuvo sometida durante varios siglos a la dominación de los árabes, hasta el día en el que el infante don Fernando, más tarde llamado el de Antequera, pensó en la conquista de esta plaza, para lo cual salió de Córdoba al frente de un numeroso ejército”¹⁷.

La idea de “sometimiento”, “conquista” y posterior “reconquista” permanecerá inalterable años después, en la década de los sesenta: “Los árabes se apoderaron de Málaga tras la batalla de Guadalete y hasta 1487 que cayó en poder de los nuevos conquistadores no dejó de ser musulmana”¹⁸.

La Historia es usada como recurso para la construcción de la Andalucía orientalizada que necesita el viajero. No se trata de rememorar episodios de guerra civil entre andaluces que intranquilizan al viajero, muestran una ciudadanía dividida en dos “bandos” y que sólo es sinónimo de destrucción y violencia muy reciente en el tiempo. José María Pemán ya lo anuncia en 1958: “Los moros duraron en España ocho siglos; y en Granada apuraron su cupo”¹⁹.

Incluso la Historia sirve para erigir una imagen de la Andalucía misteriosa revivida a través de sus leyendas. Castejón nos muestra un ejemplo con Córdoba y su Mezquita:

“De Alháquen II se cuenta que, siendo este príncipe heredero, entretuvo un día sus ocios en ponerle un parche al albogón, cuyo hecho trascendió al pueblo de Córdoba, que lo tomó a burla por considerar que tan alto personaje debía entretener su tiempo en más elevadas empresas. Enterado Alháquen de que era un dicho popular el “de ponerle un parche al albogón” prometió que su nombre pasaría a la posteridad por hecho de más alcunia, y el mismo día que juró su cargo de soberano, llamo a los arquitectos para que planearan la ampliación de la Mezquita”²⁰.

4. ANDALUCÍA: PARAÍSO NATURAL VIRGEN

La naturaleza -los paisajes y el clima- está presente en las descripciones idílicas que componen esta identidad imaginada andaluza. Las guías utilizan siempre la imagen bíblica del

paraíso para describir la climatología y la geografía andaluza. El libro de Rogelio Pérez de 1929 hace una clara distinción al aproximarse a Andalucía en su viaje por carretera: “Cruzamos las áridas mesetas castellanas (...) Luego, en la fertilidad de los campos andaluces vemos nacerse, con ritmo suave, las espigas verdes”²¹. Pero años después, en 1941, Galache escribe sobre el clima andaluz en parecidos términos:

“Bajo este clima constantemente primaveral en todas las épocas del año, florecen violetas, gardenias y otras flores de distintas especies, que con sus rosales y hermosos claveles, perfuman el ambiente y son el asombro de los extranjeros que llegan a ella, que al encontrarse en este paraíso, son muchos los que se quedan en él definitivamente, siendo esa la causa de que figure tanto apellido extranjero entre su vecindario”²².

Incluso para que la afirmación no parezca inmersa en un subjetivismo que la convertiría al menos en dudosa o en recurso literario manido para promocionar un destino turístico, los autores de estos relatos recurren a científicos que el lector incluso debe en este caso conocer:

“El célebre doctor Francis, en su obra ‘Change of Climate’ dice, que no existe en toda Europa ningún punto que tenga un clima tan suave y tan igual, con tan pocas variaciones entre un día y la noche como Málaga, situada más al Sur que cualquiera parte de la península italiana y más aún que Sicilia y Grecia”²³.

Las referencias sentimentales con las que las descripciones del paisaje y de la naturaleza andaluces juegan con la sensualidad de las palabras: luz, sol, jardines... son alusiones usadas frecuentemente para llevar al lector a imaginar un escenario, una tierra paradisíaca donde ni los rigores del invierno o del verano tienen cabida: “Las calles sevillanas sostienen una lucha eterna las sombras y la luz. Fuego es el sol que entra arrollando con la fuerza de sus resplandores por las angostas vías”²⁴.

Y, a pesar de todo, los posibles obstáculos climatológicos con los que se pueda encontrar el viajero son disfrazados en una sintaxis aventurada: “Es benigno en todas las estaciones, aunque en la canícula llega a 47°”²⁵. Aunque también hemos de anotar alguna afirmación no carente de cinismo ante la promoción de una climatología que en muchas ocasiones no es tan benigna como estos libros suelen destacar:

“El turismo aumenta desmesuradamente desde que, a vuelta de la Mezquita y todo lo demás, el sol, el sol rabioso, se ha hecho un gran valor turístico. Teníamos pudores, por lo visto, de nuestras mejores cosas. Ahora resulta que nuestras cosas más energúmicas -el sol, los toros, los bandidos- son las que más gustan. Ahora Córdoba es visitadísima en pleno verano. Para quien quiere sol barato, es un buen negocio venir a pasar unos días en Córdoba cuando, cotizando pesetas y grados, el dólar está a cincuenta y el sol a cuarenta”²⁶.

No encontramos referencias a la climatología relacionadas con el turismo de sol y playa hasta la guía de los años sesenta y sobre la Costa del Sol: “desde algún tiempo la Costa del Sol se ha convertido en residencia veraniega debido a la suavidad de su clima. Se pueden pasar las horas del centro del día en las playas o sesteando en las refrescantes sombras”²⁷.

En todo caso, las guías huyen de presentar una Andalucía de climas extremos. Se pretende mostrar una Andalucía con climas que facilitan el paseo y los viajes en a través de su ancha geografía. El viajero contará desde el principio con la seguridad de un primaveral sol que le hará muy agradable su estancia. Es más, las descripciones en este sentido encuentran siempre atenuantes al cálido verano o al frío invernal. Incluso, es tan raro que su climatología llegue a ser extrema, que se cuenta en una guía cómo las nevadas se consideran un verdadero acontecimiento social en las ciudades andaluzas y que aún hoy se rememoran:

“El caso fue tan insólito que, a semejanza de lo que ocurre en los países fríos cuando rompe la rudeza del invierno un día de sol y se celebra como festivo, también en Málaga interrumpió la vida”²⁸.

5. EL OCIO DE LOS ANDALUCES COMO ESPACIO DE ENCUENTRO CON EL FORÁNEO

Las fiestas en Andalucía son tratadas de manera específica en todos los libros consultados. Las que cobran un mayor protagonismo en cuanto al número de páginas son la Feria de Sevilla, la Semana Santa de varias ciudades (Málaga y Sevilla, principalmente) y la Romería del Rocío. Aunque también aparecen descripciones que dan la sensación al lector de que Andalucía, más allá de las consabidas y mencionadas fiestas, no descansa a lo largo del año.

“En cuanto a la capital (Granada), todavía perduran en ella costumbres populares como la de los clásicos “mecedores” que, en los meses de enero a marzo, llenan con la alegría de sus coplas (...) los aires de las huertas y la Vega; o el juego de las “pasaderas” que tiene por escenario el cauce del Darro; o las castizas “verbenas” de los días de la Cruz, San Juan, San Pedro o del Cristo de la Yedra, y de las ferias del mes de septiembre”²⁹.

Los andaluces -sin entrar en distinciones de género- viven la fiesta como algo muy suyo pero con un claro sentido universalista: “La Semana Santa, primero; luego la Feria. Sevilla reza antes y luego baila. Hace penitencia anticipada a cuenta de los pecadillos de abril”³⁰. La fiesta se ensalza con el alcohol, pero sin peligro, con la medida de la templanza, también característica del “carácter” andaluz: “Y a todas las horas del día se bebe mucho y se come un poco, sin que a ninguna hora del día se coma del todo ni se beba demasiado”³¹.

De lo que se trata en estos libros es de mostrar unas manifestaciones de ocio en las que el foráneo no sólo puede jugar el papel de simple espectador, sino también como participante activo de la misma, fruto también del carácter universalista de los andaluces. Es decir, un andaluz abierto al mundo no puede mostrar formas de diversión excluyentes. Aunque algunos libros, a veces, reconocen que esas maneras del ocio puedan ser ininteligibles o impactantes para el visitante.

Pero es en la Feria -en todas las ferias-, en cualquier rato de ocio del que se trate, es donde se resume Andalucía, donde toda ella muestra su de forma evidente, su forma de ser, su “carácter”.

“Decir la feria de Sevilla equivale a decir Andalucía con su claro cielo, sus mujeres hermosas, sus días risueños y sus noches hechas para el amor; equivale a decir alegría y confianza, que acerca unas clases a otras y las amalgama, fundiéndolas en un todo de valor inapreciable”³².

Y la Feria es el recurso para disfrazar, disimular, hacer más liviana la dedicación al trabajo. Laboriosidad y fiesta se entrelazan en ese instante: “La Feria es, como el pregón, un antifaz de música y alegría para disimular el frío utilitarismo del negocio y el castigo genesiaco del trabajo. Según Eugenio d’Ors, Andalucía es

la metrópoli del trabajo púdico: está persuadida de que el “trabajarás con el sudor de tu frente” es tan castigo como el “parirás con dolor”, y persuadida, por lo tanto, de que el trajín laboral debe disimularse con el mismo pudor que los secretos amorosos. Por eso esconde muchas veces sus industrias artesanas -bordados, caldererías- en el fondo de patios y zaguanes, como los moros esconden el amor en un harem: y por eso en la Feria, llegando a vencer lo adjetivo a lo sustantivo, la fiesta y el regocijo han recubierto de tal modo y con tal abundancia barroca la fachada, que es muy difícil reconstruir la idea de que todo aquello se hace para comprar y vender burros o caballos. Realmente es que, en última instancia, ya no se hace para eso”³³.

6. LOS PERSONAJES: LOS ANDALUCES

Pero el escenario -como sucedió con el paraíso- también requiere de aderezos imprescindibles. No se trata de construir una Andalucía “vacía” que espera al visitante. Las guías turísticas no pretenden tan sólo de proyectar un territorio virginal, sino que, además, será necesario añadir el condimento de los actores principales: los andaluces y su imaginario “carácter” o identidad construida expresamente para la ocasión.

Esta labor de construcción de estereotipos en esta centuria, se realiza incluso a riesgo de frustrar las expectativas de los visitantes. De que éstos prevean encontrar unas personas que no son tal y como las guías le han presentado.

El escritor José María Pemán lo manifiesta muy claramente en su libro: “Apenas desembarcados, la ligera decepción de unas avenidas modernas y trepidantes nos es rápidamente desquitada por la aparición tentadora del triángulo Catedral-Alcázar-Archivo de Indias”³⁴.

Sin embargo, también del mismo autor, hemos encontrado alguna referencia a la Andalucía real, a la Andalucía de finales de los cincuenta que ya comienza a dejar atrás los tópicos y estereotipos elaborados años atrás: “Para entenderlo así será preciso -como tantas veces hemos de hacer en Andalucía- despojarnos del tópico y darnos una saludable ducha que rasque del espíritu toda costra de preocupación por un tipismo de corte romántico o decimonónico”³⁵.

El elemento esencial de lo que el visitante se va a encontrar en su periplo por Andalucía es su forma de hablar. Se trata de la primera señal

distintiva de los andaluces que impactará al turista. En este caso nos encontramos con una gran diversidad en lo que a la denominación se refiere. En unos casos, se trata del andaluz como “lengua española hablada en Andalucía”³⁶ mientras que en otros es calificado sin ninguna duda como “dialecto andaluz”³⁷.

Pero otros autores dudan de la “unidad” del andaluz, ya sea dialecto o habla. Usando el recurso de las diferencias entre el andaluz hablado en algunas zonas del territorio con relación a otras, se duda de su existencia.

“Y es que en Ecija ya el andaluz se hace cantarino, con un cierto tonillo que arrastra las sílabas finales en un sorprendente sostenido. Este andaluz, tan desconocido como calumniado, presenta diferencias que dan a cada comarca -y en ciertos casos a cada población- un carácter peculiar. Cuando terminéis nuestro recorrido, pasad revista en el recuerdo a la s gaditana, a los diminutivos en ico de Granada o a este tonillo a que ahora me refiero (...) Pero dentro de estas generalidades hay muchas excepciones y diferencias de entonación que no constituyen lo menos gracioso de esta armónica que es Andalucía, soplada por el viento al través de los agujeros penibéticos y mariánicos”³⁸.

Pero dejando al lado de cuestiones académicas filológicas acerca de que si los andaluces usan para expresarse verbalmente un dialecto o un habla, o incluso si este goza de la suficiente relación como para que esta forma de expresión sea considerada de forma unitaria, las guías también construyen e imaginan un “tipo” - usando la misma expresión de una de las guías- de andaluz. Las guías muestran al posible viajero la información suficiente como para que éste pueda re-construir un personaje andaluz.

Las características de este andaluz “re-construido” son las de, por un lado, dejadez, parsimonia y laxitud: “La dejadez andaluza se hace visible aún en el gran palacio subterráneo, comparándolo con los prodigios que la moderna luminotecnia (...) ha logrado, por ejemplo, en las fantásticas y comerciales cuevas de Manacor o del Drac de Mallorca”³⁹.

Y en Granada, los granadinos, son indolentes: “Acentúa este carácter un matiz de indolencia en el que apoya un concepto fatalista de la vida, lo que les defiende del entusiasmo inmediato y fácil, tendencia manifestada en refranes y modalidades expresivas de su lenguaje”⁴⁰.

Sevilla, según León Roch, “tiene ‘todo el prestigio de la belleza y de la gracia’ en sus callejas, llenas de luz, y en sus plazas, inundadas de sol, como en sus jardines, eternamente floridos, se refleja todo el encanto de la tierra y la alegría del carácter; parece especialmente formada para el placer y la fiesta”⁴¹.

El andaluz de hoy y el de todas las décadas del siglo XX, es heredero de su pasado musulmán y oriental. El turista podrá encontrar aún rasgos de ese pasado en las calles andaluzas, como si de genética se tratara:

“Hasta hace muy poco se podían ver por las calles de Vejer las famosas “cobijadas”: mujeres que transitaban con la cara cubierta por una especie de capuchón con abertura para los ojos, parecido al de los penitentes de Semana Santa (...) Pero es seguro que se ha atribuido mil veces a razones más literarias: herencia mora; retrainimiento de la mujer andaluza... Con lo que una coquetería femenina para resguardar el cutis se interpreta como cautela de un pudor casi heroico”⁴².

Se trata, en lo general, de mostrar un territorio con una identidad cuyo presente se encuentra cruzado por su pasado que le ha dado misterio, tradición y leyenda. Se trata, en definitiva de viajar a un país del medio o lejano oriente, sin que el europeo tenga que saltar al continente africano.

“Lo atractivo de su naturaleza y el prestigio de su historia, han creado en Granada un ambiente saturado de leyendas, a partir de las que envuelven sus orígenes y el significado de su nombre”⁴³.

El tiempo no transcurre igual en Andalucía. El sentido del mismo como posesión, desde una lectura puramente economicista, como algo que se pierde o se gana no ha llegado aún a esa tierra:

“Verdad es que aquí, más que en ningún otro lugar de España, la realidad de este dicho: el tiempo es oro, no ha llegado a convencernos y nos vamos librando de su tiranía. Tenemos horas en el día -y si no, se cogen de la noche- para dedicarlas al paseo por las calles y plazas, a la tertulia de café y a la conversación”⁴⁴.

Otra característica de esta forma de ser es su alegría. Con diversos términos, todas las guías estudiadas valoran y destacan esta cualidad: “Ya

advirtió Andersen, cuando estuvo en Málaga, que “toda la gente parecía de buen humor, como si ellos sólo viesen el lado bueno de la vida”⁴⁵. Y también Sevilla y los sevillanos coinciden con este carácter:

“Sevilla, según León Roch, tiene ‘todo el prestigio de la belleza y de la gracia’ en sus callejas, llenas de luz, y en sus plazas, inundadas de sol, como en sus jardines, eternamente floridos, se refleja todo el encanto de la tierra y la alegría del carácter; parece especialmente formada para el placer y la fiesta”⁴⁶.

Una alegría y un júbilo que incluso es también transmitido a los monumentos andaluces. Pemán llega a mostrar ejemplos del patrimonio monumental que se contagian de ese sentimiento: “De arriba abajo apreciamos, primero, una graciosa arquería compuesta por siete arcos”⁴⁷.

Un apartado relevante es el papel que las guías turísticas analizadas adjudican a la mujer andaluza. Ella es un elemento novedoso que ya ha desaparecido prácticamente de las guías turísticas actuales y sin embargo es considerada esencial para la perfecta adecuación al perfil orientalista de la identidad andaluza, antes explicado. La influencia de Al-Andalus, en este apartado es evidente. Y las alusiones a la sensualidad femenina, a la provocación son continuas a lo largo del periodo analizado. Las mujeres preservan su carácter oriental que las identifican con Carmen de Bizet y, por tanto, son muy atractivas para el visitante:

“La calle de las Sierpes es academia de buenos piropos. Las sevillanas lo saben: y los buscan. No desmienten del todo su fama de mujeres caseras y morunamente recoletas, y buscan un pretexto que prologue su paseillo matutino o vespertino la intención doméstica (...) Una sevillana me confesaba íntimamente que al pisar las losas de las Sierpes, entonaba, por lo bajito, el pasodoble de la Giralda, para acompañar, con buen ajuste, sus andares”⁴⁸.

La mujer es elemento esencial. Los autores la muestran en sus relatos como un referente atractivo, conquistable, evocador de pasados milenarios y que espera la llegada del D. Juan de su vida.

“Decir la feria de Sevilla equivale a decir Andalucía con su claro cielo, sus mujeres hermosas, sus días risueños y sus noches hechas

para el amor; equivale a decir alegría y confianza, que acerca unas clases a otras y las amalgama, fundiéndolas en un todo de valor inapreciable”⁴⁹.

La mujer andaluza, fruto de sus raíces orientales, también es tradicional a la hora de vestir, incluso también aquí nos evocan los autores el pasado musulmán:

“Casi todas las mujeres visten el traje popular de mantoncillo y tela de lunares: de modo que cuando se abarca el conjunto del paseo parece que se hubiera mirado el sol con temeraria insistencia, y se le hubieran a uno quedado en la retina esos puntos insistentes con que el nervio óptico se duele del exceso de luz”⁵⁰.

REFLEXIONES FINALES

Todas las guías analizadas poseen como denominador común la intencionalidad de mostrar una Andalucía de acuerdo con unos elementos comunes. Quiere decir esto que la fecha de edición de la guía no es un criterio distintivo de los discursos y enunciados insertos en las publicaciones. En los años sesenta estos libros siguen utilizando los mismos recursos que a principios del siglo XX para mostrar el destino turístico andaluz. Tal y como sucede actualmente⁵¹, las guías turísticas poseen una gran uniformidad para usar los elementos de una identidad supuestamente percibida y posteriormente proyectada. A través del estudio de estas guías, hemos entresacado los componentes que constituyen ese supuesto “carácter” andaluz.

Hemos observado cómo el objetivo principal de estas publicaciones -también sea cual sea el año de edición y tal y como ocurría en el siglo XIX- es presentar Andalucía como una parte del Oriente lejano en la Europa continental. Un vergel, un paraíso de tradiciones, “tipos” y “estereotipos” efectos de las influencias árabes y europeas. Un lugar donde la fusión entre las principales religiones monoteístas es real. El atractivo sigue siendo la oferta de la aventura y sensualidad de acercarse a una parte del mundo desconocida, pero con la tranquilidad de que este territorio posee ciertas dosis de “civilización” que le otorga la pertenencia al continente europeo. La Andalucía representada en estos libros es el Oriente de las “mil y una noches”, la que ya pretendían conocer muchos viajeros del siglo XIX. Andalucía, en ese sentido, sigue siendo la misma.

El carácter andaluz se complementa también con un paisaje y una climatología agradable que asegura una feliz estancia, donde el viajero no será sorprendido por episodios climáticos que puedan dar al traste con su travesía. Una invitación más a visitar un marco incomparable.

Pero es la Historia la que estos libros usan con mayor profusión para mostrar una Andalucía orientalizada. El recurso es la descripción de Al-Andalus. Las referencias son denominador común a todas las obras y estos relatos, que están faltos de cualquier análisis histórico, apoyan la descripción del patrimonio monumental. A estos años de la historia andaluza se le dedican un elevado número de páginas en detrimento de otros pasajes históricos. Es evidente que los autores de estas obras pretenden utilizar como reclamo el pasado y su concreción en los monumentos más significativos: Alhambra, Giralda y Mezquita cordobesa.

La “forma de ser” de los andaluces ha sido, a lo largo del siglo XX, un recurso utilizado por las guías para vender el destino turístico de Andalucía. El andaluz que muestran estos libros es la persona que vive aún del pasado de Al-Andalus y su mentalidad y vida cotidiana aún sigue marcada por esta herencia genética. El carácter y formas de tratamiento y comportamiento, por tanto, no responden a los cánones europeos del siglo. Esto es, los andaluces no viven el tiempo de forma apresurada, ni lo utilizan como objeto valioso; son indolentes y afables, universales y abiertos al mundo. Estereotipos, recursos literarios carentes de análisis o crítica. Es una “identidad” construida que repiten estas guías de manera sistemática a lo largo de todo el tiempo que abarca este estudio. Los autores se limitan, con mayor o menor profusión, a reproducir exactamente los elementos de ese discurso que le vienen dados con anterioridad.

El andaluz por medio del carácter construido en estos libros lo convierten en un elemento atractivo que complementa un entorno y una historia también interesantes para el viajero.

Es tal la reproducción acrítica de la supuesta o pretendida “forma de ser andaluz” que con la aparición de nuevas ofertas turísticas, como el turismo de sol y playa de la Costa del Sol o los de turismo interior de la Sierra de Cazorla, que demandan un nuevo tipo de visitante, se siguen

reproduciendo los mismos tópicos y estereotipos.

Tal y como hemos observado, la Costa del Sol, destino turístico que surge con un protagonismo significativo a partir de 1960, también es descrita y analizada en estos libros de viajes bajo los parámetros identitarios tradicionales reproducidos a lo largo del siglo XX.

Consideramos, finalmente, que las guías turísticas y libros de viaje de esa centuria utilizan, dan a conocer y mantienen en el imaginario andaluz el discurso emanado de los viajeros románticos. Estas guías, y sus autores, no realizan el esfuerzo de actualizar los datos copiados de sus antecesores, sino que mantienen las dosis fundamentales del discurso para mostrar finalmente una Andalucía que en muchos de los aspectos relatados, ya no existe.

NOTAS

¹ Han trabajado en esta línea de investigación, además de los autores del artículo, de forma coordinada, Alberto Egea Fernández-Montesinos (Universidad Pablo de Olavide), José Antonio López Sánchez (Universidad de Cádiz), Carmen Lasso de la Vega González (Universidad de Sevilla), Francisco Navarro Ibáñez (Centro de Estudios Andaluces), Fernando C. Ruiz Morales (Universidad Pablo de Olavide), María del Mar Torres Alé (Universidad de Cádiz) y (en su primer año) Dolores Jurado Jiménez (Universidad de Sevilla). Pertenecen a campos diversos de las ciencias sociales y humanidades: filología, ciencias de la educación, geografía, historia, antropología, ciencias de la comunicación y psicología.

² Un estudio sobre la imagen de Marruecos en Internet: López Lara, E, "La imagen turística de Marruecos proporcionada por Internet: reinterpretando el orientalismo". *Cuadernos de Turismo*, 23, 33-54.

³ Cf. Mac Cannell, D. "Turismo e identidad cultural", en T. Todorov, T. et al., *Cruce de culturas y mestizaje cultural*. Barcelona, Júcar, 1988, 114.

⁴ Cf. Champeau, G., "El relato de viaje, un género fronterizo", en id. (ed.), *Relatos de viajes contemporáneos por España y Portugal*. Madrid, Editorial Verbum, 2004, 15.

⁵ Cf. *ibid.*, 20.

⁶ Cf. Rodríguez, C., "Literatura de viajes: relatos del campo argentino". *Mundo Agrario*, 10.

⁷ Cf. Tudoras, L.E.; Rodríguez Cassagne, F., "Las fronteras ascendentes de Paul Morand: Fleche d'Orient y Bucarest". *Revista de Filología Románica*, 20, 185.

⁸ Cf. Champeau, G., "El relato...", op. cit., 30.

⁹ Cf. Villanova, J.L., "La visión de Tetuán en los relatos de viajeros españoles durante el Protectorado en Marruecos (1912-1956)", en F. Izquierdo Brichs;

T. Desrués, (coord.) *Actas del Primer Congreso del Foro de Investigadores el Mundo Árabe y Musulmán*. Barcelona, FIMAM, 2005, 2.

¹⁰ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla*. Madrid, Patronato Nacional del Turismo, Espasa-Calpe, 1930, 27.

¹¹ Cf. Castejón, R., *Guías España: Córdoba*. Madrid, Espasa-Calpe, 1930, 13-14.

¹² Cf. *ibid.*

¹³ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit., 33.

¹⁴ Cf. Gallego Burín, A., *Granada. Guía artística e histórica de la ciudad*. Madrid, Fundación Rodríguez Acosta, 1961, 47.

¹⁵ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía*. Barcelona, Ediciones Destino, 1958, 185.

¹⁶ Cf. Galache Romero, J., *Guía turística, comercial e industrial de Málaga*. Málaga, s.e., 1941, 27.

¹⁷ Cf. *ibid.*, 107.

¹⁸ Cf. *La Costa del Sol de Málaga*. Málaga, La Garza, 1960, 95.

¹⁹ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 404.

²⁰ Cf. Castejón, R., *Guías España: Córdoba...*, op. cit., 15.

²¹ Cf. Pérez Olivares, R., *¡Sevilla!: apuntes sentimentales para una guía literaria y emocional de la ciudad de la gracia*. Madrid, Talleres Tipográficos de Zoila Ascasibar, 1929, 24-26.

²² Cf. Galache Romero, J., *Guía turística...*, op. cit., 7.

²³ Cf. *ibid.*

²⁴ Cf. Pérez Olivares, R., *¡Sevilla!...*, op. cit., 33.

²⁵ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit., 23.

²⁶ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 156.

²⁷ Cf. *La Costa del Sol...*, op. cit., 14.

²⁸ Cf. *ibid.*

²⁹ Cf. Gallego Burín, A., *Granada...*, op. cit., 50.

³⁰ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 104.

³¹ Cf. *ibid.*, 107.

³² Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit. 37.

³³ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 106.

³⁴ Cf. *ibid.*, 16.

³⁵ Cf. *ibid.*, 46.

³⁶ Cf. *ibid.*, 25.

³⁷ Cf. *La Costa del Sol...*, op. cit., 52.

³⁸ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 145.

³⁹ Cf. *ibid.*, 234.

⁴⁰ Cf. Gallego Burín, A., *Granada...*, op. cit., 49.

⁴¹ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit., 32.

⁴² Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 334.

⁴³ Cf. Gallego Burín, A., *Granada...*, op. cit., 46.

⁴⁴ Cf. *La Costa del Sol...*, op. cit., 51-52.

⁴⁵ Cf. *ibid.*, 112.

⁴⁶ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit., 32.

⁴⁷ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 172.

⁴⁸ Cf. *ibid.*, 26 y 29.

⁴⁹ Cf. Montoto, S., *Guía de Sevilla...*, op. cit., 37.

⁵⁰ Cf. Pemán, J.M., *Andalucía...*, op. cit., 107.

⁵¹ Cf. AA.VV., *La imagen de Andalucía en las guías turísticas*. Málaga, Editorial Sarriá, 2006, 183.