

VIAJES DE CINE

EL RELATO DEL TURISMO EN EL CINE HISPÁNICO



Antonia del Rey-Reguillo

(Ed.)



tirant
humanidades

plural

+ebook
GRATIS

plural

Entre las estrategias desarrolladas por la industria turística para captar la atención del público viajero hacia destinos concretos una de las más rentables consiste en convertirlos en escenarios de las tramas filmicas. Como envoltorio de los relatos cinematográficos, dichos escenarios quedan grabados en el imaginario colectivo, que los transforma en objetos de deseo susceptibles de ser visitados más tarde o más temprano. El análisis de esa exhibición cinematográfica de los espacios autóctonos es el objeto de los trabajos contenidos en este libro. Tales espacios –que van de Asturias a Andalucía, pasando por Baleares, la Costa Brava, Galicia o el Valle de los Caídos y, al otro lado del Atlántico, Ecuador y su cinematografía en ciernes– se revelan como elementos idóneos para propiciar nuevas lecturas interpretativas. Mediante el estudio de películas concretas, los autores abordan asimismo otros aspectos que muestran cómo el cine hispánico se hace eco de las transformaciones sociales, no exentas de contradicciones, derivadas del enorme impulso experimentado por los flujos turísticos a partir la segunda mitad del siglo veinte.



tirant
humanidades



978-84-16556-91-5



9 788416 556915

COMITÉ CIENTÍFICO DE LA EDITORIAL TIRANT HUMANIDADES

MANUEL ASENSI PÉREZ

*Catedrático de Teoría de la Literatura y de la Literatura Comparada
Universitat de València*

RAMÓN COTARELO

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
de la Universidad Nacional de Educación a Distancia*

M^a TERESA ECHENIQUE ELIZONDO

*Catedrática de Lengua Española
Universitat de València*

JUAN MANUEL FERNÁNDEZ SORIA

*Catedrático de Teoría e Historia de la Educación
Universitat de València*

PABLO OÑATE RUBALCABA

*Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València*

JOAN ROMERO

*Catedrático de Geografía Humana
Universitat de València*

JUAN JOSÉ TAMAYO

*Director de la Cátedra de Teología y Ciencias de las Religiones
Universidad Carlos III de Madrid*

Procedimiento de selección de originales, ver página web:

www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales

VIAJES DE CINE

El relato del turismo en el cine hispánico

ANTONIA DEL REY-REGUILLO (Ed.)

tirant humanidades

Valencia, 2017

Copyright • 2017

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de la autora y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades publicará la pertinente corrección en la página web www.tirant.com.

© Antonia del Rey-Reguillo

© TIRANT HUMANIDADES
EDITA: TIRANT HUMANIDADES
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia
TELFOS.: 96/361 00 48 - 50
FAX: 96/369 41 51
Email: tlb@tirant.com
www.tirant.com
Librería virtual: www.tirant.es
DEPÓSITO LEGAL: V-1930-2016
ISBN: 978-84-1655-691-5
IMPRIME: Guada Impresores, S.L.
MAQUETA: Tink Factoría de Color

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: atencioncliente@tirant.com. En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa nuestro Procedimiento de quejas.

Índice

Itinerancias virtuales y escritura cinematográfica del turismo	11
Antonia del Rey-Reguillo	
Adiós al paraíso. Los inicios del turismo y el cine en Asturias	21
<i>Juan Carlos De la Madrid</i>	
Antes del turismo y antes del cine.....	21
Turismo, identidad y celuloide.....	25
Pintoresquismo en lata	34
Bibliografía citada.....	41
Las primeras películas como promotoras turísticas del patrimonio cultural. Estudio de caso del Concejo de Llanes en Asturias.....	45
<i>Begoña Gutiérrez San Miguel</i>	
<i>Rafael Menéndez Fernández</i>	
Desarrollo de hipótesis narrativas en el hecho identitario.....	46
Antecedentes cinematográficos en el Concejo de Llanes (Asturias)	47
La Segunda República y la cinematografía en el Concejo.....	49
Reflexiones finales	59
Referencias bibliográficas	60
El cine de Berlanga, termómetro del aperturismo y desarrollo socio-turístico de España en el segundo tramo del siglo XX	63
<i>Ignacio Lara Jornet</i>	
El sueño del español de los años 50.....	66
Los <i>souvenirs</i> en <i>Los Jueves Milagro (1957)</i>	69
“Que no nos vean los turistas lapidar al ladrón”	71
Turismo, hotel con pensión completa y zarzuela de marisco en <i>El verdugo</i> ..	72
Ironía de la España receptora de turistas.....	76
Nuevo turismo Nacional, masivo y temático.....	76
Turistas checos.....	78
Progreso. Porteros electrónicos	79
El sobrino francés, el aperturismo del exilio.....	80
Cirugía estética	82
Conclusión	83
Bibliografía citada.....	84

En Andalucía nació el amor... y la experiencia turística. El “empecinamiento romántico” para el turismo de masas	85
<i>María del Carmen Puche Ruiz</i>	
La identidad turística de Andalucía. La imagen del “empecinamiento romántico”	86
La imagen de Andalucía en el cine: algo de “color local” para el nuevo turista de “sol y playa”. <i>Nuits Andalouses</i> (Ricardo Blasco, Maurice Cloche, 1953) y <i>Pane, amore e Andalusia</i> (Javier Setó, 1958): el país de lo imprevisible y un Don Giovanni trasnochado.....	95
<i>En Andalucía nació el amor</i> y la promoción del turismo de masas español (Enrique López Eguiluz, 1966)	101
Conclusiones	105
Bibliografía	106
La generación felpa-bikini: el cuerpo social del turismo. Una lectura queer	109
<i>Annabel Martín</i>	
<i>Dartmouth College</i>	
Turismo y sentimentalidad	109
Paisajes económicos de seducción y la castración española	112
El cuerpo social del turismo.....	118
Identidad <i>queer</i> y gubernamentalidad.....	122
Bibliografía	132
Filmografía	133
Visión fotográfica y cinematográfica de un espacio turístico. El paseo Marítimo de Palma	135
<i>Catalina Aguiló Ribas</i>	
<i>María Sebastián Sebastián</i>	
Construcción del trazado	136
La visión fotográfica.....	138
La visión cinematográfica.....	140
La edificación	150
La plasmación fotográfica del establecimiento.....	152
El establecimiento como plató cinematográfico.....	154
Conclusiones.....	155
Bibliografía	155

El turismo extranjero de los años sesenta y la motorización española vista por nuestro cine	157
<i>Rogelio Rodríguez Pellicer</i>	
Una cita filmica (de contraste).....	157
Los pioneros.....	164
En el auge del turismo.....	167
La D de desarrollo del turismo y del 600.....	168
Los tiempos cambian	177
Apuntes finales	180
Bibliografía	180
Más allá del turismo: <i>La piel quemada</i> (Josep Maria Forn) a través de los estudios de la movilidad	183
<i>Eugenia Afínoguénova</i>	
Más allá del turismo	183
<i>La piel quemada</i> : el movimiento y la estabilidad.....	189
Movilizando el catalanismo	195
Conclusiones.....	199
Bibliografía	201
La visión inhóspita de España en el cine de terror nacional: el caso de <i>Una vela para el diablo</i> (Eugenio Martín, 1973)	205
<i>Rubén Higuera Flores</i>	
Contexto histórico.....	206
Cine gótico español.....	208
La película	210
Conclusiones.....	220
Bibliografía	221
El lugar como argumento: Función del espacio en <i>The way, La piel quemada</i> y <i>Torremolinos 73</i>	223
<i>Santiago Renard</i>	
Bibliografía	235
Miradas no siempre turísticas: el Valle de los Caídos y <i>Balada triste de trompeta</i> (2010) de Álex de la Iglesia	237
<i>Txetxu Aguado</i>	
La metamorfosis monstruosa franquista.....	238
El Valle de los Caídos: el turismo en la nación franquista	244
El valor turístico de la necrópolis franquista	252
Bibliografía	256

Esperanza y Tristeza en Ecuador: el turista como revelador en <i>Qué tan lejos</i> (Tania Hermida, 2006)	259
<i>Emmanuel Vincenot</i>	
Tópicos	262
Oposiciones	267
Circulaciones	270
Revelaciones	273
Conclusión	277
Bibliografía	278
Los festivales de cine, entre el turismo cultural y el cinematográfico: plataformas de atracción del turismo cinéfilo/cultural.....	279
<i>Jorge Nieto Ferrando</i>	
<i>Antonia del Rey-Reguillo</i>	
I	280
II	282
III	286
IV	288
Bibliografía	290

Itinerancias virtuales y escritura cinematográfica del turismo¹

Antonia del Rey-Reguillo

Universidad de Valencia

El hábito de utilizar las películas como reclamos promotores del turismo puede parecer una estrategia reciente, derivada del calculado trabajo que las *film commissions* realizan para atraer rodajes a las localizaciones que ellas mismas promocionan entre los profesionales del cine. En última instancia, el objetivo de tal estrategia no sería otro que la captación del mayor número posible de turistas para esos espacios, una vez que hayan sido convenientemente seducidos por las imágenes de las películas allí filmadas. Sin embargo, pese a lo que pueda creerse, el cine siguió la misma pauta desde sus orígenes, aunque sin aparente premeditación y de forma natural. Así, no solo satisfacía el deseo de conocer un buen número de lugares que los espectadores no tenían a su alcance, sino que ponía de manifiesto la potencia de las imágenes animadas para propiciar en los espectadores la ilusión del acceso directo a la realidad. Una realidad que la incipiente industria fílmica les ofrecía mayoritariamente en forma de minúsculos documentales denominados vistas, donde, vinculados a los más variopintos eventos, eran exhibidos todo tipo de espacios naturales y urbanos de la geografía universal.

El interés que aquellas películas despertaban entre el público solo es entendible si consideramos el poder de sugestión de sus imágenes,

¹ La redacción de este libro se ha realizado en el marco del proyecto de I+D (Ref. HAR 2011-27750) que lleva por título *La interacción entre el cine español de ficción y el turismo: desarrollo histórico-temático, claves culturales, políticas y económicas* y ha sido financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, en un período de ejecución de cuatro años, desde el 2012 al 2015.

capaces de transportar de forma ilusoria a los espectadores hasta los exóticos lugares que desfilaban sobre la pantalla. En virtud de ellas, desde la quietud de sus asientos, aquellos cinéfilos en ciernes emprendían un periplo virtual, cada vez que contemplaban entusiasmados los noticieros cinematográficos. Eran años en los que los viajes de placer, organizados por agencias, ya contaban con un desarrollo notable, sin embargo, todavía no eran de acceso mayoritario. De hecho, aunque surgida con algunas décadas de adelanto con respecto al cinematógrafo, la industria turística contaba con un círculo clientelar mucho más elitista que el del séptimo arte, pues mientras el acceso a las películas era prácticamente universal —por la vocación de pasatiempo popular con la que el cine había nacido y por su propio sistema de exhibición a bajo precio— a principios del siglo veinte el turismo todavía era patrimonio de los más pudientes, un lujo al que solo los muy acomodados podían aspirar, de modo que el hábito de viajar por placer era un uso restringido y exclusivo.

Así, para colmar la inquietud viajera de los espectadores, su-
pliendo al tiempo la imposibilidad de sus desplazamientos físicos, las películas se convirtieron en el instrumento más eficaz. De forma espontánea esta circunstancia propiciaba que el cine fuera abonando el deseo y el interés de los públicos por conocer los espacios que mostraba en la pantalla, como desde mucho antes venían haciéndolo la literatura de viajes, los grabados paisajísticos que la ilustraban y posteriormente la fotografía. Con los años y conforme la actividad turística iba convirtiéndose en una práctica mayoritaria, el papel de las películas cambió y de ser vehículos perfectos para itinerancias virtuales pasaron a convertirse en codiciadas plataformas promocionales de los diversos territorios y culturas a los que sus relatos daban cabida.

Las primeras evidencias de esa instrumentalización del cine en favor de los intereses de la industria turística son tempranas en el tiempo, aunque escasas, pero su existencia viene a certificar la rápida percepción que se tuvo de su eficacia para colmar la imaginación y despertar el interés viajero de los públicos. Ninguna cinematografía

se sustrajo a esa dinámica y el cine español no fue una excepción. Si se tiene en cuenta que en España la percepción del turismo como factor de desarrollo y modernización social fue asimismo muy temprana y que las más altas instancias no tardaron en impulsar proyectos para favorecerlo, no debe extrañar que desde los ámbitos público y privado se recurriera al nuevo medio de expresión con el objeto de aprovechar sus posibilidades. En ese empeño, década tras década se irían conjugando los intereses más diversos y los de carácter político no fueron los menores.

Precisamente, analizar la forma en que a lo largo de su historia el cine español se ha hecho eco del viaje es la idea general que preside la redacción de los capítulos que componen *Viajes de cine*. A partir del estudio de ejemplos concretos se ha pretendido realizar un acercamiento a la forma en que ya desde los primeros años de su historia el tema turístico ha impregnado el cine nacional de forma latente o manifiestamente explícita. Y lo hecho motivado por tres factores, por un lado estarían las diferentes coyunturas sociopolíticas que se han venido dando a lo largo de su historia y por otro, el desarrollo creciente de la actividad viajera hasta conformar el llamado turismo de masas que, combinado con la evolución de la propia industria filmica, han dado lugar a un acervo de películas muy amplio donde quedan reflejadas las interacciones tan diversas que han ido produciéndose entre las industrias cinematográfica y turística.

Volviendo a los orígenes del cine, un porcentaje de la producción cinematográfica española no solo servía para saciar la imaginación espectral, sino para avivar la memoria y devolver parte de lo que habían perdido a los miles de emigrantes obligados a abandonar sus lugares de origen en busca de una vida mejor. Como demuestra en su capítulo **Juan Carlos de la Madrid** al estudiar el caso de la filmografía producida en Asturias, un buen porcentaje de ella iba dirigida a la población emigrada a Iberoamérica, que en sus países de adopción podía recuperar con las películas la visión de los paisajes familiares tantas veces rememorados en sus recuerdos. Sin embargo, si bien es cierto que parte del interés que impulsaba aquella producción estaba

fundamentado en la nostalgia de la población emigrada, en otros casos su valor documental funcionó como un eficaz instrumento para forjar la identidad local y regional, como reconocen **Begoña Gutiérrez** y **Rafael Menéndez** al analizar desde otra perspectiva las producciones surgidas en torno al concejo de Llanes.

Con el paso de las décadas y el surgimiento del turismo de masas tras la Segunda Guerra Mundial, España emerge en el panorama internacional como un destino turístico impulsado desde las instancias oficiales. Un impulso que resultará sustancial a partir de los años cincuenta, cuando el gobierno español inicie una apertura al exterior esforzándose por establecer puentes con los organismos internacionales, que hasta entonces le habían dado la espalda. Los diferentes planes nacionales de turismo que se van a impulsar a partir de entonces ponen de relieve el interés gubernamental por atraer visitantes extranjeros al territorio nacional. Como es sabido, dichos planes surgen en el ámbito del Ministerio de Información y Turismo (MIT), fundado en 1951, que integraba cinco direcciones generales, entre ellas las de Teatro o Cinematografía y la de Turismo. Por sí misma, la distribución de tal organismo evidenciaba sin tapujos la intención institucional de estrechar los vínculos preexistentes entre las industrias turística y cinematográfica. A partir de ese momento, a las pantallas españolas se irán asomando películas cuyas tramas incorporarán de una forma u otra el hecho turístico. Y no solo eso, sino que en paralelo darán una visión interesada del país con la que construir el imaginario de una España que, en muchos casos, poco tenía que ver con la realidad del momento.

Según el espacio geográfico que envuelva las tramas del cine de ficción, las películas turísticas resaltarán aquellos aspectos que den más juego para volverlos atractivos ante la mirada espectral. Aunque la circulación de las películas españolas en el ámbito internacional estaba restringida a los países europeos del entorno más próximo y a los hispanoamericanos, parece evidente que el objetivo era configurar un imaginario en consonancia con los estereotipos preexistentes. Como espacio prototípico y fuertemente representa-

tivo de la totalidad, Andalucía fue uno de los territorios recurrentes en las películas turísticas de estas décadas y, al trazar los perfiles de su particular idiosincrasia, sus relatos parecen esforzarse en reeditar una cierta visión romántica que se percibe como deudora de la que plasmaron en sus escritos los viajeros decimonónicos. Al tratar este aspecto en su capítulo, **María del Carmen Puche Ruiz** demuestra la forma en que el cine turístico del momento insistirá en los manidos tópicos alumbrados en épocas pasadas obviando los cambios habidos en la región en paralelo a los del propio país.

Por otra parte, también es posible observar en este cine los modelos genéricos que propone al espectador cuando intenta reflejar a los hombres y mujeres españoles de la época. Para **Annabel Martín**, al representar esos tipos humanos en los espacios vacacionales prototípicos, como las playas y otras zonas de veraneo, el turismo teatraliza la realidad española, escenificando para el extranjero una imagen nacional de lo español operativa dentro de las leyes del consumo. En muchos casos, ese mismo cine fue el encargado de vender a los propios españoles el milagro del desarrollismo turístico, sin embargo, como señala **Eugenia Afinoguénova** en su capítulo correspondiente, el turismo, al poner en marcha flujos monetarios, ideológicos y humanos, dejaba al descubierto otras realidades de la sociedad española dignas de atención, como las migraciones interregionales de la población más humilde desde las zonas deprimidas del interior del país hacia los espacios turísticos de la costa, en busca de una vida mejor. Habitualmente ocultas por cortinas de humo, fueron muy pocas las películas del momento que se atrevieron a abordar aquellas otras realidades con valentía desvelando, de paso, el rostro menos amable del desarrollismo.

La tendencia solía ser la contraria, es decir, utilizar el cine turístico como el escaparate idóneo desde el que exhibir los logros y transformaciones habidos, esencialmente en las zonas costeras que ya en los años cincuenta se comportaban como destinos turísticos de primer orden. Tal era el caso de la isla de Mallorca y, en concreto, de la bahía de Palma. Allí, la construcción del paseo marítimo planificado como

la vía más idónea para el acceso de los turistas se convierte en un motivo destacado para fotógrafos y cineastas que actuarán privilegiando determinadas arquitecturas y puntos de vista cuya repetición va a ser habitual en las películas de la década. En el artículo que dedican a este tema, **Catalina Aguiló** y **María Sebastián** describen cómo el cine turístico de los años cincuenta es no solo uno de los medios que mejor reflejan la evolución arquitectónica y urbanística del paseo, sino también el más potente vehículo de promoción de la isla balear.

Esta percepción y exhibición del hecho turístico como factor de desarrollo social es una tendencia generalizada durante las consideradas décadas del desarrollismo —los años cincuenta y sesenta del siglo veinte—. Incluso, ciertos cineastas que proyectan desde su cine una visión crítica de la realidad social, como es el caso de Luis García Berlanga, contaron con el factor turístico desde sus primeras películas. Utilizando a los turistas como una espoleta con la que desvelar los deseos de cambio del español medio en la época, las películas berlanguianas muestran el progreso de los países extranjeros más desarrollados ante la mirada deseante de la población autóctona. Según analiza **Francisco Lara Jornet**, en sus películas los personajes que representan a la población autóctona anhelan todo de los turistas que los visitan: mujeres, costumbres, deportes, cirugía estética, etc., aunque también muestran su habilidad e ingenio para adaptarse a unos modos de vida que, en principio les son ajenos, pero de los que intentan obtener el máximo beneficio. En este orden de cosas, el impulso para la economía nacional que supusieron los diferentes planes de estabilización puestos en marcha a partir de 1959 aumentó la capacidad adquisitiva de las clases medias, que se sumaron al consumo propiciando el llamado desarrollismo. Una muestra de ese pequeño bienestar se plasmó en la adquisición del anhelado vehículo familiar, del que el modesto Seat 600 resultó su modelo representativo y cuya fabricación coincidió con los años del *boom* turístico. Al estudiar esta circunstancia en su pormenorizado capítulo, **Rogelio Rodríguez Pellicer** pone de relieve el significativo contraste existente entre aquellos humildes utilitarios que exhibían las familias de clase media baja y los espléndidos coches en los que viajaban los turistas. Unas

diferencias muy reveladoras de las que insistentemente se hace eco el cine español del momento.

Las décadas del desarrollismo dieron paso a los años setenta que, en su primera mitad, coincidieron con los últimos de la vida del dictador. Fueron momentos de crisis en el plano político —agravados por el asesinato de Carrero Blanco— que coincidieron con una recesión económica internacional. En ese contexto el hecho turístico sigue impregnando los argumentos cinematográficos de las producciones españolas, sin embargo, surgen títulos que abordan el tema desde presupuestos impensables en años anteriores. Concretamente, los correspondientes a los códigos dramáticos del cine de terror. La elección de esta clave genérica tan alejada de la comedia —cuyo canon narrativo es el predominante en las películas turísticas— permite a los cineastas servirse del tema turístico para incidir en los aspectos más sórdidos de la realidad española del momento. En su capítulo correspondiente, **Rubén Higuera Flores** pone de relieve esta actitud mostrando, mediante un estudio de caso el discurso crítico y alegórico que contienen tales películas sobre aquella España de los últimos años del franquismo. Un discurso que empieza a deconstruir las bondades de la visión oficial predominante para mostrar con suma dureza los efectos generados por la dictadura.

Sea como fuere, a partir de los años setenta el descenso del número de películas de temática turística puede ser interpretado como un síntoma de la asunción que la sociedad española había hecho del tema. El turista ha dejado de ser algo exótico y extraordinario para los españoles que, por el contrario, ha integrado su presencia de forma natural en su cotidianidad. El cine español sigue mostrando visitantes que recorren los espacios emblemáticos de la geografía nacional, pero, en un cambio de perspectiva muy evidente, van a ser los lugares recorridos los que asumen buena parte del protagonismo de los relatos filmicos. Tomando diferentes películas como ejemplo, **Santiago Renard** da cuenta del relevante papel dramático asumido por los lugares del relato en estas películas y cómo, en algunos casos, dicho papel pasa a ser claramente protagónico. En una dirección dis-

tinta, **Txetxu Aguado** se fija en la obra del cineasta Álex de la Iglesia para mostrar el modo en que manipula y distorsiona determinados iconos turísticos del franquismo, como es el Valle de los Caídos, con el objeto de someterlo a una operación de lavado crítico que dejará al descubierto su cara más perversa.

Por otra parte, en numerosas ocasiones, la producción cinematográfica española viene dada en forma de coproducción, que en lo referente a la que se establece con los países iberoamericanos es cada vez más frecuente. Precisamente el texto redactado por **Emmanuel Vincenot**, tiene como objeto de estudio una de ellas. Se trata de una coproducción hispano-ecuatoriana de la joven cineasta ecuatoriana Tania Hermida cuya articulación narrativa es sometida a un detenido análisis por el autor. Mediante él se demuestra cómo la insistencia en el uso de los estereotipos es algo recurrente en la construcción narrativa de los personajes, españoles y ecuatorianos, que habitan el relato y lo determinante que resulta la figura del turista en la trama, al convertirse en un instrumento revelador de la realidad nacional ecuatoriana.

En otro orden de cosas, cerrando el conjunto de artículos que engrosan el libro, **Jorge Nieto Ferrando** y **Antonia del Rey-Reguillo** abordan el caso de los festivales de cine y la capacidad que han generado durante las últimas décadas para impulsar el turismo cultural y desestacionalizar, de paso, la oferta masiva de sol y playa en la que se ha venido esforzando la gestión turística española tradicional. Asimismo, esta vertiente de la industria cinematográfica que son los festivales está desvelando paralelamente su capacidad para impulsar la nueva modalidad de viaje conocida como turismo cinematográfico, aquel que atrae a los públicos cinéfilos con el atractivo que supone conocer los platós de rodaje, o los espacios naturales que han albergado la filmación de películas míticas, o los parques temáticos dedicados al cine, etc. En el caso de los festivales, su atracción reside en la oferta de títulos de calidad y películas recién estrenadas, a la que se añade la oportunidad de ver en directo a los actores protagonistas. Por lo demás, gracias al interés que despiertan, muchos de esos

festivales funcionan como plataformas de promoción turística de las ciudades que los acogen, que gracias a ellos adquieren una nueva imagen y proyección nacional e internacional.

Se cierra así, de momento, el círculo perfecto de buen entendimiento e interacción que desde los mismos orígenes de su existencia ha mantenido la industria del cine con la industria turística. A día de hoy, se ha establecido un maridaje entre ambas realidades cuyos lazos parecen estar fuertemente anudados, evidenciando una convivencia dinámica de la que resultan beneficiadas las dos partes. La forma en que dicha estrategia de funcionamiento pueda redundar en beneficio o perjuicio de la creación cinematográfica está por ver de momento, aunque, sin duda, el paso de los años propiciará una mayor perspectiva para abordar esa cuestión con suficientes elementos de juicio, los necesarios para enfrentarse con garantías de éxito a un campo de estudio que se percibe tan abierto como atractivo para los investigadores.