

Filmando documentales para vender paraísos. “Mallorca” (1927)

Antonia del Rey Reguillo
Universitat de València



Durante las tres primeras décadas del siglo XX la sociedad española se vio inmersa en un proceso de cambios de todo orden que acabaría transformando sustancialmente el rostro del país. Tales cambios arraigaron en las grandes ciudades con mayor rapidez, pero a ellos no se sustrajo el resto de la población, que, si bien con un ritmo más lento, también los iría incorporando progresivamente. Como ya venía sucediendo en otros países del entorno europeo, a comienzos del pasado siglo, la vida cotidiana española se vio sometida al ritmo impuesto por los hábitos de la modernidad surgida de la expansión industrial decimonónica, de la que el desarrollo de los medios de transporte y las comunicaciones resultaban ser el síntoma más característico. Las nuevas formas de vida acabarían afectando a los gustos y costumbres de la ciudadanía hasta alterar los hábitos de ocio, cuyas preferencias se irían decantando por las novedades incorporadas a la cotidianeidad, como las proyecciones de cine y los viajes organizados. Sólo partiendo de tales circunstancias es posi-

ble entender el progresivo auge que el cinematógrafo fue cobrando como pasatiempo popular hasta erigirse definitivamente en entretenimiento mayoritario durante los años veinte. De hecho, en sí mismo considerado, el cine constituía una metáfora de los nuevos tiempos, al tener asentada su propia dinámica de funcionamiento en el cambio y la velocidad. Pues si por una parte el relato cinematográfico apoya su transcurrir narrativo en la mecánica de la sucesión de planos, articulada sobre una frecuencia variable, por otra, es la cadencia más o menos rápida de esa variación, combinada con la de los encuadres a distintas escalas, la que va imprimiendo al relato buena parte del ritmo y el interés sobre los que pivota la atención espectral. A ambas características, inherentes a su naturaleza, el cine sumó el hecho de representar, ya desde los orígenes, una suerte de ventana ubicua desde la que podían avistarse las “maravillas” del mundo, en forma de acontecimientos de todo orden que se daban cita en la pantalla. Si bien los sucesos, celebraciones,

festos y demás rituales fueron el menú habitual de las primeras exhibiciones cinematográficas, también los paisajes naturales y urbanos de la geografía mundial, en su inagotable variedad, constituyeron uno de los platos fuertes que permitían degustar al público sencillo los placeres viajeros, en una suerte de recorrido virtual que les compensaba la imposibilidad de acceder a ellos de forma directa. Y ello porque, frente a los retratos de lugares lejanos compuestos desde la palabra escrita y las imágenes estáticas, pictóricas o fotográficas, el cine aportaba un excepcional plus de realismo a partir del movimiento de sus imágenes, que parecía captar el aliento de la vida misma.

Y fue precisamente la vocación viajera del nuevo medio de expresión la que lo convertiría en un excelente aliado de aquella otra industria surgida al calor de la modernidad que, como el cine, pugnaba por incorporarse a las preferencias de los ciudadanos ociosos. Se trataba del turismo organizado que, a la llegada del cinematógrafo, sumaba medio siglo de existencia y empezaba a situarse en el punto de mira de la pequeña burguesía. Surgido a mediados del ochocientos con vocación de permanencia, el turismo vino a sustituir la aventura del *grand tour* que, como un periplo iniciático de carácter cultural y formativo, realizado durante meses o años por diferentes países, habían afrontado los jóvenes de la aristocracia europea desde el siglo XVII. Para ellos viajar equivalía a una experiencia de descubrimiento y aprendizaje con la que ponían el broche a sus años de estudiantes y se preparaban para su posterior vida de adultos.¹ Sin embargo, dos siglos después, la llegada del ferrocarril acabaría transformando sustancialmente aquel hábito elitista, al propiciar el disfrute viajero a un público más amplio, si bien todavía esencialmente minoritario.

Precisamente apoyándose en las posibilidades de comodidad y seguridad que ofrecía el transporte ferroviario, el inglés Thomas Cook había puesto en marcha en 1841 el primer viaje organizado de la historia y diez años después la primera agencia de viajes del mundo. Para ilustrar sus itinerarios fueron instrumento imprescindible las guías turísticas, como la del alemán Karl

Baedeker, cuyas versiones en inglés y francés auspiciaron la enorme popularidad de la que a finales del ochocientos gozaba en toda Europa. Ambas plataformas, agencias y guías, impulsaban un turismo de clases acomodadas cuyos recorridos, en una primera instancia, tuvieron en Suiza uno de sus destinos prioritarios. Aunque, poco a poco, otros países europeos como Italia, Francia, Grecia y España pasarían a engrosar la oferta de las agencias, hecha en función no tanto de las bellezas naturales o arquitectónicas de los diferentes estados como de las posibilidades que brindaban su red ferroviaria e infraestructura hotelera.

Así las cosas, la llegada del cinematógrafo coincidió con una cierta consolidación de esa práctica turística restringida a una minoría de privilegiados dotados de fortuna y tiempo libre suficientes como para permitirles disfrutar de la experiencia. Esas mismas clases acomodadas habían aplaudido con entusiasmo la llegada de las imágenes en movimiento en 1895, aunque, pasado el efecto de la novedad y comprobado el entusiasmo popular que despertaba el nuevo ingenio, les dieron la espalda tachándolas de pasatiempo poco selecto. Habrían de pasar casi dos décadas para que el público burgués volviera sus ojos a las pantallas, bien entrados los años diez, estimulado por unas películas cada vez más cuidadas y complejas en las que, de un modo u otro, podía reconocerse. Mientras tanto, los noticieros cinematográficos no dejaron de exhibir la geografía planetaria en su vasto y variado espectro, alimentando el imaginario espectral y, lo que es más importante, despertando su interés por desplazarse a las diversas latitudes que desde la pantalla se mostraban con todo su exotismo y singularidad.

Entre ellas, la geografía española fue transitada repetidamente por los primeros camarógrafos, que decidieron filmar todo aquello que resultaba exótico o, cuando menos, pintoresco a sus ojos. Lógicamente, la selección de motivos hecha por tales pelicularos debió estar condicionada por las ideas preexistentes sobre el país, inscritas en el imaginario colectivo internacional y deudoras en buena parte de los testimonios redactados por algunos viajeros que lo ha-

1 El origen de los términos 'turista' y 'turismo' estaría precisamente en la expresión *grand tour*, cuya práctica había surgido primero entre los jóvenes aristócratas ingleses para generalizarse ya en el XVIII entre las restantes elites europeas.

bían visitado en décadas precedentes. Desde ellos se dibujaba la imagen de una sociedad cuyas peculiares pautas de vida eran percibidas como signos de un orientalismo particularmente atractivo para los escritores románticos. Los mismos que acabaron consolidando un esquema arquetípico de estereotipos al que contribuyeron sobremanera autores como el norteamericano Washington Irving y el francés Prosper Mérimée. De hecho, los ecos de sus respectivos *Cuentos de la Alhambra* y *Carmen* iban a resonar a uno y otro lado del Atlántico en numerosas creaciones posteriores referentes a España.²

Con cierta inercia, el cine primitivo asumió los mencionados estereotipos sobre lo español y, al manejarlos repetidamente, contribuyó no sólo a su consolidación, sino a su difusión a gran escala, acrisolando desde las pantallas una imagen de país atávico cuyos trazos más visibles combinaban lo taurino, los rituales pintorescos, el bandolerismo y, por supuesto, el mito de Carmen. Dicha actitud no fue privativa del cine extranjero, sino que, en buena medida, los cineastas autóctonos sucumbieron a la misma estrategia, probablemente con la intención de facilitar la venta de sus películas en el exterior. Así, un porcentaje del cine español de ficción se inclinó por suscribir los manidos tópicos que se asociaban a su cultura, asumiendo una práctica que el documental secundó en menor medida y con matices.

De resultas, el cine mudo español, en su conjunto, muestra una dualidad característica donde un elevado porcentaje de la ficción insiste en la búsqueda de asuntos estereotipados, desplegando sus habituales melodramas en un recurrente marco andaluz dentro del que toreros, gitanas y bandoleros viven sus enredos sentimentales entre bailes típicos, procesiones y ritos taurinos. Y para certificarlo basta observar dos grandes éxitos del período forjados sobre tramas folletinescas prototípicas como son *Los arlequines de seda y oro* (1919) de Ricardo Ba-

ños y *Currito de la Cruz* (1925) de Alejandro Pérez Lugín, que tuvieron una amplia difusión en el extranjero.³ Los documentales, por su parte, resultaron un medio privilegiado para mostrar las bellezas arquitectónicas nacionales e incidir en el consabido pintoresquismo de costumbres y paisajes, sin embargo, sus imágenes, seleccionadas más o menos conscientemente para satisfacer la virtualidad de una ‘mirada turística’, están salpicadas de detalles que, como fogonazos esporádicos, dan testimonio de un país menos anclado en sus atavismos de lo que las ficciones de la pantalla se obstinaban en mostrar y donde la modernidad se va asentando de forma lenta, pero firme.

Una muestra de esa dualidad característica del primer cine español la aporta un cineasta tan singular como Segundo de Chomón, algunas de cuyas películas realizadas en Barcelona a principios de los años diez ponen de manifiesto la actitud que comentamos. De sus once filmes de ficción sólo uno, *Superstition andalouse*, es de tema español.⁴ Y ya desde el título establece una doble referencia semántica al respecto, que en sí misma encierra el tópico, pues si el adjetivo ‘andalouse’ por extensión metonímica alude al conjunto de lo español, el sustantivo ‘superstition’ connota la suficiente carga de atavismo, atraso y tradición como para anticipar los tópicos que encierran las peripicias de la trama. Y es que, pese a su escaso metraje, la película es capaz de articular un relato que, con su combinación de amoríos, gitanos, bandoleros y secuestros, aglutina algunos de los lugares comunes usados como moneda corriente para dibujar los perfiles más repetidos de Andalucía y por extensión de toda España [Fig. 1].⁵

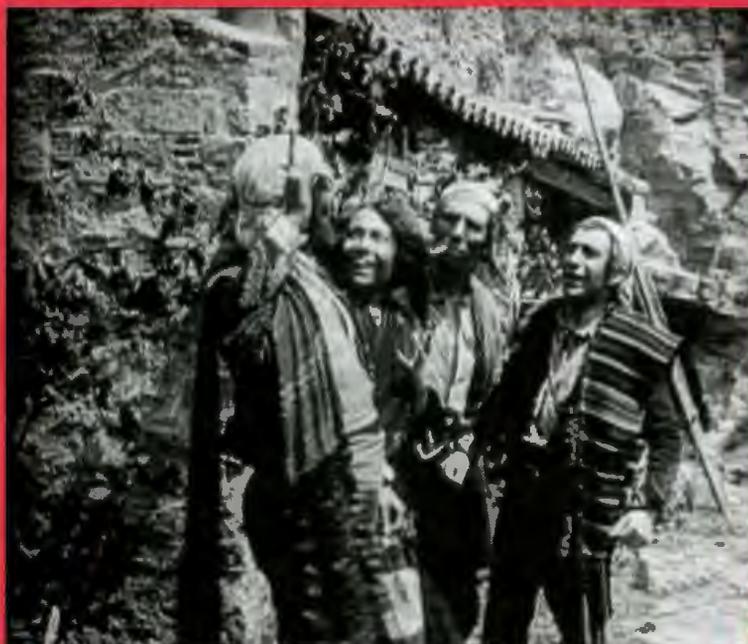
Por lo que se refiere a los documentales, los pocos que se conservan –*Barcelona et son parc* (*Barcelona y su parque*), *Burgos, Gérone, la Venise espagnole* (*Gerona, la Venecia española*) y *L’antique Tolède* (*La antigua Toledo*)– son suficientes para poner de manifiesto que

2 Inspiradores de múltiples escuelas artísticas –literarias, pictóricas y musicales–, ambos textos han propiciado también diversas películas, si bien es cierto que, a este respecto, las versiones fílmicas sobre el texto del autor francés han sobrepasado con creces las del estadounidense.

3 El primero de ellos, protagonizado por Raquel Meller, estaba resuelto en tres episodios que sumaban más de cuatro horas de duración, pero en 1925, al calor de la fama internacional de la protagonista, fue reducido a una nueva versión de 75 minutos que se difundió por toda Europa con el título de *La gitana blanca*. Por lo que respecta al segundo, gozó de un éxito enorme tanto en España como en Iberoamérica.

4 En su versión española, la película se tituló *Soñar despierto*.

5 Rey-Reguillo (2008: 171-179).



los motivos objeto de interés para el cineasta coinciden significativamente con buena parte de los destinos estrella propuestos por las agencias y guías turísticas del momento especializadas en España. Entre otras, Burgos, Toledo o Barcelona constituían etapas fijas gracias a su raigambre histórica y riqueza arquitectónica.⁶ Cuando se trata de una ciudad menos renombrada, como es Gerona, Chomón opta por equipararla a la plaza turística por antonomasia que es Venecia, en un hábil intento por derivar hacia ella una atención semejante a la suscitada por la capital del Véneto. Sin embargo, pese al sesgo de folletos turísticos que ofrecen estos documentales, sus imágenes, liberadas del corsé diegético que impone cualquier trama ficcional, son capaces de desvelar la existencia de una sociedad en transformación, una sociedad que sobrepasa los engañosos y convencionales estereotipos que en torno a ella se venían manejando de forma automática y sin rigor por la

mirada interesada de quienes se empeñaban en cultivar la imagen de un país primitivo, exótico e inamovible.⁷

Durante la década de los años veinte esa tendencia a utilizar los documentales como escaparates para exhibir las bellezas del país ante el mundo derivó en una estrategia asumida y planificada tanto de forma institucional como particular. Indudablemente, a esas alturas, pocos dudaban de la capacidad del cine para incidir en el imaginario colectivo e inducir conductas sociales, pero en el caso concreto de España a esa certidumbre se sumó el interés de las autoridades y los particulares por atraer visitantes a aquellas zonas de la geografía nacional consideradas susceptibles de interesar a potenciales viajeros.⁸ Una de ellas era la isla de Mallorca donde precisamente habían surgido las primeras voces defensoras del turismo organizado como fuente de riqueza.⁹ Ese interés acabaría concretándose en la fundación de la Sociedad

6 Los primitivos tours ajustaban sus recorridos al trazado del ferrocarril, que en España tenía en el eje Barcelona-Zaragoza-Madrid-Sevilla una de sus arterias principales. Desde estas ciudades se prolongaban por carretera los desplazamientos a otros destinos Barke, M. y Towner, J. (1996: 3-34).

7 Ejemplo ilustrativo de lo que se viene diciendo es *Burgos*, cuya estructura está pautada para recrear en imágenes un día de visita guiada a la ciudad, y pese al esfuerzo del cineasta por destacar la herencia monumental y el pintoresquismo social de una urbe aparentemente detenida en el tiempo, su cámara capta detalles que desvelan la existencia de otros modos de vida burgaleses deudores de la modernidad impuesta por los nuevos tiempos.

8 Rey-Reguillo (2007: 67-100).

9 El mallorquín Bartomeu Amengual publicó en una fecha tan temprana como la de 1903 *La industria de los forasteros*, en referencia al turismo organizado en ciernes que ya se anhelaba para el país.

Fomento del Turismo tan pronto como en 1905. Sin embargo, pese a los tempranos intentos de sus naturales para convertir la isla en un destino turístico destacado, la afluencia de viajeros se sucedió con un ritmo muy lento durante las dos primeras décadas del siglo veinte. Como haciendo honor al apelativo de 'isla de la calma' con el que se venía definiendo su condición de lugar ideal para el descanso, entre sus escasos visitantes predominaban los jubilados ingleses, que en pequeñas colonias se iban asentando en la isla, dispuestos a disfrutar de la tranquilidad y el aislamiento que su ambiente les propiciaba.¹⁰

Y fue precisamente en la tercera década del siglo cuando los intentos por acabar con ese particular ostracismo isleño se iniciaron desde diversos frentes. Los testimonios que nos han llegado describen cómo durante los años veinte Mallorca entró en una fase de lanzamiento como destino turístico que acabaría dando sus frutos y la convertiría en el lugar ideal para el nuevo tipo de turista emergente: el que apostaba por disfrutar del paisaje, evadirse de la cotidianidad y disfrutar del viaje considerado en sí mismo. De algún modo, la modernidad y el desarrollo de los nuevos medios de locomoción —coches y aviones— habían conseguido convertir el turismo en un deporte. Atentos a este cambio en la mentalidad, tanto las autoridades como los particulares se esforzaron en facilitar el acceso a la isla, cuyo puerto vio multiplicada la actividad de entrada y salida de buques de pasajeros,¹¹ y propiciaron la renovación y ampliación de la precaria red hotelera existente. Y en esa estrategia de captación de la 'mirada turística', las posibilidades del cine como instrumento de fascinación y seducción espectacular fueron conscientemente aprovechadas.

Probablemente, en el marco del cine mudo español del período, la producción mallorquina es la que evidencia con mayor claridad esa vertiente instrumental de las películas concebidas

como vía promocional de destinos turísticos. Las circunstancias, sin duda, fueron más que favorables, porque al interés de los particulares y las instituciones para propiciar estrategias de atracción de visitantes se sumó el momento álgido que vivía el cine balear, plasmado en una serie de sellos productores que surgieron en la década —Mare Nostrum, Balear Films o Edison Films, entre otros— capaces de poner en pie un buen número de películas oportunamente ambientadas en los escenarios naturales isleños de previsible impacto visual.¹² Dos de las conservadas, *Flor de espino* (1925) de Jaime Ferrer y *El secreto de la pedriza* (1926) de Francisco Aguiló Torrandell son ilustrativas al respecto. Se trata, respectivamente, de un melodrama amoroso y de un drama de aventuras ligadas al contrabando. En ambas el paisaje y los hitos arquitectónicos mallorquines suponen un marco tan cuidadosamente filmado que por momentos ensombrece a los sujetos de la trama y adquiere el protagonismo del relato. Y todo porque, como atestiguan los testimonios conservados, aquellas películas se concibieron como reclamos y agentes de atracción turística para los futuros espectadores.¹³

En cualquier caso, si hubo un filme representativo de esa tendencia a la instrumentalización de las imágenes animadas que se dio en la sociedad balear, ese es *Mallorca* (1927), un documental recuperado por el Arxiu del So i de la Imatge de les Illes Balears cuyas características lo convierten en ejemplo modélico. Su impulsor, Josep Maria Verger Llinàs, contó con respaldo institucional para llevar a cabo un proyecto cuyo objetivo, por lo que se desprende de las imágenes, era dar a conocer la isla desde un abanico de perspectivas que incluía no sólo su variedad paisajística y monumental, sino también los modos de vida de sus naturales. Se trataba, por tanto, de un proyecto ambicioso para el que, además del apoyo de la Diputación Provincial,¹⁴ se dispuso de un operador de la casa

10 Lavaur (1980: 70-75).

11 Muchos de los buques, provenientes del estrecho de Gibraltar con dirección al Canal de Suez, permitían al pasaje disfrutar de la isla por unos días.

12 Sbert (2001)

13 Así lo exponía, sin ir más lejos, el diario *La Almudaina* del 10 de mayo de 1928, al comentar *El secreto de la pedriza* afirmando que "Se trata de un loable esfuerzo de un mecenas mallorquín que ha querido (...) propagar las bellezas incomparables de la Isla Dorada. (...) *El secreto de la pedriza* es una detallada apología de cuanto puede interesar al turismo, en este caso, el mismo espectador que se puede trasladar a la isla maravillosa".

14 Este apoyo se concretó en términos económicos en una ayuda de cinco mil pesetas. La filmación del documental estuvo vinculada al proyecto de la "Exposición de Pintura de Mallorca", que debía inaugurarse en Buenos Aires en julio de 1928 a propuesta de su Centro Balear y del embajador español Ramiro de Maeztu.



Gaumont y de la colaboración del músico Baltasar Samper, que compuso la suite *Aires y Danzas de Mallorca* a modo de banda sonora para ser interpretada durante las proyecciones. En su conjunto, el documental, de ochenta y cinco minutos de duración, queda articulado en cinco partes desde las que se recorre la geografía insular. El itinerario comienza en la ciudad de Palma, cuya exhaustiva descripción monumental acapara casi la tercera parte del metraje. Tras ella se suceden las poblaciones más pintorescas del llano y la montaña, que alternan con villas señoriales y castillos diseminados por el paisaje, a cuyas siluetas se van sumando las de algún molino y pequeña noria que también atraen la mirada de la cámara. En ese itinerario con el que, a golpe de planos generales, se intenta dibujar el rostro de la isla, la última etapa le corresponde a la costa y sobre ella se opera una selección que privilegia lo escarpado, allí donde las cuevas, gargantas y torrenteras ponen la nota más espectacular. En medio de ese marco natural, las imágenes del documental brindan también su porcentaje de protagonismo al elemento humano, concebido desde una mirada autoral que opta por lo 'genuino'. Ancianos payeses con atavíos típicos [Fig. 2], viejas hilanderas, trabajadores dedicados a las industrias tradicionales –manipuladores del palmito, cordeleros y calafates–, labradores que trillan y aventan el trigo o campesinos que

vendimian y pisan la uva en los lagares. Entre todos componen un rosario de motivos humanos digno de las páginas de un tratado etnográfico al que unas escenas de bailes populares ponen el broche correspondiente.

En dicho periplo la voz narradora ordena el relato desde los rótulos y marca su ritmo poniendo el acento en los detalles que vinculan la Mallorca del momento con un pasado histórico de cuyo esplendor su arquitectura es el reflejo más rotundo. Así, los intertítulos cumplen una doble función, al actuar unos como elementos descriptivos que identifican las imágenes situándolas en el espacio insular, y al funcionar otros como anclajes que enlazan los motivos mostrados con la historia vivida, las tradiciones o la naturaleza que los sustenta. Y en esa tarea quedan de manifiesto las deudas del filme con las artes plásticas y la literatura coetáneas. Por lo que respecta a las imágenes, muchos planos del documental llevan la huella de la pintura cultivada por artistas como Rusiñol, Joaquín Mir y Anglada Camarasa, todos retratistas de la isla y los isleños desde las pautas estéticas marcadas por el modernismo. En lo referente a los rótulos, aquellos que van más allá de lo propiamente nominativo se expresan con un estilo que puede evocar pasajes de la novela naturalista, como refleja uno de los dedicados a describir la ciudad de Palma: *Surgen las torres y campanarios de los templos por sobre los teja-*

dos de la ciudad, marcando, con sus variados estilos, la fe de sus habitantes. En otros casos, como al presentar las grutas, parecen inspirados en la prosa modernista: *Bajo los campos ebrios de luz, se encuentra la insospechada Mallorca subterránea; misteriosas y encantadas regiones de silencio y tinieblas, en las cuales vaga libremente la fantasía.* Sin embargo, sólo el último de ellos revelará el verdadero objetivo de este artefacto fílmico tan cuidadosamente construido. Y en ese rótulo, que precede a la recurrente imagen de la puesta de sol con que se cierra la película, dicha revelación se confía al espectador con meridiana claridad: *Tal es Mallorca. Sólo una sombra, la pálida y fugaz visión ofrendada. Si ha resultado una grata evocación para los que la conocéis, al mismo tiempo que una invitación al viaje para cuantos ignorabais sus áureas riberas, quedará cumplida la finalidad de esta película.*

Así pues, para ver satisfecha su voluntad de captación de visitantes, el documental no duda en recurrir a la baza del paisaje natural, mostrado desde unas elecciones consonantes con los modelos pictóricos mallorquines que gozaban de predicamento internacional. Del mismo modo, a la hora de servirse del elemento humano, la selección estará expresamente enfocada a reforzar el estereotipo, ofreciendo la imagen de una sociedad, la mallorquina, que, como el resto de la española, basaría su peculiaridad en la resistencia frente a lo nuevo y en una recurrente inercia que determinaría su apego a las tradiciones y usos arcaicos en los que radicaría su supuesto inmovilismo. Desde esa actitud, los personajes anónimos que habitan la película, enmarcados en insistentes planos generales, adquieren un estatuto mixto de sujetos/objetos, modélicos en su singularidad de tipos que, semejantes a las figuras de cartón piedra de los museos, parecen detenidos en el tiempo, en una actitud especialmente atractiva para la 'mirada turística' cuyo interés están destinados a despertar.¹⁵ Desde su quietud, se encargan de certificar el exotismo del 'paraíso mallorquín', donde lo genuino, lo natural y lo primigenio, estaría a salvo de los embates transformadores de la modernidad.

Y es ese interés por satisfacer las previsibles apetencias de los potenciales visitantes el que explicaría el desdén que el documental manifiesta por la Mallorca moderna, confirmando la tendencia de cierto cine español coetáneo a subrayar la imagen más tópica del país. Aunque, en el caso de *Mallorca*, la capacidad registradora de la cámara la lleva a sustraerse momentáneamente al interés general que rige el documental, al conseguir captar en sus imágenes, a la par que los hitos monumentales y paisajísticos, suficientes detalles que hablan de otra sociedad isleña, también laboriosa, aunque más dinámica y acorde con los nuevos tiempos. Es la que se vislumbra a la sombra de los enclaves arquitectónicos de la ciudad de Palma, plasmada en el devenir de apresurados individuos y en el trasiego de coches y tranvías [Fig. 3], o la que se adivina impulsando las empresas e industrias que hacían de la capital isleña la ciudad próspera y en expansión que era en los años veinte.¹⁶ Esta constatación subvierte de algún modo el sentido último en función del cual la película está diseñada y es un ejemplo más de cómo, en el ámbito del cine mudo español, el documental opuso resistencia a los intentos de dar forma fílmica a una imagen estereotipada de España, en pro de intereses tan diversos como lo eran el afán de exportar las propias películas o el intento de importar unos visitantes que, en algunos casos, como el de la isla balear, tardaban en llegar más de lo que ella se merecía.

15 Utilizo el concepto sujeto/objeto en el sentido que le otorga Homi Bhabha (2002) al hablar de la instrumentalización de los estereotipos para satisfacer las expectativas de la mirada turística.

16 González Calleja, E. (2005).



BIBLIOGRAFÍA

BARKE, M. y TOWNER, J. (1996): "Exploring the History of Leisure and Tourism in Spain", en Barke, M. et al. (eds.): *Tourism in Spain. Critical Issues*, Oxon, Cab International, pp. 3-34.

BHABHA, H. (2002): *El lugar de la cultura*, Buenos Aires, Manantial.

GONZÁLEZ CALLEJA, E. (2005): *La España de Primo de Rivera. La modernización autoritaria (1923-1930)*, Madrid, Alianza Editorial.

LAVAU, L. (1980): "Turismo de entreguerras (1919-1939)", en *Estudios Turísticos*, nº 67, pp. 11-111.

REY-REGUILLO, A. del (2007): "Celuloide hecho folleto turístico en el primer cine español", en Rey-Reguillo, A. del (ed.): *Cine, Imaginario y Turismo. Estrategias de seducción*, Valencia, Tirant lo Blanch, pp. 67-100.

——— (2008): "Blasones, tópicos y joyas arquitectónicas para dibujar un país premoderno", en Quintana, A. (coord.): *Cinema i modernitat: les transformacions de la percepció*, Girona, pp. 171-179.

SBERT, C. M. (2001): *El cinema a les Balears des de 1896*, Palma de Mallorca, Edicions Documenta Balear.

AULA

número 21 primavera 2008

hi *Storia*
ocial

Aparición julio 2009

ENTREVISTA

Carlos Martínez Shaw.
De comercio, colonias y sociedad

DOSSIER

Alvaro Soto
Vicente Muñoz Puelles

La transición a
la democracia en España
La cultura en la transición

LA HISTORIA FUERA DEL AULA

Javier Martí

El Museu d'Història de València
y la enseñanza de la historia

CINE E HISTORIA

Antonia del Rey Reguillo

Filmando documentales para
vender paraísos. "Mallorca"
(1927)

Edita : Centro Francisco Tomás y Valiente UNED Alzira-Valencia - Fundación Instituto de Historia Social - Casa de la Misericordia, 34 - 46014 Valencia - Teléfono 963 13 26 21 - Fax 963 50 27 11 - **Directores** : Javier Paniagua, José A. Piqueras y Joaquim Prats - **Secretario de redacción** : Vicent Sanz - **Coordinador Cine e Historia** : Vicente Benet - **Diseño** : Estudio Paco Bascuñán - **Imagen de cubierta** : *Miembro de las Fuerzas y Cuerpos del Estado. Ca 1970.* - **Imprime**: Gráficas Soler - **Distribución** : La Torre Literaria, Camino Boca Alta, naves 8-9, Polig. El Malvar, 28500, Arganda del Rey, Madrid - **ISSN 1139-1405** - **Depósito legal V.2.308-1998** - © de los autores, 2007. © Aula- Historia Social.

AULA-HISTORIA SOCIAL no se identifica necesariamente con los contenidos de los artículos aparecidos. Prohibida la reproducción total o parcial de los artículos sin la autorización previa.

ENTREVISTA

Entrevista a Carlos Martínez Shaw. De
comercio, colonias y sociedad

*Roberto Fernández,
Joaquim Prats y Alex Sánchez 8*

DOSSIER La transición a la democracia en España

La transición a la democracia en España

Álvaro Soto 18

Materiales

49

La cultura en la transición

Vicente Muñoz Puelles 60

LA HISTORIA FUERA DEL AULA

El *Museu d'Història de València* y
la enseñanza de la historia

Javier Martí 77

CINE E HISTORIA

Filmando documentales para vender paraísos.
"Mallorca" (1927)

Antonia del Rey Reguillo 85

COMENTARIOS Y NOTAS
