



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Género y nación en la representación turística de la identidad local: Tarragona durante la II República

Carlota Vidal Sánchez

ADVERTIMENT. La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX (www.tdx.cat) i a través del Dipòsit Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX ni al Dipòsit Digital de la UB. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX o al Dipòsit Digital de la UB (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

ADVERTENCIA. La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR (www.tdx.cat) y a través del Repositorio Digital de la UB (diposit.ub.edu) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR o al Repositorio Digital de la UB. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR o al Repositorio Digital de la UB (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

WARNING. On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX (www.tdx.cat) service and by the UB Digital Repository (diposit.ub.edu) has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized nor its spreading and availability from a site foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service or to the UB Digital Repository is not authorized (framing). Those rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.

Facultat de Geografia i Història

Departament d'Història i Arqueologia

Secció d'Història Contemporània

PROGRAMA DE DOCTORAT SOCIETAT I CULTURA: HISTÒRIA



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

***Género y nación en la representación
turística de la identidad local: Tarragona
durante la II República***

Tesi doctoral presentada per
Carlota Vidal Sánchez

Director i tutor Dr. Carles Santacana i Torres

Director: Dr. Antoni Vives Riera

BARCELONA, GENER DE 2024

A mi abuela Manolita.

AGRADECIMIENTOS

El camino de esta tesis ha sido complicado, arduo, a ratos agotador, a la vez que, de manera muy contradictoria, también ha resultado gratificante, emocionante. En definitiva, toda una montaña rusa de emociones que no he vivido sola. El acompañamiento de mucha gente ha hecho que estos cinco años no me sintiera sola, que pudiera percibir el calor de personas que se han mantenido firmes a mi lado, como palos que iban aguantando mi vela de manera incondicional.

Me gustaría comenzar agradeciendo el acompañamiento de mis directores, del Dr. Antoni Vives y del Dr. Carles Santacana, que sin saber nada de mi confiaron en mi trabajo, me brindaron ayuda y acompañamiento tantas veces como lo necesité. También a la Dra. Mary Nash, quien creyó en mi por primera vez. También quiero agradecer la ayuda de la Dra. Gemma Torres que, pese a no ser mi directora, se comportó como tal en todo momento, sabiendo que todo su conocimiento podría ayudarme en este largo proceso.

Pese a que la realización de una tesis doctoral es un proceso solitario, que te encierra en tus pensamientos y en tus reflexiones, he tenido la suerte de estar rodeada de grandes compañeros Queralt Solé, Paola Lo Cascio, Alberto Pellegrini, Javier Tébar y Daniel Roig de la Sección de Historia Contemporánea de la UB que con sus consejos y conversaciones me han ayudado a mejorar como profesional y como persona, demostrando que se alegran de todos y cada uno de mis logros.

En esta investigación, como en cualquiera sobre un tema histórico, se ha trabajado en conjunto con los archivos históricos y sus trabajadores. Y por ello, nada de todo esto habría sido posible sin la inestimable ayuda de Maria Elena Virgili, directora de la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona. Ella se esforzó por entender qué estaba buscando y me ayudó a tirar del hilo de las diferentes fuentes disponibles. A ella le debo muchas de las ideas iniciales de este trabajo, gracias a su gran conocimiento sobre la historia de Tarragona.

El presente trabajo tiene mucho de emoción, de pasión y de sentimiento que he ido compartiendo con personas que ya eran o se convirtieron en piezas fundamentales del paratexto que rodea esta tesis. Quiero acordarme de la Dra. Lourdes Prades, compañera

y amiga, quien me ayudó a descubrir que la investigación era una aventura detectivesca y que aún hoy, no me ha soltado de la mano. Gracias a ella conocí a la Dra. Rocío Velasco, un ser de luz que me acompaña, que me aconseja, que me escucha y que, sé, siente una inmensa felicidad al verme llegar hasta aquí. A ella, mil gracias por permanecer a mi lado, a modo casi de angelito de la guarda.

En el último tramo de este gran proyecto descubrí mi válvula de escape, un deporte totalmente desconocido antes para mí, pero que sólo ha llegado a mi vida para darme alegrías, momento de desconexión y de risa. Este es el remo, que no tiene sentido si no es gracias a tres grandes mujeres que han vivido casi tan intensamente como yo este final, Mona, Judit y Laura, quien, además, ha sabido trasladar toda la emoción de esta tesis, mezclar sus conceptos y crear la mejor portada que jamás habría podido imaginar. Nunca podré agradecerle suficiente esta gran guinda del pastel.

Quizás una de las cosas que, con cariño, mejor guardo en mí de todos estos años son aquellas mujeres que se encontraban en mí misma situación, cada una con su tesis, con sus libros, con sus preocupaciones, con sus viajes, con sus dudas, pero juntas frente a la adversidad. Lorena ha sido la voz de la calma, del sosiego, ha sido los desayunos y los cafés en el Espai Mallorca, ha sido siempre una mano tendida con un profundo amor y cuidado. Laia fue mi compañera de despacho, la mejor que podía tocarme, ella me cuidó, me curó cuando lo necesité, me acompañó, me entendió y siempre me animó. A ella, gracias por sus cuidados. Y Vero, con la que coincidimos en una reunión días antes de que llegara la pandemia del Covid-19 y de la que no me he vuelto a separar. Vero ha sido mi confidente, mi compañera, mi amiga. Nuestros momentos lo guardo cual tesoro, los buenos, así como los malos, en los que fuimos una muleta la una para la otra. De todas ellas me llevo su inmenso amor y el orgullo de tenerlas en mi vida.

Mis amigas, las de toda la vida, Elen, Toro, Tania, Aina, Batlle y Mire. Tuvieron que acostumbrarse y familiarizarse con lo que era hacer una tesis, meta que han conseguido con creces. Fueron mi apoyo para vencer mis miedos, comprendieron y lucharon contra mi síndrome de la impostora, establecieron el código «d'aquest tema no es parla» cuando sabían que no quería hablar sobre la investigación. Vivieron la frustración, pero también celebraron cada pequeña victoria. Sé que se sienten profundamente orgullosas

de mí, y eso, sin duda, no tiene precio. Ellas son mi asamblea de sabias, lo fueron, lo son y lo serán por mucho más tiempo.

A Geri, a quien me unió la pasión por la historia, tema que nos ha dado largas tardes de debates, e incluso discusiones airadas. Pero a quien admiro y quiero profundamente. Él ha creído y cree mucho más en mí de lo que yo misma soy capaz de hacer.

Hace cosa de dos años llegó a mi vida un hombre dispuesto a compartir todo, un todo que en muchas ocasiones se limitaba a esta tesis. Albert, mi compañero de vida, mi amigo, mi pareja, mi paño de lágrimas, mi diversión, el mejor conversador con el que me he cruzado. Él ha sabido sostenerme, ha sabido entenderme hasta llegar a conocer esta tesis al dedillo, ayudándome a ordenar mis ideas cuando lo necesité. De él he aprendido muchas cosas, pero quizás la más importante es la incondicionalidad del amor, la compañía y los cuidados en los buenos y en los malos momentos. Y, sin duda, esta tesis tiene mucho de su trabajo a mi lado y para conmigo, de sus palabras, de su calma, de su tenacidad y de su amor. Él es mi mejor tándem.

Y, para acabar, quiero agradecer con todo mi ser el apoyo de mi madre, Yolanda, y mi hermana, Paula. Ellas han sido mi mayor pilar para conseguirlo, me han ayudado a luchar, me han enseñado a disfrutar del proceso, me han mostrado su orgullo y felicidad en cada paso que daba. A mi madre le debo la educación que he recibido, su afán por hacer de sus dos hijas unas mujeres formadas ha sido intachable, pero aún mejor ha sido su esfuerzo por transmitiros los valores de humanidad, justicia y libertad sin desfallecer. Aprendizaje que ha ido recubierto de un inmenso amor maternal que me ha cobijado incondicionalmente. A mi hermana le debo haberme enseñado a luchar contra todas las adversidades, a ser cabezona y tenaz y a esforzarme. Ante todo, quizás ella es el mejor regalo que me ha dejado mi madre. Las dos han vivido conmigo cada segundo de este proceso y eso, para mí, no tiene precio. A ellas, les debo también parte de esta tesis. Ellas son mi gran equipo.

FINANCIACIÓN

Esta investigación ha sido posible gracias a un contrato para la formación del personal investigador (FPI) financiado por el Ministerio de Ciencia y Competitividad (2018), vinculado al proyecto «Turismo y performatividad de la identidad local: Nación y región desde una perspectiva postcolonial y de género (Catalunya i Balears: siglos XIX-XX)» (HAR2017-83005-R).

RESUMEN

La presente tesis analiza el proceso de producción histórica de la marca turística de Tarragona durante la Segunda República, definida a través de la representación y escenificación de una identidad local que buscaba su encaje en las identidades nacionales de mayor envergadura. Dicha identidad local se trazó a partir de imágenes y símbolos de género que venían a caracterizar la autenticidad del lugar y de los locales. Asimismo, el fomento del turismo durante la Segunda República resultó un espacio idóneo a través del que los locales pudieron negociar y resistir corporalmente al discurso de identidad local y al imaginario de género que la definía, trazado desde arriba. Este estudio microhistórico toma tres casos concretos mediante los que se analiza las conexiones entre turismo, género y nación en la Tarragona republicana. Estos tres eventos toman la monumentalización del espacio público, la importación del modelo festivo fallero desde Valencia y la celebración del concurso de Miss Tarragona 1934 como ejemplos a través de los que se demuestra la creación de una nueva identidad turística tarraconense con claras connotaciones nacionales y de género, así como las contestaciones y las subversiones que protagonizaron las clases populares locales en el encuentro turístico.

RESUM

La present tesi analitza el procés de producció històrica de la marca turística de Tarragona durant la Segona República, definida a través de la representació i escenificació d'una identitat local que buscava el seu encaix en les identitats nacionals de major envergadura. Aquesta identitat local es va traçar a partir d'imatges i símbols de gènere que venien a caracteritzar l'autenticitat del lloc i dels locals. Així mateix, el foment del turisme durant la Segona República va resultar un espai idoni a través del que els locals van poder negociar i resistir corporalment al discurs d'identitat local i a l'imaginari de gènere que la definia, traçat des de dalt. Aquest estudi microhistòric pren tres casos concrets mitjançant els quals s'analitza les connexions entre turisme, gènere i nació a la Tarragona republicana. Aquests tres esdeveniments prenen la monumentalització de l'espai públic, la importació del model festiu faller des de València

i la celebració del concurs de Miss Tarragona 1934 com a exemples a través dels que es demostra la creació d'una nova identitat turística tarragonina amb clares connotacions nacionals i de gènere, així com les contestacions i les subversions que van protagonitzar les classes populars locals en la trobada turística.

ABSTRACT

This thesis analyzes the historical production process of the tourist brand of Tarragona during the Second Republic, defined through the representation and staging of a local identity that sought to fit into the larger national identities. This local identity was based on images and gender symbols that came to characterize the authenticity of the place and the locals. Likewise, the promotion of tourism during the Second Republic was an ideal space through which locals could negotiate and corporally resist the discourse of local identity and the gender imaginary that defined it, traced from above. This microhistorical study takes three specific cases through which the connections between tourism, gender and nation in Republican Tarragona are analyzed. These three events take the monumentalization of the public space, the importation of the «fallero» festive model from Valencia and the celebration of the Miss Tarragona 1934 contest as examples through which the creation of a new Tarragona tourist identity with clear national and gender connotations is demonstrated, as well as the contestations and subversions that the local working classes carried out in the tourist encounter.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	5
ESTRUCTURA DE LA TESIS	6
FUENTES DOCUMENTALES	7
METODOLOGÍA	8
ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO: <i>TURISMO, GÉNERO Y NACIÓN. DE LAS IMÁGENES A LAS PERFORMATIVIDADES</i>	11
ORDENAMIENTOS Y REPRESENTACIONES DE GÉNERO EN EL SIGLO XX	13
DE LA CONSTRUCCIÓN NACIONAL DESDE ARRIBA AL NACIONALISMO COTIDIANO DESDE ABAJO	24
ORDENAMIENTOS SIMBÓLICOS DE GÉNERO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LAS IDENTIDADES NACIONALES	34
EVOLUCIÓN DE LOS ESTUDIOS SOBRE HISTORIA DEL TURISMO	44
NACIONALISMO Y TURISMO	46
LA PERSPECTIVA CULTURAL EN LOS ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y GÉNERO	58
CONCLUSIONES: UNA PROPUESTA DE AGENDA DE INVESTIGACIÓN HISTÓRICA SOBRE TURISMO, GÉNERO Y NACIÓN	69
REPRESENTACIÓN Y PERFORMANCE: DIÁLOGO SOBRE LA APLICACIÓN DE AMBOS CONCEPTOS	72
REPRESENTACIÓN, CULTURA Y LENGUAJE	72
REPRESENTACIÓN, HISTORIA Y PODER	74
REPRESENTACIÓN DEL «OTRO»: ALTERIDAD Y SILENCIAMIENTO	77
REPRESENTACIÓN Y GÉNERO	78
REPRESENTACIÓN Y NACIÓN	80
REPRESENTACIONES TURÍSTICAS	81
DEL GIRO LINGÜÍSTICO AL GIRO PERFORMATIVO	83
PERFORMATIVIDAD DE LA DISCIPLINA: GÉNERO, NACIÓN Y TURISMO	85
RECEPCIÓN CREATIVA E HIBRIDACIÓN: RESISTENCIAS EN LA PERFORMANCE	89
CAPÍTULO I: <i>LOS ORÍGENES DE LA MARCA TARRAGONA. DIFERENTES VISIONES, CONTINUIDADES Y RUPTURAS</i>	94
LA MIRADA EXTERNA: PRIMEROS PASOS PARA LA CREACIÓN DE UNA IDENTIDAD TURÍSTICA EN TARRAGONA	100
LA TARRAGONA ROMANA: EL PRIMER ATRACTIVO TURÍSTICO	102
TARRAGONA COMO CIUDAD RELIGIOSA Y MEDIEVAL	107
COSTA MEDITERRÁNEA Y CLIMA	111

HEROÍSMO NACIONAL ESPAÑOL	113
CONTRAPOSICIÓN CON LA OTRA GRAN CIUDAD, REUS.....	115
LA HOSTILIDAD COMO MODO DE DISCIPLINAMIENTO: QUEJAS SOBRE LAS COMODIDADES DE TARRAGONA.....	120
LA CREACIÓN ENDÓGENA DE LA IDENTIDAD TURÍSTICA DE TARRAGONA.....	123
LA MIRADA LOCAL: UNA VISIÓN DE PASADO, PRESENTE Y FUTURO	125
«DESACTIVANDO LA MIRADA COLONIAL»: EL TURISMO COMO HERRAMIENTA CIVILIZADORA:	135
CONCLUSIONES	141
CAPÍTULO II: EL MONUMENTO DE «ELS DESPULLATS». EL GÉNERO Y LA NACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN LUGAR TURÍSTICO	144
NEGOCIACIÓN, DIÁLOGO Y CREATIVIDAD: IDENTIDADES LOCALES EN DISPUTA EN EL MONUMENTO A LOS HÉROES DE TARRAGONA DE 1811	156
LOS HÉROES: MASCULINIDAD E IDENTIDAD LOCAL EN DISPUTA	166
LA MATRONA: CONSENSO SOBRE LA FEMINIDAD EN LA IDENTIDAD LOCAL	176
LA TURISTIFICACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO A TRAVÉS DEL MONUMENTO.....	181
PERFORMAR Y RESISTIR	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CONCLUSIONES	192
CAPÍTULO III: LAS FALLAS EN TARRAGONA. TURISMO, NACIÓN Y GÉNERO EN LA FIESTA POPULAR...196	
LA MODERNIDAD UTILIZADA COMO LA CREACIÓN DEL «NOSOTROS» Y DEL «OTRO».....	206
«JUNTOS, PERO NO REVUELTOS»: UNA IDENTIDAD LOCAL FLEXIBLE	216
«POSEER LA FIESTA»: MECANISMOS PARA PARTICULARIZAR Y LOCALIZAR LAS FALLAS	229
«NEGOCIAR, DISCUTIR Y RESISTIR»: OPOSICIÓN AL DISCURSO AMBIVALENTE DE NACIÓN Y DE GÉNERO DESDE DENTRO ..	236
«RESISTIR AL DISCURSO DE LAS ÉLITES»: CONFLICTO DE CLASE A TRAVÉS DEL DISCURSO DE IDENTIDAD LOCAL HEGEMÓNICO Y DEL ORDEN DE GÉNERO	240
CONCLUSIONES	265
CAPÍTULO IV: MISS TARRAGONA. LA IDENTIDAD LOCAL A TRAVÉS DE LA REPRESENTANTE DE LA FEMINIDAD	269
DE SEÑORITA ESPAÑA A MISS ESPAÑA: LA LLEGADA DE LA REPÚBLICA A TRAVÉS DEL CONCURSO DE BELLEZA	276
HACIA LA REPRESENTACIÓN LOCAL EN EL CONCURSO DE MISS ESPAÑA (1931-1934)	279
MISS TARRAGONA 1934: LA MODERNIDAD LOCAL A TRAVÉS DEL CONCURSO DE MISS ESPAÑA	282
SOL, CÓCOTES, BAILES Y MISSES: EL OCIO TURÍSTICO COMO ESPACIO DE LIBERTAD PARA LAS MISSES.....	297
LA DEFINICIÓN DE LA MASCULINIDAD A TRAVÉS DE LA ELECCIÓN DE LA FEMINIDAD	304
PUBILLES, NO. MISS: RESISTENCIAS AL CONCURSO DE MISS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CONCLUSIONES	309

CONCLUSIONES	312
BIBLIOGRAFÍA.....	328

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: «Tarragona Regatas». 1923.....	129
Figura 2: Hotel París, «Hotel París. Tarragona», 1920.....	131
Figura 3: Patronato Nacional de Turismo, «Tarragona. Ciudad de monumentos romanos». 1928	134
Figura 4: Fotografía actual del monumento de Julio Antonio. Monument als Herois de 1811.	147
Figura 5: Miguel Ángel. Piedad de Palestrina. c.1555	174
Figura 6: Venus Esquilina. Mármol anónimo. c. 50 d.C. Fuente: Museos Capitolinos, Roma.	180
Figura 7: Plano de Tarragona 1920, previsión de expansión de la ciudad y creación del Ensanche, por Josep Maria Pujol de Barberà. Fuente: Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad. s. f. «La evolución urbana de Tarragona». Ministerio de Cultura, p.17...185	
Figura 8: Plano Tarragona 1900, plano de Ramon Salas Ricomà (arquitecto provincial). Segundo Plan de Ensanche de Tarragona. Fuente: Cartografía de Catalunya. Catálogo general de la Cartoteca de Catalunya. pág. 371, ficha 994	185
Figura 9: Falla de la Rambla 14 de abril de Tarragona en 1933 (Artista: Adolf Ariño) .	211
Figura 10: Esbozo de la falla de la Rambla 14 de abril de Tarragona en 1933, donde se aprecia una persona durmiendo sobre una cama debajo del puente, este sería el campesino del que hablan las fuentes.	212
Figura 11: Esbozo de la Falla de la Plaza del Fórum, que recibió como nombre «El bandido canadiense o els cargos elèctrics».	214
Figura 12: Fotografía de «La Vanguardia» en la que aparecen las parejas que desfilaron en la cabalgata folclórica.....	218
Figura 13: Fotografía de la Fallera Mayor Tarraconense de 1933, Antònia Bonachí Bonachí.....	220
Figura 14: Fotografía de la Falla de Adolf Ariño sobre la Llegenda del Pont del Diable, plantada en la Rambla 14 de abril, durante las Fallas de 1935.	231
Figura 15: Cartel promocional de las Fallas de 1934.....	233
Figura 16: Esbozo de la Falla plantada por la Comisión del Puerto y obra de los artistas Canet y Raga. 1934.....	244

Figura 17: Escena de la Falla de la Llibertat sobre la «Llibertat d'amor»	245
Figura 19: Sesión de espiritismo en el siglo XIX.....	246
Figura 20: Escena de la Falla de la Llibertat sobre la «Llibertat de cults»	247
Figura 21: Fotografía de la Falla de la Feminidad, obra de Lorca y Archelós en las Fallas de 1936 y encargada por la Comissió del Port.	250
Figura 22: Publicidad de Tarragona por el Hotel París, 1920. Fuente: Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona.....	271
Figura 23: Ilustración de la mujer catalana.	284
Figura 24: Esbozo de uno de los chalés de la nueva ciudad-jardín. Fuente: «La nueva barriada de chalets», Diario de Tarragona, 21 de diciembre de 1924, pg. 1.	288
Figura 25: Dolors Serres de pequeña con sus padres (August y Victoria) y sus hermanos (Eduard y Victoria).....	289
Figura 26: «Miss Tarragona». Fuente: El Día Gráfico, 17 de abril de 1934, pg. 12.....	291
Figura 27: He aquí a “Miss Cataluña 1934”. Portada con la fotografía de la que fuese Miss Girona, ganadora del certamen regional en 1934.	294
Figura 28: «Del match de natación celebrado en honor de “Miss Cataluña”. –En primer término: la campeona de España, Carmen Soriano, espera la señal para lanzarse a la piscina. Fuente: Crónica, 22 de abril de 1934, pg. 27.....	299
Figura 29: Cartel promocional del baile celebrado con motivo de la visita de las Misses a Tarragona.	303
Figura 30: Las bellezas de Cataluña, ante la tumba del President Macià, después de depositar en ella una monumental corona de laurel – (Fots.Badosa).	308

INTRODUCCIÓN

El **origen y la principal motivación** de esta tesis doctoral surgen de la intención de comenzar a situar la relación de tres variables, independientes hasta el momento, como son el turismo, el género y la nación. Esta tríada toma sentido en esta investigación cuando se comprende que el turismo resulta una excelente arena a través de la que analizar la manera en la que este fenómeno social y cultural sirvió para la construcción, representación y reproducción de identidades nacionales contemporáneas (Baranowski y Furlough 2001). El surgimiento de los Estados-Nación implicó la necesidad de producir y reproducir una diferencia nacional que encontraría una de sus estrategias en la promoción del país visitado, el que exportaba una determinada visión sobre él mismo (Picard 1997). Ahora bien, la identidad nacional representada también respondía y se debía adaptar a unas demandas concretas surgidas del amplio poder de la mirada turística, que imagina previamente los espacios y los cuerpos ajenos que serán visitados y consumidos. La alteridad aparece de manera intrínseca en la práctica turística cotidiana, en tanto que la nación visitada adecua, regula y domestica las actitudes, las tradiciones, los espacios, la cultura popular o los espacios con tal de encarnar las esencias nacionales que combinen una visión positiva sobre el país anfitrión, así como satisfacer las demandas procedentes de la mirada turística (De Certeau 1988; John Urry 1990).

No obstante, el encuentro turístico entre locales y visitantes ha resultado también un espacio de práctica corporal y espacial mediante el que se expone la negociación y las resistencias las identidades nacionales hegemónicas elaboradas por las élites, permitiendo la agencia desde abajo en la construcción y consolidación de las identidades nacionales, regionales y locales (Haldrup y Larsen 2009; Ginderachter y Fox 2019). Resulta cierto que la presente tesis se centra cronológicamente entre los años 1931 y 1936, años en los que Tarragona aún no contaría con la afluencia turística con la que sí contó particularmente en la década de los sesenta, con el «boom turístico». Sin embargo, sería en los años objeto de estudio cuando ciertos grupos de las élites locales tomaron conciencia de la importancia y la oportunidad que representaba la atracción de visitantes, por las posibilidades que concedía para crear una imagen positiva de la nación ante el exterior. La Segunda República hizo uso de múltiples estrategias a través

de las que trasladar los valores que la pretendían definir, tales como la modernidad o la democracia, ejes vehiculares en la representación turística de la identidad nacional creada y exportada mediante esta actividad.

En consecuencia, la investigación toma la identidad local como el centro de la investigación al entender que el turismo es un campo en el que se representan y reproducen de manera cotidiana y banal identidades regionales y locales que ejercen como una pieza más del entramado nacional (Billig 1995). Dichas identidades menores constituyen históricamente comunidades imaginadas más cercanas y, por tanto, reconocibles y asimilables de una manera más sencilla por parte de la población local (Confino 2006). Es por esta razón que se ha escogido como lugar de estudio la ciudad de Tarragona, donde ya desde 1910 con la fundación del Sindicato de Iniciativa y Turismo se comenzó a pensar en la posibilidad de atraer visitantes a la ciudad, actividad que permitiría construir, representar y reproducir una identidad local adecuada a los intereses de las élites locales. A su vez, las élites gestoras y promotoras del turismo construyeron su identidad local en connivencia con la identidad nacional, siendo una pieza más del puzzle. El Sindicato pretendía ser un organismo más a través del que implantar aires de renovación en la ciudad, avivados por el crecimiento económico del momento (Abelló 1989, 182).

Asimismo, en esta investigación tenemos también en cuenta la posición desigual que Tarragona tenía en el catalanismo, siendo esta provincia un espacio alejado de la fundación de esta identidad, asignada particularmente a la parte de la Catalunya Vella, formada por Girona y Barcelona. Por tanto, estos espacios se convierten en los reductos esencialistas del catalanismo y Tarragona, así, quedó en este mapa como el «otro», aislado y alejado. Tal como se verá, Tarragona propuso una identidad local mediante el turismo que pretendía situarse a la cabeza de un nuevo catalanismo, hermanado y federado con una nueva idea de España.

Ahora bien, cuando nos referimos constantemente a la identidad nacional, regional o local debemos tener en cuenta que resulta un aspecto vacío de significado de por sí que sólo se puede representar y encarnar mediante la significación de otros aspectos como la raza, la clase, la religión o el género. En la tesis que nos ocupa, siguiendo la estela de Joan W. Scott (1986), consideramos el género como una categoría

de análisis histórico y por ello resulta el último de los elementos que se ponen en diálogo y relación. Esto responde al hecho de que fueron los cuerpos sexuados y su diferencia, tangible a partir de actitudes, de roles, de mandatos e incluso de prohibiciones, que se representó a la nación. Será a partir de conceptos generizados que se traza la propia nación. Serán hombres y mujeres que de manera claramente diferente representarán y reproducirán la nación a través del género que les es asignado, la nación será en tanto que lo son sus hombres y mujeres. Teniendo en cuenta, además, que ellas sufrirán una carga de sobrerrepresentación en tanto que resultan objetos de proyección de las fantasías nacionales de las élites gestoras y promotoras del turismo (Yuval-Davis 2003).

La relación entre género, nación y turismo resulta un ejercicio del todo novedoso en la historiografía a actual que, tal y como se verá a lo largo de este trabajo, abre la puerta a nuevas investigaciones en el campo de la historia social y cultural al nutrirse una vasta colección de conceptos, metodologías, fuentes y propuestas procedentes de otras disciplinas.

El **objeto de estudio** en el que se concreta esta investigación es, tal y como se ha expuesto en líneas anteriores, Tarragona. La elección de esta ciudad, una de las más importantes a nivel patrimonial como a nivel turístico de España, se debió a la fundación en 1910, siguiendo el ejemplo de Barcelona, del Sindicato de Iniciativa y Turismo, hecho que denota la preocupación por parte de las élites locales por fomentar la llegada de visitantes a la ciudad, pensamiento que estuvo muy presente a lo largo de la primera mitad del siglo XX y que tomó especial importancia en los años de la Segunda República, cronología en la que situamos fundamentalmente esta investigación. De hecho, la República a su vez también se preocupó por fomentar el turismo, sobre todo el interno, así como de democratizarlo y hacerlo accesible a una amplia mayoría de ciudadanos. Fue el Ayuntamiento republicano el que se involucró de pleno en muchos de los eventos turísticos, llegando incluso a constituir una Oficina Municipal de Turismo, con la intención de dejar en manos públicas una cuestión tan importante como el turismo para una ciudad que parecía reunir todas las condiciones necesarias para ser digna de ser visitada.

Objetivos e hipótesis

Comprender la construcción de la identidad local de Tarragona implica poder profundizar en los procesos y las herramientas utilizadas, así como en los colectivos que resultaron agentes y actores principales. Por ello, el primer objetivo general de la tesis consiste en identificar la forma en la que el turismo sirvió como herramienta para representar y reproducir una identidad local que se trazó en base a conceptos de género determinados. Es por lo que, en segundo lugar, nos planteamos el conocer el ordenamiento de género local, en base al que se proyectó una identidad local mediante el turismo en la ciudad de Tarragona. Y, en tercer lugar, analizar las resistencias, negociaciones y transgresiones que se produjeron en la reproducción cotidiana por parte de las clases subalternas a esta identidad local turística, trazada de arriba abajo.

Asimismo, se debe tener en cuenta que estos objetivos generales cuentan con la concreción de cinco objetivos que corresponden a los capítulos de los que se compone esta tesis doctoral:

- I. Conocer el punto en el que se encuentran las investigaciones internacionales y nacionales relacionadas con los tres ejes vehiculares de esta tesis: el turismo, el género y la nación.
- II. Estudiar los orígenes de las narraciones de identidad turística de la ciudad de Tarragona, cómo en esta identidad confluyen miradas y actores que ejercieron como agentes en la creación de símbolos e imágenes que definirían dicha identidad turística posteriormente.
- III. Analizar la modificación y adecuación del espacio urbano a los usos y la mirada turística, imprimiendo en los lugares señalados una narrativa de identidad local esgrimida en base a imágenes y conceptos de género que habrían sido disputados.
- IV. Estudiar la utilización de la cultura popular como un ámbito para fomentar el turismo en la ciudad hacia el que representar y reproducir la identidad local hegemónica, pero que constituye un espacio a través del que las clases populares resisten, negocian y proponen discursos alternativos para la narrativa de identidad local.

- V. Analizar la modernidad que pretendía representar la identidad local Tarragona a través de su embajadora, Miss Tarragona 1934 y la manera en la que el propio certamen controla, disciplina y hegemoniza una feminidad regional catalana, pese a la clara existencia de diferencia dentro de Cataluña.

La **hipótesis** de partida que se tratará de demostrar es que el turismo representó una herramienta adecuada para crear un discurso de identidad local a través de significados e imágenes de género por parte de las élites locales, encargadas de la gestión y la promoción de la actividad que seleccionarían los valores más adecuados para exportar una visión positiva sobre la ciudad, como la modernidad. Identidad local que sería resistida por parte de las clases subalternas en la práctica turística, convirtiéndose en agentes en el diálogo y la negociación sobre la propia identidad.

Estructura de la tesis

La tesis cuenta con una primera parte teórica compuesta por el estado de la cuestión y el marco teórico y conceptual, a través de la que se aborda el sustrato teórico del que se nutre esta investigación, conociendo en qué punto se encuentran las investigaciones académicas sobre turismo, género y/o nación, a la vez que se definen los términos que vehiculan el trabajo en cuestión.

La segunda parte resulta la parte más empírica de la que forman parte un total de cuatro capítulos. En el **primer capítulo** se analizan los orígenes de los discursos de identidad local de Tarragona trazados por los viajeros del siglo XIX y principios del XX, así como las características que las élites locales tomaron de estos discursos exógenos y cuáles de ellas fueron confrontadas y resistidas por no representar de manera adecuada la pretendida identidad local creada desde arriba. El **segundo capítulo** analiza la creación de la identidad local representada y reproducida en la monumentalización del espacio público a través del que mostrar a los visitantes mitos y tradiciones que definían la identidad de Tarragona a través de conceptos de género. El **tercer capítulo** aborda desde la fiesta popular, pensada para atraer el turismo, la creación de la identidad local desde arriba en base a conceptos generizados, a la vez que se pueden observar resistencias presentadas mediante la teatralización de discursos opuestos desde abajo. Finalmente, el **cuarto capítulo** toma como objeto de estudio el concurso de Miss España

y sus variantes regionales y locales, como Miss Cataluña o Miss Tarragona, analizando así los mecanismos que tomaron las élites para definir la identidad local y nacional mediante su encarnación en los cuerpos femeninos de las mujeres escogidas como representantes de sus lugares de origen.

Fuentes documentales

Pese a la pandemia de la Covid-19 que justo se produjo en el segundo semestre del primer año de contrato FPI y que el cierre absoluto y después parcial de los archivos afectó al desarrollo de esta tesis, finalmente, y tras constantes ajustes de calendario, esta investigación se ha desarrollado entre la ciudad de Barcelona y la de Tarragona, donde se encuentra el archivo principal de este trabajo. Las primeras visitas al archivo resultaron algo complicadas, sobre todo por la dificultad de conseguir consultar documentos que me resultaran útiles, partiendo de la base que no existen fuentes en las que se trate de manera directa, explícita e inequívoca el turismo, el género y la nación, no inventariados de esta manera en los archivos. Por tanto, esta investigación ha consistido en tirar del hilo de pequeños fragmentos, de recortes de diario, de carteles a los que pude acceder con la ayuda de la responsable de Biblioteca y Hemeroteca del Archivo Històric de la Ciutat de Tarragona. Su aportación ha sido inestimable para ir descubriendo poco a poco cuales podrían ser los caminos que me irían llevando a la consecución de la investigación. Así, para intentar salvar en la medida de lo posible esta aparente problemática inicial con las fuentes, fue preciso trabajar con documentación muy diversa que se enumera a enumerar y que aparece profundamente descrita en cada uno de los capítulos, en base a la utilización que se ha ido haciendo para cada evento tratado:

- I. Fuentes literarias como los libros de viajes del siglo XX y primer tercio del siglo XX, tanto nacionales como internacionales, así como la zarzuela datada en 1935 y que ficciona la fiesta de las Fallas.
- II. Guías turísticas editadas en la ciudad de Tarragona durante la Segunda República.
- III. Documentos de carácter disciplinario como son los bandos municipales datados desde principios del siglo XX hasta 1936.

- IV. Fuentes hemerográficas procedentes de los diarios locales del primer tercio del siglo XX, muy especialmente del periodo objeto aquí de estudio.
- V. Fuentes iconográficas, básicamente los carteles turísticos promocionales del primer tercio del siglo XX.
- VI. Fuentes administrativas y políticas, en este caso las actas de las reuniones del Ayuntamiento, concretamente sobre la comisión del «Monument dels Despullats» celebrada en 1922.
- VII. Fuentes propagandísticas como los programas de las fiestas de las Fallas en Tarragona, datados entre 1933 y 1936.
- VIII. Egodocumentos como las fotografías de diferentes eventos como las Fallas o la celebración del concurso de Miss Tarragona.
- IX. Planos urbanos históricos de la ciudad de Tarragona del primer tercio del siglo XX.

Metodología

El análisis de todas las fuentes seleccionadas ha sido posible gracias a la aplicación de varias metodologías historiográficas, la combinación de las cuales ha permitido la consecución de los objetivos anteriormente propuestos. En primer lugar, se ha hecho uso de la técnica **microhistórica**, aproximación que puede resultar útil al tomar como objetos de estudio comunidades reducidas y concretas, así como biografías individuales. A partir de ellas se puede hacer un análisis de tipo cualitativo con el que identificar prácticas concretas de reproducción y subversión de las identidades turísticas nacionales y de género en su performatividad turística cotidiana. El acercamiento microhistórico permite vislumbrar de manera más clara la subjetividad cultural y la agencia social de los actores involucrados en el encuentro turístico, lo que posibilita aplicar un enfoque de estudio desde abajo (Szijártó y Magnússon 2013). Así pues, el uso de egodocumentos como los diarios personales, las fotografías privadas o la correspondencia, puede revelar no solamente las prácticas cotidianas de performatividad turística de las identidades nacionales y de género, sino también las percepciones subjetivas de los protagonistas que corporalmente las realizan y encarnan (Bergia 2019). En esta línea, es importante señalar la posibilidad de hacer uso de fuentes

orales, siempre que sea factible, para las cuales ya disponemos de un vasto bagaje conceptual y metodológico (Ferrando Puig, Emili 2006).

La propuesta de adopción de las metodologías y las fuentes propias de la microhistoria para la investigación de las performatividades turísticas de las identidades nacionales y de género conlleva a su vez la **priorización del ámbito local** como contexto histórico más adecuado para estudiar las agencias sociales subalternas a través de la práctica cotidiana (De Certeau 1988), priorizando así la historia local. El llamado, una vez más, «giro local» propone la historia desde un lugar concreto, como la única historia desde abajo posible al ser el contexto estrictamente local el único ámbito de actuación posible para los grupos subalternos (Carasa 2007). Así pues, únicamente a través de la integración de los diversos mundos locales, dada por el esfuerzo de la historia comparada, es posible llegar a crear un discurso histórico global.

En segundo lugar, se ha utilizado el **análisis imagológico y del discurso** de los textos literarios y las representaciones visuales de la identidad nacional y local que fueron utilizadas en primer lugar por los primeros viajeros y después por los colectivos e instituciones involucradas en la ciudad de Tarragona durante la Segunda República en la organización y la promoción de la actividad turística (Beller y Leerssen 2007; Hall 1997). Las fuentes utilizadas para esta línea de investigación consisten en libros de viajes, guías turísticas, catálogos de carteles promocionales de la localidad, la hemeroteca y obras teatrales, como es la zarzuela aquí usada. El análisis del discurso ha sido la metodología más utilizada en las fuentes históricas tratadas en esta investigación, de las que han resultado muy relevantes las que proceden de la hemeroteca, por su función de narradora de la cotidianeidad, teniendo en cuenta el sesgo ideológico de cada uno de los diarios tratados. El análisis del discurso, por tanto, permite estudiar la relación aquí trazada entre turismo, género y nación a través de la perspectiva social y cultural, línea que ya ha sido iniciada por autores como Mary Nash (2018) y Moritz Glaser (2016) y que aún presenta importantes posibilidades de trabajo.

En tercer lugar, se ha llevado a cabo el **estudio de las políticas disciplinarias** y programas de performatividad de las representaciones turísticas de las identidades nacionales y locales de la ciudad de Tarragona como destino turístico. Se planteará la concreción de las disciplinas de los comportamientos corporales tanto de los locales

como de los turistas. Para llevar a cabo la consecución de esta metodología es necesario recurrir a fuentes históricas que muestren intenciones de vigilancia, disciplina y castigo. Estos recursos son válidos para conocer aquellas prácticas cotidianas no-normativas producidas en el marco del encuentro turístico. La principal fuente histórica en la que se aplicó esta metodología basada en el análisis de las políticas disciplinarias han sido los bandos municipales, donde se encuentran discursos enfocados al control y la disciplina social, denotando a su vez la existencia de actitudes que consideradas como poco respetables en la sociedad estudiada.

Finalmente, se ha llevado a cabo el **análisis material y factual de la performatividad** de las identidades nacionales y locales y el género intrínseco en las prácticas corporales llevadas a cabo en el contexto turístico. Se pretende evidenciar de manera empírica cómo en los contextos turísticos es posible el surgimiento de nuevas prácticas que resignifican, negocian y transgreden las identidades hegemónicas. Para la consecución de esta metodología ha sido necesario el uso, particularmente, de egodocumentos como son las fotografías donde aparecen los monumentos falleros o el evento de Miss Tarragona y Miss Cataluña. El estudio de las agencias y las subjetividades de género expresadas a través de las prácticas cotidianas resulta aún un campo poco explorado desde la historiografía. Esta nueva línea plantea la revisión de temas como la incorporación y encarnación subjetiva de identidades locales y nacionales por parte de las poblaciones anfitrionas, que siempre llevan asociado un determinado ordenamiento de género. Aún más ambicioso es el objetivo de evaluar hasta qué punto las identidades de género asociadas a la representación turística de la nación y la localidad han sido transformadas e incluso subvertidas en la apropiación subalterna y en su correspondiente performatividad en la práctica cotidiana. Este análisis puede alumbrar identidades colectivas y alternativas surgidas a través de la resistencia local desde abajo a la identidad exotizante y sexualizante hegemónica.

ESTADO DE LA CUESTIÓN Y
MARCO TEÓRICO: *TURISMO,*
GÉNERO Y NACIÓN. DE LAS
IMÁGENES A LAS
PERFORMATIVIDADES

El presente estado de la cuestión viene a proporcionar una visión panorámica y crítica del conocimiento existente hasta el momento sobre los tres ejes que vehiculan esta investigación: turismo, género y nación, así como conocer y examinar las conexiones que los autores han propuesto sobre ellos. Con este texto se pretende contextualizar el trabajo investigador de esta tesis sobre el mapa de postulados previos, así como identificar las lagunas de la literatura actual sobre el tema en cuestión. Abordar los estudios previos sobre turismo, género y nación y aquellos que interrelacionan alguna de estas tres variables, pretende establecer un punto de partida consciente e informado que ayude a la formulación de preguntas, hipótesis y postulados de investigación pertinentes, así como la selección adecuada de metodologías de análisis.

Examinar las perspectivas teóricas previas permite articular esta investigación mediante una base conceptual sólida, permitiendo revelar así la manera en la que las dinámicas turísticas, las construcciones de género y las narrativas sobre la nación se entrelazan e interconectan en el tejido sociohistórico de la localidad de Tarragona. Asimismo, esta revisión exhaustiva de la bibliografía posibilita la identificación de enfoques y conceptos clave que han sido exitosos en otras investigaciones anteriores, en base a los que se crearán y formularán las hipótesis y argumentos aquí propuestos.

El presente estado de la cuestión se divide en seis partes a través de las que se analizará la bibliografía que trata los tres ejes de manera independiente y entre sí, teniendo en cuenta el hecho de que hoy en día no es posible encontrar demasiadas fuentes secundarias que relacionen turismo, género y nación, por lo que la propuesta de esta tesis resulta del todo innovadora. Y no sólo por la relación de estas tres variables, sino también por la manera en la que son abordadas, teniendo en cuenta tanto las representaciones como las escenificaciones – tratadas en este trabajo con los conceptos reproducción, performance o escenificación – de la identidad local a través de su orden de género en la proyección y desarrollo de la actividad turística de Tarragona.

Así, la elaboración de este estado de la cuestión proporciona una base sólida para la investigación y enriquece la comprensión sobre la compleja interacción entre los diversos elementos aquí tratados en el contexto histórico específico de la ciudad de Tarragona durante la Segunda República.

Ordenamientos y representaciones de género en el siglo XX

Para abordar la presente tesis es necesario llevar a cabo previamente un trabajo de análisis bibliográfico, que servirá en esta primera parte, para conocer la evolución, surgimiento y mutación de los modelos femeninos y el orden de género que imperaron en Cataluña y en España entre 1898 y 1936, observando la agencia femenina y generizada desde abajo en el surgimiento y mantenimiento de las identidades nacionales. Desde la historia, más concretamente desde aquella surgida en las últimas décadas del siglo pasado y que tomaría el género como una categoría analítica tal como señaló Joan Scott (1986), se ha analizado un importante abanico de temas que pretenden estudiar la construcción de las feminidades y las masculinidades como artefactos sociales y culturales, así como su flexibilidad, su carácter variable, contaminante y contaminado por el contexto. No cabe duda de que las décadas seleccionadas resultaron decisivas, tal y como se verá más adelante, para la evolución del orden de género. Esta evolución, presente sobre todo gracias al cambio de mentalidad en el periodo de entreguerras, después de las sobradas demostraciones de capacidad femenina que se extendieron a lo largo y ancho de Occidente, propició el surgimiento y la negociación de nuevos arquetipos de feminidad como la «garçon» y su evolución hacia la «Nueva Mujer Moderna», en un claro ejemplo de disputa entre el feminismo y las teorías médicas sobre el género (Aresti 2001).

Al considerar la historia de género resulta necesario entender la manera en la que se llegó hasta ella, teniendo en cuenta el inicial surgimiento de una historia de las mujeres procedente del diálogo entre la teoría feminista y la historia social a lo largo de la década de los años setenta. Dicho diálogo dio como fruto una nueva disciplina que se conoció entre los círculos norteamericanos y anglosajones como la «nueva historia de la mujer». Esta nueva disciplina supondría una ampliación de los intereses de la renovada historia social. A partir de entonces, la experiencia femenina en la esfera privada a la que tradicionalmente fueron marginadas las mujeres, tomaría importancia (Bruguera 2006, 181). El estrecho vínculo entre las dos disciplinas permitió la aparición de nuevas categorías analíticas, nuevos marcos conceptuales y la apertura de

innovadores campos de investigación que iban más allá del estudio sobre la *clase*, del que derivaron históricamente los análisis relacionados con el movimiento obrero o la historia económica y del trabajo (Nash et al. 2016). El protagonismo de los sujetos y de las cuestiones culturales tomó relevancia en estas nuevas explicaciones, en las que según palabras de Mary Nash «el sexo femenino debía contar con el reconocimiento como grupo social específico, lo cual constituye el eje conceptual de la Nueva Historia de la Mujer» (Nash 1982, 27).

En el camino seguido por el diálogo entre la teoría feminista y la historia social, la interdisciplinariedad se demostró herramienta esencial que permitiría el nacimiento de la nueva historia cultural. Esta ya no se ocuparía, desde sus múltiples áreas de conocimiento, de las estructuras económicas y sociales, sino que evolucionaría hasta la interpretación de la construcción y percepción de los significados y los discursos para explicar la formación de identidades. El nuevo giro cultural o *giro lingüístico* problematizaba la afirmación de que las identidades derivan únicamente de referentes sociales externos al lenguaje. Planteó que dichas identidades se formaban y redefinían a partir de un sistema de representaciones para las cuales el lenguaje y sus referentes estaban sometidos a un continuo proceso de mediación mutua. El giro lingüístico, por tanto, no entendía el lenguaje únicamente como un sistema de palabras y vocabulario, sino más bien como un entramado de conceptos y símbolos (Bruguera 2006, 183).

La propia historia social estaba sufriendo un proceso de autorreflexión. Desde el feminismo, como así demostró Joan Scott en varias de sus investigaciones, ese cambio de sensibilidad al abrazar la interdisciplinariedad, respondía a la necesidad de teorizar nuevas categorías analíticas que resultaran útiles para explicar las diferencias históricas de los grupos marginados (2006, 184). Como escribía Inmaculada Blasco en los Debates de la Revista Ayer sobre Historia de las Mujeres y de género, «rescatar a las mujeres del pasado sigue siendo el principal objetivo de la historia de las mujeres, así como la búsqueda de las causas y modalidades de la subordinación femenina» (Nash et al. 2016, 7). No obstante, esta visibilización fue evolucionando en sus análisis, trabajando progresivamente sobre la construcción de las subjetividades del género, las variaciones y resignificaciones que vienen determinadas por los contextos históricos de los que participan (Nash et al. 2016). Es en este cambio de paradigma en relación al concepto

de género que se dio a mediados de los ochenta, principalmente propiciado por el agotamiento de las investigaciones sobre historia de las mujeres realizados hasta entonces, que se evidencia una reevaluación del concepto del género (Aresti 2006, 224).

El sustrato teórico imprescindible en este salto evolutivo sobre el estudio del género fue propiciado en gran parte por J. Scott, quien propuso en este momento una nueva definición del género, al atribuirle la capacidad de ejercer como una categoría más para el estudio histórico en su artículo «Gender: A Useful Category of Historical Analysis» (1986) traducido al castellano en 1990 (1990). El artículo planteaba el carácter relacional del concepto «género», puesto que feminidad y masculinidad fueron definidos en términos el uno del otro, por lo que no era posible llegar a la comprensión de uno sin el estudio del otro. Dolores Ramos argumenta en este sentido que esta interpretación relacional del género permite la ampliación de visión en relación con los procesos históricos. Asimismo, fomenta el análisis sobre las construcciones tanto de masculinidades como de feminidades y los roles desempeñados por ambos géneros en los espacios públicos y privados (Nash et al. 2016).

En segundo lugar, reafirmó la cualidad fundamentalmente social del género, hecho muy reiterado por las feministas americanas. Las distinciones basadas en el sexo resultan de constructos sociales, por lo que el uso de términos como «sexo» o «diferencia sexual» fomentaba la vuelta a un determinismo biológico del que esta nueva historia de género rehuía como sustrato teórico, pero que pretendían analizar para entender la evolución sufrida (Scott 1990, 24). Ejemplo de estos estudios que tomaron como objeto de análisis la «diferencia sexual» apareció años después, cuando Mary Nash coincidía con la argumentación de Scott al entender que el discurso de género basado en la diferencia sexual venía articulado por una traslación de la diferencial de sexo al plano cultural ideológico, el cual ejerce como orden jerárquico de género basado en la subordinación de la mujer. Así, añade, el género resulta ser una construcción social y de representaciones culturales de la diferencia sexual que no emergen de la naturaleza, sino que deben concebirse como producto social y que tiene como objetivo constituir las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos, así como representa una forma primaria de las relaciones de poder (Block 1999). Dicha representación cultural es el mecanismo de diferenciación en la constitución de los

diversos tipos de identidades: nacional, de clase, de raza o de género. De este modo, estas representaciones ejercen como herramienta clave del control social informal, un mecanismo de disciplinamiento a la vez que de castigo social en caso de ser transgredidos, tal y como se verá a lo largo de este estudio (Nash 1995a, 193-94).

Asimismo, Joan W. Scott plantea que el género no es un instrumento fijo y estable, sino que experimenta variaciones en función del contexto histórico en el que aparecen, hecho que demuestra la necesidad de historizar dicha categoría. Scott sostuvo que las nociones de género y las relaciones de poder que le van asociadas deben entenderse en su contexto histórico y social propio. Estos contextos diferentes y propios de cada sociedad implican que el significado y la práctica del género no son universales ni estáticos, sino que el género es un constructo social que varían en los diferentes momentos y lugares que pretendamos analizar. Así mismo, Scott esgrime una crítica a la universalidad del concepto de modernidad, proponiendo en su lugar la noción de múltiples modernidades que vienen moldeadas por factores como fueron la cultura, la política, la economía o la historia que marcan contextos diferentes en los que se desarrollará de manera variable el poder regulador del género (1986). En base a ello, se ha argumentado que, a diferencia de las sociedades premodernas, en las que las relaciones estaban marcadas por la jerarquía social, las sociedades modernas lo están por la división en subespecies, hombre y mujer, que mantienen una asociación de roles, valores y funciones claras, derivadas de una supuesta preexistente condición biológica. Con ello, el sexo y el género quedan naturalizados y aparecen como entes inmutables. No obstante, las argumentaciones esbozadas por Scott señalan que el género no tiene el mismo poder regulador en todos los países occidentales, los cuales han sufrido procesos de arraigo de la modernidad muy diferentes, hecho que influye de manera determinante en la concepción del binomio hombre/mujer, en el género y en la diferencia sexual (Aresti 2006, 226-31).

La problematización de los conceptos permitió evitar la reproducción de las diferencias que el historiador pretende analizar, ser más críticos y menos proclives a reproducir los sistemas ideológicos que sustentaron y sustentan las injusticias sociales. Únicamente, argumenta Scott, a través de la historización de dichos conceptos se podrá desactivar el poder normativo aplicado tradicionalmente y a su vez, proporcionar

nuevas herramientas complejas para el trabajo del historiador o historiadora. Estas herramientas permiten desenmascarar los múltiples vértices de las relaciones de poder de género, así como eliminar la esencia y naturalidad de la subalternidad femenina y las dinámicas de la jerarquía de género. Se facilitó un marco interpretativo que puso en el centro las relaciones de género desde una perspectiva más amplia. Se permitió el paso de una historia contributiva y descriptiva focalizada en las mujeres como sujetos históricos a una análisis crítico de las implicaciones de las jerarquías determinadas por el género en los grandes temas de la historia (Aresti 2006, 228; Nash et al. 2016).

Fue en los años ochenta cuando, siguiendo la estela de la historiografía anglosajona, italiana y francesa, que se comenzó a reflexionar sobre la necesidad de repensar la historia de las mujeres para que contara con un marco teórico y metodológico propio que integrara no sólo a las mujeres, sino también la construcción del género desde una perspectiva feminista. De este modo, apareció la historia del género en España, consiguiendo un alto nivel analítico feminista y/o de género, equiparándose a las dinámicas que ya hacía años habían surgido en la historiografía de las naciones vecinas(Nash y Fernández Garrayo 1991, 150).

Sin duda, el cambio de milenio implicó un salto cualitativo en los estudios de género, contando ya con un importante sustrato teórico y metodológico que ha permitido el surgimiento no sólo de una historia acumulativa y neo-positivista sobre las mujeres, sino la reflexión y el análisis profundo sobre las condiciones de constitución de la identidad de género, calibrar la profundidad de la identificación de las mujeres con ciertas prácticas, valores o experiencias, así como determinar en qué medida esas formas de sentir y vivir la realidad constituyen elementos claves en la formación de la feminidad en cada época y lugar. Por otro lado, esta historia del género reciente incorpora la existencia de resistencias, transgresiones parciales e individuales que pueden ser insertadas en un proceso de cambio colectivo de las relaciones de poder (Borderías 2009, 13).

La presente tesis pretende incluirse dentro de esta última dinámica, respondiendo a la necesidad de seguir analizando el mecanismo por el que se crean las identidades de género y como estas trazan a su vez otras identidades como la nacional o la local, haciendo uso de mecanismos aparentemente banales como es el ocio y el

turismo. Asimismo, la creación de estas identidades flexibles, contaminadas y contaminantes entre ellas, cuentan con transgresiones parciales que demuestran la resistencia de abajo arriba, así como el disciplinamiento y el castigo desde arriba.

En España no fue hasta 1974 que se publicó la primera tesis relacionada con los temas de la mujer. Estos primeros trabajos sobre la historia de las mujeres en España centraron su interés en temas políticos de la historia contemporánea, temas como el sufragio de la mujer o el movimiento obrero. Este hecho se da de manera particular en España, puesto que la historiografía de las mujeres en otros países como Italia o Francia centraba su investigación en presupuestos antropológicos, de esfera privada o el acercamiento a la vida cotidiana, al cuerpo, a la maternidad o a la reproducción. Este hecho tiene su causa en el tardío desarrollo de la historia social sobre el periodo contemporáneo que implicó problemas metodológicos a la hora de analizar el ámbito privado y de comprender los aspectos culturales de la experiencia histórica colectiva (Nash y Fernández Garrayo 1991, 138-39). Un trabajo que resulta un buen ejemplo de esta dinámica en los años setenta y principios de los ochenta es la tesis doctoral presentada en 1977 por Mary Nash, sobre las mujeres en las organizaciones de izquierdas y el obrerismo durante la Segunda República (1977).

Los estudios en relación a la evolución del discurso y de la representación de género en el caso español demuestra la importante variación, evolución y flexibilidad del concepto de género, propiciada sobre todo por una dinámica modernizadora que implicó la necesidad de establecer cambios en los discursos de identidad para mantener un ordenamiento social claro (Llona 2017; Aresti 2001; 2007; Nash 1995; Espigado Tocino 2018; Arce Pinedo 2007). Este hecho demuestra, de nuevo, la total vigencia de los postulados de Joan W. Scott al considerar el género como una cuestión historizable (1986). La aplicación del género como categoría analítica permitió estudiar la evolución de las identidades de género en España, historiografía de la que se hará un repaso a continuación con el objetivo de poder trazar un contexto historiográfico nacional en el que enmarcar la presente tesis.

A mediados del siglo XIX, con los cambios culturales, sociales y políticos relacionados con el ascenso de una burguesía revolucionaria que acompañaba la entrada en la modernidad, se planteó la necesidad de crear un referente de feminidad

y en contraposición, de masculinidad, que se asimilará al proceso. El objetivo de marcar un claro orden de género derivaba de la intención de ordenar a hombres y mujeres en la sociedad naciente, se les otorgaban roles, valores, funciones y espacios diferenciados, como diques de contención a la posibilidad de disfrutar libertinamente de los derechos como ciudadanos (Espigado Tocino 2018, 196-97). La definición cultural de la mujer quedaba asociada a su naturaleza y su distinción biológica, lo que se convirtió en categoría cultural diferenciadora y que contaba con una función social específica pero reconocida con un rango inferior. Las autoras que han analizado y han definido el discurso de género de la segunda mitad del siglo XIX coinciden con Joan Scott, al argumentar que la naturalización de la diferencia sexual representó el elemento clave en la construcción social imaginaria de la noción de feminidad, lo cual derivó en el surgimiento de valores culturales de género decisivos para el mantenimiento de la opresión femenina (Nash 1995a, 196/203; Scott 1990, 24).

La representación cultural más común a partir de la segunda mitad del siglo XIX fue la que proyectaba la mujer como «Ángel del Hogar», en referencia a la esfera que le había sido otorgada, la privada y doméstica. A su vez y en contraposición, el hombre se representó el ocupante de la esfera pública, relacionada con el poder y la política. El orden de género, dividido en sus últimas instancias en dos espacios diferenciados, enunciaba la complementariedad de los sexos que partía de un nuevo dimorfismo sexual – tanto físico como moral – y que vendría a justificar la diferenciación de roles y funciones, acometidos en espacios claramente opuestos (Espigado Tocino 2018, 197; 1995a, 196). No obstante, deben destacarse obras como la de Nerea Aresti (2000), en la que cuestiona la idea de que el estereotipo del «ángel del hogar» sea un modelo unificador, ya que diferentes sectores sociales y discursos (legales, médicos, feministas, conservadores) presentan perspectivas divergentes sobre la mujer y su papel en la sociedad.

En esta formulación discursiva y representativa, aparece implícita la función de las mujeres: las tareas domésticas. Estas eran de exclusiva incumbencia femenina y el único encargo social con el que debían cumplir. Mary Nash añade que la figura de «Ángel del Hogar» se relaciona inevitablemente con la de «Perfecta casada», ama de casa capaz y eficaz administradora del hogar. La célula básica de la sociedad era la familia, por tanto,

sin la buena gestión de la estructura primaria y básica, la prosperidad de la sociedad al completo se veía comprometida (1995a, 197).

Los debates sobre las cuestiones de género de principios del siglo XX comenzaban a demostrar un cambio lento de tono. Los estudios sobre el discurso de género preponderante en la etapa anterior venían a demostrar la preeminencia de la inferioridad y la incapacidad en la representación de la feminidad. No obstante, con el cambio de siglo ese argumentario, ligado indudablemente a los postulados religiosos sobre la mujer, fue perdiendo peso en favor de teorías científicas que tenían como objetivo encajar a las mujeres en el proceso hacia la modernidad y a su vez, reconducir los roles de género hacia las nuevas necesidades sociales y económicas planteadas en dicho momento de cambio. Se abandonó la idea de que la mujer era un varón defectuoso o deficiente y se pusieron en cuestión los prejuicios de incapacidad. Pese a estos avances, la identidad de género femenina siguió ligada indiscutiblemente a su «suprema misión» como esposa y madre (Aresti 2001a, 69; Nash 1995a, 201).

Las investigadoras que han analizado sobre la cuestión coinciden en afirmar que la Gran Guerra representó un punto de inflexión en la modernización del discurso de domesticidad. Las mujeres habían tenido la posibilidad, según Nerea Aresti, de demostrar sus capacidades al ocupar el lugar de los compatriotas que luchaban en el frente. Apareció en este contexto la figura de la «Mujer Moderna», «Nueva Mujer» o la «Eva Moderna», como un fenómeno alternativo al tradicional discurso de domesticidad. La «Mujer Moderna», no debe entenderse, según las diversas autoras, como un fenómeno sociológico mayoritario, pero sí como un nuevo modelo de mujer característica de aquellos años. El caso concreto de España confirma este argumento, puesto que dicho modelo no se adaptaba a la mayoría de mujeres del país, su vigencia residía en el terreno simbólico (Aresti 2007a, 175). Sin embargo, según Mary Nash, este modelo sí que contó con cierto arraigo en Cataluña, patrocinado por las mujeres de la burguesía catalana (1995a, 201). Los estudios sobre la modificación y adecuación del discurso de feminidad en el periodo de entreguerras se nutren en la mayoría de los casos de los textos esgrimidos por intelectuales y científicos del momento, así como de las propias señoras que se reconocían como Mujeres Modernas, como fue el caso de

Carmen de Burgos, quien legó artículos periodísticos y libros que sirvieron a las investigadoras como excelentes fuentes históricas.

El nuevo modelo de feminidad, nacido y reproducido en el terreno simbólico más que en real, sufrió durísimas críticas de numerosos periodistas, teólogos progresistas, sociólogos, médicos o juristas que estaban preocupados por el apuntalamiento de la diferencia sexual. Consideraron necesario restituir el orden de género natural a partir de teorías científicas que tildaban el nuevo modelo de mujer de fenómeno social y antinatural (Aresti 2007a, 175-77). No obstante, el surgimiento de este nuevo modelo de feminidad respondió a la necesidad de substituir la idea de inferioridad por la de diferencia. Este nuevo modelo fue aceptado por un sector amplio de la elite intelectual y política de la nación, entendiendo que podría darse de esta manera un «feminismo femenino» que reconociera derechos civiles e incluso políticos a las mujeres sin tener que abandonar sus mandatos tradicionales, el matrimonio y la maternidad. Se entendía como una característica de progreso social el proponer un feminismo respetuoso con aquellos deberes considerados sagrados, a la vez que se aceptaba la liberación de las mujeres. Nerea Aresti defiende, tal y como hizo Nash, que los cambios más notorios afectaron a las mujeres de clase media, de las que se decía «habían ampliado su vida en todos los órdenes» (Aresti 2001). Asimismo, no se debe olvidar el importante trabajo iniciado por Nerea Aresti o Gemma Torres sobre el estudio de las masculinidades en diferentes contextos españoles, como sería los nacionalismos periféricos de principios de siglo o aquellos desarrollados en el contexto de la Guerra de Marruecos (Aresti 2012; 2014a; Torres 2014; 2020), que vienen a demostrar la necesidad de entender el género como relacional, por lo que el estudio único de las feminidades trazaría un mapa incompleto de estas relaciones de poder. El estudio sobre las masculinidades trazado por Gemma Torres, además, hizo uso de literatura popular, relatos populares que irían esgrimiendo un discurso claro sobre la disputa entre los diversos tipos de masculinidad en juego.

Pese a la gran importancia historiográfica del modelo de Mujer Moderna, algunas autoras como Rebeca Arce o Miren Llona han planteado la existencia de modelos femeninos alternativos que responden también a las necesidades derivadas del proceso de entrada en la modernidad que experimentarían otros grupos sociales e ideológicos.

En este sentido, Miren Llona demuestra las fronteras de clase presentes en una identidad género femenina que pretendía ser universal y normativa, la de la *Señorita*: mujer de clase media y que tenía como pilares de su identidad el mundo familiar y la religiosidad, pilares que no ponían en duda su respetabilidad. Llona plantea que este modelo de subjetividad femenina contó con cierta negociación con la que se pudo adquirir espacio en la esfera pública. De esta negociación surge la «madre social» y la «señorita trabajadora». La primera se vincula con una de las funciones esenciales atribuidas a las mujeres, la maternidad. Esta maternidad bondadosa debía ser suministrada por las mujeres a la sociedad en general, no únicamente a su prole. El segundo modelo, el de la señorita trabajadora, aparece como una nueva subjetividad femenina que incorpora a los dos pilares fundamentales de la feminidad, hogar y religiosidad, la educación y la cultura. María de Maeztu fue una importante defensora de la redefinición de la feminidad hasta hacerla compatible con el trabajo y la educación, sin que estos elementos hicieran peligrar la respetabilidad de la mujer. No obstante, derivado de la importante jerarquización y los perjuicios de clase del periodo en cuestión, la «mujer del pueblo» se manifestó como una identidad de género femenina que pretendía dignificar a las mujeres de clases trabajadoras y desafiaba el normativo de las clases medias. El vigor y el esfuerzo en el trabajo, valores representados en la Virgen María, fueron los pilares de esta identidad de género y de clase.

No obstante, las nuevas formas de respetabilidad de las mujeres de clase media socavaban la dignidad de figura de la «mujer del pueblo», en su mayoría analfabetas y trabajadoras fuera de sus hogares (Llona 2017a, 111-17). Asimismo, sus trabajos también plantean la existencia la «modistilla», una chica que practicaba una feminidad a medio camino entre aquella obrera y la que ejercían las «señoritas», contando, por tanto, con una identidad de género un tanto ambivalente, así como moldeable y adaptable (Llona 2003). Los estudios de Miren Llona integran una fuente innovadora, como es la fuente oral, que permite conocer gracias a una metodología particular, las emociones y el sentir más íntimo de las personas implicadas en el proceso analizado.

Por otro lado, Rebeca Arce plantea la evolución en tres fases diferenciadas del discurso de identidad femenina en el catolicismo y en las derechas liberales del primer tercio del siglo XX. Los primeros postulados feministas, la renovación del discurso de las

relaciones de género, el paso inevitable hacia la modernidad que también implicaba a las mujeres, forzó a estos sectores más conservadores y reaccionarios a reconstruir las tradicionales categorías culturales de género con el objetivo de minimizar los cambios y evitar males mayores. La primera revisión se produjo a mediados del siglo XIX, al igual que sucedería en el modelo de feminidad de las clases medias no necesariamente relacionadas con el catolicismo y la derecha. La Iglesia comenzó a modificar su concepción sobre las mujeres, se abandonó el recurso que equiparaba las mujeres a la Eva pecadora para pasar a dignificar la figura femenina, evocando a la Virgen María y todas sus virtudes. El modelo de vida aceptado para las mujeres sería el de Madre y Ángel del Hogar. Este discurso renovado y dignificado sobre la identidad de género femenina presentaba un contra-efecto, puesto que fueron las madres las que se convirtieron en educadoras y moralizadoras, no sólo de su prole sino también de la sociedad.

De esta manera es cómo las mujeres vinculadas a la Iglesia comenzaron a ocupar parcelas de la esfera pública, a partir de la educación y la cultura. La benéfica influencia de las mujeres católicas y su reconocimiento propició la evolución del discurso de género, la cual permitiría un acceso cada vez mayor de ellas a lo público, en una segunda fase adentradas por primera vez en el activismo social y la vida asociativa controlada por la Iglesia. Finalmente, en la tercera etapa de esta evolución, las mujeres son llamadas a participar activamente de la política para defender la Religión, la Patria y el Hogar (Arce Pinedo 2007, 209-12). Esta evolución debe entenderse, según la autora, como una reacción de la Iglesia y las derechas frente a los modelos rivales laicos que postulaban marcos simbólicos emancipadores y que ofrecían unas perspectivas de vida más satisfactorias que las del modelo católico (2007, 214).

Pese a la aparición, evolución y diversificación del modelo de feminidad desde mediados del siglo XIX hasta la llegada del franquismo, la capacidad de crear realidad de los discursos depende de la legitimidad que se le conceda al emisor, del contexto en el que se hayan formulado y de las características del propio discurso (Espigado Tocino 2018, 206).

Resulta una dinámica común el hecho de que la historiografía de género en España ha centrado sus esfuerzos en el estudio de los modelos de feminidad propuestos

por instituciones, organizaciones políticas y de clase, así como por la ciencia, tal como también ha sucedido con el mundo del trabajo y del género. No obstante, la presente tesis viene a plantear la necesidad de analizar modelos de feminidad y de masculinidad ligados al ocio no explícitamente político, quizás reconocido como un ámbito un tanto banal, como podría ser el turismo. A su vez, pretende responder también al planteamiento esgrimido por Borderías (2009) en su balance sobre la historia de las mujeres en el cambio de milenio, cuando señala la capacidad de esta para conocer, analizar y comprender las transgresiones parciales, las resistencias individuales que implicaron un proceso de cambio a nivel colectivo. En este caso de estudio consideramos que esta propuesta llevada al campo del ocio, poco trabajada desde la historiografía hasta el momento, puede dar respuesta a las negociaciones en los ordenamientos de género que se hacen en la cotidianeidad de una actividad como es el turismo y que representan imágenes generizadas de la propia nación representada hacia los visitantes.

De la construcción nacional desde arriba al nacionalismo cotidiano desde abajo

«El ocio, el deporte, el asociacionismo y la cultura popular han sido canales que también han puesto al individuo en contacto con la nación. Junto con la nacionalización «desde arriba», el proceso «desde abajo» se ha mostrado fundamental a la hora de entender cómo los individuos adquieren identidades nacionales» (Archilés y Quiroga Fernández de Soto 2013a, 14). Estas palabras de Alejandro Quiroga y Ferran Archilés en relación con la importancia de la reflexión sobre los procesos de nacionalización a partir de las diversas formas de recepción por parte de la población, muestran de manera muy clara la tendencia y evolución que ha seguido la historiografía sobre los nacionalismos en España. Pese a ello, cabe destacar que esta perspectiva, inspirada en gran medida en la obra publicada a mediados de los años noventa por el psicólogo social Michael Billig y que acuñó el término «banal nationalism», contó con una lenta recepción y aplicación en nuestro país, que no ha sido efectiva en los estudios sobre nacionalismos hasta la primera década del siglo XXI (Quiroga Fernández de Soto 2018, 5). En este punto del estado de la cuestión se tratará de hacer un repaso sobre la evolución de los estudios

que trataron la creación y la implantación de la identidad nacional, regional o local en el caso español, partiendo del análisis sobre la recepción de diversos estudios internacionales que allanaron el camino en esta línea de investigación.

Previa a la asunción de una dimensión más individualizada de los procesos nacionalizadores, surgieron teorías a nivel internacional que pretendían aclarar que la identidad nacional es cultural y subjetiva. A principios de los años 80, aparecieron dos estudios pioneros que pasaron a definir la nación como un constructo social de naturaleza político-cultural, estas serían las conocidas como tesis modernistas, novedosas frente a las tesis primordialistas previas (Özkirimli 2010). Estos fueron: el análisis de E. Gellner (1983) con el que introdujo la concepción de «una cultura nacional» como correlato imprescindible para el surgimiento de un proceso de modernización que llevaría a la configuración de la que sería la identidad nacional. El segundo de los estudios, de reconocido prestigio actualmente, fue el del especialista en estudios orientales Benedict Anderson (1991). Con él explicó la subjetividad de la nación en tanto que ésta surgía como una comunidad imaginada. El pueblo soberano apareció como un actor principal en las revoluciones liberales, y sería el nacionalismo como cultura el encargado de aportar un sentido político de pertenencia colectiva. Con esta obra se inició la escuela instrumentalista de estudios del nacionalismo. Otro de los autores que se reconoce como exponente de las tesis modernistas sobre la nación fue Eric Hobsbawm que escribió sobre la invención de tradiciones y la conexión entre la industrialización y el nacionalismo (Hobsbawm y Ranger 1983; 1992).

Otro de los autores exponentes de este auge de los estudios sobre la nación, fue Eugen Weber (1976), con su obra «Peasants into Frenchmen. The Modernization of Rural France, 1870-1914». Mediante la historia de Francia postuló la perspectiva disociativa entre el individuo y la nación. Su empirismo fue aplicado al caso de los campesinos y su transformación hacia ciudadanos nacionalizados, producto de una narrativa nacional que provenía de fuera de su ámbito cultural (Molina Aparicio 2013, 41-45). Siguiendo esta dinámica, George L. Mosse (2005) analizó cómo se desarrolló el nacionalismo en Alemania durante el período que abarca desde la unificación alemana hasta el estallido de la Primera Guerra Mundial. Mosse se centra en la forma en que se construyó la identidad nacional entre las clases populares, explorando la influencia de

la política simbólica, los rituales y las representaciones culturales en la formación de un sentido de pertenencia nacional. El autor analiza cómo el nacionalismo se arraigó en las mentalidades de las personas comunes a través de prácticas culturales, iconografía, rituales y eventos históricos manipulados. Mosse destaca la importancia de entender cómo las emociones y la identidad nacional se entrelazan para movilizar a las masas en apoyo de los objetivos políticos nacionales.

Finalmente, una revisión sobre la teoría modernista de la nación fue propuesta Anthony D. Smith, quien desarrolló la teoría del etnosimbolismo, que sugiere que los símbolos culturales, como mitos, rituales y tradiciones, desempeñan un papel fundamental en la construcción de la identidad étnica y nacional. Él propuso examinar cómo los símbolos étnicos son utilizados para legitimar y mantener la continuidad de una comunidad étnica a lo largo del tiempo, así argumenta que los grupos étnicos y nacionales construyen y mantienen su identidad a través de símbolos compartidos que conectan el pasado, el presente y el futuro de la comunidad. Estos símbolos pueden incluir mitos de origen, héroes culturales, emblemas, banderas y otros elementos culturales que simbolizan la cohesión y la continuidad del grupo (A. D. Smith 1986; Hutchinson y Smith 1994).

El impacto del giro cultural aterrizó de manera clara en los estudios sobre nacionalismos y las teorías modernistas que habían estado en auge hasta el momento, pero que no conseguían explicar la dimensión cotidiana e individual de la nación. Finalmente, esta dinámica fue consolidada con los estudios en el marco de la historia social, que se centraron en la Europa de entreguerras y la experiencia íntima de los traumas causados por los conflictos bélicos y los totalitarismos. Este nuevo marco fomentó la idea del individuo como sujeto activo en la construcción y reconstrucción de la nación (Molina Aparicio 2013, 46).

La historiografía española sobre la nación inició su andadura a través de las teorías basadas en la narrativa del fracaso, conocida como la débil nacionalización. Estas teorías presentaban el país como una comunidad moderna con una condición anómala en relación con su proceso nacionalizador. Esta narrativa del fracaso se argumentó en base a la fallida de la revolución liberal e industrial, el éxito de las cuales había representado en los países limítrofes un modelo nacionalizador triunfante. Esta teoría

fue defendida por un total de cuatro líneas teóricas, según Molina Aparicio (2017): la línea regeneracionista que apelaba a la figura del problema de España, el cual llegaba a inducir emociones como la frustración, la impotencia o la ansiedad. Entre sus más destacados académicos estaban Ramon Tuñón de Lara y Jaume Vicens Vives. La línea seguida por hispanistas anglosajones y francófonos como Raymond Carr, Hugh Thomas, Herbert Sowerth o Pierre Vilar, muy centrados en la guerra civil y franquismo, reconocían el siglo XIX como el preludio y el precedente del conflicto bélico en cuestión. El marxismo apeló a las insuficiencias de la revolución burguesa española, que presentó como el origen del deficitario proceso modernizador del Estado-nación. Finalmente, la última teoría que fundamentó la débil nacionalización española fue la teoría sociológica anglosajona, que planteaba que España era un Estado sin capacidad de impulsar las agencias de cambio con las que trasladar de manera efectiva la nación a la ciudadanía. El fracaso venía además del «empate infinito» entre los nacionalismos periféricos y el estatal. Sus exponentes internacionales más reconocidos fueron Karl Deutsch, Stein Rokkan, Richard Merrit, Derek Unwin, Samuel Eisenstadt, Juan J. Linz, Charles Tilly (Beramendi 1992; Molina Aparicio 2017b, 46-49).

No obstante, desde España encontramos a exponentes de esta línea teórica sobre la débil nacionalización como José Álvarez Junco, que ha argumentado que la identidad nacional en España se desarrolló de una manera más débil y fragmentada en comparación con otros países europeos. En su obra "Mater Dolorosa: La idea de España en el siglo XIX" (2001), Álvarez Junco explora la construcción de la identidad nacional en España durante el siglo XIX. Argumenta que la identidad española se formó de manera más débil y menos cohesiva que en otras naciones europeas, y que la diversidad de regiones, lenguas y culturas en España contribuyó a una nacionalización menos intensa.

Según Molina Aparicio (2017b, 50-58), la narrativa de estos primeros historiadores del nacionalismo español generó una dicotomía de los nacionalismos, entre los periféricos y subestatales, supuestamente exitosos, y el estatal español, imagen de un fracaso. Según el autor, esta narrativa del fracaso deriva de una historiografía de la Transición condicionada por el trauma de una guerra convertida en hora cero de la historia de España. A partir de los años 90, la teoría de la débil nacionalización entra en crisis, como así se demostró en el congreso celebrado en 1993

en Santiago de Compostela, donde el paradigma constructivista de la nación ganó un importante peso. A principios del siglo XXI se dio el «giro local» en la historiografía del nacionalismo español. Los regionalismos comenzaron a entenderse como manifestaciones de nacionalismo español, en una manera de ver el proceso mucho más global e integradora por la que son las identidades regionales o locales las que cuentan con la fuerza necesaria como para formar, sustentar y complementar la identidad nacional y el proceso nacionalizador (Archilés 2007). El ámbito regional y local pasa a entenderse como el lugar donde la nación se hace presente para los ciudadanos a través de un conjunto de instituciones como son la escuela, la estafeta de correos o la sede del partido, así como la parroquia, que ejercen como mediadores entre el Estado y sus ciudadanos. Asimismo, este espacio local no es únicamente un espacio de aprendizaje de la nación, sino que también debe entenderse como una espacio generador de la identidad nacional, en tanto que es donde se desarrollan prácticas políticas y culturales que remiten a un marco nacional (Confino 2006; Quiroga 2011). Asimismo, el giro permitió la aparición de un seguido de terrenos de estudio muy diversos en relación con el tema central y se recogieron nuevos paradigmas analíticos, como sería el caso del nacionalismo banal (Andreu Miralles 2016).

Alejandro Quiroga (2018, 5-6) señala que este cambio de dinámica que derivó en el auge de las tesis de Billig en la historiografía sobre el nacionalismo español, se debió a cinco factores: una renovada atención a la historia desde abajo, a los nuevos enfoques en la historia cultural, un mayor interés por lo cotidiano, al giro local como ya se ha dicho y a una mayor preocupación por recoger tendencias internacionales.

Sin duda, el estudio que marcó este punto de inflexión a nivel internacional fue el de Michael Billig (1995), donde señalaba el carácter casi inconsciente por el que los ciudadanos iban adquiriendo identidad nacional a través de la reproducción en la cotidianeidad de dicha identidad, utilizando el término «banal nationalism». No obstante, este estudio no se planteó el análisis de abajo arriba en este proceso, sino que se limitó al proceso inverso, dejando sin agencia a los ciudadanos en este proceso, hecho que tal y como veremos se intentó revertir, por ejemplo, desde el estudio de las identidades nacionales en el caso español.

La recepción del nacionalismo banal comenzó a tomar importancia a partir del cambio de milenio, tal y como demostró el primer trabajo de Ferran Archilés, con el que planteó que la identidad nacional era un «proceso abierto», más que un «hecho total», como anteriormente se había venido postulando. En su estudio pionero, «¿Experiencias de nación? Nacionalización e identidades en la España restauracionista (1898-c.1920)», el autor tomó como objetivo el entender cómo fue vivida la comunidad nacional durante los últimos años de la Restauración. Para ello planteó la definición de unas «experiencias de nación» que, de la mano del nacionalismo banal, se asociaban a los procesos de nacionalización de masas (Archilés 2007). Archilés propuso en su análisis (2013, 95), y las posteriores revisiones sobre el mismo, dos supuestos implícitos: en primer lugar, introducir en los estudios de la construcción de identidades nacionales la dimensión inspirada en la historia sociocultural. Con ello, se podría observar la manera en la que los diversos grupos sociales vivieron y experimentaron en el pasado la identidad nacional, no únicamente cómo la sufrieron de un modo pasivo.

En segundo lugar, alejarse de la perspectiva «desde arriba» que explica la experiencia de nación como algo «predeterminado» en forma de una serie de contenidos dispuestos para el consumo por parte de los grupos sociales. Así, tomaría importancia el estudio sobre la agencia de los sujetos en la construcción, negociación y asimilación de la identidad nacional, estableciendo la posibilidad de plantear un estudio que tome una dirección inversa, «de abajo arriba». La dimensión política, muy utilizada en los estudios de los exponentes de la teoría de la débil nacionalización, pierde peso en beneficio de la dimensión cultural, en tanto que la cultura es producida y experienciada por todos los estratos sociales, y ejerce como una pieza clave a través de la que comprender la nación. El discurso nacionalista es asumido cognitivamente a través de sus símbolos, lenguajes, imágenes y prácticas culturales que trazan toda nuestra manera de entender, ver y estar en el mundo (Özkirimli 2010).

Otra línea analítica que se ha demostrado pionera en los recientes estudios sobre el carácter artificial y temporal de las naciones, así como la naturaleza adquirida y aprendida de las identidades nacionales en España, fue la que abrió Alejandro Quiroga con su trabajo sobre la nacionalización de las masas en el periodo dictatorial de Primo de Rivera (2008; 2013). La presentación del número 90 de la revista *Ayer* (Archilés y

Quiroga 2013), se planteó como objetivo el estudio del proceso de nacionalización de masas a través de la creación, transmisión y asimilación del concepto de nación y de las ideas, símbolos y lenguajes asociadas a ésta, algo que ya había puesto en práctica en su estudio publicado en 2008. La construcción discursiva de las identidades nacionales postuló, deben entenderse también por la relación con los diversos «otros». El autor puso el foco de atención en el lenguaje cotidiano y sus símbolos, en tanto que son mecanismos de delineación de conciencias nacionales, sujetas a cambios, resistencias y transformaciones. Una de las aportaciones más relevantes de sus estudios fue la teoría de las tres esferas de nacionalización: la pública en la que actúan las instituciones oficiales, ya sean estatales, regionales, provinciales o locales; la semipública en la que actúan en el espacio público las instituciones privadas como los sindicatos, los partidos políticos, los grupos deportivos, e incluso las instituciones religiosas. Finalmente plantea la existencia de la esfera privada que comprende el entorno familiar y de amistades del individuo.

Resulta cierto que esta esfera es la más difícil de tratar en la historia, por la dificultad que existe para dar con fuentes que puedan hablarnos de ella, no obstante, el autor propone algunas que pueden ser útiles, no sólo para el periodo primorriverista sino también para el republicano. Asimismo, la línea analítica propuesta por Quiroga propone una asimilación entre la práctica nacional y la capitalista, puesto que la nación debe contar con «consumidores». Esta idea analiza las nociones de experiencias y consumo de los individuos desde su capacidad para seleccionar la nación como referente de pertenencia, en la medida en que la concebían como congruente con su identidad personal o sus aspiraciones sociales. La persona dota de significado nacional su ámbito privado, el doméstico, y actúa en consonancia en el público (Quiroga 2011).

Otros estudios que muestran como la esfera privada toma sentido desde ámbito doméstico en los estudios sobre los procesos de nacionalización a partir de la segunda década del siglo XXI, es la línea seguida por el historiador holandés Eric Storm. En ella, el autor pone el foco de atención en el espacio privado y doméstico como un ámbito relevante donde se darían procesos complejos de nacionalización, mediante la utilización de las teorías del nacionalismo banal de Billig. Las tres primeras décadas del siglo XX en España han sido utilizadas por el autor como campo empírico a través del

que poder analizar aspectos poco explorados que pueden intervenir en los procesos de nacionalización de las masas, como serían la arquitectura vernácula, la construcción de una idea de cocina española o el consumo de bienes y productos nacionales (2017). No obstante, lo que lleva a cabo Eric Storm es un estudio del nacionalismo «hacia abajo», tomando fuentes pertenecientes a discursos de grandes prohombres españoles como Azorín, Emilia Pardo Bazán o Pío Baroja, que desde arriba fomentaron la creación de una simbología concreta a través, por ejemplo, la gastronomía española. Asimismo, estos estudios no consiguen recoger eventos de resistencia y renegociación desde abajo de la identidad nacional, regional o local, lo cual en absoluto resta mérito a sus propuestas. A los historiadores e historiadoras se les presenta una importante complicación para encontrar prácticas que lleven a pensar en las resistencias cotidianas al discurso desde abajo.

Tal como se ha expuesto en líneas anteriores, la primera y segunda década del siglo veinte ha servido para asumir las novedosas teorías socioculturales de la nación a nivel internacional y poder plantear nuevas líneas de investigación. Otra de estas nuevas vías apareció gracias a la recuperación del análisis del regionalismo y el localismo, al entenderlos como fenómenos autónomos de la nación y con un significado alternativo a la misma, pero que serviría como una pieza más que completaría la identidad nacional (Molina Aparicio 2017a, 70). Lo local se asume en el pensamiento nacionalista como el hogar de la nación, aparece de esta manera como un ámbito configurador y un agente activo en la identidad nacional (Confino 2006a, 21-22). La presente tesis se enmarca en estas teorías herederas del giro local, ya que se plantea investigar sobre las identidades nacionales catalana y española a través de su esfera local, en este caso la identidad tarraconense.

No obstante, Antoni Vives (2012) se aleja de estos postulados sobre la conglomeración entre lo local y lo nación, pues su estudio viene a demostrar los límites de la acción del Estado-Nación en el proceso de nacionalización en la isla de Mallorca, estos límites se presentan en ambientes informales donde la población puede teatralizar resistencias y renegociaciones frente a la identidad nacional hegemónica. El estudio discursivo de las fuentes usadas demostró el dominio de la identidad local sobre la nacional en el territorio objeto de análisis. Javier Moreno Luzón (2015) basculó en el

mismo sentido, al acuñar el término regionalismo banal en su estudio sobre la percepción naturalizada de un vínculo entre la región y un equipo de fútbol. Los dos estudios demuestran, a partir de un enfoque constructivista de la identidad nacional, que las identidades locales o regionales también pueden ser adquiridas de un modo banal, como así sucede con las nacionales, de una manera cotidiana, rutinaria y seminconsciente (Quiroga Fernández de Soto 2018, 9).

Pese a ello, debemos marcar una clara diferencia entre ambos autores, la que recae en las diferentes esferas tratadas, mientras que Moreno Luzón sitúa su investigación en el ámbito de la nacionalización a través de los equipos de fútbol, por tanto entidades mediadoras entre la esfera pública de la nación y la privada, Antoni Vives toma como referencia los discursos y prácticas elaborados directamente desde la esfera privada, desde la construcción o renegociación de la identidad local y nacional a través de prácticas en las que las gentes comunes tienen una relativa agencia, gracias también a situar su investigación en un ámbito informal como sería el festivo y la cultura popular carnavalesca (De Certeau 1988).

La última línea, que marca una ruptura clara con la historiografía anterior que teorizaba sobre la débil nacionalización, ha sido aquella que pone el foco de atención en los procesos de nacionalización de masas. La aparición del giro local y su influencia en los estudios recientes sobre los procesos nacionalizadores, desmienten estos desarrollos como algo institucional y vertical, de arriba abajo. Tanto los renovados análisis sobre regionalismos como aquellos que emergen de las teorías del nacionalismo desde abajo destacan la heterogeneidad y multiplicidad de ámbitos de nacionalización. Esta nueva línea, como se ha comprobado a lo largo de la exposición anterior, ha sido utilizada por la mayoría de los autores aquí citados: desde las tres esferas de nacionalización de Alejandro Quiroga (2008), pasando por los estudios de Eric Storm sobre la complejidad de los procesos de nacionalización en el hogar (2017), así como el análisis pionero de Ferran Archilés (2007) con el que inaugura de alguna manera esta nueva línea de investigación, al afirmar que el individuo no debe considerarse pasivo en los procesos de nacionalización, sino como un selector e incluso negociador del discurso (Molina Aparicio 2017a, 72).

Uno de los estudios internacionales que mejor recepción ha tenido en los estudios sobre el nacionalismo español ha sido el de Tim Edensor (2002), en el que desarrolla la teoría sobre el «nacionalismo cotidiano» a través de la cultura de masas, con especial atención al cine o el deporte, así como al turismo como espacios en los que se naturaliza la nación, aplicando además el giro performativo en los estudios sobre nacionalismo. Siguiendo estos postulados se debe señalar para el caso español los estudios de Marta García Carrión (2018; 2006; 2017), pionera en la incorporación del análisis del cine en los estudios culturales del nacionalismo español, con los que trata la reproducción de la comunidad imaginada nacional a través de la filmografía española de las primeras tres décadas del siglo XX y sus actores y actrices. La autora destaca la utilización de la mirada micro y local para entender mejor la presencia de lo nacional en los hábitos cotidianos de la población, como sería el «ir al cine» como rutina entre la población de la ciudad de Valencia de los años veinte, rutina que aportaría unos discursos de nación proyectados a través del ámbito audiovisual y que serían reinterpretados por los medios de comunicación relacionados con el cine.

El desarrollo de todas estas nuevas líneas de investigación permite abordar el estudio sobre los procesos de nacionalización desde su complejidad, posibilitando la autocomprensión de los sujetos y entendiendo a estos como actores protagonistas en dichos procesos. Esta nueva generación de historiadores ha permitido abandonar la concepción unidireccional por la cual los individuos adquirirían identidad nacional, han dejado atrás la metáfora que los situaba como jarrones vacíos que esperaban ser llenados de la identidad en cuestión. A su vez, se han hecho eco de las teorías internacionales más modernas y abrazado los postulados constructivistas e instrumentales sobre la nación. No obstante, cabe destacar un uso continuado del análisis discursivo sobre las identidades nacionales, pero que relega a un plano subsidiario el estudio sobre las prácticas con las que se reproduce dicho discurso. La aportación del estudio Antoni Vives revisa esta dinámica, al señalar el turismo como productor de culturas e identidades nacionales, regionales o locales, tomando en su estudio el caso de la isla de Mallorca (2018), con el que plantea la importancia del análisis no únicamente del discurso, sino también de las prácticas, puesto que será a través de ellas donde se producirán resistencias y renegociaciones al discurso de

identidad nacional hegemónico, que permite que dicha identidad tome una dirección inversa, de abajo arriba. Sin lugar a duda, esta línea es la que sigue la presente investigación, entendiendo que será en el marco del fomento del turismo a través de las nuevas fiestas populares, la monumentalización de la ciudad y las figuras representantes de Tarragona, que se podrá representar la identidad local hegemónica, pero también donde se podrán llevar a cabo resistencias a esta a través de nuevas performances surgidas desde abajo, desde las clases populares.

Estos nuevos estudios permiten rellenar espacios no explorados anteriormente, gracias a brindar un camino a través del que analizar la identidad local, regional y nacional a través de las prácticas llevadas a cabo en entornos reconocidos como banales, pero donde resulta posible reconocer disidencias, resistencias y renegociaciones originadas en la agencia de la clase popular.

Así pues, el presente estudio resulta extraordinariamente idóneo a tenor de lo anteriormente expuesto. La nación debe ponerse en escena para la atracción de turistas y así recompensar su elección con experiencias memorables, exóticas y auténticas (MacCannell 1976). Esta performance de la identidad nacional traza un rumbo entre lo exótico y lo comprensible, para cautivar a los espectadores a partir de construcciones simbólicas poco complicadas (Edensor 2002, 70). Las formas disciplinadas de conducta y comportamiento, según Edensor (2009, 554), se diseñan justamente para minimizar la ambigüedad, la improvisación, la contestación o la burla, al mismo tiempo que fijan el significado de la identidad nacional. La reproducción de esta identidad va acompañada de una presión para cumplir con los altos estándares de comportamiento estético y corporal exigidos por los organizadores de dichas performance (Zuelow 2007, 150). No obstante, será mediante esta performance que la clase popular, participante de los encuentros turísticos, podrá presentar resistencias, transgresiones y negociaciones frente a la identidad nacional impuesta de arriba abajo.

Ordenamientos simbólicos de género en la construcción de las identidades nacionales

Uno de los ejes vehiculares de esta tesis doctoral pretende relacionar los ordenamientos de género en la construcción de una identidad local como era la de

Tarragona en la II República en el marco del turismo, por ello es necesario llevar a cabo previamente un minucioso estudio sobre el estado de esta cuestión en la historiografía producida hasta el momento.

Se debe tener en cuenta, en primer lugar, que la década de los ochenta representó un punto de inflexión para los estudios sobre nacionalismos en la historiografía producida a nivel internacional, teniendo en cuenta que esta fue unos pasos por delante de la que se produjo en España. Hasta entonces, estos estudios se centraron exclusivamente en los hombres: hombres intelectuales, hombres políticos, militares que defendieron la nación. No obstante, a mitades de la década comenzaron a emerger estudios que reconocían la complejidad de los procesos nacionalizadores, los cuales no debían entenderse sin una inexorable conexión con el análisis de género. Fueron numerosas las contribuciones y ejemplos que fomentaron la aparición de estructuras teóricas que organizaron la nueva área de estudio, una nueva línea en una cuestión tratada históricamente pero que debía acometer un giro para llegar a comprenderla en su total complejidad (Malecková 2008; Andreu Miralles 2017).

Sin lugar a duda, el giro lingüístico y cultural fomentó el acercamiento entre los estudios de género y de nación. Es por esta razón que Joan Scott se convirtió, a la vez que Benedict Anderson, en referentes para una historia cultural de las naciones (Anderson 1991) y del género (Scott 1986), que planteaba la naturaleza discursiva de un vasto complejo de identidades (Andreu Miralles 2017, 23).

Para conocer la evolución de la historiografía internacional que relacionó en un primer momento la nación y el género es necesario tener en cuenta la publicación de la obra de Nira Yuval-Davis y Floya Antas, titulada «Women-nation-State» (1989). Esta obra analizaba la manera en la que las naciones y los nacionalismos se han calificado en base a conceptos de género. Con este objetivo trazaron, a través de una metodología multidisciplinaria, cuatro canales por los que las mujeres participaron en los procesos de nacionalización, ya fuera mediante su apelación directa o como regulador de sus conductas. El primero de ellos señalaba que sería la feminidad la encargada de representar simbólicamente la nación, serían las figuras femeninas las que, en forma de símbolos, describirían y caracterizarían la nación. En segundo lugar, plantea que las mujeres encarnarían los límites morales de la comunidad nacional, ellas y su feminidad

marcarían la moral y la honorabilidad de toda la comunidad; en tercer lugar, ellas actuarían en base a dos funciones básicas: la de reproductoras biológicas, por su atributo maternal, así como en reproductoras culturales, por ser ellas las depositarias y centinelas de las tradiciones y las costumbres, a ellas no se les presuponía agencia alguna en la modernidad, sino únicamente en la tradición. Y finalmente, señalan que las mujeres participaron de diversas formas en las luchas nacionalistas, de las que no estuvieron alejadas. Sin duda, estas cuatro categorías han servido de sustrato teórico en el que fundamentar los estudios que posteriormente han analizado la relación entre género y nación en la historiografía española.

Las propuestas de Yuval-Davis fueron ampliadas en la publicación de la monografía «Gender & Nation» (1997), que actualmente se reconoce como una obra clásica y esencial, como marco teórico de un estudio de estas características. Sus aportaciones han permitido entender la magnitud y efectividad del género en los discursos de la nación, cómo las nociones de ciudadanía surgieron de discursos incluyentes y excluyentes, o de qué manera las múltiples identidades actúan en función de cada contexto (Andreu Miralles 2017, 25; Knight 2018).

Paralelamente, George L. Mosse (1985) publicaba otra innovadora obra con la que abordaba el tema sobre las masculinidades en el contexto del nacionalismo y la construcción de identidades nacionales, lo cual implicó un salto cualitativo en la línea de estudio que relacionaba género y nación al integrar también el estudio sobre las masculinidades, obviado por Yuval-Davis. Mosse sostenía que las identidades nacionales hacían uso de representaciones idealizadas de la masculinidad con el objetivo de reforzar los valores y normas de la nación. Asimismo, cualquier tipo de desviación de las normas de masculinidad heterosexual era excluida y sancionada, tal como pasaba con los homosexuales, quienes eran considerados como «anormales», fomentando su exclusión y estigmatización. Esta propuesta, al igual que la de Yuval-Davis fomentó la aparición de una serie de trabajos que los tomaban como sustrato teórico y desarrollaban sus propuestas en casos de estudio concretos, tal y como veremos más adelante a través del caso de la historiografía sobre el caso español y catalán.

Según Xavier Andreu, es necesario tener siempre presente el carácter construido, por tanto, histórico, de unas identidades que articulan los sujetos históricos

en cada momento. Es por ello que los discursos resultan múltiples y maleables, por lo que los postulados esencialistas resultan invalidados. Este argumentario esencialista estaría muy presente en la historiografía de los años noventa, momento en el que surgió un importante interés por los fenómenos étnicos y nacionales (Andreu Miralles 2017, 25-27). No obstante, cabe destacar en estos años la aportación de Anne McClintock (1995), quien corroboraría los postulados de Yuval-Davis y añadiría el concepto de performatividad en los estudios sobre nación y género. Sugirió que el nacionalismo es una performance teatralizada de una comunidad inventada e imaginada, en la que hombres y mujeres tienen una simbología diferenciada. Mientras que la mujer representa un plano metafórico y simbólico: el pasado, la tradición; el hombre representa el agente progresista de la modernidad nacional o de un concepto revolucionario de discontinuidad. Asimismo, añade que la performance y su repetición tiene un objetivo concreto: obstaculizar y eliminar las subversiones, así como fomentar la retención del significado identitario de la nación, impidiendo las interpretaciones alternativas y las afirmaciones de las identidades en disputa. Por otro lado, planteó la organización de la nación a imagen y semejanza de la familia, puesto que esta proporcionaba una figura natural con la que sancionar la jerarquía de la nación en función de los intereses unitarios de la misma. Con todo ello, afirmaba con rotundidad la necesidad de analizar el surgimiento y el comportamiento de los nacionalismos también desde el discurso de género que de ellos emanaba, al no existir ningún discurso nacional que no estuviera marcado y determinado por dicha variable (McClintock 1995, 347-55).

Pese a que, como se ha visto, resulta acertado afirmar que se ha avanzado en la materia desde sus primeros años de surgimiento, evolución que ha llevado hasta el surgimiento de nuevas líneas de investigación como la Historia Queer o la Historia de las Emociones, a principios del siglo XXI se experimenta un decaimiento del interés del análisis de la nación entre las historiadoras de género a nivel internacional. Posiblemente este hecho se debe a que la perspectiva de género en los estudios sobre las naciones no se ha reconocido, hasta el momento, como un eje vertebrador del análisis y que puede llegar a modificarlo, sino más bien ha actuado como un complemento a los grandes relatos (Andreu Miralles 2017, 28-29).

Asimismo, la recepción de las teorías de Joan W. Scott fue dándose de manera paulatina en los estudios sobre género y nación en el caso español, relación que inició su andadura con la aparición en los años ochenta de un seguido de trabajos sobre género y los nacionalismos periféricos vasco y catalán. Resulta cierto que estos estudios no podrían integrar aún las teorías de Yuval-Davis por cuestiones temporales, puesto que sus textos no aparecerían hasta 1989. Los estudios relacionales de género y nacionalismo español se han centrado en trazar la evolución de la identidad femenina desde finales del siglo XIX, así como el surgimiento de los movimientos feministas, muy ligados a la identidad nacional. Algunos ejemplos de los que consideramos aquí la primera etapa de los estudios de género y nación del caso español son los análisis de Montserrat Duch (1984), Mary Nash (1982), Cristina Duplaá (1989) o Mercedes Ugalde (1995). El interés por el estudio de la actuación de las mujeres en los movimientos nacionalistas y la dimensión de género del propio discurso nacionalista no ha decaído en los últimos años, al contrario. Esta segunda etapa en los estudios sobre género y nacionalismos responde a la evolución que se experimentó desde la historia de las mujeres a la historia del género, en el que la masculinidad y la feminidad, sus intersecciones, así como su construcción y formas como sistema de poder toma un carácter central (Duch i Plana 2004; Gonzàlez i Vilalta 2006; García Checa 2008; Aresti 2014b).

La mayoría de estos estudios utilizan la historia comparada para trazar el camino de los movimientos feministas presentes en el nacionalismo vasco y catalán, al presentar similitudes y diferencias de la incorporación de las mujeres y sus demandas en las organizaciones políticas nacionalistas hegemónicas en ambos territorios, a partir de principios del siglo XX. Cabe señalar que, aunque existen estudios, expuestos en las siguientes líneas, que tratan la relación entre género y nación en los casos de lo que se conoce como nacionalismos periféricos, resulta cierto que no se cuentan con un gran número de investigaciones en este sentido. Este hecho resulta central en esta investigación, que pretende seguir ahondando en la relación entre el género y la nación en un ámbito aparentemente banal como es el turismo. Los estudios aquí tratados coinciden en afirmar que, pese a que los movimientos nacionalistas vasco y catalán se opusieron al posible desarrollo del feminismo, existía una diferencia fundamental en la

concepción del arquetipo de feminidad, discurso de género esgrimido de arriba abajo. Mientras que el catalanismo apostaba por la idea de la «nova dona», un modelo en el que no resultaba incompatible la centralidad del eje madre-esposa con la elevación cultural y la capacitación profesional (Ugalde 1995, 131; Duch i Plana 2004); el nacionalismo vasco, representado por las Emakumes del PNV, afirmaba un modelo de feminidad consagrado a la maternidad y al espacio doméstico, representado por el caserío, lo cual imposibilitaba abandonar su lugar social secundario (González i Vilalta 2005, 629).

Aun así, ambos modelos conceptuaban la familia y la maternidad como uno de los ejes centrales del discurso nacionalista. La figura de la madre-mujer fue utilizada como símbolo de la patria, en el cual residía el origen natural de la comunidad (Duch i Plana 2004a, 1629-30). Cabe destacar por otro lado, la importancia que las autoras han dado al origen de ambos movimientos de mujeres, puesto que, como así argumentan, dichos orígenes serían determinantes en las semejanzas y diferencias que se establecen entre el uno y el otro. Existe una total consonancia en los estudios sobre el tema, que concluyen al unísono que la Secció Femenina de la Lliga se nutrió de las madres, esposas e hijas de los prohombres del partido, pertenecientes por tanto a la burguesía catalana (González i Vilalta 2005). De hecho, la sección femenina del partido se creó con fines electorales, después del reconocimiento del sufragio universal en la Constitución de 1931. En cambio, el «Emakume Abertzale Batza» del PNV se creó en 1922 y se recuperó durante la República, después del paréntesis forzado durante la Dictadura de Primo de Rivera. Mientras que las primeras no se constituyeron alrededor de un proyecto político que les concediera un lugar en la vida pública, las Emakumes llevaban años de militancia política, intentando introducirse en las actividades del nacionalismo en diferentes grados (González i Vilalta 2005, 624-25; García Checa 2008, 216; Aresti 2014b).

Otro de los aspectos tratados profundamente en los estudios sobre género y nacionalismos periféricos en España, ha sido la idea de «maternidad social», llegando a concluir que en la década de los veinte y los treinta este aspecto favoreció la labor militante de las mujeres nacionalistas. Representó un argumento legitimador de la incorporación femenina a la esfera pública. Aunque a su vez, representó un muro de contención a la legitimidad que se les otorgaba como verdaderas activistas del partido

(Aresti 2014b, 297; García Checa 2008, 227-28). Asimismo, tanto la mujer vasca como la catalana, se debían a una doble visión: la nacionalista y la católica, que definían sus funciones naturales y de género (González i Vilalta 2005). Así pues, se observa como los estudios sobre género y nación siguieron los postulados de Yuval-Davis (1989; 1997) con los que planteaba las posibilidades que tenía el estudio de la participación de las mujeres en la lucha nacionalista. Además, los estudios anteriormente nombrados también siguen la segunda de las propuestas analíticas de Yuval-Davis, con la que proponía la posibilidad de analizar la presencia de las mujeres, como la identidad nacional apelaba a ellas, así como la manera en la que se regulaba el género a través de su capacidad de maternar, ya fuera biológica o culturalmente. La presente tesis pretende señalar, más allá del encuadre de las mujeres en los movimientos nacionalistas, la manera en la que la nación se ha servido del género para construirse, representarse, reproducirse, experienciarse e incluso, ser resistida y negociada.

Los estudios analizados parten de fuentes coincidentes en su mayoría. En primer lugar, resulta relevante la utilización de obras literarias, como es el caso del estudio de Nerea Aresti sobre la representación de género intrínseca en el discurso nacionalista vasco (2014b), en el que utiliza como fuente la obra teatral «Libe» de Sabino Arana y su adaptación en 1934 por Manuel de la Sota. Las obras literarias son reconocidas como obras de propaganda de los nacionalismos periféricos, por lo que representan una fuente ineludible para el análisis de la cuestión que ya había sido utilizada en el periodo anterior de los estudios sobre mujeres y nacionalismos periféricos. Buen ejemplo de ello es el estudio de Cristina Dupláa (1989) que toma como fuente de estudio la obra de Eugeni d'Ors, «La Ben Plantada», a través de la que analizó el símbolo femenino de «noucentisme» con el que se construyó la feminidad propia del catalanismo político conservador de principios de siglo. Otro tipo de fuentes primarias de las que se han nutrido los estudios sobre género y nación de los últimos años ha sido la prensa. Mercedes Ugalde en su estudio de historia comparada (1995), ya utilizó la revista *Feminal* como fuente de la que obtener información sobre la relación de género y nacionalismo catalán en el primer tercio del siglo XX. El valor de esta publicación reside en su reconocimiento como revista feminista, conservadora y de ideas catalanistas. Esta dinámica se repite en estudios más recientes, Amelia García emplea la revista «Or i Grana» para la demostración empírica de sus conclusiones, así como también algunos

textos de cinco mujeres relevantes de la burguesía catalana, nacionalistas y afines al reformismo católico (García Checa 2008). Pese a que los estudios presentados tanto de los años ochenta y noventa, como los de principios del dos mil utilizan las mismas fuentes, cabe señalar que la aplicación de Yuval-Davis está mucho más presente en los análisis más recientes, que toman una dimensión mucho más interpretativa respecto de los primeros.

Cabe destacar que, a partir del cambio de siglo, han surgido importantes iniciativas que abordan la cuestión del nacionalismo español desde una perspectiva de género (Nash 1999; Bussy-Genovois 2005; Blasco 2013; Espigado Tocino 2018; Ortega López, Aguado Higón, y Hernández Sandoica 2019). Estos estudios analizan la modernización que se dio en el discurso de género en la España de principios del siglo XX. La definición de la identidad nacional del siglo XIX se articulaba en base a las atribuciones de género vigentes y una definición natural diferenciada para hombres y mujeres que implicaba, a su vez, roles y funciones determinados y fundamentados en los atributos físicos y psíquicos. Ello implicaba que las mujeres y sus aspiraciones quedasen relegadas al espacio doméstico, representado por el hogar, el matrimonio y la familia. Sin embargo, pese a deber cumplir con su misión natural, las mujeres debían participar en la tarea nacional a partir de sus atributos como educadora y moralizadora. Asimismo, la nación estaba constituida en forma de familia imprimiendo así connotaciones de género a la identidad nacional que harían más tangible su descripción, la mujer debería participar en la nación como su reproductora biológica y cultural desde el ámbito privado, participar en la labor natalista la situaría como una figura esencial de la nación (Nash 1999; Bussy-Genovois 2005, 82; Blasco 2013, 169). Todos estos postulados demuestran la total recepción de las teorías de la historiografía internacional, destacando la propuesta por Joan W. Scott, así como la de Yuval-Davis, pues todos estos estudios siguen los cuatro puntos a través de los que las mujeres son apeladas por el discurso de identidad nacional, así como la manera en la que regulan sus conductas como mujeres de la nación.

Por otro lado, en la última década se han publicado trabajos que no han centrado el foco de atención en el modelo de feminidad presente en los nacionalismos. Buen ejemplo de ello son los trabajos de Nerea Aresti o Gemma Torres que, siguiendo la estela

de Joane Nagel (1998), plantean la necesidad de avanzar en el estudio relacional de género y nación hacia el análisis de la conformación de los sujetos nacionales masculinos. En sus trabajos tratan los discursos de masculinidad española de las primeras décadas del XX, desde la idea de que el género aparece en estos años como una clave que puede ayudar a entender los discursos regeneracionistas, interventores claros en los nuevos modelos de masculinidad surgidos en aquellos años, estas aproximaciones describen la creación y fundamentación del «hombre español» en contraposición de las formas más decadentes del estereotipo del «donjuán», así como la violencia simbólica ejercida por el colonialismo español y como la Guerra de Marruecos significó un contexto a través del que crear la idea de una nación viril (Aresti 2012; 2014b; Torres 2014; Aresti, Brünhe, y Peters 2016).

En base a lo anteriormente expuesto, cabe concluir que pese a que en los últimos años las historiadoras de género han tomado conciencia en relación a la importancia de los procesos de nacionalización, y a la inversa, los especialistas en historia del nacionalismo se han aproximado a la dimensión de género, aun no se puede afirmar con rotundidad que el género represente uno de los ejes vertebradores de la comprensión sobre la nación, pues esta categoría analítica no se ha aplicado de manera transversal. Hasta el momento, subrayando las palabras de Xavier Andreu, la perspectiva de género no es más que un complemento que no modifica esencialmente el análisis sobre los nacionalismos (2017, 39). De igual modo, resulta necesario constatar que los estudios comentados hasta el momento y que resultan, sin lugar a duda, relevantes para el estudio sobre la relación entre identidad nacional e identidad de género, se centran en abordar el tema desde el ámbito institucional de manera exclusiva. Hasta el momento, los estudios no se han ocupado de entender la manera en la que los sujetos participan desde abajo en los procesos de construcción nacional, la performance de dicha identidad nacional y de género y las posibles resistencias frente a un discurso de hegemónico que no necesariamente responde a la práctica social. Es por esta razón que la presente tesis se sitúa en un marco idóneo a partir del que innovar, al tomar el turismo como una actividad cotidiana y banal, un marco que no ha sido utilizado hasta el momento a través del que es posible analizar la representación, negociación y la reproducción de una identidad nacional hegemónica que estaría compuesta de

identidades locales, como la presente en Tarragona, que aparece definida a través de conceptos de género concretos. La cotidianeidad de la actividad turística, a su vez, fomenta la aparición de resistencias y renegociaciones planteadas desde abajo en la construcción de la identidad local y nacional y sus imágenes de género, en un contexto histórico de importantes cambios como significó la II República, contexto utilizado en este estudio.

Evolución de los estudios sobre historia del turismo

La historia del turismo ha emergido como una línea de investigación significativa y cada vez más valorada. Pese a que en sus inicios fue considerada desde una perspectiva periférica, banal e inocente, cada vez más se observa la historia del turismo como un ámbito central para la explicación global de la modernidad en la historiografía internacional. La historia del turismo permite demostrar la importancia de esta actividad de ocio más allá del momento presente. Permite arrojar luz sobre la amalgama de motivaciones que vehicularon y forjaron tanto la oferta como la demanda de destinos turísticos. Plantea la configuración de identidades nacionales u ordenamientos de género a través de las prácticas de viaje, tanto en las sociedades emisoras de turismo como en las receptoras (J.K Walton 2009, 124). Los primeros indicios que marcan un creciente interés académico sobre el turismo desde una perspectiva social y cultural se observan a partir de la segunda mitad del siglo XX, posiblemente su mejor exponente fue Dean MacCannell con su obra «The Tourist: A New Theory of the Leisure Class» (1976) con la que analizó el turismo desde una perspectiva sociológica en tanto que resulta la búsqueda de autenticidad y sirve para la proyección de representaciones nacionales a través de los destinos turísticos.

Los estudios críticos del turismo se fueron consolidando gracias a aportaciones conceptuales y teóricas surgidas en la década de los noventa del siglo pasado, experimentando una amplia expansión de enfoques y temáticas más allá de las tradicionales aproximaciones económicas. Buen ejemplo es la influyente obra de John Urry (1990) a través de la que exploró la noción de la «mirada turística» y cómo la percepción del turista resulta un hecho fundamental en la construcción de lugares y experiencias turísticas. Gracias a estas aportaciones, otros autores como Orvan Löfgren (1999), Sara Mills (1993) o Karen Dubinsky (1994) pudieron tomar prestados repertorios conceptuales de los estudios turísticos, surgidos de la interdisciplinariedad y la colaboración de diversas disciplinas sociales, para llevar a cabo su análisis histórico. Rudy Koshar, por ejemplo (1998), ya adoptó las nociones de «autenticidad escenificada» (MacCanell, 1976) o «mirada turística» (Urry, 1990) en su análisis sobre la configuración de las identidades nacionales del Norte de Europa a través de las guías turísticas de mediados del XIX. Poco más tarde, esta misma línea prosiguió con la aparición de otras

obras que pusieron el foco en la incidencia del turismo como elemento constitutivo de diferentes órdenes de clase e identidades locales, regionales o nacionales (Lofgren, 1999; Branaowski y Furlough, 2001).

Finalmente la historiografía del turismo se integró en los círculos interdisciplinarios de los estudios turísticos con la obra editada por J. K. Walton «Histories of Tourism» (2005). Sus capítulos combinan la perspectiva histórica con el aparato crítico de los estudios turísticos en el análisis de la construcción de identidades múltiples tales como la nacional, la colonial o la de género. En consecuencia, sus aportaciones resultaron pioneras y permitieron el estudio histórico de las relaciones de poder establecidas en el turismo. Asimismo, esta obra acababa con el vacío y la marginalidad de la historiografía sobre turismo, fomentada por la propia disciplina histórica y por los estudios turísticos. La consolidación de la historia del turismo como área de conocimiento se produjo finalmente con la publicación de la revista científica «Journal of Tourism History» en 2009.

Finalmente, cabe destacar la obra de Zuelow (2007, 148) que utiliza el caso del surgimiento de un interés político sobre el turismo en la Irlanda independiente. Los debates entre la política turística y la formación de la identidad que sería comercializada pasaban por seleccionar y combinar los símbolos antiguos de la cultura popular y el etnicismo irlandés con creaciones más recientes que reflejaban una visión positiva y mejorada sobre la identidad irlandesa. El autor recurre al análisis de tres nuevas acciones que representarían la reinención de la tradición y la memoria en la Irlanda independiente, como marcadores preexistentes de una cultura popular de la que emanaba un auténtico sentimiento e identidad irlandesa (Zuelow 2007, 141-53). El intenso diálogo sobre lo que debía implicar ser irlandés creó tradiciones revisadas para reemplazar versiones más antiguas y problemáticas y así poder presentar la modernidad y la tradición como una relación simbiótica. Así pues, más allá de analizar el turismo a través de su potencial económico, Zuelow continúa con la estela de los estudios aquí expuestos, por los que la política turística es potencialmente un punto de vista interesante, ya que plantea cuestiones sobre cómo se presenta un país a los de fuera y, por tanto, sobre lo que la gente cree que debería constituir la identidad colectiva de la nación. Es decir, el objetivo de estos estudios sobre el turismo y la nación pasan por

entender que dicha actividad resulta una buena herramienta para la consecución de propósitos políticos de identificación nación y de cohesión social.

La historiografía española sobre el turismo experimentó un auge a partir de la publicación del primer monográfico en la revista «Historia Contemporánea» y dirigido por González y Larrinaga (2002) y que significó el pistoletazo de salida a una nueva línea de investigación que gracias a las sucesivas publicaciones y congresos ha ido adquiriendo el lugar que le pertenece. Estas publicaciones primaron la perspectiva económica y se enfocó principalmente en el estudio del desarrollo turístico como una muestra de la vitalidad empresarial de la España previa a la Guerra Civil (Larrinaga Rodríguez 2015; Vallejo Pousada, Larrinaga Rodríguez, y (dirs.) 2018). Otra gran línea de investigación en relación con el turismo, que surgió en paralelo a los enfoques económicos, ha sido la que analiza la promoción turística que desarrollaron las administraciones públicas y las promotoras privadas a principios del siglo XX en España. Una de las grandes pioneras en esta línea fue Ana Moreno Garrido (2004) con la publicación de su tesis doctoral, con la que señaló la importancia de la propaganda turística en la construcción y reproducción de la identidad nacional española (Vives y Torres 2021, 1).

Nacionalismo y turismo

Tal como se ha ido señalando a lo largo de este texto, el turismo resulta una fértil arena sobre la que analizar los procesos de nacionalización en la vida cotidiana de los locales, puesto que sería en el día a día de los encuentros turísticos donde ellos deberían representar y reproducir una identidad creada de arriba abajo. Asimismo, el turismo resultaría el lugar, también, donde poder reproducir las resistencias de arriba abajo sobre el discurso de identidad local, regional o nacional. En este apartado se llevará a cabo un repaso bibliográfico sobre los estudios existentes hasta ahora que analizan los procesos nacionalizadores desde la práctica turística. En este sentido, debemos tener presente que la actividad turística se reconoció por sus precursores como una herramienta particularmente útil para crear unas determinadas imágenes de nación que eran necesarias para la construcción y el forjado de la identidad colectiva. El turismo se nutre de estos símbolos distintivos de las naciones, que sirven no sólo para enseñar la nación hacia afuera, sino también a sus propios ciudadanos, fomentando así el amor por

la propia patria, una patria que ha podido ser explorada y visitada por sus propios ciudadanos, o bien ha sido expuesta por los mismos locales a los turistas.

La identidad nacional formada a través de las imágenes que nutren el turismo, no sólo se crean de dentro hacia afuera , sino que la formación de una idea desde fuera (Storm 2013, 530), desde la mirada turística (John Urry 1990) también ayudaría a crear imágenes de la nación visitada y que serían incluidas en el repertorio del discurso de identidad nacional de los locales con tal de satisfacer dichas demandas. Por tanto, el turismo deja de ser una simple industria o una experiencia pasiva para convertirse en una proceso interactivo que ofrece oportunidades para su crecimiento y desarrollo (Morgan y Pritchard 1998, 13). La relación entre nación y turismo en la esfera de la representación ha sido tratada por investigadores e investigadoras, de los que se hablará en este apartado, que han hecho uso de fuentes como por ejemplo las guías turísticas, la cartelería turística o los medios de comunicación a través de los que han deshilado imágenes, lenguaje y símbolos que ayudaron en la creación de identidades nacionales, regionales o locales que vendrían definidas por muchas variables, entre las que se encuentra el ordenamiento de género (Koshar 1998, 326; Baranowski y Furlough 2002; Marine-Roig 2011, 118).

La idea de autenticidad que se debía transmitir a través del turismo (Morgan y Pritchard 1998), que marcaría la diferencia respecto las demás naciones, así como haría de un país merecedor de ser visitado, fue estudiado de forma pionera por Koshar (1998) a partir de las guías turísticas de Europa del norte y central, lo que se tendió a interpretar a mediados del siglo XIX y principios del XX, como la Europa Moderna, fuera de la cual se encontraban países como España, Portugal o Italia. El artículo tenía como objetivo sugerir que la capacidad del turismo para promover la identidad nacional es un ejemplo de la búsqueda de sentido más allá del mercado y el consumo vacío de productos y discursos. Así pues, es a través de las guías turísticas que Koshar plantea la existencia de unas «ópticas del turismo» que responden a la búsqueda de conocimiento y de una identidad «auténtica» por parte de los turistas. Estos libros ponían en consonancia el turismo y la nación, en tanto que ofrecían los marcadores que señalaban el camino de aquellos objetos, lugares y personas que debían ser vistos para aprender sobre los orígenes de la colectividad nacional. Así pues, el turismo no se plantea en su estudio como una actividad destinada al ocio y el divertimento más mundano, sino que

demuestra la existencia de unas implicaciones mucho más profundas, por las que el turista resulta un agente en la creación de la identidad nacional a través de su óptica. Cabe destacar que, el estudio de Koshar, plantea una alternativa a la «mirada turística» de Urry (1990), al situarse más próximo al concepto de óptica utilizado por McCanell (1976), puesto que el concepto de mirado asimila una extensión acrítica e indefinida del comportamiento del turista, asemejándolo a un simple consumidor que no busca más allá del mero divertimento, sin considerar la opción de la búsqueda de un conocimiento sobre la nación mucho más profundo, el que será alcanzado gracias a lo que el autor llama «ópticas del turismo».

Otra de las obras pioneras en el estudio del turismo y la identidad nacional en Europa y América del Norte, con una perspectiva histórica, fue la editada por Baranowski y Furlough (2002). En sus diversos capítulos, cada uno de los autores pone énfasis en los mecanismos de política turística, ya fuera desde el ámbito público como desde el privado, que tenían como objetivo final la representación de la nación y su exportación a través de las experiencias de los turistas. El capítulo de Löfgren (2001) representa una aportación muy destacable por su análisis sobre la interrelación entre la construcción de una cultura nacional institucionalizada y el desarrollo del turismo doméstico. Su metodología se basa en la comparación entre el caso sueco y sus repertorios de símbolos nacionales en las Exposiciones Internacionales y el norteamericano, centrado en la construcción de parques nacionales a través de los que crear un nuevo lenguaje turístico sobre las «ruinas orgánicas» y sobre la tradición de lo sublime, lo cual estaba atravesado por la idea de lo que era verdaderamente silvestre americano, los panoramas bonitos y las poderosas montañas catedralicias.

A partir de estos eventos plantea tres cuestiones fundamentales: en primer lugar, el análisis sobre cuáles fueron las ideas que elaboraron imágenes de patrimonio cultural único de cada una de las naciones, así como los escenarios que definirían la nación, por tanto, cuál fue la representación de la nación plasmada en los dos casos. En segundo lugar, la manera en la que se exploraban y transformaban los lugares de turismo nacional a lo largo del siglo XX en Suecia, así como la manera en la que se confrontan las imágenes mentales de paisajes nacionales con los paisajes vacacionales que se debían explotar en la práctica turística, con lo que aborda la performance del

discurso nacional en estos escenarios turísticos (Orvan Löfgren 2001, 136). A lo largo del capítulo, plantea la agencia de los intelectuales escandinavos, los historiadores, los escritores, los conservadores de la naturaleza, los clubes montañistas en la producción de monumentos, escenarios o lugares sublimes de la nación, así como de la selección, categorización, relocalización y congelación de todo aquello que resultaba susceptible de convertirse en patrimonio cultural y folklore (Orvan Löfgren 2001, 139-43). A lo largo del capítulo este proceso de creación de la identidad nacional a través del turismo y su exportación se plantea desde las esferas pública y semipública propuestas por Quiroga, sin abordar la esfera privada (2011), por lo que más bien plantea un proceso de nacionalización hacia abajo.

En cambio, el capítulo de Steward (2002), se defiende una visión que se podría considerar que sí toma una dirección de abajo arriba, puesto a que pese a plantear que el desarrollo inicial del turismo en los territorios de habla alemana del imperio austríaco representó esencial en la construcción de identidades culturales, también contribuyó a forzar la fragmentación de un imperio multiétnico, reconociendo resistencias regionales al discurso unificador del imperio. Así, su análisis presenta la confrontación entre dos ideas de nación: por una parte, la del aparato institucional del imperio, con el emperador a la cabeza, que promocionaba un imperio único y en armonioso al aludir a la idea de «familia de naciones», idea que exportaba a través de imágenes turísticas. Por otro lado, la de aquellos lugares en los que existía una fuerte identidad regional, enfrentada a la idea del emperador sobre la nación, como es el caso de Bohemia. Estas regionales utilizaron el aumento del turismo para forjar una conciencia de genuinidad y particularidad de la identidad regional, además de una significación política diferenciada respecto la del imperio. La aportación de Steward demuestra la representación de identidades naciones y regionales en oposición y que se sirvieron del turismo para crearlas y marcar distancias entre ellas, presentándose así lo que aquí también consideramos resistencias de abajo arriba, entendiendo la posición subordinada de las regiones respecto de la nación. Este hecho no debe observarse como una inhabilitación de los postulados sobre la nación y las identidades regionales como una especie de puzle, sino que señala también la existencia de identidades enfrentadas que utilizan el turismo para plasmar sus diferencias y enfrentamientos. Sus postulados, además,

plantean la falta de universalidad del diálogo horizontal sobre la comunidad imaginada que propone Zuellow (2009, 30) y que entiende el turismo como catalizador del intercambio y del debate en las naciones multiétnicas.

En cuanto al estudio del turismo y el nacionalismo en el caso español, resulta recurrente el uso de la perspectiva desde arriba, así como el análisis del discurso como metodología más utilizada. Posiblemente una de las obras más pioneras en la historia sociocultural del turismo en España fue el manual de Ana Moreno Garrido (2004; 2007), en el que presenta una serie de aportaciones relevantes que contribuyen significativamente al entendimientos y análisis del desarrollo histórico del turismo en España. Las contribuciones más relevantes planeadas en esta obra es el hecho de que no sólo aborda aspectos cuantitativos y económicos del turismo, sino que también sus dimensiones sociales, culturales y políticas. La obra ofrece una perspectiva integral del fenómeno turístico teniendo en cuenta desde la demanda social hasta la oferta de transporte, alojamientos, promoción y gestión, tanto pública como privada. Su acercamiento a la cuestión que relaciona turismo y nación en los primeros años del siglo XX en España propone el análisis de la dimensión intelectual y nacional del turismo como una herramienta de socialización de la identidad del lugar, una especie de catalizador de los símbolos que la tenían que forjar. En su estudio toma mucha importancia la esfera pública de la nación, desde la que la Comisaria Regia desde 1911 hasta 1928 y el posterior Patronato Nacional de Turismo irían creando una idea turística de España desde arriba, que llegó a calar en profundidad en la imagen exterior de la nación, pero también en el discurso nacional interior.

Otro de los autores que más activamente ha trabajado en la perspectiva sociocultural en la historia del turismo ha sido Jorge Villaverde, analizando los estereotipos y su importancia en la construcción del discurso nacional español y la imagen exterior del país, exportada a través del turismo y su promoción (Villaverde 2016). La promoción ha sido abordada también por Beatriz Correyero (Palou Rubio y Correyero Ruiz 2020; Correyero Ruiz 2021), analizando la imagen estereotipada y banal del territorio visitado sembrada de alusiones nacionalistas, religiosas, históricas y costumbristas que se representaron por el régimen franquista en su primera etapa. Estos estudios, realmente pioneros en la historiografía sobre turismo en España, por su

perspectiva sociocultural, toman como objeto de estudio el discurso turístico de identidad nacional de arriba abajo, particularmente teniendo en cuenta la clase social protagonista en sus estudios, la élite económica y cultural del país. La presente tesis pretende abrir una línea de investigación en la historiografía del turismo, poco explorada hasta el momento, y que tiene que ver con conceder importancia y atención a los procesos de nacionalización de la población, entendiendo no sólo la cuestión de clase sino también la hegemonía del estado y la subordinación de los nacionalismos periféricos, entendidos como agentes subalternos frente a la estructura estatal, por tanto pretendiendo utilizar una perspectiva que vaya más allá de estudiar el nacionalismo de arriba abajo, sino también la agencia desde abajo en los discursos y las representaciones de la nación a través de sus imágenes de género.

Asimismo, otra de las aportaciones innovadoras en la historiografía del turismo en España fue la de Eric Storm (2013; 2019), pues sus planteamientos permiten, pese a la dificultad, no sólo tratar la representación de la nación en el turismo, sino también su reproducción, su performance. En los estudios aquí señalados, analiza el surgimiento paralelo del primer turismo en el país con el interés creciente en el regionalismo por parte de las instituciones estatales y los gestores privados del turismo, como podrían ser clubes excursionistas. El regionalismo permitió la representación de la autenticidad que sería reproducida de cara al turismo a través de la producción de objetos de artesanía, supuestamente típicos del lugar, la exhibición de trajes regionales tradicionales o la construcción de alojamientos turísticos en edificios de arquitectura vernácula. No obstante, así como en el caso del estudio de Steward (2002) el turismo se presenta como una arena en la que representar características diferenciales e incluso enfrentadas entre el nacionalismo de estado y los nacionalismos periféricos, Storm señala la utilización de los regionalismos y sus características para presentar una imagen de tradición nacional y un país pintoresco, imágenes que servirían para fomentar la idea de un puzle nacional que convive en plena armonía, los regionalismo entendidos en esta tesis como el agente desde abajo armonizan con el nacionalismo de estado, agente desde arriba y hegemónico gracias al dominio de estructuras políticas y culturales sólidas. Uno de los eventos turísticos en los que se hizo un destacado uso de estas imágenes regionales para representar la nación fueron las Exposiciones Internacionales, donde se exhibieron

símbolos distintivos de cada nación y en muchos casos estos fueron su arquitectura vernácula, su folklore regional, la cocina de cada lugar o su artesanía típica.

Es cierto que de nuevo los estudios señalados analizan la nacionalización llevada a cabo en el contexto turístico desde una perspectiva hacia abajo, no tanto desde abajo, hecho que se puede atribuir a la complicación que este tipo de estudio implica. Así, se analizan los discursos procedentes de las elites gestoras del turismo y que acaba penetrando en los locales que estarían en contacto directo con los turistas. En este sentido, tanto la organización de las Exposiciones Internacionales o el establecimiento de alojamientos turísticos en determinados edificios responde a una intención de las elites, participantes en la gestión de la industria turística, siendo conocedoras de la utilidad de dicha actividad para la localidad, la región y la nación.

Saida Palou y Agustín Cócola (2019) demuestran la conciencia por parte de las clases acomodadas de la ciudad de Barcelona por fomentar la llegada de turismo a la ciudad, también valiéndose de símbolos del regionalismo catalán, como la arquitectura inspirada en el gótico de la zona. Así, en su estudio sobre la capital catalana señalan, mediante el análisis del discurso, las razones esgrimidas por la burguesía de la ciudad para establecer un centro turístico, a la vez que alejar todas aquellas prácticas consideradas más populares y, por tanto, poco afines al discurso de identidad catalana que pretendían exportar, basado en la modernidad y el carácter cosmopolita de la ciudad. Este estudio demuestra, a través de la historia local, cómo la invención del discurso turístico barcelonés vino marcado de arriba abajo, habiéndose seleccionado por las clases acomodadas y promotoras de la actividad todos aquellos símbolos pertinentes, así como alejando todos aquellos que no resultaban cómodos, como podrían ser las fiestas mayores de las barriadas de las zonas más periféricas de la ciudad. Asimismo, uno de los planteamientos más innovadores que proponen sobre el estudio histórico del turismo barcelonés ha sido la inclusión de la performatividad espacial de la nación mediante el uso de urbanismo turístico, buen ejemplo de ello fue el conocido barrio Gótico de la ciudad condal.

Finalmente, así como hizo Koshar (1998), Estela Marine-Roig (2011) toma las narrativas turísticas de las guías turísticas procedentes de Francia y Alemania sobre la costa catalana para analizar la evolución de la imagen proyectada, u obviada, sobre la

región, como una realidad subjetiva, que representa y refleja una cierta percepción y una construcción de la realidad. En estas imágenes proyectadas a partir de las guías turísticas, la identidad catalana aparece perfectamente diferenciada respecto de la española, ésta última mucho más romantizada y exotizada. Las diferencias en la cultura, en las tradiciones y en el lenguaje aparecen de manera reiterada en estas guías turísticas, como prueba empírica de la distinción de Cataluña en relación con el resto del país. Su estudio permite comprender cómo las identidades nacionales, o regionales en este caso, no sólo se crean de dentro hacia fuera, sino que pueden ser influenciadas o reforzadas por la mirada turística, coincidiendo con los planteamientos esgrimidos por Storm y explicados anteriormente (2013, 530). La presente tesis se plantea también conocer si existió una mirada desde fuera sobre la identidad local, así como las resistencias que pudieron aparecer entre la población local a este discurso foráneo. Por otro lado, siguiendo el camino propuesto por Marine-Roig, pretendemos conocer cuáles fueron las características de la identidad nacional catalana propuesta desde Tarragona que aparecieron como contrapunto a la identidad nacional española.

Por otro lado, la reproducción de la cultura popular, el folklore, el paisaje o las tradiciones han sido elementos que han jugado un papel importante en el desarrollo del turismo en las naciones modernas, presentándose como símbolos distintivos de una autenticidad nacional a la que se aspiraba para convertir la nación en un producto turístico. Es por ello por lo que algunos autores han tomado estos símbolos como objetos de estudio con los que analizar el proceso de nacionalización de la población a través de la performance del discurso de identidad impuesto de arriba abajo.

Así, Patrick Young (2012), tal como hizo Tim Edensor (2002), han destacado que la presentación y reproducción de determinadas formas de cultura nacional «tradicional y folklórica», así como «popular» sirve para demostrar la autenticidad y espectacularidad de la identidad nacional. A su vez, la exposición de estas formas de cultura tiene el potencial de reconstruir tradiciones que habían quedado abandonadas y alimentar nuevas expresiones de la identidad. En primer lugar, el estudio de Young analiza cómo se estimuló a la población de la Bretaña francesa a cultivar el folklore bretón que había quedado en desuso, a través del uso de trajes tradicionales o la celebración de festivales folklóricos de nueva invención. La performance turística hizo

uso en su reproducción de un discurso regionalista, que destacaba el lugar como un espacio mítico, ancestral y tradicional. El interés turístico sobre la región modificó la percepción de los anfitriones sobre sus costumbres, así por ejemplo, pese que los trajes tradicionales habían servido para muchos bretones como delimitadores de identidades comunales, los admiradores externos de la región tendían a verlos a través del prisma de un «pintoresco bretón», que era cada vez más convencional y reconocido como un marcador comprensible de cohesión cultural y continuidad en la región (Young 2009, 634). Por su parte, Edensor presenta las danzas mauritanas como una reinención de la cultura popular de los esclavos y que ha sido readaptada para el consumo turístico como expresión contemporánea de la identidad mauritana y criolla. Con ello, el autor plantea la idea de que el turismo organiza abiertamente la identidad en la producción de costumbres indígenas o folklóricas, siendo estos actos en los que los turistas pueden reconocer los signos de distinción nacional, regional o local (2002, 87-88). En todo caso, ambos estudios contienen un enfoque de arriba abajo, en tanto que resultaran los gestores y promotores del turismo los que seleccionaran aquellas imágenes que deben ser performadas para transmitir ideas de autenticidad y exotismo, siendo los locales de las clases populares que participan en el encuentro turísticos los encargados de performar a la perfección estas teatralizaciones de la identidad nacional, regional o local.

Löfgren (2001a, 139-41) también ha reconocido la capacidad de la cultura popular, el folklore y las tradiciones como un marcador de exotismo y autenticidad para las naciones de la periferia europea, elementos que serían nacionalizados y sacralizados en la carrera por marcar la diferencia y autenticidad. Aunque a ello le añade que, pese a este esfuerzo por remarcar la especificidad de cada nación, éstas se convirtieron en más iguales entre sí. Mientras que las naciones se esforzaron por demostrar en las sucesivas exposiciones universales e internacionales su modernidad, lo que más atraía era la cultura folklórica exótica de cada una de ellas. Este hecho demuestra que en el intercambio turístico las visiones difieren entre lo que pretende representar la nación y las demandas del exterior, de las que ejercerían como interlocutores las élites gestoras de la actividad que irían marcando y fomentando los discursos más adecuados para la atracción de turismo, argumento compartido por diversos autores aquí analizados.

Consideramos aquí que Löfgren también hace uso en sus estudios de la performance turística, puesto que las Exposiciones Universales justamente serían la teatralización de la identidad nacional escogida y seleccionada de arriba abajo con la idea de proyectar autenticidad y exotismo hacia los posibles futuros turistas (Orvan Löfgren 2001a, 139; Young 2012, 7; Storm 2013, 558).

El uso del folklore como objeto de estudio también ha sido aplicado por el antropólogo Edward M. Bruner (2001), quien plantea el análisis de la performance y representación llevada a cabo por los maasai de Kenia para los turistas. En su artículo propone poner el foco de atención en la producción de la performance y en los turistas, no en las percepciones de los indígenas. Los tres lugares escogidos demuestran la convivencia de tres visiones claramente diferenciadas del uso de la performance de la identidad keniana a partir de los maasai. El primer lugar analizado, el rancho Meyers, exhibe una performance cuidadosamente elaborada a través de la combinación entre tribalismo y colonialismo, donde la identidad maasai se presenta desde una posición de sujeto colonizado y subalterno. El segundo lugar analizado en el artículo es el museo Bomas de Kenya, museo público al aire libre en el que se reproduce el patrimonio cultural de la nación y que está destinado básicamente al turismo doméstico, siendo este un lugar donde performar el carácter tradicional del patrimonio común de los kenianos a modo de educación sobre la propia nación, tal como señaló Zuelow (2016). Finalmente, el tercer lugar estudiado por el antropólogo es el campamento de tiendas Kichwa Tembo, esta vez la performance tiene un marcado carácter colonial, como sucedería en el rancho Meyers, pero la imagen poscolonial en este lugar se ha transformado para convertir a los maasai en primitivos agradables (2001, 882-94). Así pues, este estudio trata la agencia del receptor visual de la performance en la construcción de la identidad nacional a través del diálogo interior-exterior en el encuentro turístico que, en este caso, responde a viejos parámetros coloniales en las nuevas identidades nacionales surgidas del proceso de descolonización.

Ahora bien, no sólo el baile folklórico exótico ha sido el único elemento estudiado como forma posible de performance de la identidad nacional turística, sino que, por ejemplo, también se ha prestado atención a la performance arquitectónica. Uno de los estudios que así lo demuestran es el llevado a cabo por Maribel Rosselló (2021), que

toma como objetos de estudio las segundas residencias o de veraneo que ocupan la costa catalana y de las Islas Baleares a modo de construcciones mediterráneas. Esta performance arquitectónica de la mediterraneidad vincula el lugar de descanso y ocio con el pasado cultural, paisajístico y su arquitectura intencionadamente tradicional, tal como destacó Saida Palou a través del urbanismo turístico en Barcelona (Palou 2019b). Dicha performance debe entenderse como la reproducción de un discurso de arriba abajo, por el que la esfera semipública encargada de la construcción de la fachada litoral de ambos espacios turísticos seleccionaría los símbolos e imágenes y las llevaría a la práctica en la construcción de casas unifamiliares que respondían a través de sus características a dicho discurso.

Debe destacarse, además, que, pese a no poder considerarse este estudio como un análisis historiográfico, sí que es cierto que utiliza la historia del siglo XX para identificar los momentos a lo largo del siglo que resultaron claves en la conformación de dicha arquitectura como reproductora del discurso de identidad nacional en el ocio y el divertimento que representa el turismo. Así, su momento inicial se sitúa en la década de los veinte y treinta de la mano del «noucentisme» y del auge del regionalismo, así como de los conceptos de modernidad que llevaban asociados estos dos movimientos. Asimismo, sería con el boom turístico que la performance arquitectónica de la identidad de ambos lugares llega a su momento de máxima popularidad, demostrando que ya son prácticas asumidas como propias para la identidad colectiva.

El estudio sobre la performance turística también permite conocer la manera en la que ejercen como agentes en la identidad nacional turística los locales, y particularmente aquellos que se encuentran en el encuentro turístico por resultar mano de obra en la industria turística. Es por ello, que se considera que el estudio de la performance en el turismo permite conocer mejor las resistencias y negociaciones que se dan de abajo arriba. No obstante, cabe señalar que la perspectiva desde abajo mediante la performance se ha puesto en práctica en general por antropólogos y desde los estudios turísticos, línea que no ha sido seguida por historiadores.

Un ejemplo de ello es el estudio del antropólogo francés Michel Picard (1997), con el que argumenta la posibilidad de separar aquellos elementos susceptibles de ser banalizados para el turismo de aquellos que se consideran sagrados de la cultura

nacional. Para ello utiliza el ejemplo de la cultura balinesa y su utilización en la promoción del turismo en Bali, donde aparece una conciencia real entre los anfitriones locales sobre la pertenencia de una «cultura balinesa», expresión que nacería con la llegada del turismo, puesto que ni siquiera estaba recogida en el idioma autóctono. La mirada turística jugó un papel muy importante en este sentido, puesto que tal y como el autor señala, para que los balineses percibieran sus bailes como arte, estos bailes tenían que ser reconocidos como tales por personas no balinesas y alienados de su función ritual, convirtiendo el baile desarrollado tradicionalmente en un contexto de ceremonia religiosa, en un arte independiente de toda devoción personal (Picard 1997, 190). Por lo que se demuestra la aparición de resistencias locales que entenderían aquellos bailes como propios de su esencia nacional e impedirían la banalización de los mismo a través del turismo, pese a seguir siendo expuestos en dicho escenario.

La falta de estudio de la performance en la historiografía cultural sobre el turismo y la nación es importante, a la vez que un campo excelente sobre el que seguir investigando, pese a la complicación que nuestra disciplina puede conllevar en este tipo de enfoques. La falta de fuentes primarias que nos hablen de la performance, donde poder encontrar cotidianeidad, una performance mundana planteada fuera de actos ritualizados como los bailes masaaí antes tratados, así como la presencia de posibles resistencias desde abajo, es la causa por la que no se ha podido desarrollar un estudio histórico sobre la performance de la identidad turística nacional. Esto se debe no sólo a que las fuentes históricas no describen en exceso las performances, sino que las resistencias de las clases populares participantes como anfitrionas del encuentro turístico no son fáciles de rastrear en los documentos históricos.

A tenor de lo anteriormente expuesto, cabe destacar en primer lugar el exceso de atención prestada en la mayoría de los estudios que tratan turismo y nación a la agencia de las instituciones que pertenecen a la esfera pública y a la semipública, promotoras y gestoras de la actividad turística, estableciendo la unidireccionalidad de arriba abajo. La gente común es la que performa la identidad nacional turística, pero no se presta atención en dichos estudios a la entidad de este grupo en el proceso de invención, adecuación y performativización de la identidad nacional, por lo que en la mayoría de la bibliografía no encontramos la negociación o la resistencia al discurso que

debe ser reproducido de abajo arriba. Pese a las buenas intenciones que presentan algunos estudios (Zuelow 2009), no se puede afirmar que se haya llevado a cabo una historia del turismo y la nación desde abajo. Se ha obviado el análisis del proceso de recepción de la identidad nacional a performar por parte de las clases populares, participantes directos en el encuentro turístico, alienadas en todo momento de agencia alguna en este proceso. Este hecho sucede de manera muy destacable en los estudios sobre nacionalismo español y turismo, en los que la perspectiva utilizada para entender el proceso de nacionalización y su reproducción en el turismo se analiza únicamente de manera descendiente.

La perspectiva cultural en los estudios sobre turismo y género

La historia del turismo permite demostrar la importancia de esta actividad de ocio más allá del momento presente, arrojando luz sobre la amalgama de motivaciones que vehicularon y forjaron tanto la oferta como la demanda de destinos turísticos. Posibilita plantear la configuración de identidades nacionales u ordenamientos de género a través de las prácticas de viaje, tanto en las sociedades emisoras de turismo como en las receptoras (J.K Walton 2009, 124).

La historiografía ha reconocido el género como una categoría analítica transversal desde los años ochenta (Scott 1986), reconociendo que permite analizar las representaciones simbólicas sobre la diferencia sexual como herramientas que articulan el poder y el control social, a la vez que lo justifican (Foucault 1980). No obstante, cabe destacar, tal como plantea Walton (2009), que el género no ha sido un elemento central en el estudio sobre el turismo, pese a representar un aspecto clave del propio fenómeno turístico y su impacto social, tal y como viene a demostrar la presente investigación. La aparición reciente de la historia del turismo, combinada con la no tan lejana aplicación de la perspectiva de género en los estudios del pasado, explican el atraso en el encuentro y diálogo entre ambos campos de conocimiento. A pesar de ello, contamos con algunas contribuciones relevantes de historiadoras del turismo que han aplicado la

perspectiva de género, tomando en cuenta la interseccionalidad con otros ejes de poder como la raza, la clase o la identidad nacional (Kinnaird, V.; Hall 1994, 5).

Denotar este vacío en la historiografía cultural sobre el turismo, permitirá establecer una agenda de investigación en la que la combinación de los tres ejes de esta tesis, turismo, género y nación representa una gran innovación y que, además, puede significar un avance sustancial en la historiografía sobre cada uno de los factores aquí tratados. Resulta necesario previamente explicar cuál ha sido el camino recorrido por los estudios culturales de género y turismo, que sirvieron como sustrato para el surgimiento de una historiografía especializada que relacionara ambos aspectos. En este espacio interdisciplinar se prestó atención en primer término al ámbito laboral en la industria turística y su importante sesgo de género. Cynthia Cockburn destacó el estereotipo sexual de las mujeres como una variable perjudicial en su situación laboral en el sector turístico (1985), al comprometerlas y relegarlas a la esfera privada e impedirles cualquier tipo de oportunidad para desarrollarse profesionalmente. Otros estudios turísticos posteriores reforzaron la idea de que la división laboral en el seno del turismo reproducía segregaciones sexuales tanto en el trabajo como en la remuneración del mismo (Hennesy 1994; Sinclair 1997; Breathnach et al. 1994). Según el planteamiento de Aitchison (2009), estos trabajos deben situarse en lo que la autora llama el «feminismo liberal», que consideraba la desigualdad de oportunidades como causa de la posición inferior de la mujer y, por lo tanto, no tiene en cuenta las estructuras sociales y culturales profundas que ejercen opresión sobre las mujeres.

Otro de los aspectos recurrentemente tratados sobre turismo y género fue el turismo sexual, en el que aparecían otras variables como la clase o la raza. En esta línea, Cynthia Enloe relacionaba la política económica del turismo sexual con la situación de las mujeres locales que habían emigrado a Bangkok desde zonas rurales deprimidas de Tailandia y habían acabado ejerciendo como prostitutas (1989), ya que las mujeres autóctonas representan el exotismo buscado por los hombres turistas occidentales. En cierto sentido, sus aportaciones representan un paso intermedio entre los postulados del feminismo marxista y la teoría postestructuralista. Por un lado, atribuía al patriarcado la posición subordinada de las mujeres, explicando las relaciones de género a través de relaciones económicas y de clase. Por el otro, prestaba atención a la manera

en la que las relaciones culturales son utilizadas para fijar, legitimar y reproducir el orden de género.

La perspectiva postestructuralista, utilizada en los estudios sobre turismo sexual citados anteriormente, tuvo como objetivo analizar los códigos culturales por los que los órdenes de género, clase o raza son creados y legitimados. Como era de esperar, se nutrió de conceptos de origen foucaultiano como «discurso» o «régimen de verdad» (Aitchison 2005, 217; Morgan et al. 2015). Gracias al impacto del llamado «giro lingüístico», la perspectiva cultural tomó gran importancia entre los análisis de las ciencias sociales sobre el turismo y el género (Hall 1997). En este sentido, la obra editada por Vivian Kinnaird y Derek Hall «Tourism: A gender analysis» (1994) resultó en su momento un punto de inflexión. La obra trata los tres grandes temas abordados hasta el momento de su publicación por los estudios turísticos influidos por la perspectiva de género: el turismo sexual, la representación de género en el turismo y el sesgo de género en el ámbito laboral del sector. Además, también aborda ya desde una perspectiva netamente cultural, el análisis historiográfico de la literatura de viajes de autoría femenina.

A partir de principios del siglo XXI fueron apareciendo aproximaciones históricas que daban ejemplo de las amplias posibilidades del análisis del turismo y el género desde la perspectiva cultural. En primer lugar, se han analizado las prácticas cotidianas del encuentro turístico, en los relatos de viajeras del siglo XIX y principios del XX (Araújo 2008; Kinnaird, V.; Hall 1994; Mills 1993), en lo que se reconoce hoy en día como un enfoque clásico centrado en el historia de las mujeres. Otra de las vías abiertas ha sido el análisis de las metáforas de género en el discurso turístico y su importancia en la construcción de identidades locales, regionales y nacionales (Gabilondo 2008; Glaser 2016; Garis Puerto 2019; Nash 2020; Fernández-Poyatos 2020). Las imágenes masculinas y femeninas han servido históricamente para imaginar la nación y performarla. En este sentido, la producción historiográfica sobre turismo y género publicada hasta el momento, se ha centrado en estudiar uno de los aspectos claves de esta metáfora: la feminización de la nación y la región en tanto que destinos de viaje (Dubinsky 1994; C. Cohen 1995; A. Pritchard y Morgan 2000). Así pues, tanto las prácticas como los imaginarios turísticos han acabado siendo analizados como

herramientas de reproducción banal y cotidiana de las identidades nacionales y de género, frecuentemente estereotipadas, creadas y enfrentadas en el encuentro turístico (Gabilondo 2008; Nash 2015; 2018; Garis Puerto 2019; Fernández-Poyatos 2020).

Por otro lado, desde la perspectiva de género, la interpretación del turismo como práctica cotidiana de poder y como recurso de representación de identidades locales y nacionales, no se ha desarrollado solamente a partir del desembarco del postestructuralismo foucaultiano en la historiografía, sino también desde el postcolonialismo. Conceptos procedentes de la crítica postcolonial como «subalternidad» (Spivak, 2009) o «alteridad» (Said, 1995), permitieron analizar las relaciones establecidas en el turismo como asimilables a las relaciones establecidas entre los imperios y las colonias. De hecho, los viajeros y turistas del mundo occidental consumieron los lugares y las personas del mundo colonizado como productos de ocio (Aitchison 2001, 135). En este sentido, la actividad turística es indisociable de los discursos coloniales de exotización tanto de los destinos visitados como de sus pobladores. En lo que respecta a los estudios sobre literatura de viajes, Mary Louise Pratt (1992) señaló la manera en la que estos relatos modelaron la imagen de las sociedades extra-europeas. A través de las prácticas de viaje y sus correspondientes textos, el «resto del mundo» fue orientalizado como el «otro» colonizado en contraposición al «nosotros» occidental turístico y colonizador (Said, 1995).

Desde una perspectiva de género, estudios con un enfoque interdisciplinar como los de Kinnarird y Hall (1994) o Sara Mills (1993) ya se fijaban a lo largo de los años 90 en la literatura de viajes de la segunda mitad de siglo XIX y principios del XX poniendo especial atención en los relatos de autoras femeninas. En sus trabajos planteaban un análisis exhaustivo de los perfiles, las motivaciones y las relaciones que las mujeres viajeras establecieron históricamente con la población local. Además, realizaban la comparativa con los textos legados por los hombres viajeros y, por tanto, las posibles experiencias diferenciales. Ambos estudios llegaban a la conclusión común de la existencia de un tono humorístico autodespreciativo característicamente femenino que las alejaba del prototipo de maestro adoptado por los viajeros masculinos, demostrando así su autoconciencia como sujetos subalternos sin reconocimiento ni autoridad (Spivak 2009). De esta manera, no era de extrañar la apelación constante por parte de las

viajeras a la autoridad masculina en sus resultados científicos sobre temas como la botánica o la antropología que realizaban durante sus viajes. Con todo, estos estudios destacaban también la subversión a través de la práctica de viaje del arquetipo de feminidad occidental tradicional al abandonar el ámbito doméstico.

Asimismo, Derek Hall y Vivian Kinnaird ya planteaban, en su estudio sobre las mujeres viajeras de finales del siglo XIX y principios del XX (1994), que la relación colonial en el encuentro turístico pasa por la masculinización del rol de las viajeras por pertenecer a países occidentales, mientras que las colonias y sus pobladores quedan definidos a partir de atributos femeninos.

Otros estudios sobre los escritos de las viajeras de finales del XIX y principios del XX han ofrecido líneas interpretativas parecidas (Foster 1990; McEwan 2000; Dawson 2001). Si embargo, queríamos destacar también el caso latinoamericano plasmado en el trabajo de Nara Araújo (2008). En él se propone un planteamiento inverso al tomar como objeto de estudio las turistas procedentes de las periferias coloniales como México, Brasil o Cuba que viajaban durante el siglo XIX a metrópolis europeas como Alemania, Italia o Suiza. De esta manera, muestra como el discurso colonial implícito en la práctica turística de la época llegaba a ser asumido incluso por las viajeras de la periferia. Estas mujeres, observaban la sociedad metropolitana como el espejo frente al que mirarse para ensalzar lo ajeno y criticar lo propio. El «otro» metropolitano constituía así un ejemplo formador, un estímulo para mejorar en lo propio. Asimismo, apelan de manera constante a la «madre patria» con cierta devoción, pese a que no obvian el infortunio de su tierra, su «pobre madre patria». Desde el punto de vista de género este complejo colonial de inferioridad va acompañado de la necesidad de cumplir con la expectativa de una narración «típicamente femenina» y la constante minusvalía retórica que contrasta con la salida del ámbito privado y la apropiación del espacio público que representa tanto viajar sola como la escritura (Araujo, 2008: 1025).

Una autora que ha abordado en los últimos años la cuestión de las mujeres viajeras a través de fotografías centroeuropeas que llegaron a la España republicana y que vivieron el cambio de época hacia el franquismo, ha sido Alicia Fuentes (2021). En su estudio sobre Sibylle Von Kaskel, la autora explora el empoderamiento femenino a través de los viajes, reconstruido por la fotógrafa alemana y su trayectoria vital, sus

obras (especialmente en la revista *Brisas*) y su contribución a la promoción del turismo en Mallorca, un verdadero pionero en el campo.

Otro tipo de aproximaciones históricas que han puesto en relación turismo y género se han centrado en la construcción de identidades nacionales. En los últimos años han proliferado trabajos que en el campo de la historia establecen desde una perspectiva postcolonial una clara conexión entre el relato turístico y los imaginarios que representan tanto la nación como las distinciones de género. Para el caso español, a partir de principios del siglo XXI, la historiografía ha prestado atención sobre todo a la creación de identidades nacionales turistificadas y a la manera en la que éstas llevan intrínseco un ordenamiento de género. Dicho análisis ha demostrado el surgimiento de estereotipos nacionales de feminidad y masculinidad en el turismo como la Carmen, el Donjuán, el bandolero o la Sueca (Gabilondo 2008; Nash 2015; 2018; Garis Puerto 2019; Fernández-Poyatos 2020). Los estudios presentados a continuación muestran las similitudes y diferencias establecidas en la construcción y el consumo de estos imaginarios turísticos, así como su carácter orientalizante (Fernández-Poyatos 2020).

De los trabajos realizados en esta línea se deduce que los diversos modelos de feminidad representados en el discurso turístico cuentan con orígenes diferentes. El estereotipo de feminidad hispánica basado en el personaje de la Carmen resulta una invención norteeuropea, que representa un modelo inferiorizante de sexualidad primaria moralmente reprobable al mismo tiempo que deseado (Gabilondo 2008; Andreu Miralles 2016a). Las imágenes del «otro» local visitado convergen en el surgimiento de una mirada turística fascinada por la autenticidad y el exotismo del destino de viaje que se concreta en representaciones de género estereotipadas (J. Urry 1990; Morgan y Pritchard 1998). En este sentido, María Dolores Fernández-Poyatos demuestra la creación de una identidad de género y colonial de fuera hacia dentro (2020), basada en un imaginario de género que combinó en hombres y mujeres locales rasgos de exotismo, africanismo y primitivismo inspirados en el pasado musulmán, todo ello acompañado de claras referencias inferiorizantes.

Estudios como los aquí tratados demuestran el carácter relacional de las identidades de género configuradas históricamente en la relación turística, la feminidad requería de la invención de una masculinidad antagónica y al mismo tiempo

complementaria. El discurso turístico sobre la nación española siguió esta dinámica, al promocionar un imaginario sobre la figura masculina que resultara el complemento ideal a la feminidad pasional de las mujeres españolas y antagónico de la mujer turista procedente del norte de Europa: la Sueca (Nash 2020). Según Mary Nash, el personaje de la Sueca surge de un imaginario endógeno que construye una feminidad moderna y erotizada, es decir, una representación popular de la turista nortea que visita las playas de la costa española. Su opuesto, es el «macho ibérico», el «latin lover» o el «Donjuán» siempre alejado de los modelos de género de la Europa moderna. Este estereotipo de masculinidad española sureuropea surge de la proyección turística en el hombre local de una sexualidad exacerbada y un carácter pasional y primitivo. Más allá de la práctica turística, este estereotipo estaba presente en las reflexiones sobre la masculinidad española en los círculos intelectuales y científicos de finales del XIX y principios del XX, que censuraba algunos de sus atributos principales como su falta de autocontrol, la inclinación a la poligamia y a la irresponsabilidad paterna (Aresti 2001; 2012). A través de estos repertorios de representación de las relaciones de género en la España, se imaginaba la nación visitada como una sociedad mal gobernada y violenta (Gabilondo 2008, 30; Nash 2015b, 150; Andreu Miralles 2016a, 150). Este imaginario de género orientalizante representa la necesidad por parte del norte de Europa de encontrar más al sur un antagónico reconocible. De esta manera, el Mediterráneo era imaginado como parte de un reducto territorial orientalizado dentro de Europa, que garantizaba mayor seguridad que el viaje a lugares más lejanos.

A pesar del indudable poder de la mirada turística en la asignación de identidades de género inferiorizantes al otro europeo meridional, recientes estudios han puesto énfasis en las capacidades de reacción de las sociedades receptoras ante los estereotipos asignados en las prácticas de viaje. De esta manera, Natalia Garis Puerto ha estudiado como a lo largo del siglo XX las elites gestoras del turismo organizadas en el Patronato Nacional de Turismo forzaron la resignificación del ideal del Donjuán (2019), así como su tesis se ha centrado en la historia local de la provincia de Alicante en la segunda mitad del siglo XX estudiando la manera en la que el turismo ha servido como vehículo para crear y modificar las representaciones de género en la identidad local (Garis Puerto 2023). En los años veinte y treinta este imaginario dejó de

representar el ideal de masculinidad hegemónico y pasó a ser retratado como una figura indigna de los valores nacionales (Aresti, 2010, 2001). Esta resignificación pasó por la modificación de la figura nacional de masculinidad hacia un «hombre autocontrolado, monógamo, trabajador y ejemplo de austeridad», aproximándose al ideal europeo. Pese a ello, con la aparición del turismo de masas en los años 60, la figura del Donjuán fue recuperada a partir de la mirada turística exógena para representar la virilidad patriótica exótica e inferiorizante (Nash, 2018, 2015).

No obstante, el aspecto más analizado en el campo de las ciencias sociales con relación al turismo ha sido la feminización de los países de destino. En este sentido, Mary Louise Pratt ya señalaba a principios de los años noventa que en la literatura de viajes las imágenes feminizadas de los países visitados revelan prioridades sociales y culturales del observador masculino que objetiva y posee el espacio turístico feminizado (1992). No mucho más tarde, la antropóloga Collen Ballerino Cohen (1995) estudiaba la feminización contemporánea de los paisajes de las Islas Vírgenes Británicas a partir de un análisis imagológico de las campañas publicitarias turísticas, que reproducían un discurso claramente masculino y sexualizado. Desde una perspectiva más retrospectiva y desde la historia, Karen Dubinsky (1994) publicó en esta misma época un análisis sobre las descripciones de las Cataratas del Niágara en la literatura de viajes decimonónica, en el que señalaba la proyección en el paisaje por parte de muchos viajeros de actitudes físicas y emocionales relacionadas con una feminidad agradable y dispuesta a ser consumida y explorada.

Finalmente, Pritchard y Morgan (2000) teorizaron definitivamente la feminización de los paisajes de destino de viaje y la masculinización de la mirada turística que los contempla desde el campo histórico. De hecho, la práctica del viaje siempre ha sido relacionada con actitudes masculinas de búsqueda de aventura y placer (Enloe 1989, 20; Swain 1995; A. Pritchard y Morgan 2000). En contraposición, el país visitado ha sido históricamente representado en términos femeninos como paisaje natural pasivo que espera ser explorado. Así pues, sobre el paisaje feminizado, irracional, salvaje y seductor se proyecta una mirada tecnológica, científica y racional asociada exclusivamente a la masculinidad.

Este argumento también ha sido utilizado con relación a la historia de España por Joseba Gabilondo en su estudio sobre la orientalización sexualizante de España como destino turístico (2008). De su trabajo se deduce que la feminización turística del país está íntimamente relacionada con la estereotipación de los modelos de género asociados a la identidad nacional. En la medida en que la deseada mujer española era exotizada y sexualizada, como sucedería con la gitana Carmen, también lo era la nación entera concebida como país a descubrir y tierra a explorar. Igual sucedería con los imaginarios de masculinidad, definidos a partir de arquetipos como el Donjuán o el bandolero, como representaciones de la violencia y el desorden de la propia nación (Andreu Miralles 2016a).

La aplicación de la perspectiva de género en los estudios turísticos experimentó un viraje importante a partir de principios del siglo XXI, cuando el giro performativo comenzó a aplicarse a los estudios culturales anteriores centrados en los análisis de los imaginarios turísticos. Buen ejemplo de ello fue la obra colectiva «Tourism, Gender, Embodiment and Experience» (Annette Pritchard et al. 2007). Con ella se evidencia de forma inequívoca el salto cualitativo conseguido con la adopción como metodología prioritaria el análisis de las performatividades corporales de las identidades turísticas y de género. Los diferentes estudios incluidos en esta publicación se fundamentan en la teoría de la performatividad de Judith Butler en el marco de los estudios de género (1993) y especialmente aplicada en el campo de los estudios turísticos por Tim Edensor entre otros (1998). El llamado «giro performativo» surgió como respuesta al privilegio del discurso y de la semiótica en los correspondientes giros lingüístico y cultural. Sin pretender negar la importancia de los imaginarios culturales y los lenguajes de significación, desde finales de los años 90 la teoría no representacional ha planteado en el conjunto de las ciencias sociales enfoques centrados en la performatividad o materialización de los mismos a través de la práctica cotidiana de carácter corporal, espacial, sensorial y finalmente emocional (Thrift 2008).

Los estudios de género tuvieron un papel central en este cambio de paradigma en la teoría social, cuando Judith Butler (1993) se empezó a interesar por la asunción de los estereotipos de género y su encarnación corporal a través de la repetición de actos de escenificación cotidiana en los que al mismo tiempo detectaba los primeros indicios

significativos de resistencia y subversión (Butler 1993; López 2019). Estos mismos principios fueron aplicados a los estudios turísticos en los trabajos pioneros de Tim Edensor (1998), especialmente interesado en las prácticas cotidianas subversivas respecto a los imaginarios turísticos preestablecidos que se producen en las experiencias de viaje más mundanas. Asimismo, se ha interesado en cómo las identidades asignadas en los relatos turísticos son naturalizadas y asumidas de manera irreflexiva por los diferentes actores involucrados en la cotidianeidad del encuentro turístico (2002).

Pese a que la performance turística tiende a estructurarse de manera clara y repetitiva, con el objetivo de evitar posibles variaciones, sus propios actores pueden salirse del guion y subvertir el orden preestablecido en el mismo acto de su escenificación. En cierto modo, la aplicación del giro performativo a los estudios turísticos traslada el foco del turista observador que imagina el país viajado (John Urry 1990) a la población local incitada por las instituciones turísticas a performar y materializar corporalmente las identidades turistificadas. Ello conlleva una revalorización del trabajo de Dean MacCannell (1999) sobre la escenificación en el encuentro turístico de una autenticidad local falsa llevada a cabo por los sujetos anfitriones. Para este antropólogo, la autenticidad ansiada por el turista es escondida entre bambalinas en un cuarto trasero inaccesible, mientras en el escenario se representa corporalmente la falsa identidad local turistificada. Aun así, la influencia de la teoría de la performatividad de Butler hace que autores como Edensor descarten la existencia de una esencia auténtica de la identidad local y busquen la subjetividad tanto de turistas como de locales en las improvisaciones no previstas de la obra de teatro que supone un viaje o unas vacaciones.

La ya mencionada obra colectiva «Tourism, Gender, Embodiment and Experience» (Annette Pritchard et al. 2007) supone el primer gran intento de aplicar al mismo tiempo el giro performativo y la teoría del género a los estudios turísticos. Aborda la cuestión de la «corporalidad psíquica» de los géneros, en tanto que son discursos de masculinidad y feminidad que deben ser performados y experimentados en el encuentro turístico. El objetivo de sus capítulos es la reconceptualización del cuerpo como campo de poder y el replanteamiento de la fluidez de las identidades de género y

sexuales en el encuentro turístico. Así, los diferentes estudios incluidos tratan, por ejemplo, el reconocimiento de la conciencia sensual en la experiencia del lugar turístico (Ateljevic y Hall 2007) la manera en la que la experiencia turística sensorial y corporal impregna los discursos de deseo, sensualidad y sexualidad (Jordan 2007) o cómo los imaginarios coloniales y las narraciones de género se inscriben y se experimentan en la materialidad del viaje (van Eeden 2007). Finalmente, algunos de sus capítulos también analizan cómo el proceso de performatividad y materialización de los imaginarios turísticos de género en las prácticas cotidianas más mundanas del viaje ofrece oportunidades de transgresión carnavalesca, resistencia antidisciplinar e incluso, empoderamiento subalterno con relación a las identidades de género predeterminadas. Este aspecto es el objeto de estudio del capítulo de Harris y Wilson (2007), en el que analizan el cuestionamiento de los discursos de género presente en las experiencias vividas por mujeres viajeras, que representan la performance de una subversión de los mandatos de género atribuidos a la feminidad. Este caso de estudio toma las entrevistas como fuentes de información para estudiar los antecedentes y las experiencias de viaje de las mujeres, entre las que figuraban sus estrategias de negociación y los resultados o beneficios asociados a sus viajes.

A tenor de lo anteriormente expuesto sobre la relación entre turismo y género en las investigaciones aparecidas hasta ahora, la presente tesis resulta la apertura de una línea de investigación que pretende estudiar tanto la representación como la reproducción de la nación y del género en el turismo, así como observar las resistencias que se plantean y que ponen sobre la mesa cuestiones de clase, así como agencias y subjetividades desde abajo.

Conclusiones: Una propuesta de agenda de investigación histórica sobre Turismo, Género y Nación

Las vías abiertas para la historiografía en el estudio de las identidades nacionales y de género en la práctica turística resultan múltiples, tanto desde el análisis del discurso como desde el estudio de su performatividad cotidiana en tanto que, tal y como se ha visto a lo largo de esta revisión bibliográfica, existe una acusada falta de implantación del giro performativo y de la perspectiva desde abajo en el tratamiento de los tres ejes vehiculares de esta investigación. Sin duda, el turismo resulta un escenario privilegiado para poder analizar desde el ámbito histórico el surgimiento de ordenamientos de género a través de los que representar la nación, la región y la localidad teniendo en cuenta la cotidianeidad y, por tanto, desarrollando una historia desde abajo.

En la cotidianeidad de la práctica turística se encuentran representados los imaginarios sobre la nación y sobre el género que la define, representaciones que generalmente provienen de un discurso trazado de arriba abajo. Este hecho nos lleva a concluir que es en la reproducción y la escenificación de esos imaginarios en el encuentro turístico donde las clases populares, participantes directas en estos contactos con los visitantes, pueden tomar agencia en la performance de resistencias, renegociaciones y transgresiones al discurso de arriba abajo.

Pese que los estudios turísticos ya han comenzado a valorar esta perspectiva aquí señalada, resulta cierto que la historia del turismo aún no ha dado el paso al estudio de la performance en el encuentro turístico, sino que la atención sigue residiendo en el estudio y el análisis del discurso. No resulta común el estudio histórico de las prácticas a través de las que se desarrolla la identidad nacional en una actividad cotidiana y banal como es el turismo. Han sido disciplinas como la antropología las que han conseguido dar importancia a la performance de la identidad nacional y étnica en el encuentro turístico (Bruner 2001; Edensor 2009). Posiblemente este hecho responda a causas metodológicas y de disponibilidad de fuentes. Pues en la mayoría de los casos, las

fuentes históricas permiten un exhaustivo estudio sobre el discurso, pero no sobre la performance, difícil de rastrear en las fuentes primarias utilizadas por los historiadores. En los casos, como el de Maribel Roselló, que se ha hecho uso de la historia, ha sido otra disciplina la que ha cedido sus fuentes, en este caso procedentes de la arquitectura y que han posibilitado trazar una historia del espacio turístico.

No obstante, este vacío debe ser abordado por la historia social y la historia cultural al tomar en cuenta la vasta producción de los estudios turísticos que aplican este enfoque y las metodologías propuestas por sus autores. Es por ello por lo que la presente tesis hace uso de los postulados esgrimidos por los estudios turísticos para abordar la tríada propuesta, considerando la cotidianeidad del encuentro turístico como el escenario idóneo en el que se representa la nación y el género mediante múltiples elementos como la monumentalización del espacio urbano, la cultura popular y las figuras femeninas turistificadas. Esta relación, tratada en la presente investigación desde la historia cultural y social, permite estudiar la representación de la nación a través de imágenes y símbolos de género que se crean y se exponen a través del turismo, así como también se reproducen en el día a día con la idea de poder atraer y satisfacer la mirada turística, sin obviar que las características de esta identidad local serían esgrimidas desde arriba.

Asimismo, resulta llamativa la falta de reconocimiento ante posibles resistencias llevadas a cabo durante la performance a una identidad nacional asumida por los autores en dirección descendiente. De hecho, autores como Zuelow (2007, 152), plantean un proceso de recepción y performance totalmente armonioso y pacífico. En esta representación no existe lugar a las resistencias de las clases populares, las cuales pareciera que asumen la identidad nacional y los elementos que se deben performar en el encuentro turístico de manera automática y a la vez entusiasta, obviando cualquier tipo de conflicto existente en forma de resistencia, negociación o alteración del discurso de identidad nacional hegemónico. Es por lo que esta tesis contempla la necesidad de analizar las resistencias al discurso propuesto por los agentes políticos, intelectuales y económicos que pretenden resignificar, negociar o, simplemente, enfrentarse a las representaciones del género y la nación de las elites gestoras y promotoras del turismo. Es a partir del análisis de estas escenificaciones de las resistencias al discurso desde

arriba que será posible considerar una perspectiva desde abajo, que concede agencia a los grupos subalternos, que no consideramos aquí únicamente por cuestión de clase, sino que también se valora como grupo subalterno aquel que pese a pertenecer a las élites no cuenta con el poder y la visibilidad dentro de la propia identidad nacional.

Por otra parte, el turismo y su historia puede ejercer como un ámbito a través del que poder estudiar el género, encontrando y contrastando sus formas, sus mandatos y sus roles a través de un espacio aparentemente banal en el que incluso puede aparecer negociaciones y transgresiones desde abajo. Este hecho permitirá abordar desde una perspectiva de género el análisis sobre las identidades nacionales, regionales y locales desde abajo, considerando nuevos discursos y escenificaciones a través de las que resistir al discurso institucional de los nacionalismos y que cuentan con líneas ya abiertas de investigación.

Consideramos que estas propuestas resultan únicamente algunas de las líneas que el estudio histórico del turismo puede ofrecer para incorporar en el relato histórico la subjetividad cultural y la agencia social desde abajo que puede transformar y subvertir los órdenes de género asociados a las representaciones y reproducciones de la nación. La historización del turismo puede mostrar la recepción del turismo como un ámbito de práctica cotidiana en el mundo contemporáneo en el que las identidades nacionales toman imágenes de género que son reproducidas de forma sutil, banal e invisible, pero también como un escenario privilegiado de transgresión, subversión y transformación subalterna que concede agencia a las clases populares y que plantean la resignificación del discurso de género y nación desde abajo.

Representación y escenificación: diálogo sobre la aplicación de ambos conceptos

El presente estudio pretende abordar desde la noción de representación, pero también de performatividad y escenificación las identidades nacionales y sus imágenes de género, para lo que se nutrirá del repertorio conceptual sobre las representaciones esgrimidas por el giro lingüístico, así como las procedentes del giro performativo. Ambos repertorios conceptuales permiten abordar los discursos y también las escenificaciones a través de las que entender de manera global la relación entre nación y género en el contexto turístico.

Así pues, en nuestro estudio el concepto de representación de la nación es básico, así como el de representaciones de género que se analizan de manera concreta a través del caso de Tarragona y el auge de la promoción turística en las primeras tres décadas del siglo XX. Asimismo, con el objetivo de ir más allá de la representación discursiva de la nación y del género tratados a partir de la actividad turística, también se tendrá en cuenta la performance de dicho discurso, así como las posibles resistencias planteadas en el desarrollo de la misma.

Para ello, resulta necesario plantear un marco teórico a través del que conocer el uso e interpretaciones de los conceptos claves de esta investigación. Este marco teórico analizará la representación y performance de la nación a través de sus formas de género en el fomento del incipiente turismo en Tarragona.

Representación, cultura y lenguaje

La representación, según Stuart Hall (1997b, 15), «significa usar el lenguaje, los signos y las imágenes para decir algo con sentido sobre, o para representar de manera significativa el mundo a otras personas». El estudio sobre la representación ha sido llevado a cabo por autores insertos en el enfoque construccionista, aunque dentro incluso de este enfoque han aparecido dos modelos de explicación y de análisis que cabe

resaltar, puesto que difieren en gran medida en los orígenes y causas del surgimiento de la representación en cualquier cultura.

La primera de las dos vertientes principales sobre el análisis de la representación resultó la conocida como semiótica, anticipada por Ferdinand de Saussure, que surgió de la mano de los postulados estructuralistas. A partir de esta corriente, se analizaba el lenguaje y la semiótica partiendo de su asunción como un sistema de signos que entrelazados y relacionados crea un significado (Saussure 1991). Aunque Saussure no recurrió específicamente al término de cultura en sus escritos, dado que la cultura es un amplio concepto, multidimensional, sí que es posible hablar de ella a través de la teoría semiótica, argumentando que la cultura resulta ser un sistema de signos y significados creados, compartidos y transmitidos socialmente. La cultura abarca las creencias, normas, valores, prácticas y símbolos que definen a una sociedad o grupo determinado. Al igual que en el lenguaje, los significados culturales se construyen a través de la relación diferencial entre elementos culturales, y estos significados influyen en la forma en que las personas se perciben a sí mismas, interactúan y se relacionan con el mundo. Por tanto, tomaba los signos en la cultura y su interacción como forma de «lenguaje». El énfasis en la relación de los símbolos y signos podrían proporcionar un marco conceptual para comprender la manera en la que los sistemas simbólicos y los significados culturales se forman y transmiten dentro de la sociedad. Pese a que el análisis a través de los conceptos de la lingüística resulta recurrente en esta vertiente constructivista, otros autores han alegado que este modelo resulta algo cerrado y estático (Hall 1997)

En este sentido, la evolución de la teoría semiótica sobre la representación sí que se ocupó de abordar específicamente el concepto de cultura. Una red de símbolos y signos presentes en el discurso y en las prácticas creaba lo que se conoce como cultura. Roland Barthes (2000) analizó a través de objetos, eventos y fenómenos culturales de la cotidianeidad, tales como la moda, el cine o la publicidad, cómo estos están cargados de signos que reflejan y perpetúan estructuras culturales más amplias. Para Barthes, la cultura no se limita solo a las expresiones artísticas o literarias, sino que se encuentra en todos los ámbitos de la vida cotidiana y está presente en la forma en que se construyen y se transmiten los significados en la sociedad. La cultura, desde su

perspectiva, es un sistema de signos que influye en la forma en que nos relacionamos con el mundo y nos posicionamos como individuos dentro de una comunidad. En conclusión, Barthes considera la cultura como un sistema de signos y símbolos que influyen en la construcción y transmisión de significados en la sociedad. Su enfoque se centra en la interpretación de los signos culturales y en cómo estos reflejan y perpetúan significados más amplios en diferentes prácticas y discursos culturales.

Por otro lado, Barthes plantea a partir de la fotografía el concepto de representación. Señala que la fotografía es un medio de representación de símbolos que acaban creando significados que provienen de la selección y el encuadre de la realidad. Por tanto, la fotografía simplemente es un medio a través del que representar unos códigos, normas e ideas que no tienen por qué siempre transmitir la realidad más objetiva. Estos planteamientos sin duda pueden ser extrapolados a la representación cultural de la identidad nacional, tal y como se pretende hacer en esta tesis a través de elementos como pueden ser la monumentalización de la nación, las fiestas populares o la representación de la feminidad y la masculinidad mediante el concurso de misses.

Representación, historia y poder

El análisis sobre la representación obtuvo un nuevo enfoque con las propuestas de Michael Foucault, quien desarrolló su propio enfoque teórico y metodológico, que se distancia del estructuralismo clásico asociado a pensadores como Ferdinand de Saussure. Foucault propuso un enfoque que se ha denominado «arqueología del saber» y «genealogía del poder», y que ha tenido un impacto significativo en la teoría social y en los estudios culturales. A través de este nuevo enfoque, el filósofo plantea que no es posible ejercer ningún tipo de poder sin discurso, uno es herramienta e instrumento constante del otro. Sus postulados nacen del estudio de las prácticas históricas y las relaciones de poder en contextos concretos. Su enfoque toma el análisis de las formas a través de las que se ejerce el poder, se produce y se reproduce en diferentes ámbitos sociales y discursivos. Foucault pone énfasis en la dimensión temporal y en el estudio de los procesos históricos y de cómo las estructuras de poder cambian a lo largo del tiempo. Con ello consigue un enfoque analítico más amplio del que fue propuesto por el modelo

semiótico, dejando atrás el carácter estático y ahistórico del que fue foco de crítica el modelo semiótico. La variante propuesta por Foucault presta atención al momento histórico en particular, el que, argumenta, hará variar el sentido de las cosas surgido a través del discurso con el que se crea conocimiento y mediante el cual se establece el poder, así como el poder establece el propio discurso en una dinámica dialéctica, la dialéctica del poder. Foucault argumenta que no será el lenguaje el que aporte este sentido, de una manera estática y ahistórica, sino que será el diálogo y las negociaciones y resistencias surgidas de las relaciones de poder las que creen el discurso y, por tanto, el significado de las cosas; así como el propio discurso crea el poder y lo mantiene. No existen, según el filósofo, relaciones de sentido sino relaciones de poder, que renegocian las representaciones a través del discurso (1980, 114-15). Así, el filósofo se ocupó de diferenciar su enfoque del semiótico en gran parte gracias a su preocupación por historizar el discurso, la representación y la «verdad». Alegaba que las cosas tienen significado y son «verdaderas» sólo dentro de un contexto histórico específico y en el marco de un discurso determinado (Foucault 1972).

El poder resulta ser un concepto subyacente al del discurso, puesto que este debe contar con cierto grado de poder para crear un régimen de verdad. Gramsci habló de este poder como la lucha por parte de determinados grupos sociales, llevada a cabo de manera diversa, con el objetivo de ganar el consentimiento de otros grupos y lograr una clase de ascendencia, la hegemonía, tanto en el ámbito del pensamiento y las ideas como en el ámbito de la práctica (Gramsci 1981). No obstante, y pese a las semejanzas en la definición de poder esgrimida por Foucault, esta definición de poder a partir del concepto de hegemonía difería en algunos aspectos del concepto empleado por el filósofo francés. Esto se observa al entender que el conocimiento vinculado al poder no representa en sí la autoridad de «la verdad» sino que debe tener previamente la capacidad de «hacerse él mismo verdadero». En la creación de los regímenes de verdad opera indudablemente el concepto de poder, el cual se mueve en dirección circular, a diferencia del sentido otorgado por Gramsci que lo contempló en una dirección únicamente descendente. En el poder operan tanto opresores como oprimidos, produciéndolo y reproduciéndolo en todas las esferas participantes de la vida, así como

penetra en todos los niveles estableciendo regímenes de verdad que penetrarían mediante lo que él llamó «capilaridad del poder» (Foucault 1980; Hall 1997b, 48-50).

Según Hall, el poder no sólo debe contemplarse en términos de coerción o restricción física directa, sino que también existe el simbólico, con el que es posible marcar, asignar y clasificar las cosas, las personas y los acontecimientos. La violencia simbólica del poder llevada a cabo a través de prácticas representacionales crea «regímenes de representación». No obstante, este poder va más allá de la fuerza o la coerción, puesto que seduce, solicita, induce y gana consentimiento antes de fijar un régimen de representación (Hall 1997b, 259-61).

A tenor de lo anteriormente expuesto, cabe concluir a modo de breve resumen, que son los individuos los que, insertos en diferentes culturas, hacen que las cosas signifiquen, otorgan significados, puesto que ellas por sí solas no cuentan con significado. El lenguaje o el discurso, según cuál de los modelos anteriormente explicados sea empleado, producen dicho sentido. Al tomar el modelo analítico de la representación influenciado por Foucault, comprendemos que estos significados no resultan estáticos, sino que irán cambiando en función de las culturas y los periodos. Es por este hecho, que la presente tesis presta atención a un momento histórico muy concreto, así como a un lugar específico, comprendiendo que es necesario estudiar de manera pormenorizada la creación, representación y reproducción de los significados culturales que aquí tendrán que ver con las narrativas sobre la nación a través de sus formas de género.

Además, dicho discurso únicamente puede fijarse a través de un poder que funciona de manera circular, en la que tanto dominantes como subalternos están dentro del campo de operación de este. Este poder no actúa a partir de la coerción, la fuerza y la punición, sino a través de tácticas más persuasivas y seductoras, con las que se llegarán a establecer regímenes de verdad y de representación. Estas tácticas de persuasión se entienden a través del concepto de «microfísica del poder» señalado por Foucault, con el que se refiere a las estrategias, técnicas y mecanismos mediante los cuales el poder se ejerce y se reproduce a nivel microscópico sobre los individuos, los cuerpos, los discursos y las prácticas. Estas formas de poder operan en contextos específicos y se entrelazan en las relaciones de poder en las instituciones, los discursos

y las normas sociales. Dicha microfísica del poder se relaciona con la cotidianeidad y casi la inconsciencia de la representación y la reproducción del discurso. La cotidianeidad se aplicará en esta tesis al entender que el turismo resulta una actividad que en la que se representa de manera cotidiana los discursos y narrativas de la nación, en este caso concreto, a través de sus significados de género.

Representación del «otro»: alteridad y silenciamiento

Desde las teorías poscoloniales se ha logrado la reinterpretación del concepto de representación a través de la alteridad a la que fueron sometidas las comunidades colonizadas. El mayor exponente de la relación entre representación y alteridad fue Edward Said con su obra «Orientalism» (1995). El autor señala que la representación de la alteridad, centrada en el mundo oriental y sus pueblos colonizados, ha ejercido como una herramienta del poder occidental para ratificar su dominio y asentar una imagen estereotipada y homogeneizadora del colonizado, el «otro». El orientalismo, según Said, resulta un discurso y una performance a través de la que tratar al mundo oriental como una entidad monolítica y estática, a la vez que subordinada y exótica. Esta imagen de Oriente constituye el opuesto negativo y el subordinado de Occidente, gracias a dicho imaginario es posible establecer una jerarquía de poder que justificaría además la dominación de unos sobre otros, de los colonos occidentales sobre los colonizados orientales y orientalizados.

La idea de los «otros» está fundamentada en la representación de la alteridad a través del orientalismo, un proceso de «otredad» por el que se construye una imagen estereotipada del inferior, a modo de espejo, en el que el dominante puede ver todo lo que no es. La representación del otro se hace en base a imágenes simplificadas y esencialistas que obvian y silencian cualquier tipo de diversidad y complejidad de las culturas y realidades de los colonizados. Ahora bien, según Said, el proceso de representación del otro, de la alteridad, no sólo se hace a través de las imágenes y estereotipos, sino que cuenta con unas marcadas relaciones de poder y dominación, la representación y visión desigual del mundo ayuda a perpetuar unas estructuras y

dinámicas de control y subyugación que mantendrán las jerarquías de poder inamovibles.

La destacada teórica poscolonial y feminista, Gayatri Chakravorty Spivak desarrolló una perspectiva crítica de la representación de la alteridad en el contexto de las relaciones de poder y dominación, yendo más allá de la teoría propuesta por Said, al añadir a ella el concepto del silenciamiento de los «otros», las clases subalternas, por lo que además también se aproximó a los postulados sobre la hegemonía de Gramsci (1981). En su famoso estudio «¿Puede hablar el subalterno?», Spivak decide centrarse en el análisis de las voces silenciadas y marginadas de los grupos subalternos en el contexto colonial y poscolonial. Las voces de estos grupos subalternos aparecen excluidas y suprimidas en los discursos y las representaciones esgrimidas por las clases hegemónicas y dominantes, incluso cuando estos discursos tratan a los grupos colonizados, los homosexuales o las mujeres, por ejemplo. Por tanto, Spivak consigue aterrizar su crítica poscolonial a través de apelar a grupos y sujetos, los que ella llama subalternos, mientras que Said se centra en la crítica de la representación del «otro» asimilado a Oriente, y el dominante, Occidente, en una explicación un tanto más abstracta a la vez que acotada al contexto de los estudios culturales y literarios, mientras que Spivak consigue ampliar su análisis en temas y contexto, incluyendo en ellos el concepto y la explicación de la subalternidad, los estudios feministas o la filosofía.

Representación y género

El giro lingüístico jugó un papel muy importante en el paso de la historia de las mujeres a la historia del género. Esta evolución implicó no sólo el nombramiento y definición de la élite femenina en la historia, sino la comprensión de la representación del género a través de modelos claros y rígidos de feminidad y masculinidad, con divisiones y cometidos meridianamente diferenciados entre ambos géneros. Los arquetipos de género han actuado tanto en el imaginario colectivo como en las prácticas por las cuales se reproducen (Ramos 2014; Cranney-Francis et al. 2017).

Joan W. Scott (1986) definió el género en base a dos aspectos: su carácter relacional, social e histórico y su dimensión simbólica y subjetiva. Estas dos

características del género han servido para sostener representaciones que identifican, sistemáticamente y de manera aparentemente natural, a las mujeres como el sujeto marginal respecto del dominante, la figura masculina (Aresti 2006), siguiendo la dinámica establecida por los estudios críticos poscoloniales tratados anteriormente para la cuestión de la creación de la otredad mediante el sistema colonial de poder (Spivak 1985; Bhabha 1994; Said 1995). Así, los atributos asignados a cada género en el discurso han ejercido como importantes marcadores de las diferencias en los comportamientos y las tareas asignadas, lo cual además ha funcionado como un mecanismo útil para establecer y mantener una jerarquía de género, capaz incluso de sancionar la transgresión de la norma que privilegia de manera sistemática los atributos masculinos frente a los femeninos. El género resulta ser la elaboración culturalmente variable del sexo, puesto que comportamientos asignados a la masculinidad en una cultura determinada pueden ser diferentes a los asignados por otra, y que funciona como una pareja jerárquica desigual. Tal como planteó Beauvoir (2005), el hombre se define como la norma del ser humano, mientras que las mujeres representan el «otro», el «segundo sexo», el subalterno. La existencia de la mujer se da en función del varón y era este el que creaba a la mujer como una extensión de él mismo, alienándola de cualquier entidad ni agencia. Por lo que sin duda los estudios críticos sobre el género se retroalimentan con aquellos poscoloniales que postulan la alteridad y la subalternidad (Spivak 1985; Said 1995), señalados en apartados anteriores.

Una de las contribuciones más importantes de Scott para el salto de la historia de las mujeres a la historia de género fue la idea de domesticidad y como esta fue conceptualizada y utilizada para la construcción binaria de las relaciones de género. A través de la idea de domesticidad se crean las dos esferas en las que se ordena el mundo en base al género, la esfera pública perteneciente a la masculinidad y la esfera privada, relacionada con la noción tradicional de domesticidad. Estas nociones resultan ser una construcción social, cultural y política, tal y como lo es el género según la propuesta de Beauvoir, que tiene como objetivo el mantener las desigualdades de género. La división del mundo en base a dos esferas diferenciadas y pertenecientes a cada uno de los géneros ha sido una forma de subordinación y control de las mujeres, limitando sus espacios, su agencia y participación social. Asimismo, la idea de domesticidad que propone Scott ha sido trazada en base a imágenes estereotipadas, tal como proponen

Beller y Leerssen para la nación (2007), y seleccionadas de manera intencionada para justificar la subordinación.

Las propuestas de Scott han sido fundamentales para el desarrollo de los estudios de género y su comprensión global sobre la domesticidad y las representaciones de género, unas representaciones que se encuentran entrelazadas e interactúan con otras relaciones de poder y desigualdad como pueden ser las representaciones nacionales.

Representación y nación

Los postulados anteriormente señalados sobre las representaciones de la identidad han ido siendo relacionados, sobre todo a partir del cambio de siglo, con otras disciplinas como por ejemplo el estudio sobre la nacionalización de la población. La teorización de esta nueva línea de investigación será expuesta aquí a partir de las propuestas teórico-críticas de Manfred Beller y Joep Leerssen (2007).

La primera propuesta que aparece en el estudio fue la definición sobre la «imagología», como una herramienta útil para poder entender el discurso más que a la sociedad que lo genera. La imagología representa el análisis sobre las imágenes que forman el discurso, ya sean gráficas, ópticas, perceptuales, mentales o verbales con las que se caracterizan al otro y a uno mismo. Dichas imágenes forman lo que ellos señalan como «etnotipos», los estereotipos sobre una etnia o una nacionalidad y que representan discursos y entornos teóricos más que realidades sociales. Los discursos nacionales están trazados a través de la percepción selectiva entre nuestra imagen y la de los otros. Los miembros de los diferentes grupos perciben los asuntos desde su propia perspectiva específica y distintiva - percepción selectiva - y llegarán a diferentes juicios según su punto de vista. Nuestras imágenes de países, pueblos y culturas extranjeras derivan principalmente de juicios de valor selectivos, que a su vez se derivan de la observación selectiva, tal como se expresan en los escritos de viajes y en las representaciones literarias (Beller y Leerssen 2007, 5).

A partir de las obras literarias, fuentes que los autores proponen como herramienta para entender la representación de la propia nación y de los otros, y la

imagología literaria, puede explicar el origen y la función de las características de los otros países y pueblos y del propio, en una confrontación cultural a través de la que el sujeto individual o el sujeto-grupo revela su propio horizonte ideológico. La imagología tiene el potencial de explicar la invención de las naciones y la aclaración de lo que realmente constituye una nación como las dos caras de una misma moneda. El estudio de las imágenes de cualquier otra nación, así como de la propia, señalará los prejuicios, estereotipos y clichés significativamente activos del complejo total de imágenes imaginarias. Se debe partir de la base, según los autores, que las identidades nacionales son una cuestión de proyección político-intelectual, un estado de ánimo, no tanto un conjunto objetivo de condiciones y hechos. Por lo que el estudio sobre la representación de las identidades nacionales debe centrarse en la subjetividad de las imágenes y analizar su motivación y la función que toman para la cohesión social.

Sin duda, el análisis de las imágenes que forman la representación discursiva de la nación turística es la metodología utilizada en la presente tesis para llegar a la consecución de los objetivos fijados inicialmente, consistentes en el entendimiento y la comprensión de cuáles fueron en el caso de Tarragona durante la República y la manera en la que la identidad local se proyectó a través del turismo de la mano de significados de género concretos.

Representaciones turísticas

Tomando como base las propuestas surgidas sobre los conceptos de representación e identidad, y tal como se ha visto su capacidad para ponerlos en relación con otros conceptos como nación y género, el sociólogo y antropólogo Dean MacCanell (1976) propuso un análisis de las representaciones turísticas desde una perspectiva crítica a través de la que someter a examen la manera en la se construye la experiencia turística y como las representaciones sirven para crear un sentido de autenticidad y atracción para los visitantes.

La idea sobre la autenticidad fue central en su análisis, concepto que fue utilizado para explicar las características de un lugar para que los turistas encontraran en él experiencias y representaciones diferentes a los percibidos en su vida cotidiana. Así

pues, las representaciones turísticas deberían transmitir una idea de autenticidad a través de la que satisfacer las expectativas y deseos de los turistas. En el mismo sentido Eric Cohen (1995) definió el turismo como una manifestación de deseos de la gente al visitar otros lugares y otras personas, que perseguía el poder experimentar las diferencias que existen en el mundo. Así pues, consideramos y reflexionamos en esta tesis el turismo como una práctica de búsqueda de la otredad en términos de Stuart Hall (1997). Asimismo, consideramos el turismo cabe destacar cómo una herramienta con la que representar la modernidad de la nación, puesto que la propia actividad turística se convirtió en un fenómeno central de la modernidad. Gracias a las transformaciones socioeconómicas, tecnológicas y culturales de las naciones en la era moderna, particularmente a partir de mitades del siglo XIX, se dio un cambio en la concepción sobre el ocio y el tiempo libre, así como se entendió la necesidad de la proyección de la identidad nacional, una auténtica y exótica pero que a la vez resultaba moderna al fomentar la atracción de turismo, en una clara dualidad de representación (Zuelow 2016)

La mirada construida, la «mirada turística», con la que se practica el turismo está condicionada por signos recolectados previamente, que crean un imaginario predeterminado y que busca ser satisfecho. Con estas palabras lo explica Urry (1990, 14): «el turismo implica necesariamente soñar despierto y anticiparse a experiencias nuevas o diferentes de las que se encuentran normalmente en la vida cotidiana. Pero esas ensoñaciones no son autónomas; implican trabajar sobre la publicidad y otros conjuntos de signos generados por los medios de comunicación, muchos de los cuales se relacionan muy claramente con complejos procesos de emulación social».

Asimismo, estos procesos turísticos reflejan y refuerzan la distribución del poder en la sociedad, en ellos operan mecanismos que articulan, validan y refuerzan desigualdades (J. Urry 1990; Morgan y Pritchard 1998). Estas desigualdades tienen como objetiva la creación de la alteridad en el lugar visitado, donde experimentar todo aquello que no se vive, se ve o se experimenta en el día a día del lugar de origen. La creación de esta alteridad por parte del turista ejerce sin lugar a duda un poder sobre el lugar visitado y su población, donde existen dominantes y dominados. Según Mary Louise Pratt (Pratt 1992), el poder en el viaje es manifestado mediante la relación asimétrica

que se establece entre los viajeros y los anfitriones, los habitantes de la «zona de contacto». Este último término se refiere a los encuentros entre diferentes culturas, diferentes sociedades o grupos que interactúan debido a procesos de colonización, migratorios u otros fenómenos similares que implican desplazamiento, movilidad y encuentro. Los viajeros cuentan con una posición dominante, una superioridad frente al visitado causada por la posición cultural determinada por las dinámicas centro-periferia. En cambio, los habitantes de las zonas de contacto tienden a ostentar una categoría inferior que los sitúa por debajo en la jerarquía de poder. Son percibidos como los «otros», a través de una narrativa cargada de estereotipos y prejuicios desarrollada por los visitantes y su poder sobre el discurso y la representación del visitado. Este poder para influir en los registros escritos y la narrativa marca la forma en la que se percibe y se comprende la zona de contacto y su población, lo que además causa un impacto significativo en la construcción de identidades culturales y perpetua las relaciones desiguales de poder en el turismo.

Del giro lingüístico al giro performativo

El giro performativo desestabilizó la hegemonía en los estudios culturales de la semiótica para dar un paso hacia el análisis de los usos y las convivencias de estos significados en la práctica. De esta manera se pasa a prestar atención a la corporalidad y su potencial creativo (Austin 1962). El giro performativo, según Haldrup y Larsen, disloca la atención de los significados y discursos simbólicos hacia los actos y promulgaciones encarnados, colaborativos y tecnificados (2009). Este giro performativo implicó un cambio en el enfoque sobre cómo se entiende la relación entre lenguaje, discurso, y realidad, performance.

La aparición del giro performativo implicó un nuevo enfoque sobre la capacidad teatral del lenguaje, teniendo en cuenta que el giro lingüístico ya había marcado un distanciamiento respecto de las concepciones tradicionales sobre el conocimiento y la realidad y que había puesto en el centro del análisis la comprensión del lenguaje y su relación con la realidad, en tanto que el lenguaje es una herramienta que influye en la comprensión del mundo y en la forma en la que se construyen los significados. No obstante, resulta cierto que el giro lingüístico alienaba a la performance de cualquier

tipo de agencia, puesto que consideraba que únicamente era el lenguaje y el enunciado el que tenía capacidad de poseer el significado, no se concebía la performatividad sin referente. Inicialmente, sería la performatividad del lenguaje la que tomó importancia (Austin 1962). En lugar de ver el lenguaje como una especie de reflejo sin agencia de la realidad, se concibe el lenguaje como una herramienta con poder para crear, construir y transformar a la realidad misma a través de su performance.

Por tanto, el giro performativo ha permitido analizar el lenguaje no sólo como un descriptor de la realidad, sino como una fuerza activa y con agencia que constituye la propia realidad y la transforma mediante sus acciones performativas. Ahora bien, resulta cierto que con los años aparecería aquello que evolucionó hasta el estudio sobre la «performance social», de la que nos ocupamos en esta tesis. A través de ella el centro de interés se desplazó hacia el análisis de la actuación en el sentido teatral del término, entendiendo que el lenguaje, el discurso, la comunicación, los códigos simbólicos no son únicamente verbales, sino que también tienen una reproducción no verbal. Este nuevo enfoque que utiliza la metáfora teatral tiene el objetivo de entender las sociedades a través de prestar atención a los roles o papeles que son representados, y subrayando el componente ritual que traslada a la realidad las pautas de conducta (Sánchez-Prieto 2013, 3).

Uno de los grandes nombres del giro performativo social fue Erving Goffman (1959) que postuló que la acción social no debía considerarse como un fenómeno caótico o rutinario, sino más bien como un ritual en el que la interacción social está pautada, es aprendida y representada. Sería en la arena de la reproducción corporal de los discursos que los individuos podrían crear y negociar su imagen, a la vez que emplear la astucia y la falsa publicidad para hacer su voluntad. Goffman añade que los individuos que participan en la performance, por tanto, los actores, tienen en esta reproducción la posibilidad de manipular con habilidad la apariencia frente al público. La performance es, por tanto, un espacio en el que pueden aparecer resistencias al discurso que viene marcado por la sociedad, en el que se determina el papel y el status de cada individuo y grupo (Sánchez-Prieto 2013, 4).

Ahora bien, otro de los autores más destacados del giro performativo social, Victor Turner (1982), considera la performance como una secuencia compleja de actos simbólicos a través de la que es posible revelar la clasificación, categorías y

contradicciones de los procesos culturales. Asimismo, Turner destaca la dimensión conflictiva de la vida social más que el hecho de que toda interacción social sea un escenario público, como sí sostiene Goffman. Para Turner, la fase dramática se inicia cuando surgen momentos de crisis en la cotidianeidad de la interacción social. Con ello, integra la posibilidad de estudiar las performances que atraviesan de manera periódica a la colectividad, como puede ser la nación o la comunidad internacional.

Performatividad de la disciplina: género, nación y turismo

Entre los autores más destacados en la actualidad entorno a la performance y de quien tomará esta tesis su acepción sobre la performance de género ha sido la filósofa Judith Butler, quien introdujo el giro performativo en la teoría feminista. Butler define el género no sólo como una construcción sociocultural que surge y se mantiene a través del discurso y el lenguaje, sino que lo hace primordialmente a partir de actos repetitivos y performativos. Esta performance del género tiene como objetivo producir y reafirmar la propia identidad de género, así como exponerla socialmente para que sea aprendida en colectivo. Por tanto, según Butler, cuando un individuo realiza actos de feminidad o masculinidad de acuerdo con las normas sociales, está contribuyendo a la formación y la consolidación de los conceptos de género dentro de la sociedad. Esta performance sostenida en el tiempo permite que la audiencia convierta en creencia los códigos, normas y pautas, el género aparece así como una copia aparente sin referencia a un original, ya que el original se considera igual de performativo que la copia (Butler 1988; Femenías 2003).

Una de las aportaciones útiles para esta investigación es el desafío de las normas, la transgresión de la disciplina a través de la performatividad de los cuerpos. Según Butler, al subrayar que el género es un proceso performativo y que en ningún momento resulta un elemento fijo o una esencia natural, abre la puerta a considerar la diversidad y la fluidez de las identidades de género y su performance, planteando la posibilidad de escapar de la disciplina de género y sus restricciones en el momento de performar las normas y códigos sociales sobre la masculinidad y la feminidad. Por tanto, propone la

utilidad de la performance de género para resistir al discurso impuesto de manera hegemónica sobre él (Butler 1988; 1993), estas resistencias podrían venir de abajo arriba, desde la base de la sociedad que debe performar las normas de género, mientras que el discurso hegemónico y dominante procede de arriba, impulsado por instituciones o poderes dominantes, tal como sucede con los discursos nacionales tratados anteriormente en este apartado.

El giro performativo también ha sido aplicado por Edensor (2002) para tratar el nacionalismo cotidiano, subrayando que la importancia de la identidad nacional y su performance recae en el hecho sobre el que se forma, aquello diario y lo popular. Los individuos desarrollan un sentido de pertenencia nacional a través de expresiones y experiencias representadas y performadas de la identidad nacional.

La performance de la identidad nacional precisa de un sentido de continuidad y coherencia para transmitir un sentido exacto de la misma, lo cual implica una vigilancia en la reproducción que asegure la inexistencia de cambios o transgresiones. Esta vigilancia puede ser ejercida por las instituciones, pero también por parte de otros actores, con el objetivo de intentar evitar la diversificación del código performativo (Edensor 2002, 70). Las naciones deben ser comprendidas como inmemoriales, para ello las performances no expresan un origen claro, sino que transmiten intemporalidad, simbolización de la comunidad y legitimación de la autoridad, características que las hacen más atractivas. Estas performances se llevan a cabo en múltiples espacios, algunos particularmente simbólicos, que tienen la función de expresar la intemporalidad y la simbología de la nación, otros transmiten la continuidad y las rutinas del día a día, a modo de sentido colectivo (2002, 70).

La performance de los locales para el turismo debe ser comprensiva e inteligible y relacionada siempre con unos estereotipos que fomentan el fácil entendimiento de rituales y símbolos ajenos para los turistas, así como satisfacer la búsqueda constante de lo exótico, lo auténtico y lo tradicional (Edensor 2002; 2009). Haldrup y Larsen (2009, 17) encuentran cierta relación de este argumento con los estudios sobre orientalismo, puesto que el turismo no deja de ser una búsqueda de la otredad, el deseo de diferencia como la lógica que subyace al consumo turístico moderno, trazando y proyectando en

el 'otro' sus deseos, sus fantasías o sus miedos, tal como haría Europa en la creación del invento moderno de Oriente (Said 1995).

La aplicación del giro performativo también aparece en los estudios sobre nación y su reproducción a través del turismo. En este sentido, MacCanell (1976) exploró la noción de turismo como una forma de performance que involucra la creación de un discurso además de la reproducción de esta narrativa para los turistas. Acuñó el término «performance de la nación» para hablar sobre cómo los lugares turísticos y sus atracciones estaban diseñados y presentados a los turistas con la intención de representar y reforzar identidades y estereotipos culturales que definirían la nación visitada. Con este término explica la manera en la que los destinos turísticos construyen una imagen específica de la nación anfitriona con el fin de satisfacer las expectativas y deseos de los turistas preestablecidos y que crearían una determinada mirada turística (John Urry 1990).

En este sentido, la nación y su autenticidad no sólo eran un discurso y una narrativa sin que debía contar con la escenificación de dicha autenticidad. Los destinos turísticos representaban y reproducían a través de la performance una imagen auténtica y estereotipada de la nación y su cultura. Los aspectos que se performaban en el encuentro turístico habían sido seleccionados mediante la hegemonización de un discurso que primaba aquellos que se consideraban atractivos y representativos de la identidad nacional con la pretensión de atraer a los turistas y crear una experiencia ajustada a sus expectativas. Asimismo, la performance de la nación según MacCanell (1976) puede llevar a la creación de fronteras simbólicas, en tanto que los turistas a menudo son presentados como meros observadores externos de la cultura local, lo que perpetua la idea de que la nación visitada es algo ajeno, exótico y separado de la experiencia de la nación de origen, fomentando en la performance la jerarquización de las naciones, en tanto que la nación proveedora de turistas aparece como dominante y la nación visitada como un lugar subalterno y abierto a los deseos de los turistas.

Estas representaciones turísticas de la autenticidad del lugar visitado se basan en la idea de la «farsa», puesto que las atracciones turísticas y los lugares a visitar son a menudo contruidos, así como las tradiciones que hacen diferentes a la nación visitada, postulado heredado de la idea de tradición inventada de Hobsbawm (1983). Esta

invención del espacio turístico y de las prácticas turísticas pretende ser una adaptación a las expectativas y deseos de los turistas, para presentar un lugar auténtico, tradicional, mítico y cultural, aunque la realidad social haya quedado distorsionada y descontextualizada.

Otro de los conceptos más relevantes en su propuesta es el de escenario frontal y el de escenario trasero. Según MacCanell, el escenario frontal se relaciona con los lugares y atracciones creadas para el consumo turístico, un espacio donde se ofrece la experiencia auténtica, específica y controlada, donde se evita cualquier tipo de divergencia del discurso turístico sobre el lugar. En cambio, el escenario trasero representa todos los espacios no accesibles a los turistas, donde se llevan a cabo las actividades tanto las actividades de preparación de las actividades turísticas, así como existe lugar a la espontaneidad y la divergencia sobre el discurso turístico. Resulta cierto que acceder desde la historia a este escenario trasero es complicado, puesto que sería la gente común que participa en el encuentro turístico la que protagonista del escenario trasero, con lo que las fuentes disponibles en este caso son más reducidas que aquellas pertenecientes al escenario frontal, donde participan tanto instituciones turísticas como los turistas, con una mayor capacidad de dejar huella en muchos casos en las fuentes históricas.

El desarrollo de atracciones turística responde a la necesidad de satisfacer las demandas de una mirada turística predeterminada y por otro lado, a un mecanismo de autoprotección de las intrusiones en las vidas de los anfitriones, en la parte más íntima y real de sus identidades (John Urry 1990, 8).

En conclusión, el giro performativo tanto ha sido utilizado para explicar el género como para ejemplificar la relación entre turismo y nación. Ambas variables cuentan con la performance como herramienta indispensable para la perpetuación de los signos, símbolos, roles y normas. Pese a ello, es cierto que el estudio de la performance en historia ha resultado un camino poco recorrido por la dificultad que implica su identificación en las fuentes históricas, más proclives al estudio desde el análisis del discurso y las narrativas turísticas de la nación y el género. No obstante, la presente tesis pretende abrir una vía en este sentido, haciendo uso de los conceptos anteriormente

expuestos en las acepciones y significados esgrimidos por los autores que se han ido señalando.

Recepción creativa e hibridación: resistencias en la performance

La utilización de la performance también ha resultado fundamental para poder analizar y comprender las resistencias que se han dado en las variables de género y nación tratadas en esta tesis a través del turismo. Mediante el enfoque sobre la performance es posible concretar conceptos como son las resistencias y subversiones al discurso de género y nación, puesto que resulta un espacio a través del que los individuos desafían, subvierten y resisten los códigos y normas impuestas por la sociedad.

En cuanto a las resistencias de género, de nuevo tomamos en esta tesis los significados acuñados por Butler (1988; 1993). Según la autora en los actos performativos del género pueden surgir resistencias que desafían o subvierten las normas tradicionales de género y que pueden llevar a un dialogo y una negociación sobre las mismas, dando espacio a la agencia mediante estas resistencias de los individuos y comunidades subalternas o marginadas en la creación del discurso. La adopción de comportamientos o expresiones de género que no se ajustan a las pautas establecidas permiten desestabilizar las categorías estancas y binarias de género y cuestionar, a su vez, la rigidez de las normas. Las prácticas de resistencia pueden ser formas muy poderosas que pretenden cuestionar y llegar a transformar las construcciones sociales de género.

Asimismo, el enfoque de la performance también resulta útil para analizar las resistencias de la nación desde abajo, es decir, desde la agencia de las comunidades o grupos subalternos dentro de la nación que pretenden resistir, desafiar y transformar las narrativas y representaciones dominantes de la identidad nacional. Algunas de las formas en las que la performance ha sido estudiada para conocer las resistencias desde abajo han sido la performance artística y la expresión cultural, mediante la que las comunidades o individuos subalternos han utilizado formas de expresión artística para negociar, resistir y transformar sus identidades nacionales, cuestionando las narrativas

hegemónicas de la nación. Estas prácticas se relacionan con el teatro, la danza o la música. Por otro lado, otra de las formas utilizada en esta tesis para comprender las resistencias se analiza a través de los rituales y festividades locales (Vives Riera 2009), entendidos como espacios de resistencia donde los grupos subalternos afirman y preservar las tradiciones culturales frente a las narrativas homogeneizadoras de la nación. Las resistencias en los rituales locales pretenden además cuestionar y desafiar los estereotipos que forman las narrativas sobre la cultura nacional, estereotipos que fomentan la simplicidad del discurso.

Diversos autores han tomado las teorías sobre las representaciones para hablar de la manera en las que son contestadas y resistidas desde abajo en la práctica, hecho que puede implicar la renegociación del discurso hegemónico. Aquí vamos a tratar los postulados de Certeau y de Homi K. Bhabha.

Certeau (1988), pese a no enfocarse directamente en la representación, sí que la toma como punto de partida para hablar de las resistencias cotidianas que se dan en la práctica, por tanto, en la reproducción del discurso. Dichas resistencias tienen como objetivo aportar nuevos significados a las narrativas de las estructuras de poder, que a través de la apropiación cotidiana de los espacios y los recursos sociales en la vida cotidiana han elaborado estrategias para resistir y subvertir las estructuras de poder hegemónicas y dominantes. Las estrategias señaladas por el autor se dan en lo que él destaca como «prácticas de consumo», siendo estas los momentos en los que las personas comunes establecen relación e interactúan con los productos y las instituciones de cultura de la sociedad. Es en el marco de estas prácticas de consumo en la cotidianeidad que los sujetos reinterpretan, recontextualizan y desafían las narrativas y representaciones dominantes. Por tanto, una de las principales contribuciones de Certeau tiene que ver con las resistencias cotidianas al discurso hegemónico, resistencias que se darán en la performance de las prácticas de consumo que cuentan con la capacidad de producir otras formas de representación y significación en la vida diaria. Estas prácticas cotidianas tienen la capacidad de desafiar, resistir y transgredir las representaciones impuestas de arriba abajo por los sistemas de poder, dando posibilidad a que las personas comunes cuenten con agencia y autonomía en la construcción de su realidad y la representación de esta.

Siguiendo la propuesta sobre las resistencias en la cotidianeidad, Homi K. Bhabha (1994) plantea la idea de la hibridación de las representaciones culturales, la ambivalencia cultural. Desde los postulados poscoloniales el autor aborda el proceso de articulación y negociación de las representaciones culturales, en tanto que estas están atravesadas por una tensión constante entre la afirmación y la negación, la similitud y la diferencia, hecho que implica que estas representaciones no se mantengan fijas e inamovibles a lo largo del tiempo y en los diferentes contextos. Así pues, las representaciones culturales son explicadas por el autor como elementos que están en un constante proceso de construcción y reconfiguración. Asimismo, siguiendo el postulado sobre el silenciamiento de la voz de los grupos subalternos propuesta por Spivak (1985), Bhabha argumenta que las representaciones culturales son influidas y mediadas por las relaciones de poder coloniales y poscoloniales, que ejercen un poder sobre la representación a través del que se determinan las voces y las perspectivas que serán privilegiadas o silenciadas en los discursos hegemónicos. El autor se aleja de cualquier tipo de concepción esencialista o auténtica sobre las representaciones de la identidad, concibiéndolas como construcciones simbólicas y discursivas atravesadas por la ambivalencia y la hibridación cultural, siendo espacios proclives a la resistencia y a la contestación desde donde cuestionar y reconfigurar las narrativas dominantes.

Ambos autores proponen con sus postulados la concepción de las representaciones como espacios de resistencia, en los que la gente común experimenta el poder de agencia para reconfigurar discursos hegemónicos a través de la práctica, para transformar y subvertir el discurso inicialmente dominante.

El estudio sobre las resistencias al discurso hegemónico en la cotidianeidad ha influido también en los estudios culturales sobre el turismo, al entender que es en esta actividad donde se produce una performance constante de la narrativa hegemónica, siendo una arena perfecta a través de la que resistir mediante la performance tanto de la alteridad de género como a las asignaciones nacionales. Es en la performance cotidiana de la práctica turística que aparecen resistencias que transgreden el discurso dominante y fomentan el diálogo y negociación del mismo (Edensor 2002; 2009), por lo que se plantea en esta tesis como un campo especialmente fértil a través del que llegar al análisis no sólo de los discursos de nación y género presentes en Tarragona durante

la II República, sino también poder analizar los procesos de resistencia y negociación de dichos discursos en el marco del turismo.

**CAPÍTULO I: *LOS ORÍGENES
DE LA MARCA TARRAGONA.
DIFERENTES VISIONES,
CONTINUIDADES Y
RUPTURAS***

La Tarragona de finales del siglo XIX y principios del XX recibió la visita de algunos turistas que definieron la primera imagen sobre la ciudad, un incipiente turismo que contribuyó a la construcción de la identidad local, recopilando símbolos e imágenes con la que se creó una narrativa basada en su autenticidad y su exotismo. No obstante, estas miradas exógenas fueron negociadas desde dentro, cuando las elites locales tomaron conciencia de la importancia de la novedosa actividad, sobre todo por su utilidad para crear narrativas y discursos de identidad local. En este primer capítulo empírico se analizarán las continuidades y rupturas que se dieron en la construcción de la identidad turística de Tarragona en su estadio más embrionario, mediante la participación de dos actores colectivos, en primer lugar, los viajeros del siglo XIX que visitaron Tarragona y que plasmaron su experiencia en libros de viajes. En segundo lugar, las élites locales promotoras del turismo en la ciudad que durante las primeras décadas del siglo pasado pretendieron reeditar el discurso exógeno de los visitantes para representar su identidad local a través de unos símbolos que consideraron más pertinentes y adecuados para la consecución de sus intereses, los que pasaban por fomentar un turismo a través del que transmitir una identidad local más moderna, más cosmopolita, pero igual de auténtica y exótica. Así, se observará el complejo entramado de símbolos e imágenes que cada uno de los actores, visitantes y locales, utilizaron para crear una idea sobre Tarragona, proceso en el que se ven continuidades y rupturas. De esta manera, será posible conocer en primer lugar, cuál fue el primer discurso esgrimido por los forasteros del siglo XIX y, en segundo lugar, si sus múltiples imágenes convencerían a las elites locales para promocionar su ciudad hacia el turismo años más tarde o, al contrario, fueron resistidas desde dentro.

Este análisis resulta pertinente en el marco de esta investigación, pese a situarse unos años antes del objeto de estudio tratado en esta tesis, puesto que permitirá abordar los orígenes de la identidad turística de Tarragona, que se verá representada y performada, así como resistida y resignificada durante la II República. Con esta intención se aborda, a modo de contextualización, el discurso inicial de identidad turística tarraconense surgido de una idea aún incipiente de turismo en la ciudad mediterránea.

Esta primera construcción de la identidad turística de Tarragona se evalúa en la primera parte de este capítulo a través de los libros de viajes escritos a lo largo del siglo

XIX por parte de autores franceses e ingleses. Este género literario, considerado como un género menor, resulta una fuente primaria de información que nos permite conocer la realidad del lugar visitado desde la mirada externa, una realidad condicionada por la mirada del visitante, así como también da la posibilidad de saber de qué manera dicha mirada pudo influir en la imagen futura del lugar (Bas Martín 2007, 10).

El primer libro aparecido sobre el viaje de su autor a Tarragona y que se tratará en este capítulo fue escrito por Alexandre Laborde. El marqués de Laborde fue un escritor, viajero, anticuario y político francés, de ascendencia española, que recorrió países como Inglaterra, Holanda, Italia y España guiado por su interés sobre las artes en los primeros años del siglo XIX. Editó numerosos libros sobre España, país de su familia paterna. Y fue con el patrocinio de Carlos IV y, particularmente, de su secretario de Estado, Manuel Godoy, que publicó el libro aquí analizado, «Itinerario descriptivo de las provincias de España y sus posesiones en el Mediterráneo» en 1809 y traducido al castellano en 1816. Parece ser que, parte de su fortuna, vendría por la venta de estos libros de viajes, particularmente en Francia. Aunque la traducción al castellano también podría conducir a pensar en la venta de sus textos en España (Villeneuve Bargemon 2011).

El segundo libro de viajes utilizado en este análisis es el del inglés Richard Ford, londinense perteneciente a una familia aristocrática inglesa, lo que le permitió estudiar Derecho en la Universidad de Oxford. Su recorrido por España se inicia en abril de 1831 y, acompañado por su mujer, recorre entre otros lugares del país, la costa mediterránea, hecho que le permitió conocer Tarragona. El libro aquí tratado nace de la propuesta del editor londinense John Murray, quien animó a Ford a recopilar las crónicas de sus experiencias en España, algunas publicadas en «Quarterly Review». El objetivo fue crear una colección de guías sobre Europa para viajeros y lectores ingleses. El libro «Handbook for travellers in Spain and Readers at home» pretendía ser leído por viajeros pasivos de origen inglés, que en algún momento podrían convertirse en activos (Vicente Azofra 2018, 114).

El siguiente libro de viajes que se publicó y que se ha tratado aquí fue el de Madame Brinckamann, Emma-Marie Jeanne Dupont Delporte. Ella fue hija de un ilustre jurista francés, que consiguió títulos nobiliarios gracias a Napoleón. Jospéphine de

Brinckmann fue educada de acuerdo a su posición social acomodada y tuvo la oportunidad de viajar por diversos países europeos, convirtiéndose en una de las primeras mujeres francesas que viajó sola por la Península Ibérica en el siglo XIX. Su única obra escrita, fuente histórica en esta tesis, fue «Promenades en Espagne pendant les années 1849 et 1850», publicada en París en el año 1852. Se trata de un relato extraído de un total de 29 misivas que dirigió a su hermano Hugues, donde intentó recopilar informaciones útiles para futuros viajeros que quisieran recorrer España. Sin duda, en su obra se refleja su talante conservador y anti-revolucionario, a la vez que su pasión clerical y religiosa (Puértolas 2021). En la carta XXV ella habla sobre su visita a Tarragona, texto en el que nos centraremos aquí.

El cuarto escrito aquí estudiado pertenece a Justin Édouard Mathieu Cénac-Moncaut. Escritor de origen francés, fue un historiador muy interesado en el folklore de Gascuña y los Pirineos («Cénac-Moncaut, Justin (1814-1871)» 2002). Pese a no contar con mucha información sobre el autor, se sabe que visitó la ciudad de Tarragona a mediados del siglo XIX y lo plasmó en su libro «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyreneés, de Barcelone a Tolosa» publicado en francés el 1861.

El libro «The Sunny South. An Autumn in Spain and Majorca» fue escrito por John William Clayton, militar inglés que alcanzó el rango de capitán del Regimiento 13 de Caballería. Viajó por España en 1867 y como resultado del viaje publicó el libro aquí tratado y que fue publicado en 1869. En su libro ofrece una visión sobre diversas ciudades de España a través de una mezcla de realismo, romanticismo, pintoresquismo y costumbrismo (Vicente Azofra 2018).

Siguiendo cronológicamente, Alfred Elwes fue el escritor de «Through Spain by Rail in 1872», sexto libro de viajes aquí analizado y publicado en 1873. Su autor fue traductor y escritor de varias obras gramáticas, estudios lexicógrafos y libros de viajes. Gracias a su conocimiento sobre las lenguas modernas, entre ellas el castellano, pudo viajar por España y dejar plasmada en su obra la experiencia como viajero en las ciudades que recorrió, entre ellas Tarragona.

En 1874 fue publicada la obra «L'Espagne» escrita por el coleccionista de arte y escritor, Jean Charles Davillier que gracias a su fortuna pudo recorrer España y dejar

plasmados en su libro las impresiones y experiencias vividas en el país. Su libro se destaca por las célebres ilustraciones sobre monumentos, lugares y personajes populares de la época. Los relatos del libro aquí tratado fueron publicados periódicamente en la revista «Le Tour du Monde» entre 1862 y 1873 y se convierte en libro un año después. En su texto aparecen numerosos tópicos pintorescos sobre España, hecho que abunda en la literatura de viajes, pero además Davillier realiza en ocasiones estudios detenidos sobre la civilización española (Géal 2023).

El siguiente libro de viajes tratado en este capítulo será «Azahar extracts from a journal in Spain. 1881-1882» publicado en 1883 y escrito por la viajera Ellen Charlotte Hope-Edwardes, mujer de la que no se ha podido encontrar información. Debe destacarse que en la publicación de su libro no aparece su nombre completo, sino que aparecen las siglas de su nombre y el apellido completo. Por lo que deberíamos suponer, gracias a la experiencia ya adquirida sobre el anonimato en las obras femeninas, que decidió no poner su nombre para que su obra no se identificara a través de la autoría femenina.

John Lomas es el autor del siguiente libro de viajes estudiando en este capítulo. Su obra «Sketches in Spain from Nature, Art and Life» fue publicada en 1884. Su autor es definido como viajero, gastrónomo y curioso, lo que le movió a emprender un viaje por España. Es considerado como un precursor del turismo británico en la península. El libro de Lomas es una de las obras de referencia del último tercio del siglo XIX, puesto que fue la guía que usaron para recorrer España otros autores como Paul Gwyne, que describió Sevilla, o el célebre novelista Somerset Maugham, quien viajó a la Andalucía de principios del siglo XX (Vicente Azofra 2018, 325-26).

El último libro de viajes extranjero analizado en este texto es «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans» de la empresa fundada por Karl Baedeker, una editorial con la que se hicieron célebres sus guías de viaje. El libro aquí analizado resulta ser una edición publicada en francés en 1900, una traducción de una guía de viajes escrita en 1898 en alemán. La idea de las guías de viajes, conocidas como las «baedeker» era la de dar la suficiente información a los viajeros como para que pudieran prescindir de los guías turísticos locales. Tanto sus guías de viaje como las

editadas por Murray se hicieron enormemente populares y fueron recursos muy utilizados por los viajeros europeos ya entrado el siglo XX.

Finalmente cabe destacar que este capítulo también trata la mirada española sobre una de sus ciudades, para ello se han utilizado dos obras, ambas de Francisco de Paula Mellado, y que datan de la primera mitad del siglo XIX. La primera, «Guía del viajero en España. Comprende una noticia histórica, estadística y geográfica del reino» fue publicada en 1842 y la segunda, «Recuerdos de un viage por España» fue escrita entre 1849 y 1950. Su autor fue un conocido geógrafo, periodista, escritor y editor. Además, destacó por el ser el impresor de la primera enciclopedia en España, la «Enciclopedia Moderna». Sus libros de viajes contaron con una clara vocación enciclopedista a través de la que señalaba lo más relevante de la geografía, la historia, la estadística, las leyendas, costumbres y literatura de cada provincia y lugar de España. Asimismo, sus obras estuvieron acompañadas de grabados con los que describiría visualmente aquello que estaba narrando (Martínez Martín 2018).

La segunda parte de este capítulo abordará la visión endógena de las élites locales sobre el discurso que habían ido creando de Tarragona los viajeros analizados mediante sus libros de viajes. Por tanto, se llevará a cabo una aproximación a las propuestas, ya fueran continuistas o rupturistas, que se hicieron desde dentro sobre la identidad local definida esta vez no por el turismo, sino hacia el turismo. Así, será posible ver cuáles fueron los discursos, símbolos e imágenes que tomarían las élites locales de aquellos años señalados anteriormente por los viajeros del XIX y, por el contrario, en qué aspectos se presentaría una resistencia y una resignificación de la narrativa sobre la identidad local de Tarragona. Para ello será necesario analizar fuentes históricas que tienen una autoría interior, es decir, fueron creadas por individuos tarraconenses en su proyección de Tarragona hacia el turismo. Una de estas fuentes son las comunicaciones pronunciadas por las élites locales gestoras del turismo de la ciudad y plasmadas en las actas del II Congreso de Turismo celebrado en 1921 en Tarragona¹. A través de ellas se puede observar cuales fueron los postulados defendidos desde dentro, cuáles fueron las

¹ Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. (1921). *Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat*. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona.

imágenes que pretendían resignificar y cuál era la Tarragona que pretendían proyectar, su propia marca «Tarragona». Por otro lado, se tratarán los bandos municipales que contaban con elementos de disciplinamiento hacia la población local con el objetivo de satisfacer las demandas turísticas, así como para representar y reproducir unas actitudes locales acorde con la identidad tarraconense turística esgrimida. Para ello, también resultaran útiles algunos materiales promocionales del turismo, a través de los que se estaba transmitiendo una imagen interior sobre Tarragona de manera plenamente visual.

Mediante el análisis de los textos y los repertorios de imágenes (Beller y Leerssen 2007) turísticas transmitidos por dichas fuentes, será posible analizar y estudiar cuáles fueron las rutas turísticas más reseñadas, cuáles fueron las definiciones que se vertieron sobre los habitantes de la ciudad, la relación con el pasado o con la Iglesia, así como la relación con la otra gran urbe de la provincia, Reus, entre otros aspectos señalados a lo largo de este texto.

Puesto que estas fuentes ya pertenecen a las dos primeras décadas del siglo XX, se podrá observar si los primeros postulados, particularmente de la segunda mitad del XIX, habían convencido a las élites de Tarragona implicadas en el fomento del primer turismo en la ciudad o si, al contrario, en las primeras décadas del pasado siglo se estaba creando un nuevo discurso de identidad local turística en la ciudad mediterránea.

La mirada externa: primeros pasos para la creación de una identidad turística en Tarragona

España resultó a lo largo del siglo XIX un destino predilecto para unos pocos privilegiados que decidieron emprender un viaje en busca de la autenticidad, el exotismo o la tradición de naciones foráneas (Zuelow 2016), los conocidos como «first comers». Así mismo, fue a lo largo del siglo XIX cuando se dió la época de oro de los libros de viajes que dejaban constancia de las visitas a lugares lejanos, dando una información que debía

ser útil para los futuros viajeros para llevar a cabo el «Spanish tour», desde una mirada particularmente romántica del lugar visitado, siguiendo la moda del Grand Tour que pasaba por naciones vecinas y que se popularizó entre finales del XVIII y las primeras décadas del siglo XIX (Koshar 1998). Estos libros estaban pensados por sus autores para guiar las visitas de sus compatriotas hacia los lugares que consideraban más interesantes del destino, destacando aspectos como su historia, sus comunicaciones, su folklore, su gastronomía o sus costumbres. Es por ello que estos libros de viajes elaboraron una narrativa propia y particular que ha hecho de ellos un producto literario de la modernidad (Bas Martín 2007, 10). Los lugares a los que miraron, las expresiones con las que los definían o las impresiones sobre el destino y sus habitantes volcadas en sus páginas, colaboraron en la consolidación a lo largo del siglo XIX y principios del XX de un discurso de identidad nacional. Este discurso también nació de la confrontación, de las continuidades y rupturas entre esta mirada forastera y la mirada local, mucho más fuerte a partir de inicios del siglo XX (Fernández-Poyatos 2020).

Tal como subraya Xavier Andreu (2016a, 86), España fue imaginada por los románticos europeos como un espacio que se situaba en una encrucijada múltiple de Norte-Sur y Occidente-Oriente. Esta mirada forastera estuvo condicionada en gran parte por obras que exotizaban y orientalizaban España, como podría ser la novela «Carmen» de Merimée, una mirada que además fue perpetuada por algunos intelectuales españoles desde finales del siglo XVIII. La mirada europea pretendía buscar un antagónico dentro del territorio europeo, un lugar impregnado de la civilización europea pero donde poder dar rienda suelta a las pasiones restringidas en la modernidad europea. España se había convertido en un país exótico, una especie de Oriente seguro donde encontrar lo «otro», lo que no está en casa, aunque realmente todo ello sea una farsa, un espejismo, la proyección de un deseo (Fernández-Poyatos 2020, 5). Un lugar donde volver al pasado desde el presente, atemporal e incluso, apolítico.

Estas imágenes sobre la autenticidad y el exotismo del lugar visitado se trasladan a España, y más concretamente a Tarragona a través de la mirada de los primeros viajeros que dejaron escritas sus vivencias, impresiones y experiencias en los libros de viajes, con los que se comenzó a trazar una imagen sobre estos lugares y que proyectaron una identidad nacional y local que, en sus inicios, no fue esgrimida por la población local, sino por la mirada

exógena. Los libros de viajes que fueron resultado del paso de sus autores por la Península cuentan con imágenes estereotipadas de ciudades, lugares y habitantes cargadas de orientalismo, exotismo, primitivismo y tradición (Fernández-Poyatos 2020, 5). A continuación, analizaremos cuales son las imágenes más repetidas en los libros de viajes analizados aquí, cuáles son sus discursos, sus convergencias y también sus divergencias. Por lo que se podrá llegar a conocer en qué consistía aquella primera idea exterior sobre Tarragona, desde los ojos de sus visitantes.

La Tarragona romana: el primer atractivo turístico

La primera de las imágenes sobre Tarragona, y la más repetida a lo largo de los textos tratados aquí es la de la ciudad como un antiguo reducto de la civilización romana, una de las ciudades más antiguas de la Península Ibérica, recordando que la antigua Tarraco fue un lugar con «gran opulencia y prosperidad bajo el dominio romano». No obstante, esa gran ciudad había desaparecido, preguntándose los viajeros «¿Dónde encontraremos esa próspera ciudad, que ocupaba una superficie tan vasta de tierra y tenía un millón de habitantes? En su lugar veremos una pequeña y triste ciudad de sólo 12.000 habitantes, pero infinitamente curioso para cualquiera que le guste vivir en el pasado»². En este sentido también se pronunció Alexandre Laborde, cuando en pasado hablaba de la «gran opulencia y grandeza en la que se hallaron»³. De la ciudad no cabía más que valorar su pasado, puesto que su presente no respondería al de una gran urbe.

El pasado mítico de la ciudad, como cuna de la civilización occidental, demuestra cierta melancolía hacia un pasado grandioso de Tarragona que se observa a cada paso que se da. De hecho, los viajeros convergen al despreciar la ciudad actual y enaltecer la

² Dupont-Delporte, Emma-Marie Jeanne. «Promenades en Espagne: pedant les années 1849 et 1850». Francke, París, 1852. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc9g618>.

³ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traduccion libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

urbe romana, tal como señaló Francisco Mellado de Paula en su libro editado en 1842⁴: «destaca la majestad de la ciudad gracias a sus antiguos monumentos». Para este mismo autor, de hecho, la ciudad no tiene ningún atractivo más allá de las esculturas y arquitectura con vestigios romanos. El francés Cénac-Moncaut señaló, en este mismo sentido, que la ciudad romana contaba con dos millones de habitantes, que «la llenaron de agitación y ruido»⁵, mientras que cuando él la visitó todo Tarragona, todo aquel anterior movimiento había desaparecido, había descendido el número de habitantes hasta los quince mil, no contaba ni con comercio ni con vida. Planteaba, por tanto, una ciudad en absoluta decadencia que no había sido capaz de salvaguardar su grandeza pasada.

Las rutas que trazan los libros de viajes analizados remarcan esta importancia que los forasteros conceden al pasado romano. Absolutamente todos los viajeros visitaron alguno de los monumentos romanos de la ciudad, destacando por la recurrencia con la que se le nombra el acueducto romano, también conocido popularmente como el «Pont del Diable» descrito como un «monumento colosal»⁶ situado en «una campiña monótona y triste, pero muy pintoresca»⁷, así como la «Torre de los Scipiones», monumento funerario dedicado a los hermanos Scipion que se encuentra a la salida de Tarragona en dirección a Altafulla, del que se dice que es un monumento en ruinas, así como se incita a los viajeros a «no perder tiempo en ir a visitarlo»⁸. Del monumento funerario se destacarían mucho más las vistas que de Tarragona se tienen desde allí⁹. Sobre estos dos vestigios se vertieron numerosas

⁴ Mellado, Francisco de Paula. «Guía del viajero en España : comprende una noticia histórica, estadística y geográfica del reino». Estab. Tip. calle del Sordo, 1842. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc6w9m1>.

⁵ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

⁶ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

⁷ Dupont-Delporte, Emma-Marie Jeanne. «Promenades en Espagne: pendant les années 1849 et 1850». Francke, París, 1852. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc9g618>.

⁸ Ibid.

⁹ Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

opiniones, mientras que los demás, como son la «Torre de Pilatos», el «Anfiteatro», el «Circo romano» o el «Arco de Barà» no cuentan con extensas descripciones.

No obstante, resulta cierto que aquellos autores que transmiten en sus escritos alguna experiencia desagradable, vinculada particularmente a la salubridad de la ciudad o a las malas condiciones en las que se encontraban los alojamientos en los que se hospedaban, hechos que trataremos más adelante, también esgrimen opiniones negativas de los restos romanos más característicos de Tarragona. Así, por ejemplo, sobre el acueducto romano conocido como el «Pont del Diable» Alfred Elwes destaca en su libro que el camino para llegar al monumento resulta tortuoso, «lleno de surcos y enormes piedras, que provocaba una considerable incomodidad en el camino»¹⁰.

Por otro lado, con relación a la «Torre de los Scipiones»¹¹, Alexandro Laborde pone en duda la verosimilitud de la historia que envuelve el monumento, considerando poco creíble que allí se encontraran enterrados los dos hermanos y generales romanos. Este cuestionamiento puede estar relacionado con dos aspectos, en primer lugar, con la impresión por parte del turista de que en Tarragona se han inventado relatos y narrativas sobre un pasado mítico para atraer e incluso engañar a los turistas, los que al descubrir la farsa se sentirán estafados, tal y como el autor señala. En segundo lugar, demuestra una cierta superioridad por parte del visitante europeo que se presenta como mejor conocedor de la historia, contando con más conocimientos a la vez que tratando de ignorantes a los locales. Esta dinámica se ve reflejada en otros libros, en los que, desde una mirada absolutamente colonial, mostrando clara superioridad, se tilda a los locales de inconscientes e ignorantes respecto del patrimonio con el que cuenta su ciudad.

En este sentido, Richard Ford señala que parte de los vestigios con los que contaba la ciudad se salvaron porqué en 1722 los ingleses se los llevaron, de otra manera

¹⁰ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873.

¹¹ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traduccion libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

la ignorancia de los habitantes habría dejado perderlos¹². Asimismo, Mme. Brackmann escribe «el corazón se hunde al ver con qué indiferencia el pueblo llano pasa de largo sin mirar tantos recuerdos de grandeza y gloria»¹³, con lo que demuestra que serían los turistas extranjeros, particularmente franceses e ingleses, los capaces de entender el valor de aquellos vestigios, algo que no se podía esperar de los locales mucho más inconscientes e ignorantes. Sin duda, estas afirmaciones demuestran la mirada colonial de los viajeros decimonónicos sobre el lugar visitado, considerando que su presencia allí es esencial para que los restos romanos sean valorados tal y como deben.

La primera promoción turística ideada por los locales, en muchos sitios como sería Barcelona o Mallorca, fue vinculada a estos discursos coloniales previos, en los que se señalaba un lugar con múltiples posibilidades, pero con escasos frutos, derivados del carácter ignorante de las poblaciones locales. El turismo se entendió como una herramienta a través de la que civilizar a la población local, demostrando la necesidad de valorar el patrimonio propio, tal y como lo hacían los visitantes (Palou y Cócola 2019). Las citas expuestas demuestran la concepción propia del viajero como una figura de poder que descubre algo que resulta invisible para los locales, pese a que en este mismo libro el autor debe puntualizar la reciente formación de una sociedad arqueológica. Con ello se refiere a la formación de la Real Sociedad Arqueológica Tarraconense de la mano de un grupo de intelectuales locales y que tenía como objetivo preservar los numerosos restos arqueológicos con los que contaba la ciudad¹⁴. Asimismo, son diversos los autores que remarcaban el interés de la ciudad para anticuarios e historiadores, hablando de ella en términos de un gran museo¹⁵. El discurso colonial de los viajeros europeos sobre muchos lugares de la Península, como Tarragona o Alicante (Fernández-Poyatos 2020,

¹² Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

¹³ Dupont-Delporte, Emma-Marie Jeanne. «Promenades en Espagne: pendant les années 1849 et 1850». Francke, París, 1852. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc9g618>.

¹⁴ «Reglamento General para el gobierno interior de la Sociedad Arqueológica Tarraconense»,. Imprenta de D. Ignacio Boix, 1854. Real Sociedad Arqueológica Tarraconense.

¹⁵ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>; Dupont-Delporte. «Promenades en Espagne: pendant les années 1849 et 1850». Francke, París, 1852. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc9g618>.

8), demuestra un sesgo claro de superioridad, además de una concepción sobre la capacidad propia de valorar las costumbres, la población del lugar visitado, o como sucede en este caso, su patrimonio. Dicho discurso colonial en los escritos turísticos del siglo XIX muestra la dinámica norte-sur, en la que el norte representa la metrópoli, civilizada, ordenada, ordenada, sabia, mientras que el sur, el lugar colonizado se relaciona con conceptos como el desorden, el salvajismo o la ignorancia. Esta dinámica es equiparable a aquella que aparece entre Occidente y Oriente, donde Oriente representa «el otro» que debe ser educado, controlado e instruido por Occidente, por su carácter salvaje e incivilizado (Said 1995).

En diversos de estos libros, los viajeros recurren a la comparación con otras ciudades incluidas en ese momento en el circuito de los viajes románticos, herederos del cientificismo con el que se practicaron los viajes del Grand Tour, pero con una clara evolución hacia la búsqueda de espacios exóticos, auténticos, místicos, valorados desde la mirada romántica que estaba de moda (Black 2003). Esta comparación se observa por ejemplo en las palabras de Cénac-Montcaut, cuando afirma que el palacio de Augusto le recuerda al Capitolio de Roma¹⁶. Argumento con el que pretendía demostrar la importancia de los vestigios romanos que se hallaban en Tarragona, confirmando su impresión a través de la rememoración de lugares turísticos ya reconocidos de la zona mediterránea, del Sur de Europa. La comparación con otros lugares ya consagrados por la mirada turística legitimaba las afirmaciones en relación con la ciudad catalana. De nuevo, eran los viajeros, conocedores de múltiples enclaves históricos en Europa los que daban el valor a la ciudad mediante comparaciones con otros lugares de reconocido prestigio. Pese a que los libros tratados aquí son monografías sobre España, es cierto que sus autores habían viajado por otras naciones vecinas, por lo que se posicionaron en un estrato superior de conocimiento gracias a sus múltiples viajes y su elevado conocimiento sobre los lugares.

¹⁶ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

Tarragona como ciudad religiosa y medieval

La ciudad de Tarragona cuenta con una larga y dilatada historia extraordinariamente ligada a la Iglesia, de hecho, es uno de los arzobispados más antiguos de España¹⁷. Esta condición, como baluarte de la cristiandad, fue otro de los aspectos más utilizados por los viajeros decimonónicos para crear la identidad turística exógena de Tarragona. El primer aspecto resaltado en este sentido fue la expulsión de los «moros», un argumento muy recurrente en estos escritos y que va acompañado de diversas descripciones que crean una clara imagen negativa sobre los árabes que ocuparon España desde el siglo VIII (Gonzalo Arango 2013).

Los viajeros marcan como punto de partida de la degradación de la ciudad la presencia de los «moros»¹⁸, los cuales la llegaron a sitiar y tomar violentamente, según diversos autores¹⁹. En este sentido, Cénac Moncaut²⁰, señala que fueron los españoles y los franceses los que consiguieron liberar la ciudad de los árabes que la ocupaban y que habían destruido todo atisbo de movimiento en ella. No resulta casual que un francés decida atribuir a sus pasados compatriotas la liberación de la ciudad, en un claro ejercicio de nacionalismo, así como la atribución de cierta incapacidad de los tarraconenses para hacerlo sin ninguna ayuda. Asimismo, esto demuestra de nuevo una mirada colonial que pasa por incapacitar a los locales para defender su territorio, como soldados poco válidos en la guerra y que requieren de la ayuda de aquellos ejércitos

¹⁷ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traducción libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

¹⁸ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traducción libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

¹⁹ Hope-Edwardes, E.C. «Azahar extracts from a journal in Spain». Richard Bentley and Son, 1883; Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>; Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelImage>.

²⁰ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelImage>.

importantes de Europa para proteger su territorio y a su pueblo de las amenazas externas.

No se encuentra en la mayoría de los textos analizados ninguna insinuación que haga referencia a la hibridación entre árabes y tarraconenses, como sí sucedería, por ejemplo, en el imaginario sobre Andalucía (Andreu Miralles 2016a) o sobre Alicante (Fernández-Poyatos 2020), con una única excepción, el libro del Capitán J.W Clayton, en el que señala que coincide en la diligencia con un hombre de aspecto moro, que tenía miedo a resfriarse por llevar la ventada abierta²¹. Según los relatos de los viajeros, se puede llegar a entender que los árabes pasaron por la ciudad únicamente para destruirla, sin llegar a tener contacto con la población que la habitaba. De hecho, del paso de los musulmanes por Tarragona no se explica a penas nada en ningún libro, más allá de simplemente nombrar que en algún momento fue dominada por los «moros» y que finalmente, pudo ser tomada por la cristiandad. Una ocupación que se proyecta como violenta, a diferencia de la ocupación romana, de la que no se habla como una invasión sino como un evento histórico que trajo beneficios al lugar, «A la llegada de los romanos era como todas las ciudades de España, una población pobre y reducida»²².

Cómo símbolo de esta recuperación de la ciudad para los cristianos se erigió la Catedral, sobre un antiguo templo romano y una mezquita árabe²³. Por tanto, no parece que los viajeros valoren positivamente ni de manera muy extensa y detallada el periodo musulmán de la ciudad, únicamente lo nombran para explicar el destrozo que llevaron a cabo y su posterior recuperación a manos de los cristianos. Esta afirmación encuentra sentido en la siguiente cita: «Tarragona, que lleva la Historia de los íberos, fenicios y romanos escrita en tantas reliquias, apenas habla de la Edad Media árabe. Este período dejó allí, creo, solo una pequeña ventana gemela, adornada con inscripciones en las

²¹Clayton, John William. «The sunny south : an autumn in Spain and Majorca». Hurst and Blackett, 1869. <https://www.euskalmemoriadigitala.eus/handle/10357/5880>.

²² Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>.

²³ Baedeker, Karl. «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans». Paul Ollendorff, 1900. Biblioteca Virtual de Andalucía. <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1040893>.

arquivoltas. El cristiano de la edad medieval, por el contrario, erigió allí dos monumentos del mayor estilo: la Catedral, coloso ubicado sobre el palacio de Augusto, y el claustro»²⁴.

Así pues, será la Catedral el edificio al que más líneas dedicaron los viajeros decimonónicos, llegando incluso a afirmar que sería el único lugar destacable de la ciudad, «es el único edificio que puede fijar la atención»²⁵. Catedral de estilo gótico, a la que diez de los doce libros analizados destinan numerosas líneas para describir con gran precisión sus características. Concluyendo todos ellos que es una de las catedrales más majestuosas de España, su gran sencillez resulta atractiva según uno de los autores²⁶. Sin duda, la Catedral sería el enclave principal en las rutas turísticas creadas por estos libros de viajes, que variarían en los otros lugares a visitar pero que nunca obviarían la visita al edificio religiosa por antonomasia de Tarragona.

La ciudad mediterránea fue interpretada, tal como ya se ha visto, como una ciudad preeminentemente religiosa y cristiana, por la que pasaron numerosos mártires de la Iglesia²⁷. Esta imagen de lugar religioso responde a un imaginario creado y que atravesó toda España, fomentado por el discurso sobre la reconquista representada en gran parte por los Reyes Católicos y por la presencia de la Santa Inquisición (Andreu Miralles 2016a). Este imaginario resulta claro cuando la viajera francesa Emma-Marie Jeanne Dupont-Delporte²⁸ afirma haberse sorprendido al ver que, «pese a ser España un país muy religioso, muchos edificios religiosos están sin acabar de edificar». Cabe destacar que esta viajera ha sido definida por los estudios que hablan de ella como una mujer profundamente religiosa, lo que le llevaría a valorar la situación en la que se encuentra la Iglesia en los lugares que visitó, sorprendiéndose al ver que pese a ser

²⁴ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

²⁵ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traducción libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

²⁶ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873.

²⁷ Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>.

²⁸ Dupont-Delporte. «Promenades en Espagne: pendant les années 1849 et 1850». Francke, París, 1852. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc9g618>.

representada España como un país muy religioso, sus edificios no han sido terminados o están mal conservados, la representación del país no se corresponde en este caso con la performance arquitectónica esperada por la turista.

La Catedral fue presentada por los autores como el centro neurálgico de la ciudad, un centro que vigilaría el porvenir de la ciudad, la Madre Iglesia. Su ubicación, en lo alto de la ciudad, fue el argumento utilizado para justificar la sensación de amplio poder de la Iglesia sobre la ciudad: «Para los constructores mucho más devocionales de los días en que las ordenanzas religiosas no debían ser azucaradas y condimentadas cuidadosamente antes de que los invitados pudieran participar de ellas, siempre les encantaba coronar sus moradas con la gran Iglesia Madre, siempre que había un lugar ventajoso»²⁹. Otra de las afirmaciones que corroboran este carácter maternal y, por tanto, cuidador de la Iglesia en Tarragona fue escrita por Cénac-Montcaut³⁰ al señalar que la Catedral, «por sus amplias proporciones, parece lamentar el millón de hombres que ha perdido Tarragona y espera su regreso». La Iglesia sufriría como madre la pérdida de sus hombres, de sus hijos, que lucharon por su defensa y en defensa de la ciudad a la que ella representaba y cuidaba.

Tal como hemos señalado en relación con el pasado romano de la ciudad y su comparación con otras ubicaciones europeas, los autores también utilizaron este recurso con la Catedral tarraconense. De nuevo una localización italiana es la utilizada para ejemplificar la admiración de los viajeros por el edificio religioso. Elwes dirá que los claustros de la Catedral le recuerdan al Camposanto de Pisa³¹. En este caso, la referencia a Pisa pretende encontrar la validación y la legitimación de las palabras del autor, al recurrir a un símbolo de identidad turística de la ciudad italiana. Asimismo, la arquitectura de la catedral de Tarragona se enmarca por parte de algunos autores en un circuito arquitectónico «típicamente catalán». Buen ejemplo de ello son las

²⁹ Lomas, John. «Sketches in Spain from nature, art and life». Longmans, Green and Co., 1884. Biblioteca Virtual de Madrid. https://bibliotecavirtualmadrid.comunidad.madrid/bvmadrid_publicacion/es/consulta/registro.do?id=1315

³⁰ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

³¹ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873.

descripciones de Richard Ford sobre la escalinata de acceso al edificio desde la plaza del mercado, «muy usual en Cataluña»³², tal como sucede en la Catedral de Girona.

Costa mediterránea y clima

Uno de los aspectos más recurrentes a lo largo del siglo XIX en los textos analizados fue la cuestión del clima en Tarragona. El trato de esta característica sería recurrente incluso en los libros y guías del siglo XX (Marine-Roig 2011). Los adjetivos atribuidos al clima transmiten de la ciudad un lugar cómodo, agradable y paradisíaco. En la década de los años 80 del siglo XIX, Richard Ford señalaba que el clima era «delicioso y saludable, una ciudad adecuada para que los inválidos vivan en invierno»³³. En todo caso, la relación entre el buen clima y la posibilidad de un baño en el mar sólo se establece en las guías a partir de mitades del siglo XIX, tal como sucede con la guía anteriormente nombrada, este hecho se debe a la moda que fue creciente a mitades del siglo XIX de los «baños de mar» destacados en localidades como Saturrarán en Vizcaya o Santander, de la que se decía era poseedora de una «magnífica casa de baños, liceo y teatro» (Vallejo Pousada, Lindoso-Tato, y Vilar-Rodríguez 2020). Esto demuestra la progresiva popularización que iría ganando el turismo de playa, asociado al bienestar y la salud a partir de la segunda mitad del siglo XIX en España (J.K Walton 2001), pero que ya tenía en marcha otros centros como serían las ciudades de Marienbad del Imperio Austríaco, Vichy en Francia y Bath en el Reino Unido (Batalla Farré 2014). Es en los libros de la segunda mitad del siglo XIX en los que los viajeros ya no identificarían Tarragona únicamente por su monumentalidad e historia, sino también por las buenas condiciones climáticas y su perfecta ubicación a orillas del mar Mediterráneo, tal como señala John Lomas cuando dice que «Tarragona se debe amar por sus tesoros de obras arquitectónicas de infinita belleza. Por su sencilla bondad y buena fraternidad; por su gloriosa coloración, su cielo brillante, sus hermosos atardeceres, su vista sobre el

³² Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

³³ Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

extenso territorio rico, la costa rocosa y el mar resplandeciente»³⁴. Esta cita viene introducida por una advertencia, que constata que la ciudad debe ser amada por el visitante, pese a su polvo y los pasteles de barro que se encuentran al caminar por ella. Pero de ella pretendemos destacar la introducción de la importancia del clima y su localización frente al mar.

En la cita de Lomas podemos identificar la feminización de Tarragona a través del valor físico con el que la describían, el autor habla de los pies de la ciudad bañados por el mar, evocando la idea de una mujer que reposa los pies en el agua del Mediterráneo. Otra cita del libro de Lomas demuestra que la ciudad debe ser amada por el turista, que tiene el poder de disfrutar y penetrar en la ciudad mediterránea, de amarla: «Se debe amar por sus tesoros de obras arquitectónicas de infinita belleza. Por su sencilla bondad y buena fraternidad; por su gloriosa coloración, su cielo brillante, sus hermosos atardeceres, su vista sobre el extenso territorio rico, la costa rocosa y el mar resplandeciente»³⁵. La feminización del destino turístico y la masculinización del turista, como un ser que puede penetrar en la ciudad, tomarla y poseerla es, como se ha visto, una dinámica del imaginario turístico que también apareció en Tarragona, como sucedería en otros lugares tan remotos como las Cataratas del Niágara (Dubinsky 1994).

Además, otro hecho diferencial de los libros publicados a partir de la década de los ochenta es la atención que se presta a la vista a la Mediterránea a través de un paseo, la actual Rambla Nova. Según las palabras del autor³⁶, el objetivo de pasear por esa calle no era más que llegar a lo que hoy en día se conoce como «el Balcón del Mediterráneo», pese a que los viajeros aún no le atribuyen este nombre, pero que entonces aún no contaba con este nombre. La obra publicada en 1884 por John Lomas³⁷ dedicaría estas palabras al mar Mediterráneo que bañaba la ciudad «las olas azules del Mediterráneo

³⁴ Lomas, John. «Sketches in Spain from nature, art and life». Longmans, Green and Co., 1884. Biblioteca Virtual de Madrid. https://bibliotecavirtualmadrid.comunidad.madrid/bvmadrid_publicacion/es/consulta/registro.do?id=1315

³⁵ Ibid.

³⁶ Hope-Edwardes, E.C. «Azahar extracts from a journal in Spain». Richard Bentley and Son, 1883.

³⁷ Lomas, John. «Sketches in Spain from nature, art and life». Longmans, Green and Co., 1884. Biblioteca Virtual de Madrid. https://bibliotecavirtualmadrid.comunidad.madrid/bvmadrid_publicacion/es/consulta/registro.do?id=1315

bailando alegremente sobre su voluntad presa». El mar Mediterráneo baila sobre la voluntad presa de la ciudad, la cual es presentada como una mujer cautiva frente a la masculinización del mar, como una figura poderosa y que obra en función de su voluntad. Gracias a ello, sin duda, se puede concluir en este caso la utilización del mar sobre la ciudad como una clara feminización del lugar visitado. El mar posee la ciudad al igual que lo haría el viajero, mientras que ésta se presenta impasible y disponible ante ambas figuras masculinas (A. Pritchard y Morgan 2000).

Heroísmo nacional español

Otro de los elementos que los autores destacaron en numerosas ocasiones a lo largo de los libros de viajes analizados fue la vigorosidad de la población en la lucha contra el ejército francés de Napoleón durante el sitio a Tarragona en 1811. Debemos tener presente que la lucha de una nación en defensa de su libertad contra el opresor sería uno de los grandes mitos vertebradores del romanticismo, movimiento cultural en el que estarían inmersos los viajeros que llegaron a España entre mitades y finales del siglo XIX. Así, La guerra de España contra el invasor francés y las hazañas heroicas de aquel pueblo casi desconocido del sur que se levantó en armas contra el gran imperio napoleónico, despertó en Europa gran admiración y simpatía (Lleó Cañal 1984). Uno de los casos más curiosos es el de la traducción libre de Mariano de Cabrerizo y Bascuas publicada en 1816 del libro de viaje de Laborde de 1809. Obviamente, puesto que el sitio de Tarragona durante la guerra del francés aún no se había producido, sería el propio Mariano de Cabrerizo el que introduciría una nota sobre la defensa por parte de la población de la ciudad en su traducción posterior: «Su vecindario quiso ser víctima de todos los furores de la guerra, antes que faltar a lo que debía a su patria y a su rey legítimo»³⁸. Los elementos constituyentes de la frase en cuestión subrayan el carácter patriótico de los habitantes de Tarragona, fieles a su rey, el rey español.

³⁸ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traduccion libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Libreria de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

La relación entre la patria española y Tarragona será determinante en la definición de la identidad local turística de la ciudad, alejada, tal como se verá más adelante, de la identidad insuflada por el catalanismo en otras ciudades como Reus o Girona. Esta lejanía se trazó ya desde principios del siglo XX, cuando las élites del catalanismo conservador de la Lliga presentaron las ruinas griegas de Empúries como la demostración de la procedencia del pueblo catalán, la gran civilización griega. Una civilización culta, democrática y avanzada. Mientras que las ruinas de la Tarraco romana fueron obviadas, por considerar el Imperio romano como una civilización mucho más bárbara, agresiva e inculta, cuna del pueblo español. De esta manera, Tarragona quedó alienada de su participación en el proyecto del catalanismo político de la Lliga Regionalista, formaría parte de la «Catalunya Nova», una Cataluña más cercana a España (Alonso 2018).

No obstante, y siguiendo con el mito sobre la vigorosidad de los tarraconenses en la lucha contra los franceses, décadas más tarde, otros autores seguirían nombrándola³⁹, hecho del que los propios tarraconenses se harían eco como un mito de identidad local, llegando a poner en el espacio público una estatua en conmemoración de su lucha y que será objeto de múltiples debates, tal como se verá en capítulos posteriores.

Las definiciones sobre las mujeres tarraconenses son mínimas, de hecho, únicamente encontramos una referencia en la obra de Cénac-Montcaut⁴⁰, donde las define como «mujeres altas y vigorosas que recuerdan a aquella heroica Calessina, que en 1808 luchó tan valientemente contra nuestras tropas». Incluso para los autores franceses fue destacable la vigorosidad de aquel pueblo, señalado en los textos por Cénac-Montcaut. Con el centenario del sitio de Tarragona, se propuso erigir un

³⁹ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>.

⁴⁰ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

monumento en la ciudad que recordase aquella gesta civil, hecho que se tratará en el siguiente capítulo de este trabajo. Resulta necesario remarcar que mientras de los hombres tarraconenses se destacaba su ociosidad, de las mujeres se destacara su fuerza para luchar contra el invasor francés, hecho que sin duda viene a ejemplificar de nuevo la visión orientalizante por parte de los turistas, que concederían a las mujeres un espíritu asignado tradicionalmente a la masculinidad, mientras que los hombres eran claramente denostados al retirárseles las características que los debían definir, como la fuerza en la batalla y el culto al esfuerzo, esto también sucedería en otros contextos coloniales como el Marruecos colonizado (Torres 2014).

Contraposición con la otra gran ciudad, Reus.

La industria existente en Tarragona a lo largo del siglo XIX no resulta en los repertorios analizados en este capítulo un elemento a destacar, pese a la existencia de centros industriales dedicados principalmente a la producción del vino. Únicamente, fue Richard Ford que a mediados del siglo XIX ya explica la presencia de dichos centros centro de producción vinícola, señalando que la producción que allí se llevaba a cabo estaba adaptada a los gustos de los consumidores de los países europeos receptores⁴¹. Este silencio respecto de los centros industriales y, por tanto, centros de trabajo, se debe al hecho de que los viajeros ociosos, ávidos de conocer lugares auténticos, exóticos, huirían de las dinámicas presentes en sus lugares de procedencia, entre ellas aquellas que estaban atravesadas por el mundo del trabajo moderno e industrial. Este hecho demuestra que la importancia de la ciudad en el circuito turístico fundado por los viajeros procedentes del centro y el norte de Europa no buscaba encontrar la modernidad que ya se hallaba en sus países, sino un lugar donde ser transportados a un pasado mítico, como sería el dominio romano o el poder de la Iglesia, dentro del antiguo continente. No sería necesario, entonces, trasladarse a lugares remotos y peligrosos para encontrar el pasado de la civilización europea, la tradición y la autenticidad.

⁴¹ Baedeker, Karl. «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans». Paul Ollendorff, 1900. Biblioteca Virtual de Andalucía.
<http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1040893>.

Al contrario, la imagen destacada por los turistas del XIX sobre la ciudad de Reus, la otra gran urbe de la provincia, sí que destaca el carácter industrial, comercial y económico de la ciudad. En las palabras que los viajeros dedican a esta ciudad destacan los adjetivos como «industriosa, bulliciosa u organizada», ninguno de ellos dedicados a Tarragona. Ya a principios de siglo, Larborde⁴² destacaría de Reus que era una de las ciudades más ricas de todo el Principado. Las palabras de los viajeros coinciden con la situación real de ambas ciudades. Mientras que la ciudad de Reus, e incluso Valls, ya desde mediados del siglo XIX habían puesto en marcha precarios intentos de industrialización, Tarragona y su comarca seguían fieles a las actividades agrícolas y portuarias tradicionales. Incluso, el puerto de Tarragona y sus transacciones comerciales estuvieron copadas por los comerciantes de Reus, desbancando a los tarraconenses (Abelló 1989, 176).

Asimismo, otro hecho destacable sería la utilización de figuras ilustres contemporáneas, como el General Prim o el pintor Fortuny⁴³, nacidos en Reus. En el caso de Tarragona, la personalidad más destacada entre los viajeros siempre fue Poncio Pilato, de nuevo prestando atención al pasado romano de la ciudad. Esto demuestra la importancia de la ciudad reusense en el momento presente, una ciudad moderna, representada a través de su política y su economía, así como por su arte contemporáneo, lo cual no sucede con Tarragona que gana su relevancia por lo que fue en el pasado.

⁴² Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traducción libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

⁴³ Cénac-Moncaut, Justin. «L’Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.
Lomas, John. «Sketches in Spain from nature, art and life». Longmans, Green and Co., 1884. Biblioteca Virtual de Madrid. https://bibliotecavirtualmadrid.comunidad.madrid/bvmadrid_publicacion/es/consulta/registro.do?id=1315

Por otro lado, cabe destacar las palabras de Baedeker⁴⁴ sobre la industria de Reus, fruto según el autor de los esfuerzos de industriales ingleses del algodón. Esta afirmación resulta de una mirada colonial frente a la prosperidad de la ciudad, alienando de capacidad al tejido local económico y empresario para desarrollar una industria textil referente durante gran parte del siglo XIX. Buen ejemplo de esta capacidad local sería la fábrica de tejidos «Fabrill Algodonera», conocida popularmente como el «Vapor Nou». Esta industria de hilatura de algodón movida por vapor se fundó gracias a la financiación de personajes locales y nacionales como Jaume Ceriola o Pascual Madoz (Pascual, Estrada, y Ferreras 2004). Este dato permite entender la poca verosimilitud de las palabras de Baedeker, en un claro ejercicio de superioridad colonial.

Resulta sorprendente que ya a principios de siglo, Laborde⁴⁵ destaque de la ciudad de Reus su salubridad y buena organización urbana, a la vez que de Tarragona destacaba su decadencia. El estudio de Albert Arnavat (1998, 15) señala que no sería hasta principios del siglo XX cuando la ciudad fue tomando el aspecto de una ciudad de la Europa moderna, hasta entonces el paisaje urbano reusense se caracterizaba por mantener una imagen absolutamente rural, con calles sin asfaltar, plagadas de barro, polvo y agujeros. La mayor parte de los edificios resultaban ser infraestructuras precarias, sin capacidad en muchas ocasiones para albergar talleres en los que llevar a cabo las actividades artesanales, que ocuparían las calles de la ciudad. Si prestamos atención a las descripciones reiteradas de los viajeros sobre Tarragona, como una ciudad sucia, mal organizada, llena de polvo y con edificios demasiado antiguos y mal cuidados vemos que en realidad no debía haber especial diferencia entre ambos lugares, su urbanismo y las condiciones higiénicas.

No obstante, es necesario detenerse en el hecho diferencial de la industria y el comercio, el que sería responsable de la mirada positiva de los viajeros hacia Reus y una

⁴⁴ Baedeker, Karl. «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans». Paul Ollendorff, 1900. Biblioteca Virtual de Andalucía. <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1040893>.

⁴⁵ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo : con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traduccion libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

mucho más despreciativa hacia Tarragona. El poder económico que ostentaba Reus sería admirado por los viajeros europeos, al sentir que la ciudad quedaba más cerca de la modernidad europea con la que contaban sus países de origen, característica con la que no contaría Tarragona, asemejando Reus a los lugares de procedencia y Tarragona a una especie de oasis, para el que no pasaba el tiempo y en el que no pasaba nada. Pese a estas valoraciones positivas sobre Reus, derivadas de su buen hacer económico, hecho que implicaba la viveza y actividad de la ciudad, no se propone en los libros de viajes tratados como un destino turístico como sí sucedía con Tarragona, consideramos que justamente por esta asimilación entre Reus y los lugares de procedencia de los viajeros.

Por otro lado, las opiniones de los viajeros sobre la población de ambas ciudades resultan realmente diferentes, siendo este otro atractivo del lugar visitado. La población de Reus se presenta en la obra de Baedeker⁴⁶ como una de las más turbulentas de España y principalmente de clase trabajadora. En cambio, sobre la población de Tarragona se dice que son «habitantes ociosos que bostezan tranquilamente en las calles, buscando sombra en verano»⁴⁷. A través de estas descripciones se observa la contraposición entre turismo y ocio, mientras que en Reus se encuentran obreros ajetreados vinculados a la industria bulliciosa de la ciudad, en Tarragona viven tranquilos pobladores, despreocupados y ocupados en tareas mucho más hedonistas. Mientras que, del carácter político de la población de Tarragona, Elwes destaca en 1872⁴⁸ no haber percibido en el comportamiento de general de la gente al aire libre ninguna excitación. Cabe recordar que para la fecha de publicación del libro de Elwes, el movimiento obrero vinculado a las condiciones derivadas del proceso de industrialización en Europa habría experimentado cierta organización y ya estaría presente en las grandes urbes del viejo continente, por lo que resulta lógico que sea una cuestión que aparezca pasada en el último cuarto del siglo XIX y no antes.

⁴⁶ Baedeker, Karl. «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans». Paul Ollendorff, 1900. Biblioteca Virtual de Andalucía. <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1040893>.

⁴⁷ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

⁴⁸ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873.

Esta impresión derivada del carácter de los ciudadanos también jerarquiza los destinos, escogiendo y señalando aquellos lugares en los que resulta más fácil huir de la dinámica presente en los lugares de procedencia, grandes ciudades industriales y modernas de las naciones europeas del centro y el norte. El turismo pretendía alejarse de la política y la economía, despolitizando a la población visitada y situándola en un plano ahistórico, mientras que Reus con su carácter industrial recordaría a los lugares de procedencia, Tarragona parecía ser un oasis donde no pasaba el tiempo, donde no pasaba nada, únicamente destinado a la tranquilidad y el ocio. Asimismo, era un lugar apolítico, donde su población no vivía preocupada por las luchas obreras, por los bajos salarios o las malas condiciones laborales. Vinculado a ese carácter afable, Richard Ford destaca a mediados del XIX la gran hospitalidad de las gentes de Tarragona, señalando además que los visitantes contarían con el privilegio de poder entrar de manera gratuita durante un mes tanto al Teatro como al Casino⁴⁹, con el que Tarragona querría hacer más llevadera de estancia en la ciudad, agasajándolos con la música y los espectáculos que se celebrarían en ambos centros.

Pese a que, tal como se ha subrayado, para los viajeros no existía identidad local compartida entre Reus y Tarragona, parece que esto sí que sucedía con Valencia y su tradición folklórica. Se afirma que tarraconenses y valencianos cuentan con un gusto especial por la danza, razón por la que en Tarragona desde la Edad Media se hacían bailes públicos para honrar la llegada del obispo a la ciudad⁵⁰. En esta semejanza entre las tradiciones valencianas y las tarraconenses, el escritor granadino Francisco de Paula llega a confundir los «castellers» con una tradición a la que él llama «danzas valencianas y que define como danzas en las que se forman pirámides o torres de hombres, unos sobre otros en número de ocho y que terminan con un niño de corta edad»⁵¹. Esta identidad compartida y la proximidad con la que se describen las dos ciudades se observa también en las palabras de Cénac-Montcaut cuando destaca que uno de los

⁴⁹ Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

⁵⁰ Ch Davillier, Le Baron. «L'Espagne». Librairie Hachette et Cie, 1874. Biblioteca Virtual de Andalucía. <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1039014>.

⁵¹ Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>.

lugares de destino predilecto por los habitantes de Tarragona para encontrar empleo es la ciudad de Valencia, razón por la que el puerto tarraconense presentaba un claro estado de abandono⁵². En próximos capítulos se verá como esta identidad compartida entre Tarragona y Valencia, tanto culturalmente como social y políticamente, resulta un elemento decisivo a través del que proponer una identidad local que conjugase una alternativa al catalanismo político conservador que sí era propio de Reus, entendiéndose como una de las ciudades más representativas del catalanismo noucentista y conservador de la provincia.

La hostilidad como modo de disciplinamiento: Quejas sobre las comodidades de Tarragona

Los viajeros decimonónicos no escatimarían tinta en describir las condiciones en las que se encontraba la ciudad, sus calles o sus condiciones higiénicas. Es en este punto en el que encontraremos una clara mirada colonialista de los forasteros, protagonistas de la modernidad europea y que van en busca de un lugar antagónico a todo aquello conocido, moderno y poderoso. En este sentido, debemos afirmar que el turismo decimonónico pretendió expulsar la modernidad europea de los destinos turísticos, en esta dinámica por buscar el exotismo, lo salvaje, lo sensual e incluso, lo indolente y alejarse, a su vez, de las formas que la modernidad tomaba en sus lugares de origen. Los repertorios de representación del «otro» colonizado se han producido a partir de una alteridad antagonista e inferiorizante. Pese a que se podrían entender las palabras de estos viajeros como un elogio al «otro» tradicional en algunos casos, esta enfatización ha ido acompañada de un ambiguo repudio, inferioridad y desconsideración de fondo (Hall 1997).

Las condiciones de salubridad e higiene de la urbe serían, en este sentido, fruto de reflexión por parte de los viajeros analizados, palabras a través de las que es posible conocer la evolución de la ciudad en esta materia. A principios de siglo, Laborde ya

⁵² Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

remarcaba que, pese a que la ciudad es totalmente decadente, «está dispuesta en los años venideros a ganar el antiguo esplendor con el que contó en otras épocas»⁵³. Es claro que la obra analizada que resulta más representativa de una mirada turística inferiorizante y despreciativa fue la publicada en 1872 por Elwes. En ella no escatima en adjetivaciones negativas sobre las condiciones de la ciudad actual, donde «sus callejuelas son oscuras y tortuosas sin comercio alguno»⁵⁴. Relaciona además la ubicación de la ciudad con la presencia de contrabandistas y merodeadores, que encuentran un perfecto refugio entre los bosques que rodean el municipio. Estas quejas fueron tomadas por los locales que años más tardes fomentarían la llegada de turismo a la ciudad, como ejemplos que deben ser solucionados, por tanto, fomentando un disciplinamiento de las formas de los locales con relación a la limpieza o al urbanismo, ámbito sobre el que se haría hincapié a partir de principios del siglo XX.

La frase que mejor define esta mirada inferiorizante hacia Tarragona es la siguiente: «la ciudad en su momento estuvo rodeada por extensas y masivas fortificaciones, pero los sucesivos asedios la han derribado de tal manera que en la actualidad no presenta nada más que una imagen de ruina desesperada, gris, fea y amenazadora»⁵⁵. Esta afirmación está conectada, por un lado, con estas quejas sobre la salubridad de la ciudad, una ciudad que casi puede entenderse por las descripciones como una medieval, para la que no pasa el tiempo incluso en los aspectos de la higiene y la sanidad, tan en boga a partir del siglo XIX y principios del XX, y por otro lado, con la visión arqueológica colonial que sigue señalando la incapacidad de la población para valorar, mantener y cuidar su inestimable patrimonio, únicamente son los viajeros extranjeros los que pueden conocer dicho valor, mostrando una clara superior moral.

Según estas palabras, la ciudad actual ha perdido el poder que en el pasado tuvo, fruto de un mal gobierno y la falta de civilidad que han permitido que se convierta en una urbe amenazadora, un resquicio de Oriente en el sur de Europa (Andreu Miralles

⁵³ Laborde, Alexandro. «Itinerario descriptivo de las provincias de España y de sus islas y posesiones en el Mediterráneo: con una sucinta idea de su situación geográfica, población, historia civil y natural/ traducción libre del que publicó en francés Mr Alexandro Laborde en 1809 [por Mariano de Cabrerizo y Bascuas]». Librería de Cabrerizo, 1916. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=7269>.

⁵⁴ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873

⁵⁵ Ibid.

2016a). Ni los edificios parecen salvarse de esta mirada turística que construye un imaginario decadente y peligroso, de ellos el autor dice que son «edificios anodinos, en el que el romano, el gótico, el moro y el cristiano han participado. Las casas son antiguas, sucias y descuidadas, no son deseables como lugares de residencia»⁵⁶. Sólo una década después estas visiones serían diferentes, describiendo aquello que anteriormente aparece como molesto e incómodo, ahora como pintoresco o sinuoso⁵⁷. Se dice que sus calles son estrechas y empinadas⁵⁸, alejadas del urbanismo moderno de las grandes urbes europeas que cuentan con amplias avenidas proyectadas en nuevos planes urbanísticos como el Plan Cerdà en Barcelona o el plan Haussman en París.

No obstante, a partir de la década de los ochenta los libros de viajes⁵⁹ comienzan a señalar la presencia de paseos en la ciudad, como el que desemboca en el conocido posteriormente como Balcón del Mediterráneo, al igual que aparece en el libro publicado en 1900⁶⁰. Este cambio de dinámica en los libros de viajes de finales del XIX demuestra la modificación del paisaje urbano de Tarragona, proyectos que pretenderían acercar y asemejar la ciudad a aquellas modernas urbes europeas que habilitaron lugares de ocio y paseo, rodeados de vegetación dedicados al disfrute de los ciudadanos y a que reunían en una sola calle los monumentos más importantes del lugar. Es por ello, que consideramos que las quejas sobre el deficiente urbanismo y su insalubridad fueron rebajándose en los últimos años del siglo XIX, pasando de una crítica feroz en los años setenta del XIX, pasando por la valoración del pintoresquismo y la sinuosidad de sus calles en los ochenta, hasta la valoración positiva de los nuevos planes urbanísticos con

⁵⁶ Elwes, Alfred. «Through Spain by Rail in 1872». Effingham Wilson, 1873

⁵⁷ Lomas, John. «Sketches in Spain from nature, art and life». Longmans, Green and Co., 1884. Biblioteca Virtual de Madrid. https://bibliotecavirtualmadrid.comunidad.madrid/bvmadrid_publicacion/es/consulta/registro.do?id=1315

⁵⁸ Cénac-Moncaut, Justin. «L'Espagne inconnue, voyage dans les Pyrénées, de Barcelone à Tolosa». Amyot, 1861. Bibliothèque National de France. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k56854529.textelimage>.

⁵⁹ Ford, Richard. «A hand-book for travellers in Spain, and readers at home : describing the country and cities, the natives and their manners... with notices on Spanish History». John Murray, 1845. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.cmd?id=4173>.

⁶⁰ Baedeker, Karl. «Espagne et Portugal Manuel du voyageur : avec 7 cartes et 47 plans». Paul Ollendorff, 1900. Biblioteca Virtual de Andalucía. <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1040893>.

los que se proyectaron calles anchas, llenas de arboledas y repletas de monumentos a los héroes locales.

La creación endógena de la identidad turística de Tarragona

Durante las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del siglo XX el capitalismo experimentó una importante expansión en España, hecho que fomentó la diversificación de las inversiones. De este modo, el turismo apareció como una más de las nuevas opciones donde invertir el capital de iniciativa privada, convirtiéndose así en un actor fundamental en la promoción turística de España.

No obstante, el fomento del turismo en nuestro país no tendría como única causa la económica. Ya en el siglo XIX, España experimentó un aumento en el turismo ligado en gran parte al interés romántico por la cultura y la historia españolas, así como la atracción hacia su paisaje y clima. Los viajeros, especialmente procedentes de países europeos, comenzaron a visitar España por motivos recreativos, culturales y artísticos. Los primeros turistas generalmente pertenecían a la élite adinerada y eran atraídos por el arte, la arquitectura y la rica historia del país, especialmente por ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada y Toledo. También se interesaban por los paisajes pintorescos, las costas y las montañas españolas. Además, España vivió un auge en el interés por el fenómeno del «turismo termal» debido a la creencia en las propiedades curativas de sus aguas termales. Lugares como las provincias de Galicia y Cantabria se convirtieron en destinos populares para aquellos que buscaban alivio de diversas afecciones médicas (Moreno Garrido 2007; Vallejo Pousada, Larrinaga Rodríguez, y (dirs.) 2018). Esta nueva actividad fue vista desde dentro como una oportunidad regeneracionista a través de la que situar a España en los escenarios internacionales. El país volvería a adquirir presencia en los círculos centrales de decisión y poder, en los circuitos de salones, eventos y congresos. El regeneracionismo fue el mayor aliado del europeísmo. Los regeneracionistas partían de la base de que España contaba con un gran patrimonio natural, artístico y cultural susceptible de explotar en pro de sus intereses, con la posibilidad de rivalizar con cualquier nación europea en belleza y monumentalidad (Moreno Garrido 2007b, 63).

Así, poco a poco, con la llegada del siglo XX se fueron estableciendo instituciones a través de las que organizar, estimular y participar en los asuntos turísticos nacionales. Ésta se materializó en la Comisaría Regia de Turismo y Cultura Artística dirigida por Benigno de la Vega-Inclán, quien sería comisario de Turismo entre 1911 y 1928. La Comisaría Regia de Turismo fue el primer embrión de la promoción turística estatal, aunque desde el inicio de su andadura estuvo condenada al fracaso, dadas las malas condiciones materiales con las que contó. Por ello, el peso de la incipiente industria turística recayó sobre la iniciativa privada, ávida de diversificar las fuentes de capital y consciente de la oportunidad que el nuevo sector podía representar en la modernización y europeización del país (Moreno Garrido 2007a, 74-76).

La misma dinámica aparece en los territorios catalanes, donde el interés por el turismo apareció ya en la primera década del siglo XX, como serían el caso de la ciudad de Barcelona o la de Tarragona, se observa una clara relación con la idea de patriotismo y de un proceso de autodeterminación nacional. Se trabó una estrecha relación entre turismo, identidad y patria con dos objetivos claros: en primer lugar, crear un ambiente proclive para el desarrollo turístico de la zona; en segundo lugar, contribuir en el proyecto del catalanismo político de principios de siglo. Asimismo, las ideas «noucentistes» calarían en el discurso en defensa del desarrollo turístico, al entender que la atracción de turistas podría llevar a la modernización y civilización de la región, únicamente se consideraba la influencia positiva de los extranjeros sobre la población autóctona (Palou y Cocola 2019, 21). Con dichos objetivos, fueron apareciendo diferentes instituciones privadas en ciudades como Barcelona o Tarragona, que contaron con la «Sociedad de Atracción de Forasteros» desde 1908 en Barcelona y el «Sindicato de Iniciativa y Turismo» nacido en 1910 en Tarragona, y que fueron creadas a imagen y semejanza del modelo francés (Vives Reus 2010; Palou i Rubio 2011). Otra de las funciones que desempeñaron con ahínco fue la demanda de mejoras en los accesos, los transportes y los alojamientos del país, dirigidas en gran medida a las autoridades y los empresarios (Luque Aranda y Pellejero Martínez 2019, 38-39), un hecho que como ya se ha visto suponía quejas de los visitantes.

Esta labor desde la esfera pública y semipública tuvo como objetivo primordial el brindar al visitante una definición de identidad turística clara, más allá de aquella que los forasteros habían forjado durante el siglo XIX con sus libros de viajes.

En esta segunda parte del capítulo se pretende analizar el proceso de fijación de la identidad local de Tarragona como destino turístico y el diálogo que se estableció entre los turistas exógenos y las élites endógenas promotoras iniciales del turismo en la localidad. Así podremos observar si la identidad turística de Tarragona durante el primer tercio del siglo XX resultó ser una herencia de la mirada exógena del siglo XIX o más bien, se consideró la necesidad de virar los discursos turísticos, sus símbolos e imágenes para exportar una imagen de Tarragona insertada en el circuito de la modernidad europea, resistiendo así a la orientalización de la mirada de los visitantes. Esta selección de símbolos e imágenes tendría como objetivo crear desde dentro una marca del destino «Tarragona», el producto a ofrecer al turista. La influencia de los discursos de los viajeros del XIX en la marca del lugar ejerce un gran poder en la representación del producto deseado, no obstante, el sujeto local tiene la capacidad también de proponer la nueva identidad turística local a través de la negociación e incluso, la resistencia (Morgan y Pritchard 1998).

La mirada local: una visión de pasado, presente y futuro

En 1919 Tarragona fue seleccionada como sede para la celebración del Segundo Congreso de Turismo de Cataluña, evento en el que se dialogaría sobre las estrategias para vender como destinos turísticos algunos lugares de la región y que, por tanto, resultaría el espacio donde dialogar sobre aquellos símbolos e imágenes que crearían dichas marcas de destino. Tarragona en este coloquio fue presentada por Lluís Soler, el presidente del Sindicato de Iniciativa y Turismo – desde ahora SIT – de Tarragona, a través de una breve pero intensa frase: «Tarragona, la Ciudad Augusta, la antigua Tarraco»⁶¹. Una cita que sin duda refleja la pretensión por utilizar la pasada grandeza, opulencia y magnificencia de la ciudad como una de las grandes imágenes de la marca turística, hecho que representa continuista respecto de la narrativa expuesta por los viajeros que pasaron por Tarragona en el siglo XIX.

Este congreso de turismo en Cataluña celebrado en 1919, y su siguiente edición en 1921, demuestran que sería en estos años veinte cuando se experimentó un mayor

⁶¹ Lluís Soler, «Discurs de Salutació» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrès de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.30. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

auge en la preocupación y concienciación sobre la necesidad de trazar estrategias para elaborar la identidad turística de las localidades interesadas en la atracción de turistas. Asimismo, también serían mecanismos a través de los que pretendían ejercer presión política al gobierno central y, a la vez, continuar incentivando la fundación de nuevas entidades locales orientadas al fomento turístico (Palou 2019a).

Las élites locales, gestoras y participantes del II Congreso de Turismo de Cataluña, mostraron su preocupación por proteger los monumentos arqueológicos, puesto que estos vestigios serían los que demostrarían que el lugar visitado contaba con historia: «Poble que no pot ensenyar deixalles de l'antigor, dona a entendre palesament que no té historia»⁶², así como resultaría un medidor de su civilización y moral, puesto que únicamente el pueblo civilizado es capaz de conservar dichos vestigios y «els sentiments de qui els bastiren i ens els deixaren»⁶³. Por tanto, se muestran conscientes del potencial con el que contaba Tarragona, añadiendo que la ciudad debía aprovechar esta condición en pro de la atracción de turistas, que pretendían «buscar cosas nuevas más allá de sus fronteras»⁶⁴.

La utilización de los vestigios arqueológicos, así como sucedería con la Catedral, fueron algunos de los lugares programados para la ruta turística que se llevó a cabo durante el congreso de turismo de 1921. En el programa de visitas y excursiones por Tarragona planeado por el SIT el segundo lugar en ser visitado fue el «Pont del Diable», monumento que ya había sido declarado por el Estado como Monumento Nacional en el afán por parte de la Comisaría Regia por crear un circuito de monumentos en España que fueran creando la marca como nación. Con ello, la narrativa que se desprende radica en la autenticidad del lugar visitado, un enclave único de la región y que dota de historia a la nación, susceptible, por tanto, de representar un atractivo turístico. Cabe recordar, que el acueducto romano ya fue uno de los vestigios más visitados por los viajeros del siglo XIX, con lo que ya contaría con una clara reputación turística. La programación de la ruta turística que brindaron los organizadores tarraconenses a los congresistas resultó

⁶²Ramon Sabaté, «Protecció de monuments arqueològics i paisatges» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrès de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.82. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid.

una exhibición de todos los símbolos que pretendían formar parte de la identidad local tarraconense y, por tanto, la marca turística Tarragona. Así, los propios congresistas fueron recibidos en la ciudad como turistas, tal y como señala la siguiente cita: «El congreso es de vital importancia para la ciudad porque tendrá que dar ocasión a muchos inteligentes forasteros para admirar las grandiosas obras monumentales, artísticas y arqueológicas existentes en Tarragona, que justamente está considerada como una población turística de primer orden»⁶⁵.

No obstante, sería erróneo considerar que la pretensión de las élites locales pasaba por mostrar Tarragona únicamente como un depósito de ruinas romanas, un gran museo al aire libre. Si nos detenemos a observar el programa de excursiones planteado por la SIT para agasajar a los congresistas, vemos que el primer lugar en ser visitado fue la Fábrica del licor Chartreuse, mostrando la industria de la ciudad, vinculada como ya sucedía en el siglo XIX a los licores y los vinos. Este hecho resulta destacable, pues la pretensión de las élites locales fue proyectar en primera instancia la imagen de modernidad de la ciudad representada por sus edificios industriales. Esta estrategia de las élites locales debe entenderse como una resistencia a la imagen de Tarragona como una ciudad sin actividad comercial o industrial que, por tanto, la priva de cualquier idea sobre relacionada con lo que pasaba por modernidad en el momento, muy vinculada a la capacidad económica y productiva de la urbe.

Después de la visita a la fábrica de licor y al Pont del Diable, los congresistas fueron llevado a visitar las Cuevas Romanas donde se llevó a cabo un performance en la que un grupo de hombres disfrazados de romanos y con antorchas trasladaron al pasado a los visitantes, cuando estas vueltas sostenían el circo romano en tiempos del Emperador Augusto. Este escenario teatralizó y dramatizó un símbolo de la identidad local turística de Tarragona, evocando ideas míticas sobre el lugar, un espacio con historia y donde los visitantes podrían vivir una experiencia sin igual nación (Edensor 2002, 69). La performance llevada a cabo por los locales disfrazados resultó del todo controlada, desarrollando la actuación predeterminada por un discurso de identidad

⁶⁵ Juli Bauxili Perelló, «Memòria» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.24. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

nacional que tiene una dirección descendente, de arriba abajo, puesto que fueron las élites locales las que decidieron programar y enseñar de esa forma el pasado mítico de la ciudad. A través de esta performance sería posible enraizar la nación, en este caso la localidad, en la historia y legitimar a su vez la autoridad del discurso, premiando la elección de la ciudad como sede para el congreso a través de una experiencia memorable que involucra la puesta en escena de una de las características que formarían el discurso turístico de identidad nacional, el pasado romano de la ciudad y sus habitantes (2002, 85).

Para acabar con el primer día de visita, el programa contaba con el concierto que ofreció el Orfeó Tarragoní, fundado en 1903 y que se había convertido en un centro clave de la cultura catalana en Tarragona (Abelló 1989, 181; Morant i Clanxet 2011), en el que se tocaron piezas de folklore catalán como el «Himne a la Senyera» o la sardana «El Rossinyol». Estas piezas folklóricas no consideraron en ningún momento obras de folklore andaluz, aunque sí contarían con una balada gallega. Este hecho debe analizarse como un esfuerzo por desvincular la identidad local de Tarragona respecto aquella hegemónica en España, muy ligada a los símbolos andaluces reiterados por los viajeros románticos y que representaban orientalizantes. Por otro lado, la segunda parte de este concierto consistió en ofrecer obras de reconocidos compositores clásicos internacionales como Mozart o Haendel, como un símbolo de modernidad y alta cultura de Tarragona. Las dos partes del programa del concierto intentaron representar una combinación entre el exotismo del folklore catalán, alejándose de la orientalización con la que se relacionaba el folklore andaluz y, por tanto, resulta una estrategia de descolonización del tópico español forjado desde el folklore andaluz, y la modernidad representada por la alta cultura musical. Cabe, además, considerar la importancia de la pieza gallega en este entramado, pues la mezcla de piezas de diversas procedencias regionales muestra la intención de elaborar un discurso de identidad catalana conjugada con otros regionalismos. Este hecho debe hacernos plantear el papel de Tarragona y su identidad local en el entramado del catalanismo político del momento, y si la ciudad estaba proponiendo una alternativa de carácter federal en España, tanto a nivel cultural como sociopolítico, cuestión sobre la que profundizaremos a lo largo de esta tesis.

El inicio de la siguiente jornada de excursiones partió en el Museo Arqueológico de la ciudad, seguido de las puertas y las murallas ciclópeas. A través de la visita a estos enclaves podrían demostrar, por un lado, la preocupación por conservar los vestigios del pasado de la ciudad y, por otro, el origen primitivo de la ciudad que siglos más tarde seguiría conservando las estructuras construidas en la antigüedad por los pobladores de la ciudad. De alguna manera, este hecho viene a desmontar y resistir las críticas esgrimidas por los viajeros del siglo XIX, al mostrar la capacidad local por organizar, conservar y exponer los restos antiguos encontrados en la ciudad. Es de esta manera que se pretende por parte de las élites locales desactivar uno de los aspectos más recurrentes de la mirada colonial del XIX, cuando se afirmaba que únicamente el expolio de los ingleses había conseguido salvar parte de la historia de la ciudad, alienando a los locales de la aptitud para salvaguardar y valorar su inestimable pasado.

A las doce del mediodía de ese 27 de marzo de 1921, los congresistas disfrutaron del segundo concierto. Esta vez desconocemos el listado de obras musicales que se trataron, pues la importancia del concierto radicaba en la ubicación escogida para celebrarlo, el Balcón del Mediterráneo. En los años veinte ya se había asignado este nombre al mirador que se encuentra al final de la Rambla Nova, nombre que ninguno de los viajeros del XIX había utilizado para hablar de él, pese a haber estado en la ubicación y describirla. La atribución de un nombre concreto a este lugar señala la importancia que se le estaba concediendo, como un símbolo más de la ciudad y de su relación con el Mediterráneo. Se desconoce con exactitud quien atribuyó el nombre al lugar, pero en todo caso sí que se puede afirmar su importancia durante el siglo XX como símbolo de Tarragona y de su unión con el mar Mediterráneo, hecho que también había sido ya remarcado por los viajeros del XIX, particularmente aquellos que visitaron la ciudad en la segunda mitad del siglo, cuando la importancia del contacto con el mar se había convertido en moda (Vallejo Pousada, Larrinaga Rodríguez, y (dirs.) 2018).

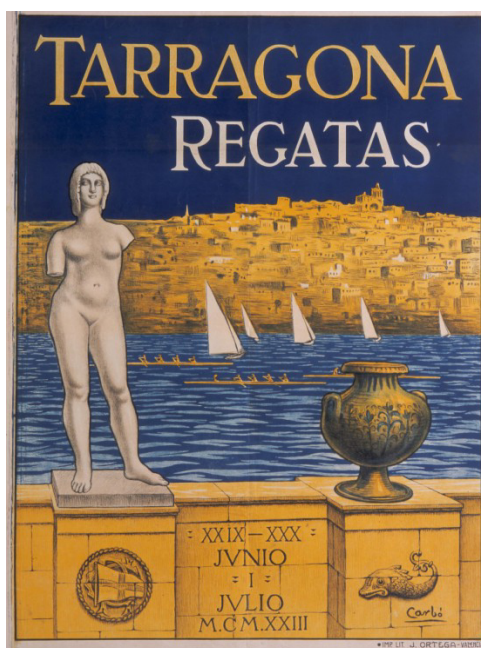
Esta relación entre la ciudad y el mar también fue explotada como un símbolo más de la identidad local turística de la ciudad en los días que duró el congreso. El mar jugó un papel clave en una narrativa turística enfocada ya no sólo en recorrer los lugares

memorables del pasado de la ciudad, sino

Figura 1: «Tarragona Regatas». 1923

Fuente: Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

también mostrar las posibilidades de ocio que



ofrecía el municipio, vinculadas en gran parte a la cercanía del mar. En este sentido ya en 1878 se fundó en la ciudad el Club Náutico. La visita al club tenía como objetivo llevar a cabo unas regatas en el mar en honor a los congresistas. Las regatas se habían convertido ya en los años veinte en un atractivo de primer orden de la ciudad, tal como confirma el cartel promocional de otras que se celebraron en 1923 (Fig.1). Este ocio que estaría intrínsecamente ligado a la práctica de deportes náuticos que se había puesto muy de moda, tal como demuestra, por ejemplo, el aumento de regatas en las ciudades del norte de España como fueron Bilbao, Santander o San Sebastián (Obregón Sierra 2020).

Estas actividades brindarían a los turistas una experiencia en la naturaleza, alejada del ámbito urbano, por tanto, una vivencia distinta a aquella que vivirían en sus lugares de origen. No obstante, siguiendo con la pretensión por parte de las élites locales de imbuir la identidad local de Tarragona de un cierto carácter de modernidad, se llevaba a cabo una actividad de moda relacionada con el deporte y con las actividades náuticas, muy de moda desde mitades del siglo XIX en un ambiente privado y elitista como era el del Club Náutico, al que no todos los estratos sociales podían acceder. Este cartel mostraba las diversas imágenes utilizadas para construir la narrativa turística de Tarragona: el mar Mediterráneo bañando la ciudad y el pasado romano, representado por una estatua de estilo clásico y la inscripción de la fecha de la regata en números romanos. Además, el ocio que representaban las regatas como deporte y su atractivo como actividad turística también transmitía una clara idea de modernidad, tal como antes se ha señalado. Con ello, este cartel se puede considerar como un perfecto ejemplo del tándem que las elites locales pretendían mostrar para crear el discurso de identidad local y que debía ser exportado a través del turismo.

Después de las regatas, los congresistas fueron llevados a los Astilleros del Puerto de Tarragona, donde pudieron observar de primera mano la construcción de los barcos

Montseny y Montsant. De nuevo, esta visita tuvo como objetivo representar el carácter y la capacidad industrial de Tarragona, una característica de la ciudad que había sido denostada por los viajeros del XIX, que nunca la describieron en estos términos a diferencia de lo que pasaba con su ciudad vecina, Reus. La visita a los Astilleros del Puerto debe leer como un esfuerzo por parte de los anfitriones por acabar con la idea de una ciudad atemporal e, incluso, anacrónica desde la mirada colonial de los turistas (McClintock 1995), una ciudad anclada en un pasado permanente, representada así fuera de los circuitos de la modernidad europea por parte de los viajeros del siglo XIX.

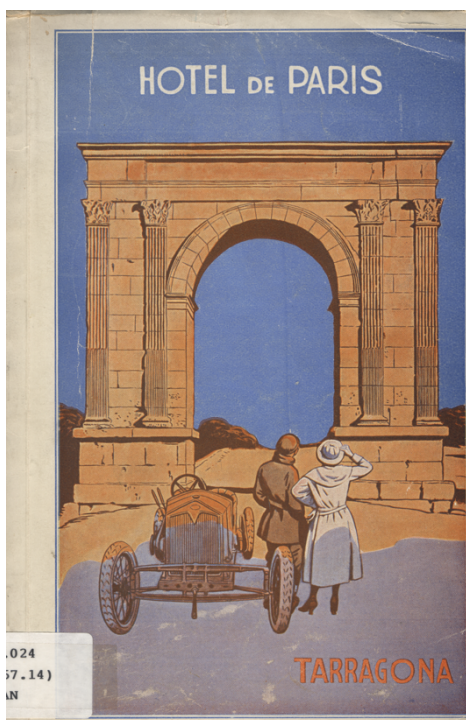


Figura 2: Hotel París, «Hotel París. Tarragona», 1920.

Fuente: BHMT

La modernidad como recurso en la construcción de la identidad turística de Tarragona también se observa a partir del uso del automovilismo. Lo podemos comprobar en el panfleto promocional del Hotel París en 1920 (Fig.2), donde aparece una pareja de turistas delante del «Arc de Barà» junto a un novedoso automóvil. Estos turistas, una pareja formada por un hombre y una mujer, portan vestimentas modernas con un cierto aire explorador, se podría pensar que el turismo se representa como la modernidad, mientras que la ciudad de Tarragona es representada como el pasado a partir del monumento romano. No obstante, algunas de las visitas turísticas del II Congreso de Turismo se

hicieron en automóvil, como por ejemplo la programada al «Pont de Diable». En el discurso turístico de la ciudad se pretendía dejar atrás la idea de una ciudad llena de carros y carruajes, para llenarla de modernos automóviles con los que era posible recorrer los principales lugares turísticos.

La visita al Puerto finalizó en la recién construida Terraza del Club Náutico, a la que acudieron numerosas mujeres de la aristocracia local, que «daban una simpática nota de color, demostrativa del cariño con el que son recibidos en Tarragona los forasteros». Este sería el único momento en el que se describe el encuentro entre los

turistas-congresistas y las mujeres locales, todas ellas de familias renombradas de la ciudad. La cita las describe únicamente como piezas ornamentales, sin especial importancia más allá de dar alegría al ambiente. Asimismo, la función con la que ellas contarían era la de transmitir el cariño con el que Tarragona albergaba a los congresistas, asignándoles una función de recogimiento, amorosa y cuidadora.

La jornada finalizó con una recepción en el Ayuntamiento por parte del alcalde, Sr. Segura⁶⁶, en honor de los congresistas y a la que, además, estuvieron invitadas las familias más destacadas y mejor posicionadas de la localidad. Por primera vez se observa la connivencia de estas élites gestoras de turismo con las instituciones públicas de la ciudad. La participación del alcalde también se dio en las sesiones de conferencias llevadas a cabo en el marco del congreso, pues fue el Sr. Segura el que pronunció el discurso inaugural del II Congreso de turismo de Cataluña celebrado en Tarragona. Él mismo quiso destacar la implicación de toda la ciudadanía en la tarea de atraer y atender el turismo, señalando que todas las clases sociales estaban implicadas en él, «desde el Ayuntamiento al más modesto ciudadano»⁶⁷

En la jornada del lunes 28 de marzo los congresistas fueron llevados a visitar la Torre del Arzobispo, la Capilla de Sant Pau, el Castillo de Pilatos, la Catedral y el Museo Diocesano que se encuentra en su interior. Escogiendo para esa mañana una ruta con la que mostrar la identidad religiosa y cristiana de la ciudad. El monumento más señalado en las actas fue la Catedral, describiéndola como el monumento más importante de la ciudad, el más digno de visitar. De ella destacaron su origen, habiendo sido construida tras la expulsión de los árabes de la ciudad, representando de esta manera el compromiso protector de la ciudad con la cristiandad, puesto que la catedral había quedado como un símbolo de la lucha y la victoria contra los árabes. La construcción de la marca Tarragona a través de su religiosidad y su cristiandad fue ya señalado en los libros de viajes del siglo XIX, como un símbolo de la ciudad, que ya en la década de los

⁶⁶ Su alcaldía contó con dos periodos, el primero entre octubre de 1920 y enero de 1923; el segundo periodo, en el que Segura Donato ya es miembro activo de Unión Patriótica, fuerza política fundada en 1924 por Primo de Rivera, va desde febrero de 1926 hasta abril de 1929 (Martínez Segarra 1992; Barriach et al. 2003, 44) .

⁶⁷ Andreu Segura, «Extracte del discurs» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p. 38. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

años veinte del siglo XX permanecería como imagen de la identidad local de Tarragona. A continuación, se dirigieron al Museo Diocesano, «el cual patentiza la pasada grandeza de Tarragona y su comarca»⁶⁸. La connivencia entre las élites promotoras del turismo en la ciudad y a Iglesia sería recurrente. La religiosidad de la ciudad se presenta como un atractivo turístico más, buen ejemplo de ello fue el nombramiento del cardenal Vidal i Barraquer como arzobispo de Tarragona, que fue convertido en un motivo de atracción de forasteros⁶⁹. Aunque Tarragona no se representa como un lugar de peregrinaje sí que resulta cierto que las élites locales promotoras del turismo defienden la religiosidad de la ciudad como símbolo clave en la identidad local de Tarragona, hecho que será eliminado del discurso turístico sobre la marca Tarragona durante la II República.

Los últimos enclaves ofrecidos a la visita de los turistas-congresistas fueron la Torre de los Scipiones y el Médol. En este caso, a diferencia de la narrativa esgrimida por los viajeros decimonónicos, no se pone en duda el origen del monumento funerario, donde se explicita que están enterrados los restos de los dos hermanos Scipiones, generales de la antigua Roma. El lugar se describe en las actas del congreso como un «monument funerari que's creu fôu eregit en memoria dels dos germans Scipions generals de Roma en temps de la segona guerra pública i que segons datos històrics moriren derrotats en retirada en el lloc que ocupa la esmentada torre»⁷⁰. Estas versiones enfrentadas entre los forasteros del XIX y las élites locales del XX demuestran la creación de un mito histórico. El discurso repetido sobre el significado del sepulcro y su importancia acabó creando el tópico sobre el mismo, un tópico que se convirtió en el siglo XX en una cuestión indiscutible. Por tanto, tal como esgrimía Foucault, sería el discurso, y no el monumento en sí mismo, el que acabaría por producir el conocimiento sobre el lugar y su mito histórico (Hall 1997b, 44).

⁶⁸ Lluís Soler, «Discurs de Salutació» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. *«Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat»*, 1921, p. 33. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁶⁹ Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. *«Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat»*, 1921, p. 32. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁷⁰ «Visites, excursions, conferències, concerts i demés festes» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. *«Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat»*, 1921, p. 129. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁷⁰ Ibid.

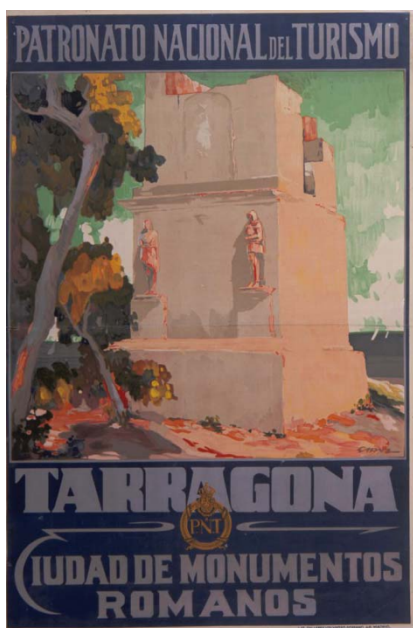


Figura 3: Patronato Nacional de Turismo, «Tarragona. Ciudad de monumentos romanos». 1928
Fuente: BHMT

El propio Patronato Nacional de Turismo durante la dictadura de Primo de Rivera promocionó la ciudad a través de un cartel⁷¹ en el que se representaba este enclave, lo que nos hace concluir que se estaba legitimando el mito fundacional del monumento. Tarragona para el Patronato español sería ese monumento, un vestigio romano con el que resumir todo el atractivo de la ciudad, hecho que se demuestra en la frase presente en el cartel: «Tarragona, ciudad de monumentos romanos» (Fig.3). Serían las elites tarraconenses preocupadas por el turismo las que intentarían diversificar este discurso turístico.

Tal como se ha podido ver a lo largo de la primera parte de este capítulo, los viajeros decimonónicos centrarían su mirada turística en el pasado romano y en el carácter religioso de la ciudad, hecho que no sería obviado en esta visita guiada por Tarragona y organizada por las élites locales. Por tanto, hasta el momento se podría confirmar que la identidad nacional turística de Tarragona se estaría creando en base a la narrativa destacada por los forasteros del siglo XIX, mostrando así una continuidad sobre aquellos enclaves que ya resultaban legitimados en el siglo pasado. No obstante, la invención de una narrativa que pudiera exportar una idea determinada de la ciudad, acorde a los intereses de las elites locales experimentaría un cierto viraje que pasaba por mostrar el presente de la ciudad y su modernidad. Estos primeros gestores de turismo pretendieron situar a la ciudad en el circuito de la modernidad europea a través de destacar como atractivos turísticos espacios industriales, una estrecha relación con el mar Mediterráneo, así como el desarrollo de una alta cultura.

⁷¹ Cartel del Patronato Nacional de Turismo «Tarragona. Ciudad de monumentos romanos». Madrid: 1928. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

«Desactivando la mirada colonial»: El turismo como herramienta civilizadora:

Para desmarcar la ciudad de la mirada colonial despreciativa, que aparecía en las palabras de algunos de los viajeros decimonónicos, las elites pioneras en la creación de un discurso turístico propio entendieron como necesario ocuparse de dos aspectos clave: las condiciones de salubridad e higiene de la ciudad y las costumbres de los habitantes de Tarragona. Recordemos que en una parte importante de los libros de viajes del siglo XIX se hablaba de la ciudad de Tarragona como una urbe insalubre, nido de enfermedades infecciosas, polvorienta y maloliente. Desactivar esta mirada y destacar por la higiene, civilidad y salubridad, permitiría resituar a la ciudad dentro del circuito de la modernidad europea.

El primer aspecto fue tratado ampliamente en el II Congreso de Turismo celebrado en la ciudad en 1921. El presidente del SIT de Tarragona pronunció la ponencia llamada «L'orinar-se per cantonades i carrers ha de considerar-se necessariament com atemptat a l'ornat públic, com faltes a la moral i com agressió personal col·lectiva»⁷². En ella planteaba el espectáculo deplorable que significaba el orinar en espacios públicos, apelando directamente a los ciudadanos de Tarragona, señalando la falta de civilidad en la población local. Esta apelación intentaba no contar con la especificidad de una sola clase social puesto que, según Soler, eran personas de todas las clases sociales las que cometían semejante acto privado pero que repercutía en la salubridad del conjunto de la ciudad. Aquello privado se convertía en colectivo, de esta manera podía ser por tanto fiscalizado. Estos actos incívicos representaban una falta a la moral a los ojos de los forasteros, demostrando ser un país en el que las ordenanzas municipales podían ser rebasadas sin problema. Por tanto, el turismo se presentaba como un medidor de moral, el listón con el que se medía la civilidad de una población lo ponían los forasteros. El escarnio público, a través de la publicación de los nombres de aquellas personas que cometieran dicha falta, sería una de las medidas que

⁷² Lluís Soler, «L'orinar-se per cantonades i carrers ha de considerar-se necessariament com atemptat a l'ornat públic, com faltes a la moral i com agressió personal col·lectiva» en *Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.63. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona*

propone el señor Soler, previa multa del «maleducado». El turismo ejercería como herramienta de disciplinamiento de los cuerpos y las actitudes corporales, así como un vehículo a través del que fomentar la civilidad de las actitudes a la población, de otra manera Tarragona no podría contar con turismo.

El regidor del Ayuntamiento de Tarragona, Antoni J. Escofet, también pronunció un discurso relacionado con las condiciones que debía reunir un país para atraer al turismo. En esta ponencia seguía remarcando aquello esgrimido por Lluís Soler, subrayando que las condiciones de seguridad, limpieza, higiene urbana y control de las enfermedades infecciosas eran condiciones con las que debía contar un lugar para atraer turistas, en este sentido señalaba:

«la nostra ciutat de Tarragona, ben situada, amb vistes esplèndides sobre el mar blau, amb clima agradable, amb monuments històrics importants, amb un camp magnífica, podria ésser una gran atracció per al turisme. Per çó l'hi fa falta que l'higiene urbana sigui molt millor, i que'ls Hotels siguin més confortables. Mentre hi hagi pudor en les cloaques i pols als carrers, els turistes que vinguin no faran més que passar, mes no hi faran estaca com a Niça, Montreux o Baden-Baden»⁷³

Para dar peso a su argumentario recurre al uso de ejemplos, Suiza y Marruecos. Mientras Suiza es presentada como un país que, además de contar con numerosas bellezas naturales, cuenta con unas condiciones óptimas de seguridad, limpieza e higiene urbana, Marruecos, pese a su gran atractivo turístico, no cuenta con seguridad ni higiene urbana. No resulta extraordinario que el ejemplo a seguir sea el de un país europeo, inmerso en el discurso de modernidad con el que contaba el centro y norte del continente. En cambio, el ejemplo negativo de un país turístico se hace con uno que forma parte de África que, pese a su atractivo procedente de una mirada orientalizante y colonial, no es capaz de reunir las condiciones adecuadas para albergar a forasteros venidos de Europa, de las metrópolis. En este discurso, el turismo se presenta como agente civilizador en un país como es España, en el límite y en la frontera colonial, asimismo la narrativa no pretende desactivar la mirada colonial de los turistas, que tal

⁷³ Antoni J. Escofet, «Condicions que deu tenir un país per atraure al turisme» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.66. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

como se ha visto a través de los libros de viajes, veían Tarragona como un destino incomodo, sucio, poco seguro, no comparable a la situación de Suiza. Los ponentes locales del congreso se hacen eco y asumen la representación colonial turística de la ciudad y en consecuencia, piden a la población de Tarragona que se civilice para que los turistas vivan una experiencia plenamente satisfactoria en la ciudad. Parece que las élites locales concienciadas con la atracción de turismo representaron por una parte el imaginario sobre la identidad local dirigido a los turistas, expuesto a través de las visitas y excursiones que desde el SIT se programaron para los congresistas de fuera de Tarragona y que pretendía descolonizar la mirada alterizante turística. Pero, por otra parte, estas mismas élites locales esgrimieron otro discurso dirigido a los locales mucho más pragmático y disciplinador, que sí asumía la alteridad colonial propuesta por la mirada exógena de los viajeros antes en este texto previamente.

Los congresistas llamarían la atención de las instituciones públicas, a los que hicieron responsables de mejorar las condiciones higiénicas de las ciudades, «considerem l'higiene urbana com a qüestió primordial d'entre les que ocupen l'atenció dels Ajuntaments»⁷⁴, subrayando que estas debían ser mejoradas en aquellos lugares frecuentados por los turistas, previamente escogidos y subrayados por las élites locales implicadas en el fomento del turismo, tal como sucedería con el programa de visitas y excursiones dirigido a los congresistas que llegaron a Tarragona. Con ello, se demuestra la conciencia por guiar la mirada turística hacia unos lugares concretos, aquellos que serían habilitados como una región frontal, el lugar donde performar en el espacio las condiciones que definirían la identidad turística de la ciudad.

Las condiciones de salubridad y limpieza de un pueblo también eran medidas por sus costumbres y actitudes, tal como se demuestra en la ponencia pronunciada por el presidente del SIT de Tarragona. En ella sanciona ciertos comportamientos públicos y particulares de los hombres. Estos comportamientos se refieren al acto de fumar en Teatros, Cines y sitios cerrados. La reprimenda tenía dos causas: en primer lugar, el cuidado de la higiene y por otro, el respeto que debía brindarse a las señoras y señoritas.

⁷⁴ Antoni J. Escofet, «Condicions que deu tenir un país per atraure al turismo» en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congr s de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l' ny MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.66. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

Ambos resultan signos claros de civilización y diferenciación respecto del mundo colonial, donde el trato hacia la mujer resultaba cuestionable a ojos occidentales (Torres 2014).

Ellas se presentan como las principales víctimas y damnificadas de esta situación, causada según las palabras del ponente por hombres egoístas: «Els no fumadors, els ben educats que per atenció a les dames no fumen, les senyores que per no molestar als que can al teatre no's posen els sombreros i les criatures, han de sufrir les molèsties d'uns quants egoistes que's passen la major part del temps fumant inacabables cigarros-puros tirant el fum al seu encontorn i fent tossir al que está un xic acatarrat»⁷⁵. Los turistas no aparecen en ningún momento como afectados por la situación, sino que ellos serían los que esgrimirían una mofa sobre la población local por estas actitudes, por aprovecharse de la tolerancia y laxitud de las autoridades de la ciudad, «Els estrangers, sobre tot, ens dediquen una rialleta de compassió, i s'aprofiten de la tolerancia de les nostres autoritats»⁷⁶. Por tanto, la disciplina que se plantea por parte de las élites promotoras del turismo tiene dos razones: proteger de alguna manera a las mujeres, las cuales se muestran como las víctimas de la situación que generan los hombres, así como las criaturas. Y, segundo lugar, no dar motivo alguno a la risotada de los turistas, desactivando cierta mirada colonial y despreciativa hacia la población local, a la que se observa a través de la superioridad moral. Seguir las normas impuestas por las autoridades del Estado-Nación sería la primera representación del nivel de ética, moral y civilidad de una sociedad.

Por otro lado, la pulcritud, el aseo y la decencia de la ciudad sería una premisa largamente repetida en los documentos de carácter informativo que se colgaban por las calles de la ciudad, a través de los que se daban a conocer ordenanzas del Ayuntamiento. Estos documentos fueron los conocidos como bandos municipales, muy populares en la primera mitad del siglo XX. Uno de esos bandos, publicado el 20 de septiembre de

⁷⁵ Soler, Lluís, «No deu fumar-se en els Teatres, Cines ni en llocs tancats, per higiene, per respecte a les senyores i per a donar mostres d'educació elemental», en Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona. «Segon Congrés de Turisme de Catalunya. Celebrat a Tarragona els dies 26, 27 i 28 de Març de l'any MCMXXI, organitzat per el Sindicat d'Iniciativa de l'esmentada ciutat», 1921, p.61. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁷⁶ Ibid.

1922⁷⁷, informaba de la obligación ciudadana de mantener esas tres condiciones, así como tener las calles limpias con motivo de las fiestas de Santa Tecla, momento en el que se esperaba la llegada de turistas, en la mayoría de los casos del interior de Cataluña. Otro bando datado en 1922 con el motivo de la llegada de turistas que se dirigían a las Exposiciones de Barcelona y Sevilla versaba en el mismo sentido.

El turismo fue utilizado en este caso también para hacer cumplir dicha ordenanza: «Los forasteros harán una breve visita a la histórica y culta ciudad, enaltecida por la atrayente hospitalidad y amable trato de sus notables hijos, cuyas virtudes constituyen la nota característica de su tradicional civismo. [...] esperando que los forasteros se lleven una fecunda impresión de simpatía y un buen trato». Para conseguir esta buena impresión se responsabilizó a los jefes y cabezas de familia de la limpieza de lugares públicos y privados, señalando «[...] en el periodo de las fiestas, se encuentren calles, plazas y toda clase de vías públicas completa y constantemente limpias, bajo la responsabilidad directa de los jefes o cabes de familia ocupantes de los establecimientos y tiendas, cuartos bajos o principales, según los casos, y cuya contravención lamentaré tener que corregir»⁷⁸. Este hecho resulta muy curioso, puesto que siguiendo el arquetipo de feminidad que imperaba a principios de siglo en España, a las mujeres se les había atribuido las tareas domésticas bajo la premisa de las labores propias de su sexo. A ellas no se las hace responsables de la supervisión ni se les exige nada en el bando municipal, se invisibiliza su trabajo porque resulta intrínseco en el arquetipo de feminidad tradicional imperante, basado en la domesticidad. El responsable del cumplimiento del bando promulgado por la institución era el hombre, la institución apelaba directamente a él como cabeza de familia. Así pues, serían los hombres los que deberían establecer un regio control social sobre la limpieza de la ciudad, pese a que esta quedaba en manos de las mujeres, aunque ellas no aparezcan explícitamente en la fuente. Los hombres se convirtieron en vigilantes y baluartes de la moral a través del cuidado de sus calles,

⁷⁷ Bando Municipal del 20 de septiembre de 1922. Tarragona: 1922. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

⁷⁸ Alcaldía Constitucional, «Bando Municipal del 20 de septiembre de 1922». Tarragona: 1922. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

siendo instigados a denunciar «hechos punibles relacionados con tan importante materia, las pongan en conocimiento de esta Alcaldía»⁷⁹

Cabe recordar que, pese a ser cierto que uno de los síntomas más palpables de la modernidad de los años veinte fue el surgimiento de nuevas voces femeninas y nuevos cuestionamientos, la pervivencia de antiguos modelos de género fue la nota común (Ramos 2014b, 40). Modelos que se relacionan directamente con la figura de la «Perfecta casada» y el «Ángel del hogar», con atribuciones basadas en la domesticidad y la reproducción. El bando municipal en cuestión plantea la unidad familiar como la célula básica de la sociedad, de la cual el hombre resulta su cabeza y director, encargado del buen funcionamiento de las atribuciones esgrimidas desde lo público en el ámbito privado (Nash 1995). Demuestra además el nivel de asunción con el que contaba la división de espacios, obviando nombrar a las mujeres en este bando por asumir intrínsecamente que las tareas que se solicitan están en sus manos, pero de las que sólo pueden ser responsables frente a lo público sus maridos.

Asimismo, la ciudad con motivo de la llegada de turismo se domesticaba, representándose como una extensión más de las casas y propiedades privadas de los ciudadanos. Un lugar limpio, supervisado por el cabeza de familia tal y como lo hacía con todos los asuntos relacionados con su espacio privado, la ciudad se convertía en una extensión de la casa de cualquier ciudadano, un espacio ordenado y limpio dispuesto para recibir turistas, a modo de invitados al hogar.

En base a todos los ejemplos expuestos en este apartado se puede concluir que la disciplina social sería el mecanismo a través del que desactivar la mirada colonial de los turistas sobre Tarragona. En base a ello se mantenía por parte de las élites locales implicadas en el fomento turístico un doble discurso, por un lado, ante los turistas a los que se les representaba una ciudad a imagen y semejanza de Suiza, donde lo pintoresco, lo histórico, lo moderno y lo civilizado se conjugaban en perfecta armonía. Pero, por otro lado, se asumía la alteridad turística sobre la población local, a la que se debía disciplinar y civilizar con la razón de conseguir atraer a más turismo.

⁷⁹ Don Eduardo Barado Casellas, Alcalde Constitucional de esta Ciudad, «Bando Municipal del del 14 de mayo de 1929. Tarragona. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

Conclusiones

El repaso sobre la identidad turística y sus inicios, objetivo de este capítulo, muestran las continuidades y rupturas que se plantean entre la mirada de los forasteros del siglo XIX y la conciencia de las elites de la ciudad en relación con el turismo ya entrado el siglo XX. Por tanto, representa el diálogo establecido entre la mirada exógena y la mirada endógena en el proceso de formación de la identidad local turística, la marca «Tarragona».

Si prestamos atención a las continuidades, se observa cómo tanto el pasado romano como el carácter religioso de la ciudad representan dos símbolos señalados por los viajeros del siglo XIX, así como por las élites locales implicadas en el fomento del turismo en los años veinte. Si comparamos los principales enclaves visitados por los viajeros decimonónicos y los programados para las excursiones en el marco del II Congreso de Turismo de Cataluña en 1921 celebrado en Tarragona, se observa una clara coincidencia, determinando que los espacios turísticos fueron creados alrededor de estos dos ejes vehiculares, las ruinas romanas que evocaban Tarragona como la urbe heredera de las proezas de los antiguos, lugar donde rememorar el misticismo de tiempos pasados y extintos, y la Catedral, baluarte de las luchas y la defensa por la pervivencia y hegemonía de la cristiandad. Los lugares legitimados por los turistas del siglo XIX serán señalados en el XX como espacios simbólicos de la ciudad de Tarragona.

No obstante, pese a que la narrativa elaborada por las élites locales, ocupadas en promocionar el turismo y que utilizarían el pasado de la ciudad como uno de sus grandes atractivos, resulta indiscutible en base a lo anteriormente expuesto que la mirada endógena también pretendería representar la marca Tarragona a través de la modernidad, resistiendo a los discursos proyectados desde una mirada exógena, despreciativa, inferiorizante y orientalizante que representaba a la ciudad como un lugar anclado en el tiempo y alejado de la modernidad valorada en la Europa del momento. Para ello, situaron como lugares turísticos espacios industriales como la Fábrica Chartreuse o los Astilleros del puerto, espacios vinculados a la industrialización de la ciudad y, por tanto, representantes de una modernidad que había sido asignada por los viajeros del XIX a la vecina ciudad de Reus. En este mismo sentido, la alta cultura o la

vinculación con el Mediterráneo, siguiendo dinámicas presentes en otros lugares de reputado prestigio turístico como San Sebastián, fueron herramientas utilizadas a la sazón para representar esta marca de consumo turístico moderno que era Tarragona.

Otra de las conclusiones esgrimidas a lo largo de este capítulo tiene que ver con el doble discurso planteado por las élites locales en tanto que, por un lado, trazaron toda una narrativa de identidad local proyectada hacia los turistas que pretendía descolonizar su mirada, representando una marca Tarragona más próxima a las características de la Suiza turística que a las de Marruecos, siendo este un lugar orientalizado y, por tanto, denostado en sus atributos sobre la modernidad, la pulcritud, la limpieza o las comodidades. Pero, por otro lado, se defendía un discurso dirigido a los locales a través del que asumían la alteridad atribuida por los turistas del XIX y que pasaba por disciplinarla, aceptando la poca civilidad de la población local y la necesidad de una cierta reeducación en aras de atraer turismo que se sintiera cómodo y seguro. De alguna manera, es posible afirmar que el turismo se concibió no sólo como una herramienta de progreso económico, sino también como una a través de la que aburguesar a la sociedad en sus costumbres y actitudes, hecho que será puntal a lo largo de esta investigación.

Por otro lado, la representación de un destino cómodo y seguro pasó por la feminización y domesticidad del destino turístico que pretendía ser Tarragona. Los turistas del siglo XIX vivieron la ciudad a imagen y semejanza de una mujer que podría ser explorada, amada y penetrada. Este discurso no aparece esgrimido por las élites locales, pero en cambio, sí que reiteran la domesticidad de la ciudad, representándola hacia sus conciudadanos como una extensión del hogar y entendiendo a los turistas como los invitados de cada una de las familias locales. Los cabezas de familia serían los encargados de vigilar el confort y saneamiento de la ciudad, prácticas que quedaban intrínsecamente ligadas a las tareas propias de su sexo atribuidas a las mujeres locales. Estas órdenes esgrimidas por las élites tomarían el orden de género presente en las familias, donde el varón se encargaba de la supervisión y el visto bueno de todos los asuntos de la casa, mientras que serían las mujeres las encargadas de llevar a cabo todas las tareas domésticas.

Con todo, aparece otra conclusión: la creación de una identidad turística que toma la dirección de arriba abajo, las elites de la ciudad serán las encargadas de esgrimir las

características de dicha identidad, sin la participación de las clases populares locales. Será necesario observar a lo largo de este trabajo si estas clases populares, presentes en el encuentro turístico, resistirían dicha identidad turística atribuida, en su vertiente nacional y de género, a través de la performance cotidiana. La negociación del discurso de identidad local turística en Tarragona, tal como se ha visto a lo largo del capítulo, toma una dirección horizontal en la que sus participantes pertenecen a las clases altas europeas, las únicas que para entonces podrían financiarse un viaje de semejantes características, y posteriormente de las élites locales implicadas en el fomento del turismo a principios del siglo XX.

**CAPÍTULO II: EL
MONUMENTO DE «ELS
DESPULLATS». EL GÉNERO Y
LA NACIÓN EN LA
CONSTRUCCIÓN DE UN
LUGAR TURÍSTICO**

El espacio público y su monumentalización han contado con un papel determinante en la construcción de discursos sobre identidad nacional, regional o local, sin obviar la posible articulación entre ellas. La presencia de monumentos y esculturas conmemorativas en las plazas y calles de las ciudades sirvió, a lo largo del siglo XIX y del XX, para crear y reforzar una memoria colectiva nacional. Fue entre los años 1850 y 1914 que se dio un importante aumento en la creación de monumentos, ligados a una propaganda política por parte de las elites locales que pretendían ostentar la capitalidad regional, estatal, continental o mundial que precisaba de una reforma urbanística en clave modernizadora y civilizadora (Smith 2007; Palou 2019b, 122). De alguna manera, este patrimonio sirvió para representar todos aquellos mitos y símbolos que una nación precisaba para ser considerada digna de ostentar la categoría de capitalidad. La historia de la nación debía ser representada en el espacio público, como herramienta de aprendizaje para los ciudadanos, así como transmitir unos significados de identidad local escogidos, como podían ser la autenticidad, la tradición o la modernidad y la innovación, características que no estarían reñidas entre sí

La nación resulta un fenómeno abstracto a la vez que moderno, por lo que su enseñanza y su comprensión resultaba clave en la defensa y perpetuación. El discurso de identidad nacional debía comprender un seguido de términos y conceptos que resultaran cotidianos y asequibles para una población a la que se le pedía que mantuviese con su nación una relación afectiva superior a cualquier otra, llegando incluso a jugarse la vida por defenderla. Para ello, se tomó como herramienta de explicación de la nación la diferenciación de género, por la que feminidad y masculinidad contaban con roles, mandatos y funciones distintas, emulando de alguna manera una familia, la familia nacional (Yuval-Davis 1997). La nación y el género se pueden relacionar a través del análisis de los roles, mandatos y estereotipos que definen la feminidad y la masculinidad nacional. Mientras que las mujeres son representadas como símbolos nacionales que proyectan sus cualidades maternas en la nación, resaltando sus tradiciones e historia como antiguos valores que se suponía que debían ser cuidados como bienes preciados, la masculinidad, protagonista del espacio público, del poder y la política de la nación, transmitía ideas de modernidad, progreso, valor y tecnología (G. L. Mosse 1985; 2000). No obstante, la nación trazada desde su órbita local también

contempla un espacio mediante el que proponer nuevos conceptos de género a través de los que apelar a la modernidad de la nación, tal y como sucede en los casos de estudio tratados en esta investigación, conceptos que tienen que ver con nuevas formas de entender la feminidad y la masculinidad que aparecieron en escena a partir de la segunda década del siglo XX.

La nación escenificó su modernidad mediante la activación patrimonial, que permitiría, en primer lugar, sacralizar los discursos de identidad nacional y en segundo lugar reformar socialmente las ciudades, ordenar e higienizar sus espacios. Esta dinámica permitió focalizar aquello que se podría exponer a la mirada externa, así como alejar y trasladar a la periferia todo lo que se concibiera como excesivamente popular como podrían ser algunas fiestas o, incluso, las protestas (Palou y Cócola 2019). Las nuevas estrategias monumentales de las ciudades a principios del siglo XX responden a la pretensión de crear una ciudad a través de la que los visitantes puedan experimentar la identidad nacional, una identidad creada de arriba abajo en base a los intereses de la burguesía local, entendiendo el turismo no sólo como una mera actividad económica sino como una actividad política. Debía embellecerse la ciudad, crear y ordenar mediante estos monumentos los espacios turísticos, así como proveer a las ciudades de estructuras que aseguraran su carácter como capital digna de ser vista y vivida. Según Therborn (2002), estas ciudades debían contar con: edificios destinados a las instituciones del estado, la región o la localidad; un orden urbanístico elegante que permitiera el paseo y la relajación de los ciudadanos, un conjunto de instituciones para la alta cultura y, finalmente, espacios públicos monumentales.

Consideramos aquí que Tarragona fue un claro ejemplo de la puesta en práctica de esta filosofía, creando paseos como el Paseo Arqueológico, abriendo teatros y salas de cine, contando con edificios solemnes en los que estaba representada la nación como era la Sede del Gobierno Militar situada en el edificio que actualmente alberga la Subdelegación del Gobierno en Tarragona (Bergoños González 2022), así como el ámbito local, representado por el imponente edificio del Ayuntamiento, y creando nuevos espacios monumentales que pasarían a formar parte de las guías turísticas. Este último aspecto será estudiando en este capítulo a través del caso del Monumento a los Héroes de la Independencia de 1811, también conocido popularmente como «Els Despullats».



Figura 4: Fotografía actual del monumento de Julio Antonio.
Monument als Herois de 1811.
Fuente: Diputació de Tarragona

Dicho grupo escultórico, encargado por el Ayuntamiento de Tarragona en 1910 para conmemorar el centenario del sitio de la ciudad durante la Guerra del Francés o Guerra de la Independencia, según la procedencia de las fuentes bibliográficas utilizadas, fue obra del artista Julio Antonio (Fig.4), nombre artístico de Antonio Rodríguez Hernández, natural de Mora d'Ebre.

La escultura estaba compuesta por varias figuras, una de ellas, la figura femenina, es central en la composición. Esta figura es la única de las tres que está erguida, sosteniendo en sus brazos el cuerpo sin vida del héroe muerto, mientras que a sus pies se encuentra otro héroe con la cabeza

inclinada hacia atrás, los labios entreabiertos y la frente arrugada en señal de dolor. El héroe desfallecido sostiene en su mano derecha el único símbolo bélico de toda la composición, un puñal. Las tres figuras surgen de una base rugosa, simulando una especie de montículo de barro o una roca, hecho que contrasta con el esmero y delicadeza con el que están esculpidas las figuras en el bronce, material con el que se construyó la escultura. El monumento en su conjunto está situado sobre un podio de piedra en el que se puede leer «Tarragona als Herois de 1811».

Después de los intensos debates alrededor de la representación de la identidad local a través del monumento, que se analizaran los siguientes apartados, fue el 24 de septiembre de 1931 cuando finalmente se exhibió en el espacio público al amparo del primer Ayuntamiento republicano presidido por Pere Lloret de Acció Republicana (AR), como representante de la coalición de izquierdas que llegó al poder después de los

resultados de las elecciones municipales del 12 de abril de 1931, punto de partida de la II República. Esta coalición estaba formada por Acció Catalana, AR⁸⁰, Republicanos Federales⁸¹ y Socialistas.

Los valores nacionales, las crónicas y gestas de la nación podían ser representadas mediante monumentos en el espacio público, que ayudaban al aprendizaje de la identidad nacional entre los ciudadanos de una manera cotidiana y banal (Billig 1995). Por ello, este tipo de monumentos conmemorativos no resultan inocuos, sino que tienen el poder de crear un imaginario nacional compartido, a la vez que muestran una memoria colectiva de la nación (Smith 2007). Este objetivo fue reconocido desde el mismo momento en el que se ideó y publicitó por parte de los diarios locales la creación de un monumento que conmemorara a los héroes locales que defendieron la ciudad de Tarragona frente a la invasión protagonizada por las tropas napoleónicas en 1811. Así lo expresaba el «Diario de Tarragona» del 14 de julio de 1864, planteando la necesidad de rendir homenaje solemne a los héroes de Tarragona de 1811:

[...] de piedra y bronce debiera erigir los últimos, y en carácter de perpetuo; pues este es el único medio para que el espíritu de partido y racionalista, deje de representar un día la memoria de nuestros ilustres ascendientes que un día conquistaron para siempre a Tarragona los gloriosos timbres de fidelísima y ejemplar, cuyos brillantes hechos conviene

⁸⁰ Los principales centros republicanos antes de la Segunda República eran el Nacionalista y el Federal. El Centre de la Unió Nacionalista, fundado el veintiocho de octubre de 1917, se integró a Acció Catalana (AC) el 1922. Este partido, en enero de 1930 tuvo una escisión cuando su ala más izquierdista constituyó Acció Republicana de Catalunya (ARC). En Tarragona, ARC se formó con la mayoría de los antiguos miembros de AC, por lo tanto, el partido madre desapareció y hasta cuatro meses más tarde no se volvió a reorganizar. Los principales dirigentes de ARC fueron Pere Lloret, que sería alcalde de Tarragona por elección popular el 1931 y el 1934, y Rovira y Virgili. ARC y AC se acabaron fusionando el veintidós de marzo de 1931 dando lugar al Partit Catalanista Republicà (PCR) (Sánchez Cervelló y Piqué Padró 2006, 9).

⁸¹ El Centre Republicà Democràtic Federal (CRDF), creado el uno de marzo de 1888, procedía de los restos del Partido Federal fundado por Pi y Margall. El CRDF había sido la formación clave del republicanismo tarraconense durante la Restauración, con una activa presencia al consistorio, en las instituciones provinciales y en el Parlamento del Estado desde 1903. Los principales dirigentes del CRDF eran Marcel·lí Domingo i Ramon Nogués Biset. El primero había sido designado ministro de Instrucción Pública del Gobierno Provisional de la República, el quince de abril de 1931, y fue el candidato más votado de la demarcación a las elecciones constituyentes de 1931, seguido del presidente de la Diputación, Nogués y Biset (Sánchez Cervelló y Piqué Padró 2006, 10).

transmitir a las generaciones venideras para que sirvan de ejemplo y estímulo en su caso á nuestros descendientes ó á los suyos⁸².

Asimismo, el fomento del turismo representó un argumento más para el embellecimiento de la ciudad mediante un patrimonio cultural que debía ser expuesto en el espacio público, con el que además de atraer a los visitantes por la belleza de la ciudad, se fomentaría la transmisión de significados e imágenes que definieran la identidad nacional mediante, por ejemplo, sus significados de género. Asimismo, la idea de satisfacer las expectativas de los turistas también resultó una baza a través de la que resistir a la hegemonización de un discurso nacional de género, es decir, se ponía al turista como excusa para evitar que determinados símbolos representaran a la nación, argumentando que los turistas no querrían observar determinadas cosas, tal y como sucedió con el monumento aquí tratado.

Los veinte años que pasaron entre el momento en el que el Ayuntamiento convocó en 1910 un concurso para escoger el proyecto que más se adecuaba a la idea de monumento, hasta que se pudo erigir en el espacio público durante las primeras fiestas republicanas de Santa Tecla en 1931, estuvieron cargados de intensos debates en los plenos del Ayuntamiento, en los diarios locales e incluso en la calle, sobre su adecuación para la ciudad. Estos debates nos permiten analizar la existencia de diferentes discursos propuestos desde arriba, por las élites locales, sobre la identidad nacional a través de sus significados de género, así como analizar sus continuidades y rupturas hasta la llegada de la Segunda República. Pues, tal y como se verá a lo largo de este capítulo, fueron dos los ejes narrativos sobre la identidad local que representaron diferentes maneras de entenderla a través del monumento en cuestión, en un enfrentamiento realmente polarizado entre las posiciones conservadoras y las progresistas.

A través de este caso de estudio se podrá analizar cómo el patrimonio cuenta con un carácter voluble y flexible utilizado para trazar diferentes ideas de identidad nacional a través de la localidad, el ámbito más próximo a los ciudadanos. El patrimonio

⁸² «Monumento a las víctimas de Junio de 1811», *Diario de Tarragona* (14-VII-1864), p.1.

debe entenderse a lo largo de este capítulo como una herramienta de transmisión de significados locales y nacionales a través de sus imágenes generizadas.

De fondo, se encuentra una alusión constante y directa al turismo por parte de los diversos discursos sobre género y nación que implicaba el debate sobre la exhibición de la obra. La idea por parte de las elites de fomentar el turismo en la ciudad, muy presente a partir de la fundación del SIT de Tarragona en 1910, sirvió como coartada recurrente en los intensos debates sobre el monumento, utilizándola tanto para las opiniones a favor como para las que se mostraban en contra de situarlo en el espacio público.

Por todo ello, este capítulo pretende analizar los usos políticos de la patrimonialización del espacio público a través del caso del Monumento a los Héroes de 1811 que, con la pretensión de atraer al turismo, fomentó la monumentalización de la ciudad, para proyectar a través de ella su identidad local, que sin duda veremos como una identidad trazada de arriba abajo y que perseguía el proyectar una urbe moderna y civilizada. En base a ello, nos planteamos analizar la manera y la forma en la que estos usos políticos implicarían la confrontación de dos grupos de las élites locales, con claras diferencias respecto del sentido nacional que debía transmitir el monumento, así como sobre la representación de género que debía trasladar, por tanto, con discursos sobre la identidad local y sus significados de género radicalmente enfrentadas. Los enfrentamientos entre ambos modelos de identidad local implicaron al turismo, en tanto que este ejercería como un elemento de reafirmación de cada una de las posturas. Por otro lado, nos planteamos analizar la posibilidad de adaptación del patrimonio a nuevas narrativas nacionales y de género dadas por cambios políticos importantes, como el advenimiento de la II República. Finalmente, consideramos importante poder describir y analizar los signos de desafección teatralizada al discurso afín a su exhibición, por considerar que se estaban produciendo imágenes ajenas y contrarias a la identidad local y el orden de género que debía imperar. Estos signos de desafección consisten en la escenificación en el espacio de resistencias por parte de dichos sectores de población, muy relacionados con concepciones conservadoras.

Para abordar el objeto de estudio de este capítulo contamos con un importante número de fuentes primarias a través de las que analizar los diferentes discursos de

identidad nacional y ordenamiento de género en disputa, así como nos dan noticia de resistencias llevadas a cabo mediante la performance corporal y espacial. Además, en las fuentes no escasean las referencias al turismo como herramienta adecuada para defender uno u otro discurso de la identidad aquí tratada. Estas fuentes provienen en primer lugar, de la administración pública, fundamentalmente de los plenos del Ayuntamiento que trataron la cuestión del monumento. En segundo lugar, se han analizado fuentes hemerográficas locales publicadas a lo largo de las décadas que se analizan aquí. Tal como señaló Benedict Anderson (1991) los medios de comunicación impresos proporcionaron un medio tecnológico para la amplia difusión de la idea de nación.

La prensa se había consolidado, ya desde principios del siglo XX, en Tarragona no sólo como un medio de comunicación, sino también de cultura y como portavoz de las diferentes alternativas políticas. Tal como sucedería en todo el territorio catalán, la mayoría de estos diarios se editaban en castellano, pero poco a poco se fue creando un espacio propio para la prensa en catalán, destacando en el campo humorístico y satírico que se amplió con la llegada de la II República. Algunos de los diarios aquí tratados fueron realmente longevos, como «Diario de Tarragona», «La Cruz» o el «Tarragona Federal» que publicaron sus primeros números durante el periodo de la Restauración y que seguían publicando durante la II República (Abelló 1989, 182).

La línea política y editorial de los diarios tratados resulta un aspecto decisivo para entender y analizar los discursos en disputa, puesto que estos diarios son el principal medio de opinión pública del momento, utilizado por los diversos grupos de poder locales para exponer sus ideas y postulados. Se han seleccionado un total de sesenta artículos y noticias aparecidas en ocho diarios locales de diferente tendencia política, hecho que permite conocer las imágenes y los símbolos que trazan cada uno de los discursos de identidad local y sus ideas de género intrínsecas, así como reseguir el enfrentamiento entre ambas y la culminación de la cuestión, con la hegemonización de uno de los discursos al llegar la II República. Asimismo, es gracias a estos diarios y sus noticias que se podrá ver cómo, a través de columnas de opinión, el turismo resulta un eje central en la discusión sobre aquello que debía representar la escultura para la ciudad.

El primero de los diarios tratados ha sido el Diario de Tarragona, rebautizado como «Diari de Tarragona» a partir del 14 de abril de 1932, resulta una de las fuentes hemerográficas más estudiadas aquí, con un total de 25 artículos seleccionados. Se ha escogido este diario por ser el que más trataría el debate sobre el grupo escultórico. Su primer número fue publicado el 1 de julio de 1853 bajo unas posiciones ideológicas afines a la centroizquierda, tendencia que se mantuvo a lo largo de su historia. Con la llegada de la II República el diario simpatiza con el nuevo sistema político, llegando a radicalizar sus posiciones hacia la izquierda a lo largo de 1935. En todo caso, su inspiración ideológica demostró una ferviente defensa de la República y la democracia. La clase media-alta catalanista i progresista de la ciudad encontraría cierta afinidad con este medio de información y opinión. El evento que ocupa este capítulo, las disputas surgidas a raíz de la inauguración del Monumento a los Héroes de la Independencia de 1811 muestran las líneas rojas del diario: posiciones de derechas, promonárquicas y fascistas. De hecho, el periódico con el que tendría un debate más sangrante fue el diario católico y monárquico «La Cruz». Su director a lo largo de la II República fue Lluís de Salvador i Andrés, quien firmaba como Lluís de Salvador A., y que mediante sus columnas editoriales expresaría su afinidad con el nuevo sistema político-social de la República, así como su apoyo en cuestiones locales relacionadas con el turismo, la cultura o la gestión económica .

Otro de los diarios que más páginas dedicaron a la cuestión de la exhibición en el espacio público del grupo escultórico de Julio Antonio fue «La Cruz: Diario Católico». Nacido en 1901, tiene como objetivo el sostener el orden público y social en base a los principios de la Santa Sede. Así como el reorganizar las fuerzas católicas en España, con la religión y la familia cristiana como ejes vehiculares. El diario contaba con una gran fidelidad por parte de sus suscriptores. Con la llegada de la II República, su tono opositor será realmente claro, siendo la voz de todos aquellos sectores molestos o amenazados por las políticas del Ayuntamiento republicano dirigido por el alcalde Pere Lloret, de Esquerra Republicana. En una ocasión el diario católico fue suspendido de publicación y en otra fue multado a lo largo del periodo republicano (Virgili i Sanromà 1980, 59-66). De los años que van entre 1910 y 1931 se han seleccionado un total de 13 artículos que

plasman el debate y el posicionamiento del diario y, por tanto, los sectores más conservadores de la ciudad en relación con el Monumento de «els Despullats».

El tercer diario con más peso en este análisis, por contar con 10 de los 60 artículos aquí tratados, es «Tarragona». Este periódico existió entre 1920 y 1926, por ello las noticias seleccionadas aquí van del 1922 al 1925. Su nacimiento tuvo como objetivo el proveer a la ciudad de un diario de noticias generales con espíritu localista, inspirador y defensor del tarragonismo. A lo largo de sus seis años de historia, fue dirigido por tres hombres que dejarían su impronta en la manera de hacer periodismo que tenía el diario, pero en todo caso, siempre consiguió mantenerse como una publicación fiel a la vida de la ciudad y todos sus aspectos. El último de sus directores fue Lluís de Salvador A., que encontramos también como director del «Diari de Tarragona» en época republicana. Sería el propio Lluís de Salvador A. quien intentaría de una manera más clara politizar el Tarragona (Virgili i Sanromà 1980, 120-25). De hecho, en 1926 el Tarragona se fusionaría con el aún «Diario de Tarragona» (Barriach et al. 2003, 44).

Del diario «Tarragona Federal» se han utilizado 6 artículos que corresponden al año 1931. Este diario cuenta con dos periodos de publicación, el primero fue de 1910 al 1918 y el segundo entre 1930 y 1931. Fue un periódico relacionado con el «Partit Republicà Democràtic Federal de Tarragona», por lo que su ideología está vertebrada por el federalismo. Algunos de sus colaboradores más conocidos fueron Marcellí Domingo o Francisco Cañagueral, los cuales utilizaron sus páginas para tratar temas políticos, actos, conferencias o discursos del PRDFT. Al igual que sucede con el «Diario de Tarragona», el «Tarragona Federal» polemiza fundamentalmente con el diario católico «La Cruz», así como también con el diario de la Lliga Regionalista de Tarragona, «La Veu de Tarragona» (Anguera, Gavalda i Torrents, y Pujadas 1996, 562-65).

«La Reconquista», semanario del que se han seleccionado 5 artículos publicados entre 1914 y 1922, fue el órgano de opinión pública del Partido Tradicionalista de Tarragona. Defensor acérrimo de los ideales carlistas, sus artículos cuentan con un claro carácter reaccionario

Finalmente, se ha contado con tres diarios que han representado menos importantes en peso en este análisis por haber seleccionado un único artículo de cada

uno de ellos. El primero es «El Tarraconense», diario de larga trayectoria desde 1837, no sin interrupciones en su historia. Se declaraba en su primer número, como órgano del Comité Liberal Conservador, por lo que mostraba su tendencia ideológica hacia el partido dinástico dirigido en ese momento por Antonio Maura (Virgili i Sanromà 1980, 31-33).

«La Veu de Tarragona, Setmanari Nacionalista» es el segundo de estos tres diarios, de él también se ha utilizado un artículo de los 60 analizados aquí. Este semanario se comenzó a publicar en 1913 como portavoz de la Lliga Regionalista en Tarragona, con un carácter claramente regionalista.

Finalmente, el «Butlletí del Foment de la Sardana l'Harmonia» ha sido la última publicación periódica utilizada en este análisis. Dicha publicación de carácter mensual y nacida en diciembre de 1931 pretendía exponer la vitalidad del movimiento entorno de la danza y el folklore sardanístico, así como manifestar su ideario político catalanista.

Por último, se ha recurrido a guías turísticas de Tarragona publicadas en el periodo republicano y editadas con posterioridad a la inauguración del grupo escultórico de Julio Antonio. En concreto se han utilizado dos guías turísticas, la primera de ellas fue editada en 1932 por el Patronato Nacional de Turismo⁸³ - a partir de ahora PNT - y encargada a un gran conocedor de Tarragona, el museólogo Joaquín María de Navascués y Juan, quien había sido entre 1928 y 1929 director del Museo Arqueológico de Tarragona. A lo largo de su carrera profesional se centró en la conservación del patrimonio arqueológico y viajó por muchos países, como el Marruecos español y francés, Francia o Italia. Inicia su guía con un breve resumen de la historia de la ciudad y continúa con la explicación de algunas leyendas y tradiciones, así como un escrito sobre vida y costumbres. Al acabar este apartado introductorio, Navascués propone una compartimentación de los espacios turísticos según su cronología, situando, evidentemente, el monumento en el apartado de «monumentos, edificios y construcciones modernas». El hecho de que esta guía ya incorporase algunos lugares de

⁸³ Navascués de Juan, Joaquín María de. «Guías “España”. Tarragona». Patronato Nacional de Turismo, 1932. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT).

construcción moderna, como el puerto o los monumentos de la Rambla 14 de abril, como espacios turísticos marca una clara diferencia sobre los libros de viajes estudiados en el capítulo anterior, donde cualquier atisbo de modernidad en la ciudad era obviado por parte de sus autores. El autor de esta guía de 1932 muestra una clara pretensión de enseñar a los turistas espacios en los que se represente la modernidad de la ciudad de Tarragona, intentando resistir así a las concepciones sobre la ciudad muerta, la ciudad pasiva, anclada en el pasado. El público al que estaba dedicado esta guía era público de habla castellana, posiblemente pensando en un turismo interior muy fomentado por la democratización del turismo interior que intentó fomentar el PNT republicano (Moreno Garrido 2007).

La segunda guía turística utilizada como fuente en este capítulo es el libro de «Tarragona. Guia del turista», escrito en catalán por Joan Antonio i Guàrdias, poeta, escritor, librero tarraconense y uno de los personajes más significativos de la vida cultural del siglo XX de la ciudad de Tarragona. A menudo se lo conocía por su segundo apellido, Guàrdias. Gran parte de su obra literaria fueron poemas escritos a partir de los años cincuenta, muchos de los cuales trataron como eje central su devoción por su ciudad natal. No es posible datar con exactitud la guía, no obstante, podemos situarla en un límite cronológico entre 1934 y 1936, puesto que el propio Guàrdias cita bibliografía de 1934, pero a la vez a la Rambla Nova aún la llama Rambla 14 de abril, nombre que recibió la calle a lo largo de la II República (Mas Morillas 1990). El idioma en el que está escrita esta guía para el turista, en catalán, indica el público para el que había sido conceptuada, un público exclusivamente procedente de Cataluña.

Estas fuentes permiten analizar la importancia del espacio que ocupa el monumento como lugar turístico y poder estudiar así su resignificación en la ciudad gracias a la exhibición allí de la escultura a la Héroes de la Independencia de 1811 en Tarragona. No obstante, la exposición en el espacio público y la creación de un lugar turístico en ese enclave fue el resultado de un largo recorrido que duró más de dos décadas, en el que se disputó la hegemonía de un discurso sobre la identidad local y sobre los conceptos de género que la definían. Las elites locales, a través la estructura institucional, negociaron, confrontaron y priorizaron las diversas visiones sobre la nación y el ordenamiento de género que la atravesaba y la definía. El objetivo de esta

negociación residió en llegar a posicionar una sola de las visiones como la hegemónica, para así eliminar cualquier tipo de disidencia, descoordinación o perturbación en el momento en el que se debe reproducir y escenificar esta identidad nacional en el encuentro turístico.

Este proceso se dio de manera clara en el caso objeto de estudio aquí, pues el monumento no se exhibió en el espacio público hasta que uno de los discursos de identidad local en disputa se hegemonizó gracias a la conquista del poder político del grupo que lo defendía. Así pues, la visión de las élites más progresistas y alejadas de cualquier postura tradicionalista, reaccionaria y próxima a los postuladores religiosos, resultaron aventajadas con la llegada de la II República. Así, su discurso contó con el apoyo del propio sistema político y las características que lo definían, hecho que lo convirtió en hegemónico en el periodo estudiado. Su visión de la identidad nacional se vio refrendada con el cambio de sistema, momento en el que tuvieron la oportunidad de escenificar su discurso particular a través de la puesta en el espacio público del monumento en cuestión. Hasta que uno de los proyectos políticos no fue exitoso y permitió el abandono, temporal, de incertidumbre política y social, no fue posible el éxito de una de las identidades locales propuesta y en disputa. La acción primera y exitosa del estado es indispensable, por tanto, para la naturalización y estabilización de una idea concreta de nación (Billig 1995).

Negociación, diálogo y creatividad: Identidades locales en disputa en el Monumento a los Héroes de Tarragona de 1811

En el caso del monumento a los Héroes de Tarragona de 1811 se puede observar el proceso de negociación, debate y diálogo entre dos grupos bien diferenciados de las élites, representantes cada uno de ellos de una postura ideológica concreta. Por esta razón, a lo largo de este texto se hablará del grupo conservador y del grupo progresista. Debemos considerar, en base a ello, la afirmación de Tim Edensor (2002, 17) sobre el sentido múltiple de las identidades nacionales o locales, como es este caso:

[...] un sentido de identidad nacional no es único y para todo, sino que es dinámico y dialógico, situándola en las constelaciones de un profundo complejo cultural de imágenes, ideas, espacios, cosas, discursos y prácticas.

El Monumento de los Héroes de 1811 resultó la causa y razón de una intensa lucha entre diferentes concepciones de nación que aspiraron a convertirse en la hegemónica. El sitio de Tarragona durante la guerra contra las tropas napoleónicas sucedido en 1811 se utilizó como representación nacional de primer orden, con el que expresar y hacer sentir la nación, tanto a sus ciudadanos como a los visitantes. La historia dotaba a la nación y su identidad de una importancia y solemnidad nada desdeñables, representadas en numerosas localidades del país a través de actos conmemorativos y, en algunos casos, mediante obras escultóricas que recordaban el episodio. Estos debían representar el carácter de la nación y sus ciudadanos, debían simbolizar la esencia auténtica de un pueblo y su epopeya contra la invasión extranjera. No obstante, no todos los sectores dirigentes entenderían dicho carácter y esencia de la misma manera. Christian Demange (2007), señala que los sectores moderados y conservadores utilizaron el mito del patriotismo nacional para la construcción nacional derivada de la memoria de la Guerra de la Independencia. En cambio, los progresistas y demócratas exaltaron en gran medida la participación del pueblo y el carácter colectivo del mito surgido de la guerra, abanderando así una doble versión patriótica y revolucionaria de los hechos. Esta divergencia en la visión sobre los mitos del patriotismo nacional también ha sido señalada en otros casos, como puede ser en aquellos relacionados con la visión romantizada y orientalizada de España, con figuras tan recurrentes como la Carmen o el bandolero, frente a las que por parte de unos se representaba un discurso de perpetuación, mientras que otros se esforzaron en desmontarlo en el marco del movimiento regeneracionista (Andreu Miralles 2016a).

Esta disputa entre dos maneras de conceptualizar el imaginario nacional está muy presente en el caso del Monumento a los Héroes de Tarragona a través de la prensa de la época. Dicha prensa tenía una clara significación política, hecho que permite afirmar que es posible conocer las visiones, discursos y narrativas nacionales que un lado y otro querrían representar en el grupo escultórico.

A partir de finales del siglo XIX, fundamentalmente iniciada la década de los 70, se produjo, tal como afirma Pierre Géal (2007), una fiebre en la proyección de monumentos conmemorativos de la Guerra de la Independencia en todo el territorio español. Muchas fueron las localidades que planearon la celebración de esta fecha, ya fuera con algún acto religioso o civil, así como con la exhibición de piezas escultóricas que rememoran el mito de la guerra. En el caso de Tarragona, el gobierno español aceptó en 1910 la concesión del bronce para la fundición del monumento previsto por las autoridades locales. Dicho proyecto se inició, de hecho, con fondos privados de diversos prohombres de la ciudad como Marià Rius i Montaner, político progresista y empresario tarraconense.

El 9 de abril de 1911 se resolvió el concurso que escogió la escultura propuesta por el artista Julio Antonio. Antes de la resolución del jurado del concurso, compuesto por personalidades destacadas de las artes como Josep Llimona o Francisco Cidón, los cuatro proyectos participantes del certamen estuvieron expuestos en las oficinas del SIT situado en la Rambla de San Juan⁸⁴. De este modo, se pretendía dar a conocer a la ciudadanía los proyectos previstos para la conmemoración del sitio de Tarragona durante 1811, a la vez que se estaba reproduciendo un discurso sobre el mito nacional de la defensa del territorio español contra el invasor francés a través de los mitos locales, como fue la lucha de los tarraconenses en el sitio de su ciudad. Así, siguiendo los postulados de Confino (2006) según los que el proceso de construcción del Estado y su nacionalismo estaba construido sobre la base de Estados regionales y particularistas, lo nacional no adquiere significado sin lo local, la identidad local se entiende así como un elemento constitutivo y configurador de la nacional. El ejemplo de la representación del mito de la Guerra contra las tropas napoleónicas sigue la dinámica propuesta por el autor, siendo un mito que se nutre de las particularidades locales, hecho que fue extendido por otros territorios del país como fueron Cádiz, Madrid o Pontevedra. Estas localidades consiguieron el favor del gobierno entre 1908 y 1911 para erigir estatuas conmemorativas a figuras individuales o colectivas que lucharon en la defensa del territorio contra los franceses (Géal 2007). Se entendió que la lucha a nivel local por un

⁸⁴ «Crónica local y regional», *Diario de Tarragona* (9-IV-1911), p.1.

fin común durante la guerra contra las tropas francesas resultó una epopeya de toda la nación, lo que inserta a la identidad local dentro de la nacional y resulta ser una pieza fundamental, la «patria chica» crea la «patria». La identidad de tipo comunitario y que resulta de una experiencia próxima y cotidiana es capaz de articularse y coordinarse con identidades de más amplio espectro como la nacional (Núñez Seixas y Seixas 2006, 12).

No obstante, en el caso aquí analizado, y tal y como ya se ha adelantado, se produjo un intenso debate entre diferentes discursos de identidad local que aparecen expresados en las crónicas narradas en la prensa local que se produjeron fundamentalmente a partir de la década de los años veinte, hasta la llegada de la II República. Cabe destacar que este periodo, particularmente desde el inicio de la dictadura militar del General Primo de Rivera, representó un momento de inestabilidad política clara. Tras el golpe de estado, el consistorio fue una herramienta más administrativa que política que fue dirigida por un total de seis alcaldes (Barriach et al. 2003). Su función se había alejado por completo de la práctica democrática, con unos representantes escogidos por voto corporativo y supeditados a una Comisión Permanente bajo el mandato militar. No obstante, este consistorio de carácter administrativo y dependiente de órdenes castrenses recibió la tolerancia de las clases acomodadas de la ciudad, gracias en gran parte a una favorable coyuntura económica sucedida hasta 1925. Por otra parte, la opinión pública no veía negativamente el casi inexistente debate democrático en el Ayuntamiento de la dictadura primoriverista, que gracias al retorno en 1920 de las quintas de la guerra de Marruecos se ganó el favor de las clases populares. A su vez, fue en este momento cuando se proyectó la Fábrica de Tabacos en la ciudad, empresa que generaría un gran número de puestos de trabajo (Muiños Villaverde 1989; Jordà i Fernández 2006; Duch Plana y Carot Giner 2012).

Los dos sectores mayoritarios en disputa serían el conservador y más próximo a los postulados religiosos y católicos sobre la identidad nacional española, y las ideas más progresistas y liberales, de las que muchos de sus representantes acabaron siendo figuras destacadas en el Ayuntamiento republicano a partir de 1931. Estos dos discursos en disputa tenían como objetivo común el reforzar una narrativa identitaria propia de la ciudad, creando mitos y estableciendo una memoria determinada sobre una epopeya como fue el sitio de Tarragona por los franceses. Ahora bien, resulta cierto que los

diarios analizados aluden de manera común y directa a la «patria» en tanto que identidad nacional a través de un sentido común de pertenencia e identificación con la identidad local y más próxima. Este resulta un mecanismo de nacionalización de la población de Tarragona que parte de la interpelación a la memoria y las vivencias más próximas y, por tanto, reconocibles, las locales.

El mito de los héroes de Tarragona contó con un marcado carácter localista, que no tendría sentido en otro lugar que no fuera dicha ciudad. Siguiendo esta afirmación, el diario «Tarragona» en su artículo titulado «En nuestra defensa Tarragona y su monumento»⁸⁵, presenta un alegato en contra de las propuestas de algunos periodistas de la Corte de Madrid para que el monumento sea instalado en la capital de España. Dicho alegato alude a la relación entre la eternidad de Tarraco y el propio monumento, sólo dicha eternidad había permitido el surgimiento de una obra de sus características y, únicamente, un discípulo de la Tarraco inmortal podía concebir un arte igual. Ya en los libros de viajes del siglo XIX la ciudad de Tarragona era valorada únicamente por su pasado imperial, hecho que le concedía importancia, grandeza y opulencia. Por lo que, el recurso utilizado por el diario «Tarragona» en su defensa pasaba por utilizar un préstamo del discurso turístico de los viajeros que visitaron la ciudad a lo largo del siglo XIX, justificando a través de su pasado histórico la pertinencia de la obra como representante del mito local, que únicamente podría entenderse siendo situado en Tarragona.

Pese a que la mayoría de los diarios estarían en consonancia con el discurso sobre el mito local como forjador de la identidad nacional, resulta cierto que el diario «La Veu de Tarragona», semanario nacionalista próximo a la Lliga Regionalista, plantea que el mito heroico de la defensa de Tarragona debe situarse no en un plano nacional sino en un plano universal, abstrayendo toda posibilidad de relacionar el monumento de los Héroes de Tarragona con el heroísmo español en su esencia más local⁸⁶. Trata de remarcar la universalidad de dichos héroes, señalando que el monumento pertenece y representa todos los héroes del mundo. Trata de remarcar la universalidad de dichos

⁸⁵ «En nuestra defensa Tarragona y su monumento», *Tarragona* (28-II-1922), p.1.

⁸⁶ M.G, «El sentit filosòfic del Monument als Herois», *La Veu de Tarragona. Setmanari nacionalista* (26-II-1922), p.2.

héroes, señalando que el monumento pertenece y representa todos los héroes del mundo. Este mundo es conceptuado, en todo caso, únicamente como aquel que profesa la fe católica, señalando que «El monument dels herois de Tarragona es monuments de tots els herois del món. L'idea és universal. El símbol és catòlic». Añade que, como si ocurriera por casualidad, la fisonomía de los héroes representados es latina, aunque bien podría ser de cualquier otro lugar dada la universalidad de su representación. Con ello, nos encontramos ante un caso de resistencia a una identidad nacional hegemónica protagonizada por parte del sector más conservador del catalanismo en la ciudad de Tarragona, defensor a ultranza del orden público y de los postulados católicos (Termes 1986, 120).

La total falta de alusión a la patria, tal y como llevaron a cabo los demás diarios, lo consideramos aquí como una resistencia al discurso que relaciona el mito local con la identidad nacional española, lo entendemos como una resistencia que pretendería universalizar el mito para así alejarlo de la asociación al nacionalismo español. Aquello catalán no pertenece a la españolidad, no es una pieza más, sino que únicamente se concierne a sí mismo, quedando por encima de cualquier otro nacionalismo, apelando por tanto a la universalidad de sus actos y sus mitos.

En todo caso, no podemos decir que la identidad local y sus disputas en relación con el monumento tuvieran nada que ver con la idea de patria, ni la pertenencia del mito como un símbolo local de la nación. De hecho, pese a la resistencia de la «Veu de Tarragona», el acuerdo entre la opinión pública de diferente signo ideológico fue amplia. Con la llegada de la II República y el ascenso de la coalición de izquierdas, el discurso sobre el monumento y el mito que representaba siguió destacando el sentido local de la identidad nacional, donde el mito de los héroes de la ciudad era una pieza más del nacionalismo español.

En cuanto a las disputas sobre la identidad local transmitida por el monumento, debemos señalar que los especialistas en este mito a lo largo y ancho de España hablan de la presencia de dos vertientes que utilizan la defensa del territorio contra los franceses como un símbolo de la identidad local y después nacional (Demange 2007). Estas dos vertientes también aparecen en Tarragona, otorgando significados diferentes al mito y, por tanto, también a la reproducción llevada a cabo por el monumento de Julio

Antonio. El sector progresista y liberal de las elites tarraconenses proyectaron a través mayoritariamente del «Diario de Tarragona», representante de estos sectores en la opinión pública, una imagen de heroísmo local sobre la obra conmemorativa, mediante una narración colectiva de sacrificio. De esta manera encontramos expresiones a lo largo de los años veinte hasta su exhibición en el espacio público, tales como: «compañeros de armas que perecieron en defensa de nuestras murallas»⁸⁷, afirmación con la que se consigue situar a los defensores de la ciudad en un plano igualitario al resto de la ciudadanía, no se destacaba de ellos su posición castrense, tampoco su gran fuerza o destreza en la batalla por ser grandes soldados, simplemente se les presenta como «compañeros» que perdieron la vida defendiendo algo colectivo, como «nuestras murallas». Otra frase breve que nos señala en la misma dirección es la de «l'heroisme dels tarragonins»⁸⁸, con la que se mantiene la dinámica de apelar a toda la ciudadanía sin distinciones.

Por tanto, en el discurso de las élites más progresistas de la ciudad se estaba representando un mito colectivo de la identidad local, donde no intervendrían clases, toda la ciudadanía había participado de aquella gesta local que creaba un sentimiento nacional, a su vez. Posiblemente, la frase que mejor ilustra esta idea es la siguiente: «Aquest es un dels més grans encerts, car Tarragona fou defensada no solament pels militars, ans també pels ciutadans, pels clergues, pels vells, pels infants, per les dones...»⁸⁹, afirmación que además añade la cuestión de la participación de las mujeres en la defensa de Tarragona, hecho que encontraremos únicamente en esta ocasión. Tal y como se verá más adelante, la figura femenina en este símbolo local únicamente aparece en la feminización de la propia ciudad a través de la figura femenina que aparece en la obra de arte.

Así pues, las posiciones más progresistas interpelaban al conjunto de la ciudadanía, alejando el foco de atención de la cuestión militar y la división de clases a la que sí apelarían las posiciones más conservadoras. El pueblo en su conjunto quedaría

⁸⁷ «Las fiestas del centenario», *Diario de Tarragona* (6-IV-1911), p.1.

⁸⁸ «La Cruz i la mala educació», *Diario de Tarragona* (30-IX-1931), p.1.

⁸⁹ «Sinceritat per Sinceritat», *Diario de Tarragona* (6-X-1931), p.1.

representado por el monumento a través de la falta de atuendo en las dos figuras masculinas. De esta manera, el escultor consiguió trasladar esta idea progresista que hacía protagonista a la ciudadanía en conjunto, a través de una importante exaltación de la participación del pueblo, en la lucha por la libertad de Tarragona. De hecho, en ningún momento se apela a la lucha por la libertad de España, hecho que demuestra de nuevo que la nación se representó a través del ámbito más local, el cual de manera más sencilla, directa y clarificadora interpelaba a la población en la identificación con el discurso de nación.

En contraposición, el discurso de identidad nacional representado en el monumento por parte de los sectores más conservadores y tradicionalistas lo encontramos en el artículo publicado por el diario «La Reconquista» el 18 de marzo de 1922⁹⁰. En él se hace alusión directa al monumento a través de conceptos como «patria, episodios épicos, inmolar su vida por la patria», lo que implica un discurso sobre el mito en base a la defensa del territorio y la épica de la batalla, pero obviando la participación de todo el pueblo en una lucha por la libertad de ese territorio y, por ende, de su población. En ningún momento se refiere a conceptos como «pueblo, ciudadanos o Tarragona», expresiones muy presentes en los medios de carácter más progresista de la ciudad.

Consideramos en relación con este aspecto disputado, entre el protagonismo de la colectividad o bien el protagonismo de unas élites militares como únicas defensoras de la patria, que plantean una clara diferencia sobre el sistema político que gobierna la nación. Es decir, aquellas apelaciones a la colectividad implican ideas de participación de la ciudadanía en la política, por tanto, la presencia de un sistema democrático en el que se reconozca la existencia de diversas clases sociales que ostentan todas ellas la categoría de ciudadano y, así, su capacidad de participación en un sistema democrática. En contraposición, las ideas conservadoras mediante su apelación únicamente a lo militar, a la batalla y a su épica están planteando un sistema autocrático, en el que se valora únicamente la participación en la política de una élite que es la que resulta capaz de defender el territorio. Por tanto, la disputa entre las apelaciones a la colectividad, al

⁹⁰ «El Monumento a los Héroes de Tarragona», *La Reconquista* (18-III-1922), p.1.

pueblo y a los ciudadanos, y por otro lado, aquellas dirigidas a ensalzar las proezas de los militares, su épica y su defensa del territorio y la patria plantean ideas contrapuestas de nación.

Llegada la II República y con un Ayuntamiento en manos de la coalición de izquierdas, con Pere Lloret al frente del consistorio, se dio el momento idóneo para sacar de la sombra el monumento de Julio Antonio, gracias a la hegemonía en el poder del sector más progresista de la ciudad. Desde entonces ese monumento sería relacionado por la población de Tarragona con la llegada del nuevo sistema republicano. Los discursos y las proclamas por parte de las autoridades el día en que el monumento se exhibió en la Rambla 14 de abril, aludían constantemente a conceptos como la modernidad, la libertad, el futuro, el progreso. Estos atributos se presentaban como definitorios de la República, en detrimento de sistemas dictatoriales anteriores que no permitieron el disfrute de la población de una obra de arte colosal de un artista local. Según los discursos y las crónicas de los diarios de la época, pareciera que finalmente se ha ganado una batalla entre el bien y el mal, la luz y las sombras, el futuro y el pasado. Los detractores del monumento son definidos como «els timorats, els que criden al mal temps. [no exhibir el monumento] Hauria estat una regressió a l'Edat Mitjana, a aquell temps en què l'esperit no estava encara alliberat de les urpes tortuosos d'una moral basa en la tirania de la por»⁹¹. En cambio, de la mano de la República «es marca una fita en el progrés de la raó i en el culte a l'art»⁹².

Con el triunfo de la II República y la victoria de un sector de la opinión pública sobre el Monumento de los Héroes de Tarragona, el mito que representaba la obra tomó una nueva forma y simbología. El carácter redentor de la República frente al «malogrado» artista, Julio Antonio, fallecido en 1919 tras una larga y tediosa enfermedad, tomó peso en detrimento del discurso que recordaba los caídos en la defensa de Tarragona frente a las tropas napoleónicas. En la inauguración pública de la estatua el 24 de septiembre de 1931, se apeló a una nueva representación alegórica del monumento, relacionada con el propio artista y su madre, presente en el acto. La

⁹¹ «Quan hem dreçat el Monument als Màrtirs...», *Diario de Tarragona* (7-X-1931), p.1.

⁹² Ibid.

escultura pasó a representar el sufrimiento de un tarraconense ilustre, símbolo de alta cultura, y el dolor de su madre, interpelando así a todas las madres, al sufrir la pérdida de un hijo. Este viraje en el mito representado por la obra artística tiene su razón en el hecho de que la población de Tarragona ya no se sentiría tan identificada e interpelada por los sucesos de 1811 como por el desagravio sufrido por un compatriota ilustre por parte de grupos conservadores y tradicionalistas que ya no tenían legitimidad ni cabida en el nuevo sistema, por estar alejados de los postulados más modernos.

La carta de un lector anónimo del «Diario de Tarragona» el 6 de octubre de 1931⁹³ demuestra esta lejanía de la población hacia el mito de la defensa de la ciudad en 1811. El lector se quejaba de la indiferencia de la ciudad de Tarragona en relación con los mártires de 1811. Los lugares que fueron escenarios de «tant horrorós sacrifici», ahora se habían convertido en sitios de divertimento, excesos y locuras, según el lector. Esta queja por tanto venía a confirmar que el mito ya no calaba en la población, por lo que las élites progresistas debieron resignificar el monumento para conectar de manera más directa con la población de la ciudad. Así se llevó a cabo la modificación del discurso de identidad local representado el monumento para crear una narrativa más actual y acorde a los intereses de una nueva identidad local republicana y tarraconense, basada en la reivindicación del carácter culto de la ciudad, moderno, tolerante y progresista.

Pero en todo caso, sí que es cierto que ambos mitos, el de los héroes de Tarragona y el del artista Julio Antonio, compartirían en Tarragona un rasgo: la importancia de la creación de identidad local a partir de un mito para nutrir una identidad local que nutriera la identidad nacional española, sin negarla en ningún momento y sin entender ambas identidades como narrativas alejadas y opuestas, sino más bien como complementarias. Así, el mito de la defensa del territorio por parte de los españoles contra las tropas napoleónicas fue muy extendido en todo el país, siempre a través de narrativas locales de las gestas de sus ciudadanos, de igual manera sucedió con la propia figura de Julio Antonio como un artista español malogrado. Antonio fue

⁹³ S. Solé Pons, «Encara el Monument als Màrtirs», *Diario de Tarragona*, 6 de octubre de 1931, p.1.

reclamado por Tarragona y por Cataluña nombrándolo hombre ilustre, a la vez que fue propuesto para el nombramiento en otras ciudades como Madrid o Córdoba⁹⁴.

Los héroes: masculinidad e identidad local en disputa

Los diferentes modelos de nación representados en el monumento por diferentes sectores ideológicos de la nación no fue la única disputa de la que fue protagonista la obra de arte. Quizás el debate más encarnizado fue el que giró entorno del lugar que debía ocupar el Monumento de los Héroes de Tarragona. Este debate tuvo como causa el desnudo de las figuras que formaban la escultura y la pertenencia de situarla en el espacio público, hecho que ocupó numerosas páginas en los diarios que representaban cada una de las posturas en disputa. Recordemos que la escultura en bronce, obra del artista Julio Antonio, estaba compuesta por una figura femenina desnuda que sostenía en sus brazos el cuerpo desfallecido de un hombre y tenía otro a sus pies, los dos despojados de cualquier ropaje.

El debate sobre el lugar de la ciudad que debía ocupar el monumento tuvo como origen la diversidad de discursos de género que definían la identidad local a través de las figuras aparecidas en el monumento y la manera en la que los defensores de la ciudad frente a las tropas invasoras aparecían representados. Así, en el debate suscitado por los desnudos que presentaba la obra de arte, se pueden reseguir los distintos discursos de feminidad y masculinidad representativas de la identidad local y nacional que surgieron a principios del siglo XX. La progresiva pérdida de legitimidad del discurso de género procedente de la Iglesia a favor de las posturas más científicas, vehicularían las diversas opiniones políticas que se enfrentarían por la hegemonía de su particular discurso local y nacional de género (Nash 1999).

El primer momento en el que se publica en los diarios el desacuerdo con la exhibición del monumento por causa de sus desnudos, fue en 1916. El diario católico

⁹⁴ «El nostre ilustre homenatge a Juli Antoni», *Diario de Tarragona*, 23 septiembre de 1931, p.1.

«La Cruz» muestra su disconformidad con «un desnudo indecoroso, en una población no acostumbrada a ver en público cosas parecidas»⁹⁵. Según explica el diario, fueron muchas las cartas de tarraconenses que llegaron a la redacción pidiendo un posicionamiento del medio, contrario a la exhibición pública de dicho monumento. No obstante, el diario católico considera que no es necesario hablar en exceso del tema, puesto que creen que la obra nunca va a llegar a exponerse. A lo largo del debate, que duró más de una década, «La Cruz» siempre representó a las posiciones más conservadoras y católicas, siendo el altavoz de un discurso de género afín a los postulados de la religión católica, donde palabras como «decoro, buen gusto, moral o ética» fueron repetidas en numerosas ocasiones como argumentario contra la obra en cuestión. En cambio, pese a que los diarios próximos a las posturas más progresistas utilizarían algunos de estos términos, como «buen gusto» o «ética», siempre fueron empleados para ensalzar la obra. Asimismo, es la primera vez que se destaca como problemático el desnudo de las figuras masculinas, sin preocupar en absoluto el desnudo femenino. Este hecho, tal como se verá a lo largo de este análisis, será recurrente hasta la puesta en el espacio público del monumento.

El debate sobre los desnudos continuó cuando los estudios preparatorios y el modelo definitivo fueron expuestos en la planta baja del Museo de Arte Moderno de Madrid en 1922. El «Diario de Tarragona» defendió entonces la obra, señalando que al acto de inauguración de la exposición asistieron «distinguidas señoras y señoritas»⁹⁶. Estas mujeres pertenecían a la clase alta de la capital, hechos que las legitimaban para valorar la obra de arte, por ser de la élite y por ser de la capital. En este argumento del diario tarraconense encontramos por tanto la legitimación a través de la clase de los visitantes de la exposición, así como por el juego entre capital y periferia, por el que el gusto de la capital siempre prevalecerá frente al de la periferia, entendida como menos moderna y más retrasada. El discurso de género de la nación contaba con una clara dirección de arriba abajo, serían las mujeres de clase alta, «mujeres distinguidas», las que legitimarían la validez de la obra de arte como representación de la lucha del pueblo

⁹⁵ «El monumento a los Mártires de la Independencia», *La Cruz*, 22 de agosto de 1922, p.1.

⁹⁶ «El Monumento a los Héroes de la Independencia», *Diario de Tarragona*, 12 de agosto de 1922, p.1.

de Tarragona contra las tropas napoleónicas, así como una dirección del centro a la periferia, serían las señoras de la capital las que reunían las capacidades para valorar una obra que no valoraban las mujeres de la periferia. Asimismo, las mujeres locales fueron animadas a valorar la obra mediante apelaciones a su carácter monárquico⁹⁷, es decir, tal como habían hecho sus monarcas al apreciar la escultura de Julio Antonio, ellas debían hacer lo mismo, siguiendo de nuevo esta dinámica en la que el género se traza de manera interseccional, y queda atravesado por la clase, así como por la procedencia geográfica.

Las monarcas y las mujeres de clase alta que presenciaron la escultura fueron representadas como las máximas exponentes de la moralidad, un modelo a seguir por todas aquellas mujeres de Tarragona que se mostraban como detractoras. Toda retórica procedente de voces femeninas se invalidaba a través de la legitimación procedente de la opinión de las monarcas. Ellas, como representantes femeninas de la nación, habían dado su visto bueno a la obra, por lo que ninguna mujer de la periferia, por tanto, de Tarragona podría mostrar su desacuerdo con la obra, así como tampoco ninguna otra mujer de las clases subalternas podría mostrar una opinión contraria. Fue a partir de esta exposición en el Museo de Arte Moderno de Madrid, que algunos periodistas de la capital solicitaron que el monumento se quedara allí, despertando una importante controversia en la ciudad de Tarragona, momento en el que como se ha visto antes se llegó al acuerdo de que la escultura representaba un mito local, con lo que sólo en Tarragona tendría sentido su exposición.

En todo el caso, el episodio del paso por la capital del monumento y la admiración de las señoras de clase alta y del centro muestra como el discurso de género nacional se pretende trazar de arriba abajo y desde el centro a la periferia. No obstante, con el retorno de la obra a Tarragona el debate se trasladó y se desarrolló en la ciudad, donde tendrían la oportunidad de negociar los significados del género que definía la identidad local a través de propuestas afines a los postulados marcados ya en Madrid o bien, resistiendo a ellos. Observaremos en esta disputa ciertas contradicciones, pues las

⁹⁷ Juan Quien, «Indignación en Estropajosa. Las Reinas han visto el Monumento», *Diario de Tarragona*, 24 de agosto de 1922), p.1.

posiciones más progresistas se mostraron muy cercanas a los argumentos de admiración de los monarcas y las clases altas de la capital, mientras que el discurso conservador y religioso resistiría a las ideas de la capital.

Al contrario de lo que predijo el diario «La Cruz» en 1916, la cuestión del desnudo masculino y la exhibición del sexo de los héroes siguió regando de tinta los diarios en los años 20. «La Reconquista», con un marcado carácter tradicionalista, veía como una obscenidad y una falta al pudor del pueblo de Tarragona, la exhibición de unos hombres desnudos tan cruel y real. Proponen, como ya sucedió en 1916, que se vele «lo que puede y debe velarse sin menoscabo del arte y mérito de la obra»⁹⁸. La justificación para velar la obra parte de la inocencia socavada de niños y mujeres, tratándolas a ellas como eternas menores de edad y sujetos pasivos que deben ser defendidos de cualquier ultraje a su recato e inocencia. Asimismo, el discurso más conservador y afín a los postulados religiosos sobre la masculinidad, no concebía el hecho de que el cuerpo de un hombre fuera utilizado para obtener placer a partir de su representación artística, sino que éste y sus órganos sexuales tenían como único fin la perpetuación de la especie. El disfrute visual de un desnudo representaba la vulneración y banalización, según los intelectuales católicos, del fin supremo del cuerpo masculino y sus órganos sexuales (Aresti 2002, 127).

Algunos meses más tarde, en el mes de agosto de 1922, el mismo diario publicó una breve historieta que tenía como protagonista al Monumento. Esta historieta resulta del todo reveladora para entender la razón del desasosiego que el desnudo de los héroes, y sólo de los héroes, estaba provocando entre las opciones más conservadoras de la opinión pública. Con las siguientes palabras expresa la enorme disconformidad con el modelo de masculinidad que traslada el monumento, más allá de la simple exposición del sexo de los héroes: «Aquel proyecto de monumento a los mártires, con aquellas figuras lánguidas, abatidas, agonizantes, pues únicamente un pueblo que haya perdido la virilidad puede tolerar semejante burla de una empresa, por poderosa que sea»⁹⁹.

⁹⁸ «El monumento a los héroes de la Independencia», *La Reconquista*, 25 de febrero de 1922, p.1.

⁹⁹ «Signos característicos de Tarragona II», *La Reconquista* (25-VIII-1922), p.1.

Ahora bien, justamente serían las formas desnudas las que el propio escultor escogió para representar a los héroes de Tarragona, tal y como escribió el mismo en la memoria del proyecto sobre el monumento:

"Huyendo de todos los repudiables monumentos a los héroes de la independencia inaugurados efímeramente, en que todo se ha resuelto con escopetas, morriones, espadas, cañones y figuras inverosímiles y de pésimo gusto [...] he sentido y siento como escultor dar la sensación de heroísmo por medio de la forma desnuda más bella y armoniosa que mi inteligencia y mis fuerzas alcancen." [Carta manuscrita de Julio Antonio, 1910]¹⁰⁰

El propio escultor es definido por los especialistas como una «rara avis» en el contexto de la escultura en España a principios del siglo XX, descendiente de la tradición de la imaginaria religiosa del siglo XVII y con una importante falta de innovación contra la que lucharían los artistas regeneracionistas de la Generación del 98 a través de representaciones que querrían mostrar la exaltación sobre la propia tierra, de su población o de la esencia y el alma de los pueblos. En este contexto, Julio Antonio intentó llevar a cabo una regeneración de la escultura a través del clasicismo renacentista y de la representación de lo popular. Resulta cierto que, en el contexto catalán, gracias a la aparición del «noucentisme» y un fuerte contacto artístico con París, la modernidad en el arte pudo llevarse a cabo de manera más ágil, contexto en el que Julio Antonio llevó a cabo su monumento a los héroes locales (Alix 1997).

Pese a que la creación de la masculinidad española del siglo XX se había centrado mucho en las concepciones y propuestas surgidas fundamentalmente a partir del uso de las luchas en las Guerras de Marruecos, donde el soldado aparece como la quintaesencia de la virilidad, su autorrepresentación a través del estereotipo masculino tuvo discursos y narrativas diferentes que negociaron y dialogaron su hegemonía. El cuerpo masculino venía a simbolizar las virtudes de la ciudad y de la nación, los héroes y los mártires eran

¹⁰⁰La transcripción de la carta se encuentra en: Oteo Sans, Ramón. *El Escultor Julio Antonio: ensayos de aproximación*. 2a ed. Tarragona: Museu d'Art Modern, Diputació de Tarragona, 1993. La carta manuscrita original se conserva en el Museu d'Art Modern de Tarragona. Julio Antonio, *Carta*, Almadén de Azogue, febrero de 1910.

estereotipos que ejemplificaban el ideal masculino nacional. Ahora bien, dado que la identidad nacional, tal y como antes se ha visto, se basaba para los diferentes grupos de poder e ideologías en conceptos diferentes, la representación a través de la masculinidad de sus héroes también contaba con claras divergencias. Mientras que la idea de emancipación, de libertad, de igualdad y de fraternidad se representaban a través de la muerte y el sacrificio en las obras de arte, los ideales autoritarios de la nación apostaban por una representación de la masculinidad mucho más bélica y militar, donde el desfallecimiento, el esfuerzo y el sufrimiento no tuvieran cabida (G. Mosse 2000; Torres 2020). Así, por ejemplo, el ideal de masculinidad nacional primorriverista apelaba al «caballero español», el del pasado glorioso y la tradición hidalga, mientras que el modelo de masculinidad propuesto por liberales, progresistas, republicanos y socialistas en los años veinte pasó por crear un modelo de masculinidad acorde con el objetivo de una ciudadanía democrática y representado por conceptos como el esfuerzo, el sacrificio e incluso la muerte por los valores superiores de la nación (Aresti 2012).

Así pues, el monumento fue entendido por las posturas más tradicionalistas, conservadoras y reaccionarias, representadas por los diarios «La Cruz» y «La Reconquista», como una obra que se alejaba de la narrativa caballeresca de los soldados en la batalla performada en hombres fuertes, con coraje y valentía. Justo, al contrario, mostraba unos hombres débiles, demasiado afeminados y en momento de fragilidad absoluta, según estas posturas. Estas características de la masculinidad estarían definiendo dos modelos diferenciados de nación, una situada en pasado épico y para la que la modernidad implica la degeneración de la raza, y otra que, apuesta por nuevas formas de masculinidad para alejarse de un pasado excesivamente primitivo y salvaje, donde el autocontrol y el cuidado de las formas no existía.

El nuevo discurso de masculinidad surgido del progresismo pretendería acercarse a los nuevos postulados laicos sobre el género mediante una narrativa que hablaría de racionalidad, de sacrificio, de autocontrol, de trabajo y austeridad. Este nuevo discurso fue propuesto por los nuevos moralistas laicos, en una clara opción por alejarse del discurso de género promulgado por la religión. Este nuevo modelo de masculinidad surgido en los años veinte fue asociado con ideas de progreso y civilización moderna, tomando como ejemplo el nuevo arquetipo de masculinidad presente en el

extranjero. El antiguo caballero español se dejaba atrás para concebir el hombre moderno ciudadano, consciente de sus derechos, a la vez que responsable en sus obligaciones (Nash 1999; Aresti 2001; 2012, 63). En todo caso, pese al empeño de los ideólogos liberales en cambiar y modernizar los modelos de género, no pretendieron en ningún momento revolucionar las relaciones entre masculinidad y feminidad. En todo momento respetaron la supremacía masculina, concibiendo únicamente su modernización para equipararla a aquella que se estaba dando en sus países vecinos (Aresti 2002, 127).

El monumento a los héroes de Tarragona fue un claro ejemplo de la construcción de un nuevo modelo de masculinidad centrado en la consecución colectiva de la ciudadanía y que se alejaría de antiguos postulados conservadores, reaccionarios y tradicionalistas sobre la hidalguía del hombre patrio. La opinión pública afín a los grupos liberales y progresistas de la ciudad apostó por rebatir aquellos argumentos contrarios a los desnudos de los héroes a través de situar a los protagonistas de los discursos más conservadores en un pasado al que la ciudadanía no debería querer regresar. Así, Juan Quien a través del «Diario de Tarragona» publica una sátira en la que propone desde la «confección de unas enaguillas a guisa de hoja de vid» hasta «ejecutar un auto de fé ante la Casa de la ciudad, pulverizando la fálica divinidad, el infernal icono continuador de especies». Considera que la castración de las figuras del monumento les «darán credenciales de eunucos guardadores de las cuaternarias mojigaterías», y que esta acción únicamente representaría una castración colectiva de todos los descendientes de los heroicos defensores de la ciudad.

Por tanto, sitúa el discurso contra la exhibición del monumento, causado por los desnudos, en una narrativa caducada y próxima a postulados religiosos ya superados. Además, resulta importante subrayar cómo este argumentario relaciona la modernidad con la desnudez de los cuerpos en la obra de arte, mientras que tilda de atrasados y mojigatos aquellos que se escandalizan por los cuerpos sin ropa. Cabe destacar en este sentido que la representación del modelo de masculinidad liberal se reprodujo a través de cuerpos jóvenes y atléticos, en los que el porte pudiera ejemplificar el poder y la virilidad, a la vez que la armonía, la proporción y el autocontrol que contaba también con el culto al físico y a la belleza que iban ganando posición entre la burguesía liberal

(G. Mosse 2000). Por lo que la exposición de un cuerpo masculino desnudo se consideró un acto de radical modernidad a través de la que transmitir ideas de civilidad, poder y virilidad, mediante unas formas perfectas derivadas del autocuidado sobre el físico.

Dado que las críticas a los desnudos que formaban el monumento continuaron, ya llegada la II República y con la puesta en el espacio público del conjunto escultórico, la ridiculización hacia el sector más conservador fue mucho más directa y encarnizada desde el «Diario de Tarragona». En él aparecen frases como:

«el que sigui incapaç de sentir l'emoció puríssima i exempta de tota inspiració carnal que el grup patètic dels herois vençuts representa, no és un ésser digne de compartir amb nosaltres la llibertat del carrer ni el benifet de la convivència»¹⁰¹.

Tildaban a los opositores de «puritans, encegats i obstruits, que tot dient-se moralistes, feren de ple a ple la moral més pura i més enlairada»¹⁰². Unos días más tarde, desde el mismo diario, el literato tarraconense Lluís Icart i Leonila, bajo el pseudónimo de Fiameta (Virgili i Sanromà 1980, 24) solicitaba a los que se oponían a los desnudos que aparecían en el monumento, que explicaran el porqué de su negativa, pero sin caer en justificaciones religiosas y teológicas, sino a través de explicaciones biológicas y de moral humana¹⁰³. Esto señala la deslegitimación, por parte de las facciones más progresistas de la elite de Tarragona, del discurso de género elaborado por la religión y sus conceptos. Tal como ya se ha señalado, esta vendría siendo una dinámica desde la década pasada en los grupos progresistas y liberales del país. Añade en su crítica, además, que todos aquellos contrarios a la exhibición del monumento lo son por mirarlo con ojos de concupiscencia, por apetitos inconfesables que los deberían llevar al médico. Así, otro de los recursos utilizados para afrentar al sector más conservador vendría por equipararlo con las actitudes propias de la figura del Donjuán, denostada desde hacía años, por la falta de capacidad de gestión sexual, por sus deseos primitivos e irrefrenables. Imágenes que, se consideraba, debía dejar de representar la masculinidad nacional. Entre estas actitudes primitivas no sólo debe considerarse

¹⁰¹ «El nostre homenatge a Juli Antonio», *Diario de Tarragona*, 23 de septiembre de 1931, p.1.

¹⁰² Ibid.

¹⁰³ Fiameta, «Quan hem dreçat el Monument als Màrtirs...», *Diario de Tarragona*, 7 de octubre de 1931, p.1.

aquellas heterosexuales, sino que de manera velada la crítica hacia los ojos del que mira con lascivia viene por la relación con actitudes homosexuales.

No sólo la sátira y la ridiculización fue el único recurso contra del discurso de masculinidad nacional más conservador. Sino que, los medios de comunicación más progresistas intentaron explicar incluso a través de equiparaciones con la religión en qué consistía la representación de la masculinidad impresa sobre el monumento. El «Diario de Tarragona» del 9 de marzo de 1922, reproduciendo un artículo publicado en «El Cantábrico», hablaba del «héroe que cae, en una ondulante gravedad, como una reminiscencia de los imaginarios cristianos, dice del sublime sacrificio en un canto a la juventud truncada por su idea»¹⁰⁴. Su



Figura 5: Miguel Ángel. Piedad de Palestrina. c.1555

Fuente: Galleria dell'Accademia di Firenze

legitimación, en este caso, vendría dada por la similitud de la obra con figuras escultóricas de gran importancia y mostrando la inspiración del artista en obras en las que se representaban el sacrificio de Jesucristo, alejando por tanto la idea de sacrificio del discurso conservador, puesto que el liberal y progresista también apeló a este hecho transformándolo en una idea de sacrificio colectivo y ciudadano. De hecho, el propio artista se inspiró en obras de carácter religioso como podía ser la Piedad de Palestrina, obra de Miguel Ángel, con la que comparte importantes similitudes (Fig.5).

La pedagoga tarraconense Montserrat Betrán de Galés, esposa de Manuel Galés i Martínez, firmante del acta de la reunión del consistorio de la ciudad en la que se trató la cuestión del emplazamiento del monumento, escribió el único artículo de autoría femenina encontrado sobre el tema. Ella interpeló a través de su escrito a las mujeres de la ciudad a través de justificaciones religiosas, dice:

«Ningún Pontífice ni ningún Cardenal del Sacro Colegio ha encontrado inconveniente en que el público fiel contemple aquellas puras y naturales figuras mientras ora a Dios. Y es que admirar una obra de Arte es en sí mismo una oración: es tributar culto

¹⁰⁴ Apeles, «La obra de Julio Antonio», del Diario *El Cantábrico*, citado por *Diario de Tarragona*, 9 de marzo de 1922, p.1.

al Creador en su obra más perfecta, el cuerpo humano; es mirar a este cuerpo, no según la ley de la carne, sino como reflejador de la vida del alma»¹⁰⁵.

A ellas sigue aludiendo a través de su sensibilidad maternal, equiparando el cuerpo del héroe al de un hijo: «Comparable al cuerpo de un niño, aunque con belleza distinta, es el de un héroe. Aquel brilla por su candor; éste queda sublimado por la expresión de dolor y sacrificio»¹⁰⁶. Utilizando de nuevo la idea del sacrificio de los ciudadanos de Tarragona, representado como un símbolo del modelo de masculinidad local, un signo de máxima virilidad asumido por el discurso progresista de las élites locales.

Pero, posiblemente, la respuesta a la misiva de un suscriptor por el «Diario de Tarragona» será la más clara expresión del discurso de masculinidad transmitido y representado en la escultura por parte de los sectores más progresistas de Tarragona. La carta del suscriptor, tratado un fragmento de ella en el apartado anterior cuando hacía alusión a la indiferencia ciudadana hacia el mito de la defensa de Tarragona contra los franceses, señala también que, si una persona desnuda por la calle es un acto impúdico e inmoral, ¿por qué no debe ser así con una estatua permanente? Es más vergonzante si cabe, cuando el monumento representa de manera alegórica a personas honorables como las que defendieron la patria con su propia vida. Si las personas son indeterminadas, como pasa con este monumento, es aún más grave, porque se profana al Soldado Desconocido.

La respuesta del «Diario de Tarragona» a las afirmaciones del lector justifica que las figuras no cuentan con vestimenta por pretender representar a todos los estamentos sociales:

«Tarragona fou defensada no solament pels militars, ans també pels ciutadans, pels clergues, pels vells, pels infants, per les dones...La figura o les figures, creades per Juli

¹⁰⁵ Montserrat Bertrán de Galés, «El monumento a los Mártires», *Tarragona*, 25 de febrero de 1922, p.1.

¹⁰⁶ Ibid.

Antoni són, doncs, un símbol, no res més que un símbol del màrtir i l'heroï. D'ací la representació, per mitjà d'una còrpora masculina»¹⁰⁷.

El símbolo del sacrificio nacional toma forma de cuerpo masculino, es el hombre el que representa la nación y su defensa. Asimismo, el discurso de masculinidad que se estaba imprimiendo sobre el monumento ponía en valor a todos los ciudadanos, más allá de su clase social. Una masculinidad que no estaba construida a través del uso de la fuerza y la guerra, sino que se creaba a través de una idea suprema de ciudadanía y ligada al trabajo, la austeridad y el esfuerzo, lo que permitiría reivindicar la masculinidad civil. La masculinidad queda relacionada inexorablemente con el sacrificio patriótico de la nación, que fue llevado a cabo a nivel local. Es por esta razón, que el monumento se entiende como un monumento local y nacional a la vez, que viene a representar a través de la postura de sus héroes el esfuerzo y el sacrificio colectivo de todo el pueblo en su conjunto.

La matrona: consenso sobre la feminidad en la identidad local

La representación de la feminidad nacional transmitida a través del monumento fue un aspecto que encontró un gran consenso entre los diferentes sectores ideológicos de las élites de Tarragona. Defendieron una representación de Tarragona a través de la alegoría femenina de la misma, a la que se le imprimieron conceptos ligados en todo momento a la maternidad. Al igual que sucedió con el discurso de masculinidad, el de feminidad sufrió en los años 20 una relectura y modernización, que no pretendió implicar en ningún momento una revolución en las relaciones de género. En todo caso, sí que se dejaron atrás los conceptos religiosos que habían definido hasta entonces la feminidad, como el característico binomio entre el Bien y el Mal representado por los géneros o la supuesta inferioridad femenina. Los intelectuales laicos, procedentes de la medicina, elaboraron un discurso de género encaminado a la secularización de los valores en la sociedad española de principios de siglo. La feminidad fue construida a

¹⁰⁷ «Sinceritat per Sinceritat», *Diario de Tarragona*, 6 de octubre de 1931, p.1.

partir mediante conceptos como la igualdad, el liberalismo y la democracia. Pero quizás el cambio más significativo fue la negación de la inferioridad femenina, planteando la complementariedad de los sexos. Dicha complementariedad entre el hombre y la mujer se fundamentaba en una incontestable diferencia biológica entre ellos y la asignación de roles, funciones, mandatos y narrativas diferenciadas. En base a este discurso, la característica definitoria de la feminidad fue la maternidad, vista como un destino ineludible y supremo. Mientras que las mujeres debían dar a luz como una misión suprema, los hombres debían trabajar (Nash 1999).

Dentro del discurso de identidad nacional atravesado indudablemente por el género, la feminidad ocuparía un espacio concreto y diferenciado al de la masculinidad. Tal como se ha visto, la masculinidad nacional hablaba de heroísmo, sacrificio, coraje, trabajo, autoridad, responsabilidad o valentía. En cambio, la participación de la feminidad en el discurso nacional vendría dada por la ampliación del concepto de maternidad. Ellas se convirtieron en las depositarias de las esencias nacionales, en marcadoras de la moral, el honor y la civilidad de la nación, así como en las consignatarias y transmisoras de las tradiciones patrias. Asimismo, la identidad nacional femenina pasaría por una representación simbólica y metafórica de la nación feminizada, de ahí la reiterada utilización de la alegoría de la nación en forma de mujer, particularmente utilizada durante la II República (Yuval-Davis 1997; Blasco 2013). La nación fue imaginada de manera normativa como una hermosa mujer (Vega 2016, 214), madre de los hijos de la nación y que debería ser defendida por los mismos. Todos estos conceptos aparecen de manera indiscutible en el discurso que la opinión pública mantuvo sobre la figura femenina del monumento de Julio Antonio. A diferencia de lo que sucedió con la representación de masculinidad impresa sobre el monumento, no se aprecia debate algo entre los diferentes sectores ideológicos de la élite de Tarragona.

En 1922, año en el que el debate sobre el monumento y sus figuras fue más encarnizado, el Semanario Nacionalista La Veu de Tarragona, presenta a la mujer que preside el monumento como «el símbol de la ciutat filla de mar- Tarragona, Venus Mediterrània, recollint com mare amorosa y verge serena als heoris que per ella se

sacrifiquen»¹⁰⁸. De hecho, las figuras masculinas desfallecidas ejercen como elementos necesarios para la enfatización de la figura femenina que representa de manera alegórica a Tarragona, como la madre que toma en sus brazos a los ciudadanos que se han sacrificado por su defensa.

Otro escrito del mismo año, esta vez del diario «Tarragona» señala a la figura femenina como «el capacitado depósito de infortunios y claustro gestatorio de las perpetuidades de la estirpe humana es la resignación y la fuerza para sufrir el cadáver que sostiene en brazos y todo lo que venda de su sagrada entraña»¹⁰⁹. Aparecen más referencias a la maternidad nacional representada por la figura femenina en el «Diario de Tarragona», que señala que «en la mujer hay la actitud hierática de los clásicos griegos: ella es la que sufre, estoica, con épico estoicismo, el derrumbamiento material de sus hijos»¹¹⁰. Años más tarde, ya con la llegada de la II República, el «Diario de Tarragona» siguió defendiendo la representación maternal de la figura femenina, definiéndola como «la matrona amorosida»¹¹¹.

Tal como se observa, los medios de comunicación locales más próximos a postulados progresistas, e incluso catalanistas, hablarían de una representación maternal de la figura, una madre de la nación que sostiene en sus brazos a los hijos que han luchado por su defensa. No se observa en ningún momento una alusión a dicha figura por parte de los medios conservadores y católicos, que reiteran su rechazo únicamente por las figuras masculinas del monumento. El acuerdo sobre el discurso nacional de feminidad en su vertiente maternal era claro y diáfano.

Por otro lado, la figura femenina sería utilizada como depositaria de la esencia nacional mediante su carga histórica. Es por ello por lo que los medios aluden en numerosas ocasiones a su inspiración y ascendencia helénica, como la representación de la antigua Tarraco. Los rasgos físicos de la escultura femenina serían reconocidos

¹⁰⁸ «El sentit filosòfic del Monument als herois», *La Veu de Tarragona*, 26 de febrero de 1922, p.1.

¹⁰⁹ «El Monumento a “Los Héroes de Tarragona», *Tarragon*, 1 de marzo de 1922, p.1.

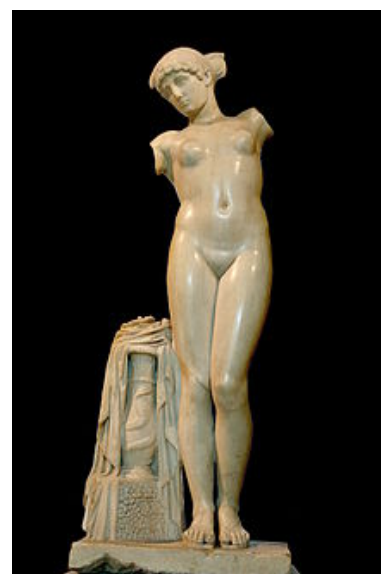
¹¹⁰ Apeles, «La obra de Julio Antonio», del Diario *El Cantábrico*, citado por *Diario de Tarragona*, 9 de marzo de 1922, p.1.

¹¹¹ «El nostre homenatge a Julio Antonio», *Diario de Tarragona*, 23 de septiembre de 1931, p.1.

como helénicos, descendientes de las mujeres de la antigua Roma¹¹². Incluso en el propio acto de inauguración del monumento, las autoridades presentan la figura en cuestión como una matrona que representa Tarraco, que ve morir a sus hijos en la lucha¹¹³.

Al mencionar a Tarraco, representada como una matrona a través de la figura femenina que presidía el monumento, se observa una clara alusión a la identidad local de Tarragona, a su pasado histórico y su esencia incorrupta performada en el cuerpo de la figura central de la obra. En una sola ocasión, este discurso de identidad local sufrió un intento de apropiación por parte del discurso de identidad nacional española y que no parece contemplar el localismo. Sucedió en el momento en el que la obra de arte era expuesta en Madrid, cuando un grupo de periodistas de la capital publicaron un artículo en el diario «El Sol», reproducido por el diario «Tarragona», en el que atribuían a la figura femenina la representación de Iberia, como una sola nación eterna, «Su madre, Iberia, le recoge de la cruz y le acompaña en ese breve espacio de la muerte a la glorificación»¹¹⁴.

Con todo ello, no existe en ningún momento debate o reproche alguno sobre el desnudo femenino presente en el monumento, como sí sucede con los desnudos de las figuras masculinas. El monumento se ha concebido históricamente como un medio privilegiado para la transmisión de mensajes ideológicos procedentes de la mirada masculina, bajo su discurso y su narrativa (Vega 2016, 213). Con la invención de los Estados-Nación modernos se dirigió la mirada hacia las formas clásicas del arte, puesto que éstas serían las que representarían la edad de oro de la fundación de la democracia. Este aspecto es claro en el monumento en cuestión, en el que, a diferencia de las figuras masculinas que cuentan con clara



¹¹² «El monumento a “Los Héroes de Tarragona”», *Tarragona*, 1 de marzo de 1922, p.1.

¹¹³ «Inauguració del monument dels Màrtirs», *Diario de Tarragona*, 25 de septiembre de 1931, p.1.

¹¹⁴ «El monumento de Julio Antonio», del diario *Sol*, citado por *Tarragona*, 4 de marzo de 1922, p.1.

inspiración en el arte religioso del Renacimiento, la figura femenina tiene claras similitudes con obras clásicas como la Venus Esquilina (Fig.6). Esto se debe a la búsqueda de legitimación de la nueva nación en los orígenes clásicos de civilizaciones como la griega o la romana. Este último recurso, tal como se ha comprobado a lo largo de este estudio, fue muy utilizado para demostrar la valía, la autenticidad y la legitimidad de Tarragona como destino turístico, por ser una ciudad con identidad, autenticidad e historia, habiendo sido un símbolo destacado de manera recurrente por los viajeros del siglo XIX.

Ahora bien, pese a que el desnudo de la figura femenina en les escultura no es cuestionado, por representar la alegoría de la ciudad, sí

Figura 6: Venus Esquilina. Mármol anónimo. c. 50 d.C. Fuente: Museos Capitolinos, Roma.

que se sancionaron ciertas actitudes de las mujeres locales, mujeres que no contaban con la carga simbólica e incluso venerada de la matrona de la obra de arte. De ellas se dijo que se veía envueltas en situaciones impúdicas e inmorales diariamente. Este reproche a las nuevas actitudes femeninas aparece en otro de los artículos del «Diario de Tarragona», en el que culpabilizan al cine y las revistas de ser elementos de profunda alteración del «sentit tradicionalista de la moral i han ampliat d'una faisó extraordinària la tolerancia fins itot pel que fa a les damisel·les quasibé infantines, al davant del nuu escènic, mil voltes més immoral que l'escultòric»¹¹⁵. Palabras que ratifican que, el surgimiento de nuevas formas de ocio y entretenimiento, o de nuevas modas en la vestimenta femenina no eran bien aceptadas. Éstas chocaban con un imaginario de feminidad tradicional representada por el recato, la sobriedad, la domesticidad y la maternidad como sus ejes vehiculares. No aceptaba la ocupación del espacio público por parte de las mujeres, espacio también protagonizado por las nuevas formas de ocio y entretenimiento. De esta manera, comprobamos que también los sectores más progresistas se mostraron en contra de nuevos modelos de feminidad como la «garçonne» o la «nueva mujer», considerados como un tipo immoral y antinatural de feminidad. La mujer moderna de los años veinte y sus actitudes desenfadadas fueron ampliamente sancionadas. Su coquetería, la melena cortada, los labios pintados, el descote amplio y la falda corta hacía presagiar la

¹¹⁵ «El monument dels Màrtirs», *Diario de Tarragona*, 29 de mayo de 1931, p.1.

llegada de un nuevo modelo de mujer, andrógina e independiente, hecho que no aseguraba la propagación de la especie (Aresti 2001; 2002). Para amplios sectores de la población, se entendió como necesario el luchar por mantener un modelo de feminidad tradicional, en pugna constante contra nuevas formas de feminidad que no respetarían los mandatos, roles y espacios tradicionalmente asignados a las mujeres.

Por tanto, el hecho de que la figura femenina y su desnudo encarne una idea abstracta de manera alegórica – la nación, la madre patria, la bondad o el sacrificio de una madre de la nación – la instaure como un objeto pasivo fruto del imaginario masculino y que, gracias a su falta de reconocimiento en personajes concretos, no despierta recelo en ninguno de los discursos de género intrínsecos en la narrativa nacional. Asimismo, a diferencia del desnudo masculino, el femenino está aceptado como un símbolo de embellecimiento y ennoblecimiento del lugar en el que aparece. Además, pese a contener una indudable carga erótica y sexual, ésta queda aceptada y banalizada por la falta de identificación de la figura femenina con un personaje real y su representación como matrona suprema, símbolo de la madre patria protectora y abnegada (Zamora Betancourt 2000; Vega 2016).

La turistificación del espacio público a través del monumento

El monumento estudiado en este capítulo no fue relacionado directamente con el turismo, de manera explícita. Ahora bien, tal y como se verá a continuación sí resulta cierto que el turismo sirvió como herramienta, por un lado, para fomentar el embellecimiento de la ciudad para dotarla de todas las características con las que debía contar una ciudad moderna, abierta a recibir a visitantes. Y, por otro lado, fue la justificación para impedir la puesta en el espacio público del monumento a través de apelaciones a los desnudos de la estatua.

Ya en 1865, cuando se comenzó a plantear la construcción de un monumento que conmemorara la hazaña de los ciudadanos por defender su ciudad, se consideró que la obra debía situarse en el lugar de la ciudad que ya resultaba muy concurrido, la Rambla

Nova, avenida que para mitades del siglo XIX resultaba un sitio de paseo y recreo, no sólo de los locales, sino también de los visitantes, tal como señalaba Francisco de Paula a mitades de siglo: « La Rambla es la mejor calle de la ciudad y sirve de paseo»¹¹⁶. Asimismo, tal y como señalan las noticias de la época, aquel fue el escenario de la batalla más sangrienta sucedida en la ciudad durante la guerra contra las tropas napoleónicas. Estos dos ingredientes, la Rambla como lugar ya concurrido y transitado y, además, su carácter como lugar de memoria y escenario del mito, lo convirtió en el lugar adecuado donde erigir un monumento que por un lado enseñara la nación a los locales y visitantes y, por otro lado, fuera convertido en un espacio turístico a través de su embellecimiento y ennoblecimiento (Baranowski y Furlough 2001, 13). De esta manera lo expresaba el Dairio de Tarragona:

«Uno de los sitios más propios seria en la nueva Rambla y frente á donde se abrió la brecha de asalto. Allí hay lugar para desenvolver un grandioso pensamiento, el cual á la vez de servir a su principal obgeto, contribuiría mucho á la ornamentación de aquel lugar que hoy es ya muy concurrido [...]»¹¹⁷.

Así, el diario planteaba que no sólo la belleza de las calles podía atraer la vista del turista, sino que este se mostraba curioso ante la presencia de solemnes monumentos que transmitieran significados sobre la nación visitada, sus leyendas, sus personajes o sus mitos. Las élites locales entendieron la necesidad de modificar el espacio público para convertirlo en un espacio turístico, dando respuesta a las demandas de una mirada turística que solicita signos de autenticidad, de historia y mitos ancestrales. Esta mirada vendría programada de arriba abajo, puesto que serían las instituciones locales dirigidas por las élites de la ciudad las que ejercerían como precursoras de la industria turística y del discurso local turístico que se representaría a través de ella, un discurso que hablaría de los signos y símbolos que definían el lugar y sus gentes. Existió por parte de estas elites una conciencia clara por modificar el espacio público para presentar en él una definición escogida de nación y que será experimentada por el turista. Con ello, se observa como una de las ideas que persiguieron, con la puesta en el espacio público del

¹¹⁶ Mellado, Francisco de Paula. «Recuerdos de un viage [sic] por España (1849-1851)». Establecimiento Tipográfico de Mellado, 1851. Biblioteca Digital de Castilla y León. <https://bibliotecadigital.jcyl.es/es/consulta/registro.do?id=8597>.

¹¹⁷ «Tarragona 4 de julio», *Diario de Tarragona*, 4 de julio de 1865, p.1.

grupo escultórico en cuestión, fue la de enseñar a los locales, pero también a los visitantes, la memoria colectiva, los hitos, símbolos e imágenes que vertebrarían la identidad nacional de Tarragona.

La evolución que presenta el caso de este monumento demuestra el dinamismo y la variabilidad de la identidad nacional a través de lo local, mediante múltiples discursos en disputa sobre los símbolos de consenso como el sitio de Tarragona por las tropas napoleónicas, de los que uno de ellos se convertiría en hegemónico con la llegada de la República, los postulados más liberales y progresistas, tal y como se ha visto. En esta disputa por la hegemonía de uno de los discursos de identidad local, el turismo y la atracción de turistas ejerció como herramienta con la que decantar la balanza.

El primer momento en el que se muestra una especial preocupación por el discurso local que se va a trasladar al turismo a través del monumento, fue durante los años veinte, una década convulsa para la política local, buen ejemplo de ellos es el elevado número de alcaldes que dirigieron el ayuntamiento, un total de 8, entre conservadores, liberales y otros con un espíritu meramente administrativo (Barriach et al. 2003).

La primera referencia que encontramos en los debates sobre el emplazamiento del monumento en la ciudad y en la que aluden al turismo como una de las razones de la oposición se da en el pleno del Ayuntamiento celebrado el 13 de marzo de 1922¹¹⁸, bajo el mandato del conservador Andreu Segura Donato (Barriach et al. 2003, 44)¹¹⁹.

Amparados en un dictamen minoritario de la Comisión del Monumento, los representantes Antonio Artal, Jaime Duran y J. Vallhonrat¹²⁰ proponen emplazar el

¹¹⁸ Acta de la reunión del Ayuntamiento de Tarragona sobre el Monumento a los Héroes de Tarragona. 13 de marzo de 1922. Depositado en el Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona. AHCT, PT2140, p.60.

¹¹⁹ Su alcaldía contó con dos periodos, el primero entre octubre de 1920 y enero de 1923; el segundo periodo, en el que Segura Donato ya es miembro activo de Unión Patriótica, fuerza política fundada en 1924 por Primo de Rivera, va desde febrero de 1926 hasta abril de 1929 (Martínez Segarra 1992; Barriach et al. 2003, 44) .

¹²⁰ No se conoce la filiación política de dichos representantes, aunque se puede presuponer un encaje conservador, dado que mantienen un discurso muy similar al de posturas conservadoras próximas a la Iglesia, tal como se verá más adelante.

monumento en lugares cerrados, poco accesibles a la mirada cotidiana de los transeúntes puesto que

«sus desnudos podrían ofender las miradas no solo de buena parte de nuestros compatriotas, sino que también de muchos de los extranjeros que nos visitan, pues unos y otros no están acostumbrados a ver, aun los que han viajado por Europa y América, en las calles y plazas de sus ciudades obras de tan marcado sabor realista, las cuales suelen únicamente figurar en los salones reservados de los Museos de Arte»¹²¹.

La opción propuesta por este voto minoritario pasaba por situar el monumento en una de las salas del Museo Arqueológico de la Ciudad propiedad del Ayuntamiento, hasta que se hubiera construido alguno de los parques proyectados para embellecer la ciudad, como sería el Parque del Milagro. O bien, en un lugar preferente del Museo Biblioteca que estaba próximo a construirse en la, para entonces, Avenida Castelar. Tal como se observa, esta fuente nos demuestra que el emplazamiento era de por sí sólo un debate, pero no se debe obviar que éste también vendría de la mano del desnudo de las figuras representadas.

En primer lugar, en el discurso mantenido en el pleno en cuestión se alude al embellecimiento de la ciudad mediante la construcción de grandes paseos, imponentes parques y solemnes monumentos. Prueba de ello son los sucesivos planes de reforma urbanística que se proyectaron desde mediados del siglo XIX para la ciudad (Fig.7 y Fig.8). El tercero de estos planes urbanísticos proyectaba el crecimiento del ensanche de la ciudad, sin ninguna otra consideración sobre el resto del término municipal. El plan de Ramón Salas Ricomà se articulaba la expansión alrededor de una plaza circular (la plaza Imperial Tarraco) – señala en el plano - construida al final de la Rambla Nova y una serie de calles en forma de anillos concéntricos. (Fig.8). Tanto el plan urbanístico de Ricomà como el de Josep M. Pujol en 1918 marcaron las líneas de la actual ciudad y, en

¹²¹ Acta de la reunión del Ayuntamiento de Tarragona sobre el Monumento a los Héroes de Tarragona. 13 de marzo de 1922. Depositado en el Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona. AHCT, PT2140, p.61.

su realización, intervinieron tanto la iniciativa privada como la pública (Abelló 1989, 178).



Figura 8: Plano Tarragona 1900, plano de Ramon Salas Ricomà (arquitecto provincial). Segundo Plan de Ensanche de Tarragona. Fuente: Cartografía de Catalunya. Catálogo general de la Cartoteca de Catalunya. pág. 371, ficha 994



Figura 7: Plano de Tarragona 1920, previsión de expansión de la ciudad y creación del Ensanche, por Josep Maria Pujol de Barberà. Fuente: Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad. s. f. «La evolución urbana de Tarragona». Ministerio de Cultura, p.17

Este hecho responde a una dinámica común en la Europa moderna de principios del siglo XX, por la que Tarragona aspiró a representarse como una capital de provincia moderna con todos los elementos que la deben componer. El monumento, por tanto, jugó el papel de proyectar una ciudad moderna, que cuenta con elementos artísticos y

monumentales en sus lugares de paseo, por donde los visitantes podían conocer el pasado mítico de la ciudad a la vez que disfrutar de la belleza de sus calles y avenidas. La monumentalización de la ciudad a través de sus planes urbanísticos y obras de arte como el monumento aquí tratado, tenía también como objetivo el ofrecer un discurso alternativo de modernidad, al que no habían apelado los viajeros del siglo XIX cuando destacaron de la ciudad casi de manera exclusiva su pasado romano. Por tanto, el monumento sería una oportunidad para demostrar la modernidad de la ciudad a través de la alta cultura que provee de esculturas, obras de arte y monumentos a la urbe, siguiendo la dinámica de otras importantes ciudades europeas.

En 1928 el debate sobre el enclave en el que debía situarse la estatua seguía en auge, tal como señalaba el diario «La Cruz», cuando remarcaba la necesidad de solventar las discusiones, puesto que de lo contrario «se daría a los forasteros la impresión de discrepancias ciudadanas»¹²². La producción de espacios turísticos, como sería en este caso la ciudad de Tarragona, requiere del surgimiento y el mantenimiento de programas gubernamentalizadores de control social, despolitización de la identidad local y neutralización la agencia política de su población. Con ello, el turista llegaría a conseguir vivir la autenticidad del destino turístico, al que ha llegado alejándose de su cotidianeidad y anhelando experimentar un «paraíso perdido», del que no ser responsable y estar protegido de la dura realidad (John Urry 1990; Cardona y Serra 2015), un lugar de reposo y calma, que algún día fue una gran urbe de la que ahora ya sólo quedan sus vestigios, una ciudad cerca del mar donde ir a admirar la majestuosidad del Mediterráneo, tal y como habían ido señalando las guías turísticas analizadas en el capítulo anterior. El turismo sirve en este caso como razón por la que acabar con los debates entorno del monumento.

Las elites locales, a través de la estructura institucional y los medios de opinión locales, negocian, confrontan y priorizan las diversas visiones sobre la nación y el ordenamiento de género que la atraviesa. El objetivo de esta negociación reside en llegar a posicionar una sola de las visiones como la hegemónica, para así eliminar

¹²² «El grupo escultórico del Ayuntamiento», *La Cruz*, 11 de diciembre de 1928, p.1.

cualquier tipo de disidencia, descoordinación o perturbación en el momento en el que se debe reproducir y performar esta identidad local en el encuentro turístico.

El enclave en el que se situó la obra definitivamente, en el año 1931, se pretendió proyectar como un espacio turístico de obligada visita para los turistas. Es por esta razón que aparece destacado en las dos guías aquí analizadas, pese a no esgrimirse ningún tipo de explicación sobre el monumento. Únicamente aparece señalado como una de las obras de artes a visitar en la, por entonces, Rambla 14 de abril, junto al monumento dedicado a Roger de Llúria, obra que no implicaría en absoluto tanto debate como sucedió con el monumento aquí estudiado. La avenida en la que definitivamente se exhibió el monumento fue señalada por una de las guías como: «lugar por donde las gentes pasean por la tarde, animada por cafés y bares. En los días festivos se pasea por ella antes de comer, en el verano también es la rambla por la que se pasea»¹²³. Dotando a la ciudad de cara al turismo con espacios por los que pasear, relajarse y ser servido. La exhibición del monumento hará «más dulce y armonioso todavía el plácido vivir de Tarragona»¹²⁴

No obstante, el turismo no sólo fue utilizado como razón para los espacios prototípicos de una ciudad moderna, abierta a recibir turistas. Sino que también fue razón sobre todo para el sector más conservador para despreciar y desautorizar la puesta en el espacio público de los desnudos que aparecían en la obra, tal como se observa en el fragmento extraído del dictamen minoritario de la Comisión del Monumento en 1922. Como se ido viendo a lo largo de este capítulo, particularmente las figuras masculinas despertaron gran confrontación entre las dos visiones preponderantes, y esta disputa también en clave de género también utilizó la actividad turística como valedora de sus argumentos. Así, este dictamen minoritario señalaba que «sus desnudos podrían ofender las miradas no solo de buena parte de nuestros compatriotas, sino que también de muchos de los extranjeros que nos visitan»¹²⁵

¹²³ Patronato Nacional de Turismo, «Guías de España. Tarragona». Espasa-Calpe, Madrid. 1932

¹²⁴ «Una visita al Cardenal», *Tarragona*, 11 de marzo de 1922, p.1.

¹²⁵ Acta de la reunión del Ayuntamiento de Tarragona sobre el Monumento a los Héroes de Tarragona. 13 de marzo de 1922. Depositado en el Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona. AHCT, PT2140, p.61.

Incluso, cuando el monumento ya fue puesto en el espacio público los desnudos y la visita de los turistas al monumento seguía siendo un argumento de peso para la oposición, tal como muestra la carta enviada al «Diario de Tarragona» por parte de un suscriptor en 1931, donde señaló que «vindrà un foraster a Tarragona que desconegui la Història i aqueix monument no diu altra cosa que Tarragona fou vençuda i pot deduir que els tarragonins moriren com els Sants Innovents o com les mosques»¹²⁶. Este caso, siendo la carta de un suscriptor del diario, del que podemos presuponer sus ideas serían afines a los postulados progresistas, muestra también cierta discrepancia de abajo arriba en las propias filas liberales. Por lo que el discurso de género que radicó en la tolerancia de los hombres desnudos por ser la representación más amplia de la lucha de toda la ciudadanía no sería compartida por la población de base, que sí se mostraba ofendida por las figuras sin ropa y que consideraban, podría perjudicar a la llegada de turismo a la ciudad.

Esta resistencia de una parte de las bases ciudadanas a la exposición en el espacio público de los hombres desnudos que forman parte del monumento se puede observar en el boicot llevado a cabo por un grupo de mujeres, que será tratado en el siguiente apartado.

Resistencias desde abajo en la performance cotidiana

El conflicto surgido entorno a los ordenamientos nacionales de género representados por el monumento y sus figuras corpóreas también estuvo protagonizado por individuos que no pertenecían a las élites implicadas en el proceso de construcción de la identidad local, por lo que su participación es aquí considerada como una resistencia desde abajo al discurso propuesto por las clases dominantes, en tanto que escenificada por sectores que no pertenecían a las élites políticas que disputaban el discurso (Nash 1999; Edensor 2009; Ginderachter y Fox 2019). Las fuentes muestran la existencia en 1928 de un boicot por parte de algunas personas que, al acudir a dependencias del consistorio, decidían no cruzar por el zaguán del edificio para evitar

¹²⁶ S. Solé Pons, «Encara el Monument als Màrtirs», *Diario de Tarragona*, 6 de octubre de 1931, p.1.

encontrarse con el monumento situado en ese momento en el centro del patio de entrada al ayuntamiento.

El diario católico «La Cruz» destaca que la presencia del monumento en el zaguán del Ayuntamiento hiere los sentimientos de pudor y honestidad de algunos ciudadanos, «debería colocarse en un lugar en que no se ofendieran los sentimientos de nadie, pues mientras ello suceda – y será siempre que esté en sitio público – no es de esperar que terminen las discrepancias»¹²⁷. La misma noticia informa de que algunos ciudadanos decidieron evitar pasar por la entrada principal del Consistorio para no encontrarse con la obra:

«muchas personas conocemos de nuestra propia ciudad, que al tener que trasladarse a alguna de las dependencias del Ayuntamiento o Diputación por sus asuntos particulares, han dejado de entrar por la puerta principal, aprovechando la lateral y la de la parte posterior de aquel edificio público, para evitar verse heridos en sus sentimientos de pudor y honestidad»¹²⁸.

Este hecho representa la resistencia a uno de los discursos de género nacional, el que resulta más afín a los postulados progresistas y liberales. Por ende, dicha performance muestra el acuerdo y apoyo de este sector de la población con aquellos postulados conservadores y católicos que renegaban de los modelos de género representados por los desnudos de la obra, particularmente del masculino. El pudor y la moral a la que aluden como razón para dicha resistencia cotidiana es fruto de un discurso nacional y de género en el que la masculinidad se aleja de la debilidad, la vulnerabilidad o el dolor. Aspectos todos ellos representados de manera explícita en el monumento. Asimismo, la representación de un momento de derrota nacional, tal como transmite la obra de Julio Antonio, no resulta el imaginario nacional que este sector desea transmitir, puesto que se encuentra distante a la idea de una nación viril, valiente y guerrera. Así, el zaguán del Ayuntamiento se convierte en un espacio político de conflicto, donde se representa la identidad local a través de los significados de género que transmite el monumento, pero además también allí es donde se resiste y negocia

¹²⁷ «El grupo escultórico del Ayuntamiento», *La Cruz*, 28 de diciembre de 1928, p.1.

¹²⁸ Ibid.

dicho discurso por parte de los grupos que se muestran contrarios a estas representaciones.

El desacuerdo de este sector de la población encuentra una escenificación que proviene desde abajo. La noticia en cuestión no hace referencia a personas concretas, hecho que permite pensar que fue una resistencia llevada a cabo por sectores de la población ajenos a las instituciones de la ciudad, no inmiscuidos directamente en el poder oficial de la ciudad. El uso político de la corporalidad implica, por tanto, un intento de negociación del discurso de identidad nacional y su ordenamiento de género que toma una dirección ascendente, de abajo arriba, siendo la teatralización un recurso útil para la participación de los grupos ajenos a las instituciones en la construcción de la narrativa nacional y del imaginario de género.

En contra partida, encontramos una recreación corporal que demuestra el reconocimiento y apoyo a la exhibición del monumento el mismo día de su inauguración en la Rambla de Tarragona. En dicho acto, se performó la identidad nacional republicana y catalana. Esta performance consistió en la presencia de una gran multitud de personas en el acto que enarbolaron banderas tricolor y señeras. El «Diario de Tarragona» explicaría que «en caure les teles que cobrien l'escultura, esclatà una ovació enorme, que durà llarguíssima esotna i en la qual participà plenament tot el poble sense distinció d'edats, sexes ni estaments socials»¹²⁹. Esta noticia demuestra la teatralización de una identidad nacional impresa en el propio monumento por el discurso próximo a las posturas progresistas, republicanas y liberales que representaron en él aspectos definitorios del republicanismo, así como del localismo. Por otra parte, el ordenamiento de género intrínseco en este discurso de identidad nacional fue apoyado en esta performance, en contra de aquel que mostró resistencia a la exhibición de la obra desde los años veinte. El artículo además muestra la presencia de las clases populares en el acto, encargadas de teatralizar la victoria y legitimación de una de las narrativas nacionales que habían estado en disputa. Pese a que estos sectores no participaron activamente de la construcción de este discurso, resultan apoyos claves en su reproducción y perpetuación. Asimismo, esta performance transforma el significado del

¹²⁹ «Inauguració del monument als Màrtirs», *Diario de Tarragona*, 25 de septiembre de 1931, p.1.

espacio, el que desde entonces pasaría a simbolizar gracias a la exhibición del monumento, un espacio de identidad nacional que aparecería las guías turísticas aquí analizadas, por haberse convertido en un lugar donde se representa la nación y se proyecta de cara, no sólo a los locales, sino también a los turistas tal y como se ha visto en apartados anteriores.

Esta transformación y la legitimación de la identidad nacional mediante la performance haría del enclave donde finalmente se situó el monumento, un lugar visitado por los turistas en el que se representaba y reproducía el discurso de autenticidad nacional, de mitos nacionales, pero también la modernidad y el republicanismo, valores que fueron asignados a la obra con el triunfo de una de las dos posturas en disputa. Un lugar en el que la República podría representar las características que pretendidamente la definían en el ámbito local, como la democracia, la ciudadanía o la libertad. El monumento estaba explicando parte de la historia local del lugar, pero se haría de una manera radicalmente moderna mediante un monumento que seguía las modas escultóricas del momento, así como dejaba atrás la idea de una España de militares, para reconocer el esfuerzo y el sacrificio común en la defensa del territorio.

Se plantea a través de la performance, tanto la resistencia a uno de los discursos, que poco a poco iría ganando peso hasta la puesta en la Rambla de Tarragona del monumento, como la legitimación popular y reproducción a través de un acto repleto de símbolos, de este discurso cuando ya había sido refrendado y legitimado por el nuevo sistema político, la República. Una vez conquistado el relato por parte del grupo que proponía una narrativa progresista y liberal, al lugar se le ancló un significado concreto de nación y de género, momento en el que, exento de discrepancias, podría convertirse en un espacio turístico a través del que enseñar la nación a los turistas.

Conclusiones

Los monumentos exhibidos en el espacio público fueron entendidos a lo largo del siglo XIX y del XX como una útil herramienta para crear y difundir la identidad nacional del destino turístico, así como el ordenamiento de género que les era indisociable, tal como se ha visto a través del caso del monumento a los héroes de Tarragona de 1811. Sirvió como mecanismo de aprendizaje de la nación para los locales y como muestra de la autenticidad, historicidad y tradición de la nación visitada, pero también como un símbolo de modernidad a través de la exhibición del arte en las calles de la ciudad. Los discursos de nación y de género impresos sobre los monumentos fueron negociados, debatidos y disputados por los diversos grupos ideológicos que compusieron las elites del lugar, con el objetivo de hegemonizar uno de ellos, para evitar cualquier tipo de diversificación en la transmisión del discurso a las clases subalternas, que deberían performar la identidad nacional en el encuentro turístico de manera clara e inequívoca. Esta negociación del discurso también se hizo en clave turística, en tanto que la actividad sirvió para defender o desautorizar desde la política la representación que trasladaba el monumento.

A lo largo de los años veinte se produjeron importantes disputas sobre la ubicación del monumento o de los desnudos masculinos que en él aparecían. Estos debates muestran la existencia de dos visiones diferenciadas sobre la identidad local y sus conceptos de género intrínsecos. Así, el sector más progresista abogó por la valoración de la obra artística, por imprimir sobre ella ideas de modernidad, de secularización, de defensa del territorio y de lucha colectiva, además de un modelo de masculinidad que reconociera al hombre como agente de sacrificio y esfuerzo por su nación. Este discurso puso en valor la masculinidad protagonizada por los hombres desconocidos que habían luchado por la defensa de la libertad de la nación contra el invasor. En cambio, los sectores más conservadores postularon la necesidad de no mostrar en el espacio público el monumento, por transmitir ideas de nación débil, así como de una masculinidad afeminada y doliente. Ambas ideas de masculinidad implicaban de fondo un debate sobre el sistema político de la nación, mientras que la idea de emancipación, de libertad, de igualdad y de fraternidad se representaban a

través de la muerte y el sacrificio en las obras de arte, los ideales autoritarios nacionales apelaban a una representación de la masculinidad trazada a través del belicismo y el militarismo, donde el desfallecimiento, el esfuerzo y el sufrimiento no tuvieran cabida. Por lo que, la propuesta sobre la representación de la masculinidad nacional que trasladaba el monumento definiría en sí mismo dos sistemas políticos, el democrático y el autocrático.

Únicamente la implantación de un nuevo régimen político, la República, consiguió que el discurso más progresista contara con una estructura suficientemente sólida de apoyo para poder convertirse en hegemónica. Fue en ese momento que el sector progresista de las élites locales, con Pere Lloret a la cabeza, tuvo la capacidad dentro de las instituciones para poder erigir el monumento en el espacio público y marcar el discurso que la obra representaba, una narrativa que desde el primer momento había plasmado las características que definirían posteriormente a la propia República: modernidad, laicidad, libertad o fraternidad. Asimismo, dicha narrativa contemplaba la representación en el monumento de la lucha de toda la ciudadanía, un argumento al que también la república apelaría para hablar de su propia fundación.

El único aspecto en el que ambos grupos en disputa se muestran en acuerdo total es en el hecho de que el mito local habla de la patria en su conjunto, son las imágenes más cercanas las que hablan de la nación. Mitos que únicamente tienen sentido en su lugar de origen, pero que definen y forman la nación a modo de puzzle. No aparece en el caso aquí estudiado un debate sobre qué es la patria, siendo este un concepto de gran consenso, así como tampoco se pone en cuestión la manera en la que participa Tarragona en la nación.

Otro de los aspectos en los que no sé da ningún tipo de discrepancia es en la figura femenina que aparece en el monumento, una figura femenina que representa la propia Tarragona a través de una forma maternal con inspiraciones clásicas. El desnudo de esta figura femenina no resulta ningún tipo de ofensa para las diferentes narrativas, tal como sí sucede con las figuras masculinas.

La necesidad de satisfacer la mirada turística, así como de proyectar señales claras que representaran la narrativa nacional hegemónica hacia el turismo sirvió como

herramienta y pretexto, sobre todo, para el grupo opositor al monumento, considerando como una falta hacia el turismo el mostrar figuras masculinas desnudas, así como se mostró una clara preocupación por representar una nación excesivamente débil y doliente. El turismo fue utilizado para hegemonizar el discurso contrario a la exhibición del monumento. No obstante, con la puesta en el espacio público del monumento en 1931 el enclave situado en la Rambla 14 de abril se propuso, por parte de las guías turísticas editadas en Tarragona y fuera de ella, como un lugar turístico moderno, al lado de otros lugares como podrían ser la Tabacalera, un edificio inaugurado a en la década de los veinte, cumbre de la arquitectura moderna en la ciudad.

Finalmente, cabe destacar el episodio en el que se escenificó corporal y espacialmente la resistencia de un sector de la población de Tarragona, que evitaba pasar en 1928 por delante del monumento situado por entonces en el zaguán del ayuntamiento. Este hecho implica la resistencia frente al monumento y su exhibición, por tanto, también hacia el discurso progresista que ponía en valor la obra en espacio público. Mientras que, años más tarde, el discurso que se había convertido en hegemónico encontró en la performance de las clases populares un apoyo indiscutible, así como la reproducción de la identidad nacional por la que había abogado. Este último evento, además, transformó el espacio que ocupaba el monumento, como un lugar donde se representaba la identidad nacional republicana que debía ser aprendida por los locales y enseñada a los turistas. No obstante, las guías turísticas editadas a partir de 1931 despolitizan por completo el lugar, convirtiéndolo únicamente en un enclave donde poder disfrutar de una obra de arte propia de Tarragona y que explica un mito lejano de la defensa por parte de la ciudadanía sobre su propio territorio, sin explicar en ningún momento el amplio debate del que fue protagonista la obra de Julio Antonio.

CAPÍTULO III: LAS FALLAS EN TARRAGONA. TURISMO, NACIÓN Y GÉNERO EN LA FIESTA POPULAR

El presente capítulo toma como objeto de estudio la fiesta popular de las Fallas que se celebró en Tarragona durante la II República, siendo ésta una celebración importada de la vecina región de Valencia, donde contaba ya con una amplia trayectoria. A través de esta fiesta popular se pretende analizar la construcción de un discurso de identidad local elaborado de arriba abajo y que tomó el turismo, atraído por la propia fiesta, como un escenario perfecto para su representación y reproducción. En este contexto se ha considerado el análisis del orden de género implícito en la identidad local por resultar una categoría clave en el análisis de las identidades locales y nacionales, que son el corazón mismo de la nación y que es significada a través de un proceso por el que se dota de contenido mediante otras categorías, como podrían ser la religiosidad, la raza o el género, tal y como se desarrolla en este trabajo. Asimismo, este estudio parte de la conceptualización de esta identidad local como una esfera más que se complementa con la esfera regional y la nacional de manera concéntrica. La identidad local es entendida en este trabajo como un mecanismo próximo, reconocible y muy poderoso en la identificación afectiva con la patria desde la «patrica chica», entendiendo el ámbito local y el regional como los verdaderos depósitos de la esencialidad y la autenticidad cultural (Confino 2006; Archilés i Cardona 2007).

Una vez señaladas estas breves premisas que vehicularan el discurso expuesto en esta investigación, resulta necesario conocer la peculiar y particular fiesta de las Fallas que se desarrolló en Tarragona entre el año 1933 y el 1936, un festejo que aspiró a ostentar el carácter de tradición, pese a resultar una invención en la ciudad catalana (Hobsbawm y Ranger 1983). La celebración de las Fallas o Piras Romanas se hizo coincidir con la celebración del día de San Juan, a diferencia de lo que pasaría en Valencia, donde las Fallas se celebran para el día de San José. En Tarragona ya era tradición encender hogueras en las calles de la ciudad y las casas de campo cercanas, tal como constatan las noticias aparecidas en los diarios locales a lo largo de las primeras décadas del siglo XX. Estas fuentes señalan el carácter tradicional de la fiesta, con hogueras y fogatas por todas partes de la ciudad y un gran ambiente, del que participaban las clases «más elevadas, así como las más humildes»¹³⁰. No obstante, es importante señalar que, pese

¹³⁰ «Información local y provincial. La fiesta de San Juan, la Verbena», *La Cruz. Diario Católico*, 25 de junio de 1904, pg. 1.

a la tradición de esta fiesta, resultaba molesta para ciertos sectores de las élites de la ciudad. Mediante los bandos municipales se comunicó a la ciudadanía la prohibición de lanzar petardos, cohetes o cualquier material explosivo en la calle, actos muy vinculados incluso hoy en día con la verbena de San Juan en Cataluña¹³¹. Dichas disposiciones provienen de las ordenanzas municipales emitidas ya en 1886, por lo que cabe considerar que, pese a mantener esta tradición, no todos los sectores de la población, especialmente las clases acomodadas y élites dirigentes, estarían de acuerdo. El argumento reiterado en los dos bandos conservados sobre la prohibición de petardos en la verbena de San Juan señala que dichas actitudes únicamente pueden darse en «aquellos pueblos en los que por su atraso intelectual están en los albores de la civilización»¹³². Añaden que no sería Tarragona la ciudad en la que deberían permitirse estas actitudes salvajes, por ser una ciudad, capital de provincia, que se destaca por su carácter civilizado, creando así una autoidentificación alejada de cualquier idea de incivilidad, salvajismo o antigüedad.¹³³

Estos actos representan, según el bando municipal, una censurable manifestación de incultura que sólo puede tolerarse en aquellos pueblos que por su atraso intelectual están en los albores de su civilización, lo que se supone que no sucede en Tarragona. Las élites de la ciudad reconocieron el carácter de «popular» de la celebración de la antigua verbena de San Juan en dos de las acepciones que señala Álvarez Junco para definir cultura popular (1990, 157-58): aquella producida por los trabajadores o la clase obrera y aquella que es consumida por ellos. La cultura popular es un tema ampliamente estudiado en la sociología y la antropología, y ha sido analizada desde diferentes perspectivas teóricas, debate que no se abordará en este trabajo por ser uno que bien merecería una extensa reflexión. No obstante, sí que cabe señalar que esta investigación toma las premisas esgrimidas en el trabajo de White y Stallybrass «La política y la poética de la cultura popular» (1986), en la que se propone una reflexión

¹³¹ Soler Cañellas, Luís (El Alcalde accidental), «Bando Municipal. Alcaldía Constitucional de Tarragona», Tarragona, 15 de junio de 1915; Segura, Antoni (El Alcalde), «Bando Municipal. Alcaldía Constitucional de Tarragona», Tarragona, 22 de junio de 1926

¹³² Soler Cañellas, Luís (El Alcalde accidental), «Bando Municipal. Alcaldía Constitucional de Tarragona», Tarragona, 15 de junio de 1915

¹³³ Ibid.

crítica sobre la forma en que la cultura popular es construida y utilizada por los poderes dominantes. Los autores parten de la premisa de que la cultura popular no es un producto espontáneo de la creatividad popular, sino que está estrechamente vinculada con la producción cultural hegemónica. Según White y Stallybrass, la cultura popular es «un campo de lucha y negociación entre los intereses y valores de las clases dominantes y los de las clases subalternas» (p. 22). Es decir, la cultura popular es utilizada por los poderes dominantes para controlar a las masas, pero también es una forma en que las clases subalternas pueden resistir y subvertir el orden establecido. Los dos hechos se podrán comprobar mediante el caso de estudio aquí presentado, el que ejemplifica tanto el control y la domesticación de las masas populares por parte de las élites locales promotoras de la fiesta, con la intención de insertar estas masas dentro del discurso político genuinamente republicano y localista. Así como también se podrá comprobar la presencia de resistencias, transgresiones y subversiones a este discurso por parte de las clases populares de Tarragona. La necesidad de domesticar la cultura popular, hacerla más adecuada a los gustos e intereses de las élites pasaba por eliminar cualquier atisbo de violencia, salvajismo e incivilización (Erice Sebares 2003, 136)

En este sentido, la opinión pública años antes ya había hecho uso de las recomendaciones médicas para apoyar la prohibición de actitudes relacionadas con lo arcaico, lo salvaje y lo incivilizado. Aludiendo a una campaña de higienización pública, se secundaba dicha prohibición, alegando la posibilidad de sufrir afectaciones en la salud causadas por los cohetes y los petardos¹³⁴. Esta connivencia entre la política y la medicina resultó una dinámica presente desde principios del siglo XX, cuando el cientificismo ganó un importante peso social, desterrando otros discursos como el religioso sobre múltiples ámbitos, en este caso el del orden público (Aresti 2001). De este modo, mediante las justificaciones médicas se sancionaba todo aquello que no acababa de conjugar bien con el discurso de identidad local burgués, por estar alejado de sus intereses y valores.

Otra de las críticas sobre esta fiesta durante las primeras décadas del siglo XX fue la falta de interés que esta celebración tenía como atractivo turístico. La invención, por

¹³⁴ «Intereses ciudadanos. Otra vez con los cohetes», *La Cruz. Diario católico*, 24 de junio de 1928, pg. 1.

tanto, de una nueva fiesta que aspiraba a ser tradición y que pretendía domesticar las prácticas establecidas previamente y que no se ajustaban al discurso de identidad local burgués, resultó una herramienta perfecta a través de la que suministrar ideología de arriba abajo, de las clases dominantes a las clases populares que participarían en la fiesta, sobre todo mediante su fuerza de trabajo y que protagonizarían en gran medida los encuentros con los turistas. Estas clases populares deberían reproducir el discurso de identidad local esgrimido a la vez que asignado por las clases acomodadas locales (Martínez et al. 2003, 134-35). El turismo, por tanto, no sería únicamente una razón económica, por su indiscutible rédito monetario, muy conocido ya en los años 30 (Zuelow 2016), sino que además sería ya reconocido como una actividad útil en tanto que era una herramienta para representar una identidad local determinada y dirigida desde arriba, así como sancionar y conseguir desterrar actitudes ciudadanas no concordantes con este nuevo discurso que debía ser representado y performado en la fiesta de cara a los turistas. En este caso en particular, la resignificación de la fiesta, proyectando y controlando el uso del fuego y la pirotecnia, así como el establecimiento de un programa oficial y restrictivo de festejos, ayudaba a domesticar una tradición que previamente resultaba incómoda para las élites de Tarragona, que la relacionaban con la poca civilización y escaso intelecto de la población, tal como señala el bando municipal de 1915¹³⁵. La domesticación de esta fiesta serviría para transformar y reformar al pueblo para ser integrado en el proyecto político republicano con la intención de integrar y elevar a la masa popular dentro de dicho discurso, convirtiendo al pueblo en uno civilizado, honrado, ordenado, etc.

La importación de esta fiesta genuinamente valenciana fue el resultado combinado de la instrumentalización turística apoyada por las colonias de migrantes y de la política municipal. Así, los promotores de estas fiestas fueron un grupo de migrantes valencianos asentados en la ciudad y que eran trabajadores del sector ferroviario, además de por algunos hombres que formaron el SIT a principios del siglo XX, organización dedicada a la promoción turística de la ciudad. Todos ellos, resultaron ser hombres bien conectados con las élites de la ciudad, o bien pertenecían a ellas, en

¹³⁵ Soler Cañellas, Luís (El Alcalde accidental), «Bando Municipal. Alcaldía Constitucional de Tarragona», Tarragona, 15 de junio de 1915

particular los integrantes del SIT, que formaban parte de las clases medias-altas de la sociedad tarraconense y que contaban con cierto prestigio y reconocimiento social (Vives Reus 2010, 9). Además, recibieron el apoyo del Ayuntamiento gestionado por una coalición de izquierdas republicana encabezada por Pere Lloret que se mantuvo en el poder desde 1931 hasta las elecciones de 1934. Dicha coalición de izquierdas se alzó en el poder gracias a los resultados de las elecciones municipales del 12 de abril de 1931, punto de partida de la II República. En la sesión constitutiva de este nuevo Ayuntamiento, el alcalde Lloret declaró:

«Diu també el Sr. Alcalde, que no sols farà administració, sinó que també política, car hem d'estructurar una nova Espanya i una nova Catalunya. Afegeix que ningú ha d'obviar amb el seu recel les reivindicacions catalanes, doncs, dintre de la gran família federativa ibèrica, hi volem una Catalunya gran, amb Espanya i per Espanya, i els que conviuen amb els catalans, parlin com parlin, pènsin com pènsin, gràcies a aqueixa germanor, no sont mes que uns catalans mes.» (Sánchez Cervelló y Piqué Padró 2006).

Estas palabras ilustran claramente una de las cuestiones principales de la política catalana, el encaje de Cataluña dentro de España. La coalición de izquierdas que gobernó la ciudad hasta 1934 apostaba por un encaje federal dentro de España, hecho que se verá reflejado en el discurso esgrimido sobre la identidad local en las fallas de la ciudad, protagonizado por el carácter republicano y catalanista de dicha identidad. El programa de esta coalición fue vehiculado principalmente por un carácter netamente municipalista que pretendía ocuparse de la relación entre la ciudad y el puerto, la cultura local o la enseñanza en la ciudad. En el fondo contaba con un carácter de castigo al régimen monárquico a través de dos ideales bien claros: la defensa de Cataluña y el establecimiento y mantenimiento de la República.

En la oposición quedó encuadrada la candidatura de Centro y Derecha, formada por hombres de la Lliga, el partido liberal, los conservadores y los tradicionalistas. Su demandas más reiteradas pasaron por la defensa de la propiedad privada, la profesión de sentimientos religiosos y la invocación a la autonomía dentro de la unidad territorial española (Piquè i Padró 1995, 89).

Después de las elecciones generales de noviembre de 1933, que inauguraron el conocido como «bienio radical-cedista». Este bienio se caracterizó por un vaciado de los avances en política territorial que se habían llevado a cabo en los primeros años de la II República. En este contexto se convocaron elecciones municipales celebradas el 14 de enero de 1934 y que fueron de nuevo ganadas por la coalición de izquierda. Esta coalición contó con un gran arraigo en la ciudad, siendo la más votada también en las elecciones generales de noviembre de 1933, en detrimento de Esquerra Republicana, la más votada en la circunscripción (1995, 96), al presentarse por separado. Las elecciones de 1933 demostraron el reparto de voto por barrios, mientras que la derecha ganó en los barrios altos, las izquierdas lo hicieron en los barrios de la parte baja.

El 6 de octubre de 1934, en el contexto de una huelga general en Barcelona convocada por «Aliança Obrera», el President de la Generalitat de Catalunya, Lluís Companys, comunicaba el cese de todas las relaciones con las instituciones republicanas, a la vez que proclamaba el Estado Catalán de la República Federal Española. En este contexto, el alcalde de Tarragona, Pere Lloret fue detenido el día 7 de octubre, habiéndose dado por sentado que los ayuntamientos de Catalunya dependían directamente de la Generalitat, por lo que estaban inexorablemente unidos a los actos de la institución gubernamental catalana. Este fue el momento en el que el Ayuntamiento democráticamente escogido fue substituido por una comisión gestora presidida por Atanasio Ramas Gregorio, miembro del Partido Radical de Alejandro Lerroux. Durante el periodo en el que Tarragona estuvo gestionada por una Comisión Gestora, el apoyo a las Fallas fue casi inexistente pese al importante apoyo popular inicial a la fiesta, que se demuestra en el gran aumento de monumentos falleros entre 1934 y 1935, tal como se verá en las siguientes líneas. Consideramos entonces que el disciplinamiento sobre la verbena de San Juan previa triunfó, en tanto que la población sintió en las primeras ediciones que la fiesta les pertenecía, que era una fiesta plenamente popular.

Finalmente, después de la victoria electoral del Frente Popular el 16 de febrero de 1936, se produjo al día siguiente la reposición del consistorio previo a la Comisión Gestora, tal como así consta en el libro de actas del 17 de febrero de ese año:

«A la ciutat de Tarragona, a disset de febrer de mil nou-cents trenta-sis, essent les vint hores, i en virtut de lo disposat en el Decret del govern de la Generalitat, d'aquesta data, es reintegra a les seves funcions l'Ajuntamen Popular d'aquesta ciutat.

Per a que així consti, s'estén la present que signa el senyor alcalde, amb el secretari que dono fe.» (Sánchez Cervelló y Piqué Padró 2006, 115)

La tensión política dentro del consistorio fue clara a lo largo de este año, sobre todo si se tiene en cuenta que la Comisión Gestora recibió los apoyos de la Lliga y del Partido Radical que se negaron a participar en las sesiones plenarias posteriores restablecimiento del Ayuntamiento previo a los hechos de octubre de 1934.

En todo caso, a lo largo del periodo republicano y particularmente, en los momentos en los que el consistorio estuvo en manos de la coalición de izquierdas, el apoyo a las Fallas fue indiscutible, entendiendo que su interés pasaba explícitamente por la atracción de forasteros, hecho que justificaba la intención de reformar la fiesta de San Juan en Tarragona por parte de las élites progresistas de la ciudad. Estas nuevas fiestas debían ser adecuadas, reformadas e integradas en la representación sobre la identidad de Tarragona, sobre el «nosotros, nuestra tierra y nuestra cultura y tradiciones» acorde con los intereses de la burguesía progresista de la ciudad, que aspiraba a características como la civilización, el orden o el control (Koshar 1998, 326; Baranowski y Furlough 2002; Marine-Roig 2011, 118), así como un concepto muy reiterado en el caso estudiado, la modernidad de la ciudad. El discurso de identidad local propuesto se analiza aquí y es entendido a través de su flexibilidad o ambivalencia, por tomar o alejar características de identidades regionales y nacionales propuestas por Valencia, España y por el catalanismo conservador propio de la Lliga, muy presente en Barcelona y Girona, hegemónico hasta entonces. Así, gracias a la selección de símbolos foráneos, tanto para tomarlos como para rechazarlos, fue la estrategia mediante la que Tarragona fue creando alrededor de la fiesta una identidad local propia que se representó en imágenes de género.

La representación y reproducción de la identidad local contó con el género y su ordenamiento para dotarla de sentido, hacerla comprensible y asimilable, tanto por los locales como por los turistas. Los imaginarios de género cooperan de manera fructífera con la idea sobre la identidad nacional o local en la construcción de identidades

individuales y colectivas. Es por ello por lo que se considera relevante señalar que la creación de identidades de género resulta un aspecto clave en la identidades nacionales o locales, en tanto en cuanto el género es la misma identidad local, se define mediante sus formas, mediante sus imágenes y sus narrativas (Aresti 2012; 2014; Peters, Aresti, y Brünhe 2016).

Aunque la fiesta puede aparentar un espacio de neutralidad, naturalidad y espontaneidad, en realidad debe entenderse como un ámbito de poder, dominio y prestigio masculino, en el que se asume la «representación de los intereses generales» (Martínez et al. 2003, 134-35; Gisbert i Gracia 2015, 390). Estos intereses fueron concebidos en todo momento desde la hegemonía de la masculinidad en la creación del discurso de identidad local. Aunque se presentaban como generales, con un cierto halo de universalidad, en realidad deben entenderse a través del claro sesgo de género que ostentaron. Así pues, el poder masculino burgués es el que atribuye el espacio y rol adecuado tanto a la feminidad como a la masculinidad representante en la fiesta de un discurso interesado de identidad local. Un momento aparentemente inocente de ocio se convirtió en el escenario perfecto a través del que proyectar y perpetuar unos discursos intencionados de identidad local y de género. Los monumentos falleros se erigieron como rituales civiles a través de los que representar el ordenamiento social y de género de las élites, pero también, al resultar un espacio de predominio carnavalesco y satírico, fueron elementos proclives desde los que escapar y subvertir el discurso hegemónico y transgredirlo. La fiesta también es un espacio social de inversión simbólica del poder, especialmente en aquellas que cuentan con un destacado carácter carnavalesco, como son las Fallas (Bakhtin 1968; Gilmore 1998).

Por otro lado, esta fiesta contaría también con la personificación de los arquetipos de género locales a través de dos figuras destacadas, la Fallera y el fallero. Su evolución demuestra la adecuación de la fiesta importada con el objetivo de que llegue a poder representarse en ella el discurso de identidad local propuesto por las clases dominantes de Tarragona, hecho que se dará particularmente a partir de 1934, cuando las élites se ocuparán de imbuir de mayor carácter local a la fiesta importada. Fue en ese momento cuando algunos elementos, como sería la Fallera comenzaron a

perder visibilidad, por no representar los elementos propios de la nueva propuesta de identidad local de las élites progresistas de la ciudad.

No obstante, la teatralización de la identidad local a través del género y sus espacios y mandatos asignados no siempre sería en positivo, es decir, existieron también la imagen del «antifallero», aquello que el fallero tarraconense no debía ser, en este caso personificado en los falleros de la Comisión del Puerto. Estos falleros, procedentes de un barrio popular de la ciudad, habían subvertido el discurso de género intrínseco en la identidad local propuesta desde arriba, lo cual implicó la demostración de un conflicto de clases dentro de la propia fiesta. Este conflicto, además, viene a demostrar en el análisis las características de un término muy extendido en la invención de esta tradición, «popular». Las élites gestoras de la nueva festividad utilizaron este concepto para crear un arraigo, así como una identificación entre las clases populares que permitiera la transformación y domesticación de la fiesta preexistente para conseguir la elevación e integración del pueblo mediante su cultura y tradiciones, aunque estas resultaran inventadas, en el discurso político republicano y particularmente localista.

El análisis que se presenta a continuación viene a demostrar a través de la Fiesta de las Fallas celebrada entre 1933 y 1936 la unión entre turismo, nación y género que toma como escenario una celebración popular, que pudo ser utilizada como herramienta y pretexto para nacionalizar a la población, enseñar la identidad local y hacer que sea reproducida mediante un contenido trazado a través del género y sus imágenes y símbolos y donde el turismo sería su motivo a la vez que su escenario, en tanto que desde el primer año en el que se celebró esta fiesta se consideró una oportunidad para crear un calendario festivo que atrajera a turistas a la ciudad¹³⁶. No obstante, no se debe olvidar que, a su vez, las Fallas fueron un espacio de negociación y resistencia desde abajo a un discurso de identidad local y de género elitista. Finalmente, cabe destacar el carácter asimétrico del diálogo y la negociación sobre la identidad local y los ejes a través de los que se definió. No resulta lo mismo definir las características intrínsecas en las Fallas desde las instituciones de poder, como podría ser el Ayuntamiento o la Comisión oficial de las fiestas, muy vinculada a las élites de la ciudad,

¹³⁶ «Por tierras catalanas. Tarragona y sus fiestas», *Diari de Tarragona*, 29 de junio de 1933, pg. 2.

que definir las desde la Comisión del Puerto con una estructura mucho menos sólida de difusión de sus significados y concepciones, y de los que únicamente nos quedan como fuentes las fallas que plantaron. Así como tampoco resulta un diálogo equilibrado si contamos con el catalanismo conservador como otro de los actores, el que contaba con una gran potencia gracias a los múltiples medios de difusión con los que contaba. Por tanto, cabe destacar la asimetría del diálogo y la negociación sobre la identidad local entre los diversos actos que participan y que aquí se analizan.

La modernidad utilizada como la creación del «nosotros» y del «otro»

La modernidad de la ciudad de Tarragona simbolizó a lo largo de la II República una meta a conseguir, representada de manera reiterada en los diversos eventos que tuvieron lugar en la ciudad y que resultaban un atractivo turístico. Dicha modernidad debe entenderse como múltiple, no existe una única modernidad. La modernidad consiste en la pluralidad de historias de modernidades singulares en las que emerge de manera diferente el Estado Nación (Van Der Veer 1998, 285). En ciertos momentos, sería mediante la invención de tradiciones que se patrocinaría una idea concreta de modernidad, cargando estas tradiciones inventadas de significados comprensibles y que representarían la definición particular del concepto (Chatterjee 1993).

El caso de las Fallas de Tarragona no es una excepción, justo al contrario, resultó un espacio idóneo para transmitir tanto a los locales como a los visitantes una idea clara de carácter urbano, cosmopolita y moderno. La fiesta de Sant Juan previa a la instauración de las Fallas en 1933, basada en las hogueras y los petardos desordenados, resultaba ciertamente incómoda para aquellos sectores de las élites que reivindicaban una Tarragona civilizada y actual. Era necesario encontrar una herramienta con la que proyectar un uso más controlado del fuego y la pirotecnia. Es en este contexto que se instauran las Fallas en la ciudad de Tarragona en junio de 1933, enmarcadas en un programa oficial y restrictivo de festejos que ayudaba a domesticar una tradición que previamente resultaba incómoda para las élites de Tarragona, por relacionarla con la poca civilización y escaso intelecto de la población, tal como señala el bando municipal

de 1915¹³⁷ en el que se prohíbe cualquier uso público de materias explosivas así como su venta, exceptuando aquellas ocasiones en las que la Administración haya dado permiso. Lo mismo sucedió en Valencia, donde se intentó reprimir el uso indiscriminado de pirotecnia en los festejos de Sábado Santo y Pascua, llegando a emitir bandos municipales muy similares a los que aparecieron en Tarragona y que tildaban esta costumbre de incivilizada, grosera y bárbara, propia de un pueblo inculto. La represión de esta costumbre pasó por su reforma, transformación y domesticación en el sentido de programar momentos y lugares en los que la acción de disparar petardos indiscriminados estaría tolerada. Únicamente se permitiría lanzar petardos en los «despertaes» y las tracas autorizadas (Ariño Villarroya 1992, 230).

La Segunda República, surgida en el periodo de entreguerras, en un momento de ebullición de la comunicación de masas, también fagocitó la cultura popular, la gestionó desde los poderes políticos y económicos y la transformó en un espacio de mercado, consumo masivo y una herramienta de homogeneización (Martínez et al. 2003, 156). La cultura popular siguió reconociéndose a través de este adjetivo, pero a partir de ahora bajo un claro sentido tutelar, hecho que explica el uso reiterado del concepto «popular» tanto sobre la fiesta de San Juan previa como sobre las Fallas, pese a que ésta última debe reconocerse como un intento de domesticación de un ritual festivo que resulta excesivamente desordenado e incluso violento de las clases populares.

En el caso de las Fallas de Tarragona, los intereses que marcaron el planteamiento y el desarrollo de las fiestas fueron los de las clases acomodadas sobre una supuesta base de cultura popular, proyectada de arriba abajo. Dicho acercamiento de las élites locales a las clases populares mediante una fiesta que se representó constantemente con el apelativo «popular» debe entenderse como un mecanismo por el que transformar un ritual festivo que elevara el concepto. Se esgrime mediante la fiesta de las Fallas un discurso de arriba debajo de carácter civilizador que pasa por la integración y elevación del pueblo en el proyecto político republicano precursor de las nuevas fiestas. El pueblo se había convertido en ciudadano de propio derecho, pero esta

¹³⁷ Soler Cañellas, Luís (El Alcalde accidental), «Bando Municipal. Alcaldía Constitucional de Tarragona», Tarragona, 15 de junio de 1915

ciudadanía sólo podía pasar por la transformación y la reforma del pueblo, que debía llegar a asumir la civilidad, la honestidad, la honradez y la cultura. La idea de integrar y elevar al pueblo ciudadano en el proyecto político mediante la transformación y reforma de las Fallas también se produjo en los festejos de la ciudad de Valencia, donde en el periodo 1921-1936 se consolida la falla artística, que tiende a la monumentalidad y la perfección estética, por lo que la fiesta popular adquiere más valor a través del arte (Ariño Villarroya 1992, 166).

No en vano, la propuesta sobre la importación de las Fallas valencianas vino de la mano de prohombres de la ciudad organizados alrededor del SIT en connivencia con un grupo de migrantes valencianos que trabajaban en el sector ferroviario de la localidad. Los primeros formaban parte de las clases medias-altas de la sociedad tarraconense y contaban con un cierto prestigio y reconocimiento social (Vives Reus 2010, 9), así como también sucedía en el caso de los migrantes valencianos, de los que destacan dos nombres, el de Pedro Solano y el Julio Bauxili (Benito i Cabré 2021). Además, tal y como se ha señalado anteriormente, contarían con un destacado apoyo institucional, sobre todo del consistorio progresista de principios de la República y de 1936. No sucedería igual con el Ayuntamiento radical-cedista.

La pretendida transformación y la intención de domesticar la fiesta del fuego aparece de manera explícita en las fuentes propias del periodo en el que se celebraron las fallas en la ciudad, particularmente en aquellas surgidas durante su primera celebración. De este modo, en la noticia publicada por el «Diari de Tarragona» el 17 de junio de 1933 y en la que se hace un repaso a la festividad de San Juan, se señala el carácter tradicional del uso del fuego en ese día a lo largo de la historia, pero se describe como una forma de utilización del fuego «primitivament joiosa, ingènua i bàrbara»¹³⁸. Añade que ese es el momento adecuado para que este uso del fuego vaya tomando formas más nobles, más sensatas y, por ende, más modernas. La llegada de las Fallas a Tarragona sería una especie de culminación de un viaje que iba desde la infancia de una población inmadura a la edad adulta en la que los locales aprecian y alaban las formas artísticas, las expresiones de alta cultura: «Car el nostre desig és que les típiques però

¹³⁸ «Programa de la Falla i Festes de Tarragona», *Diari de Tarragona*, 17 de junio de 1933, pg. 4.

absurdes foguerades de Sant Joan, amb el seu infantil desastrament, es vagin transformant en fogueres artístiques, en forma que arribin a ésser una atracció pels cada dia més nombrosos visitants de Tarragona»¹³⁹.

Tal como se justifica en el Programa de Falles i Festes de 1933, el objetivo pasaba por convertir a la ciudad de Tarragona en un centro de atracción turística, hecho que otorgaba a la localidad un estatus de modernidad indiscutible. Podría entrar así en el listado de ciudades propiamente europeas, destacando como un claro centro de turismo, una incipiente industria relacionada con la contemporaneidad y la modernidad (Zuelow 2016). La fiesta de San Juan podría resultar un evento anual que atrajera turistas a la ciudad, siempre y cuando representara características como el orden, el control o la civilización, características que formarían el complejo concepto de «modernidad». El turismo fue una herramienta adecuada de dominación simbólica, una razón por la que se debían controlar estas representaciones violentas y populares y que requería la construcción, representación y reproducción en la cotidianeidad de la ciudad visitada de una identidad local concreta y diferencial, auténtica. Por ello, las élites locales utilizaron el argumento de la atracción de turistas para reformular la fiesta ya existente, domesticando y adecuando la representación de la identidad local que contemplaba las definiciones sobre el «nosotros, nuestra tierra», así como el «otro», lo que no se era en Tarragona, reproducidas en una fiesta multitudinaria y que se hizo conocida a lo largo y ancho de Cataluña, incluso siendo promocionada fuera de la región (Koshar 1998, 326; Baranowski y Furlough 2002; Marine-Roig 2011, 118).

Los organizadores de las fallas consideraban que se debían imitar aquellas «sólidas organizaciones que constituyen un alzado valor localista, interesados por la estética y el folclore y que atraen a turistas amantes de las bellas costumbres de los pueblos ibéricos¹⁴⁰». Resulta cierto que los organizadores de las Fallas en Tarragona no esperaban turismo que viniera de muy lejos, sino que su objetivo pasó por atraer en esos días a las gentes de los pueblos de la provincia, a los que se les debía dar una razón para ir a Tarragona a pasar el tiempo de ocio. Se debe considerar, además, que el

¹³⁹«Programa de la Falla i Festes de Tarragona», *Diari de Tarragona*, 17 de junio de 1933, pg. 4.

¹⁴⁰ Ibid.

turismo interior resultó una herramienta muy adecuada para la nacionalización de la población desde el aprendizaje de las particularidades locales del país, en un juego de identidades que conjuga las locales para formar una más global, la nacional (Confino 2006).

Las previsiones iniciales no fallaron, las crónicas de los días de Fallas indican una gran afluencia de gente, por lo que habría gran movimiento en las calles de la ciudad: «parecía un día festivo por la gran afluencia de gente a los puntos donde debía desarrollarse el programa, sobre todo en el lugar donde fue levantada la monumental “falla”¹⁴¹». Esta última crónica muestra que los forasteros únicamente recorrerían aquellas calles importantes de Tarragona, fundamentalmente la Rambla 14 de Abril. Esta vía y sus calles adyacentes habían sido proyectadas por los organizadores como el eje urbano central de la fiesta a través del programa oficial, planeando en esa zona muchos de los principales números de dicho programa. De esta manera, intentaban disciplinar la mirada turística, destacando aquellos lugares susceptibles de formar parte de la ruta turística a la vez que ignoraban y no presentaban los lugares que Tarragona, como los barrios más populares y los suburbios, que no representarían la imagen de la ciudad pretendida por sus élites.

Además, pese a que las ruinas romanas no han perdido en ningún momento un lugar privilegiado en el discurso turístico, la Rambla comenzaría a cobrar importancia como una de las arterias de ocio y disfrute la ciudad moderna, donde pocos años antes se habría levantado el monumento a los Héroes de Tarragona. Este eje urbanístico central de Tarragona, del que se recomendaba el paseo a los visitantes en múltiples guías turísticas de los años 30, fue uno de los elementos indispensables para la creación de una ciudad digna de ser visitada (Therborn 2002), así como la presencia de instituciones destinadas a la alta cultura y espacios monumentales.

El concepto de modernidad, uno que no debe entenderse como universal sino contextualizable e historizable, fue representado en Tarragona mediante la implantación de una nueva fiesta que aglutinara todo un compendio de características

¹⁴¹ «Festes de Juny. Llega la banda agrícola de Lombai y empiezan las fiestas de San Juan», *La Cruz. Diario Católico*, 23 de junio de 1933, pg. 5.

que crearían un discurso de identidad local intencionado con el que situarla en el circuito de las ciudades más importantes de Europa, actuales y a la vanguardia de las nuevas modas culturales. El turismo resultó una actividad con la que posicionar la ciudad en la contemporaneidad europea. A los monumentos falleros que fueron expuestos que a lo largo de las cuatro ediciones en las calles de Tarragona se les asignó la capacidad de representar, pero también de reproducir y escenificar muchos de los elementos que definieron la modernidad de la ciudad que alojaba las nuevas fiestas. Estas obras fueron discurso, pero también teatralización, teniendo en cuenta que a través de los símbolos no sólo se representa, sino que también se suministra parte del significado (Edensor 2009, 5). En este caso, los monumentos falleros deben entenderse como símbolo mediante los que se escenifica la identidad local, así como un claro orden de género local. Las fallas en cuestión trataron la modernidad de la ciudad mediante temáticas relacionadas con la tecnología, los nuevos transportes o la electricidad. Algunos de estos monumentos efímeros contaron con un carácter reivindicativo, puesto que reproducían la queja sobre proyectos inacabados en la ciudad considerados como elementos de modernidad para la ciudad. El primer caso se observa en el monumento proyectado por el maestro fallero Adolf Ariño en la primera edición de las Fallas en Tarragona.

Esta primera falla fue bautizada como «La falla de la Estación Central» (Fig.9) y representaba una sátira sobre una reclamación histórica de la Tarragona moderna, puesto que



Figura 9: Falla de la Rambla 14 de abril de Tarragona en 1933 (Artista: Adolf Ariño)

Fuente: Archivo Antònia Sugrañes Prats

la Estación Central de la ciudad era una infraestructura vetusta

no adecuada para una ciudad que era para entonces un nudo de comunicaciones ferroviarias. Las primeras informaciones sobre el proyecto de una nueva estación de

tren para Tarragona se publican en 1926¹⁴², siendo este un proyecto que no consigue ponerse en marcha por cuestiones burocráticas, hecho que implica la demanda de las instituciones locales para que se ponga en marcha¹⁴³. La demanda histórica de las mejoras en el ferrocarril y en sus instalaciones, como la Estación Central, están vinculadas a la idea de desarrollar y potenciar las actividades portuarias (Abelló 1989, 177).

Esta supuesta estación debía ser la carta de presentación de la ciudad a todos los foráneos, así como el último edificio que verían al partir hacia sus lugares de origen. La Cruz publicó una descripción sobre la falla, de la que decía que tenía una «gran escalinata, una charanga a sus pies y las autoridades que reciben la Estación Central de manos del jefe de la Compañía de Ferrocarriles, que está en el medio de la escalinata acompañado de dos mozos de estación con los farolillos. En la parte alta de la Falla hay una tortuga sobre un puente que trae la muy deseada Estación Central; a la izquierda y debajo del puente se puede ver un tarraconense durmiendo»¹⁴⁴. El monumento, por tanto, reivindica el tan ansiado concepto de «modernidad» presentado un proyecto novedoso, tecnológico, así como una arquitectura y construcción contemporánea, acorde a las nuevas modas internacionales de los años treinta.

En su lectura de género se advierte que la masculinidad local fue representada en esta falla a través de unos personajes que simbolizaban el poder y la autoridad, situados en primer plano. Una masculinidad burguesa local relacionada con la civilización y el progreso (Aresti y Martykánova 2017). En cambio, bajo el puente que



crea la escalinata de la falla, aparecía un campesino dormitando que estaría situado sobre la cama que aparece en el esbozo de la falla (Fig. 10). Este campesino representa el pueblo

¹⁴² «Noves», *La Veu de Tarragona*, 13 de febrero de 1926, pg. 3.

¹⁴³ «Ajuntament. L'Estació Central», *Diari de Tarragona*, 15 de agosto de 1931, pg. 5.

¹⁴⁴ «Les Festes de Sant Joan», *La Cruz. Diario Católico*, 24 de junio de 1933, pg. 5.

llano, un pueblo que se presenta mediante una figura ajena a la cuestión sobre el nuevo edificio, desconocedor de su importancia e incluso, en una posición del todo ociosa. El hombre rural es presentado como la masculinidad indolente, la masculinidad ignorante a la vez que arcaica, por no entender ni interesarse por la modernidad, una masculinidad alejada de las características de identidad local que querrían representar las élites organizadoras de la fiesta.

La falla, por tanto, nos presenta dos imaginarios sobre la masculinidad, el que simbolizan las figuras más visibles, todas ellas hombres y con vestimentas que denotan una posición social elevada a los que se les atribuyen ideas de civilidad, progreso, vanguardia. Están de pie, algunos presentado el proyecto, otros esperándolo, pero todos transmitiendo alegría y una buena nueva, la modernidad. En cambio, el campesino, escondido debajo del puente, representa una masculinidad pasiva, perezosa, alejada de las novedades que pueden situar a la ciudad al nivel de otras grandes ciudades europeas. Un hombre que, dados estos atributos, «nada emprende, a nada se atreve, para nada vale» (Aresti 2017, 86).

Así pues, mediante la representación de las masculinidades en esta falla se esgrime una cierta lucha social, situando cada una de las clases y reforzando aquella que resulta dominante, presentándola en el discurso como la más adecuada. Y, resulta la más adecuada por ser mediante ésta a través de la que es posible transmitir una idea clave en estas fiestas, la modernidad de la ciudad. Sin lugar a dudas, la masculinidad adecuada en este discurso de identidad local de las élites debe ser relacionada con la aparición del arquetipo del «gentleman» inglés, un hombre activo, emprendedor, civilizado, amante de lo moderno y la cultura, una masculinidad racional que es en sí misma la representación y la demostración de la modernidad (Aresti 2017).

Mediante esta exposición sobre la modernidad de Tarragona, o aquella modernidad a la que se aspiraba con proyectos de futuro, así como a través de la masculinidad local representada en las fallas, relacionada con la autoridad, el poder, los hombres de negocios, emprendedores y entusiasmados por los avances, se crea una importante distancia con la identidad local que desde Tarragona se estaba asignando a Valencia, mucho más próxima al hombre rural y ocioso que aparecía debajo de la Estación Central. En la relación entre las definiciones de género y las de nación se

observa la conformación de sujetos nacionales, femeninos y masculinos, que vienen a definir también el «nosotros» y los «otros» (Aresti 2012; 2014; Peters, Aresti, y Brünhe 2016). El género juega un papel fundamental para marcar los límites y las diferencias que definen la autenticidad de la identidad nacional o local deseada, así como la otredad a través de la que se definía a sus vecinos, mucho más relacionados con el mundo rural, tal y como aparecen representados en la cabalgata folklórica explicada unas líneas más adelante.

Asimismo, a través de los personajes masculinos que aparecen en la falla se pueden observar los modelos de masculinidad en disputa que definen identidades nacionales diferentes. Mientras que los hombres que aparecen en la escalera representan la modernidad nacional, la racionalidad y la civilidad, el campesino dormitando muestra una masculinidad insuficiente, vaga y ociosa. Esta masculinidad, poco adecuada y un tanto vergonzante, representa al pueblo de Tarragona que debe ser disciplinado, si es necesario, a través del escarnio público desencadenado por la confrontación de ambas masculinidades, la que se representa y reproduce en las figuras de las élites y la del campesino.

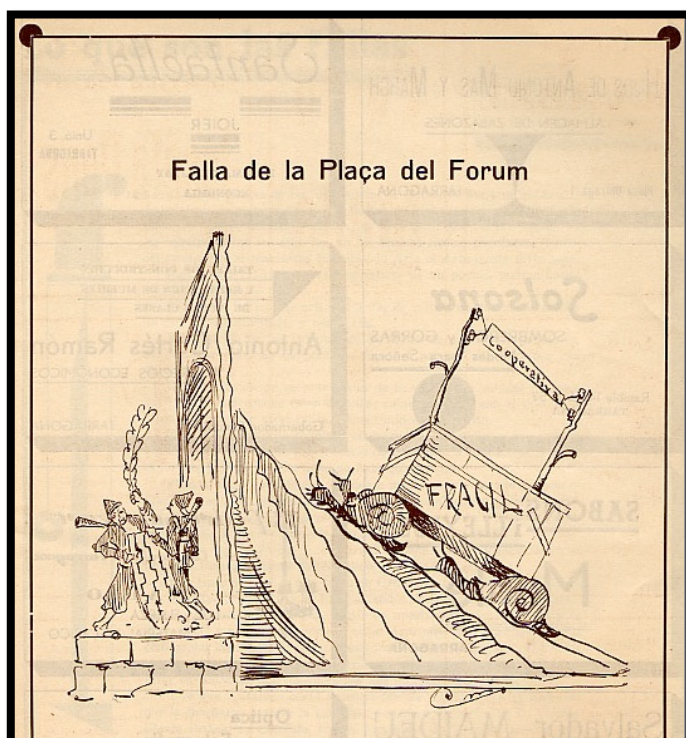


Figura 11: Esbozo de la Falla de la Plaza del Fórum, que recibió como nombre «El bandid canadiense o els cargos elèctrics».

Fuente: Comissió Pro-Festes i Falles, «Falla de la Plaça del Forum», Tarragona Fallera 1934. *Programa Oficial, Tarragona*, 1934, pg. 25.

Una segunda falla que trató el tema de la modernidad fue el monumento plantado en 1934 en la por entonces Plaza del Fórum y que recibió el nombre de «El bandid canadiense o els cargos elèctrics» (Fig. 11). Se trataba de nuevo de una clara sátira a proyectos fallidos en la ciudad y que debían implicar avance y modernidad en su vertiente tecnológica. En este caso, con la intención de contar con un mejor suministro eléctrico se

pusieron en marcha diversas cooperativas eléctricas que siempre fallaron frente a la gran empresa eléctrica que era, para entonces, «La Canadiense». Aunque para el año 1934 el proyecto estaba ya iniciado con más de dos mil firmantes, había quedado silenciado y en el olvido, tal como muestran las fuentes hemerográficas, cuando señalan que desde la primera asamblea «els pressumptes socis no em sabut res més»¹⁴⁵. No fue hasta 1935 que se retoma la cuestión con una nueva asamblea de la cooperativa energética.

En el monumento se veía un bandido que se explicaba que era «canadiense», representación de la empresa de electricidad «Barcelona Traction, Light and Power Company, Limited», conocida coloquialmente como «La Canadiense» o «La Canadencia», que desplumaba simbólicamente a la ciudad. Además, la falla representaba un caracol subiendo una importante cuesta a la vez que cargaba en sus espaldas el proyecto de la cooperativa eléctrica.

Uno de los personajes que aparecen en la Falla representa a la ciudad de Tarragona, aunque de la forma de este personaje no tenemos mucha información sí que se sabe que venía a figurar el desplume de la ciudad por parte de las compañías eléctricas como «La Canadiense»¹⁴⁶. La ciudad era presentada como una víctima en femenino de la empresa eléctrica, la que, pese a la buena voluntad Tarragona, estaba impidiendo el progreso y la consecución de la modernidad tecnológica. Cuando se añade la feminización de la ciudad, se debe entender su representación como una víctima y una damnificada que no opone ningún tipo de resistencia frente al hecho de estar siendo «desplumada», representando un papel de total pasividad atribuido a la feminidad tradicional. Por lo que estamos frente a una falla crítica que contenía la representación de un proceso de afeminamiento en términos crítico de la ciudad y las autoridades que hasta entonces la habían gestionado.

Con todo ello, estas fallas trataban de situar las aspiraciones de las autoridades locales, clases acomodadas, sobre el avance hacia la modernidad. Se presentaba un

¹⁴⁵ Roqué, Josep, «Pro Cooperativa Elèctrica. Un prec molt just», *Diari de Tarragona*, 11 de abril de 1934, pg.1.

¹⁴⁶ «Explicació de les Pires Romanes de Adolf Ariño», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1934, pg. 2.

proyecto novedoso y tecnológico que representaría dicha característica, la cual aún no había sido conseguida. Esta falta de consecución en relación con la modernidad se achacaba en las Fallas a impedimentos que venían desde fuera de Tarragona, quedando la ciudad siempre como una pobre víctima. De alguna manera, estas fallas defendían que si Tarragona no era moderna no era por culpa de sus élites dirigentes, sino por la indolencia de unos agentes externos que lo impedían como podía ser la empresa eléctrica «La Canadenca» o las autoridades ferroviarias que posponían la construcción de una nueva estación. Además, la masculinidad se presenta como la clave de representación de la identidad local, escenificando aquellas características que la definirían y presentando también aquellas que debían resultar desterradas. En este sentido, otro de los grandes impedimentos a la modernidad local eran las clases populares, poco domesticadas, vagas y ociosas que no habían asumido el proceso de industrialización de la ciudad. Estas clases populares eran representadas por una masculinidad rural, pasiva y dormida, por tanto, que se representaba mediante rasgos feminizantes.

«Juntos, pero no revueltos»: una identidad local flexible

Las Fallas no sólo sirvieron para representar aquellas características que eran propias de la identidad local tarraconense, como la modernidad, sino que también sirvieron para plantear las diferencias de la identidad local propia con otras identidades locales, regionales o nacionales. De esta manera, debemos entender la identidad local tarraconense como una identidad ambivalente, caracterizada por la práctica del oportunismo en el momento de acercarse o distanciarse de distintos proyectos nacionales, asumiendo o rechazando aspectos de estas identidades en base a sus propias aspiraciones y deseos (Ginderachter y Fox 2019, 4).

El acercamiento a la identidad regional valenciana se defendió particularmente en las primeras ediciones de la fiesta en Tarragona, por una supuesta hermandad existente con Valencia. Cabe destacar que sería sobre todo en 1933 y 1934 cuando se seguiría esta dinámica de acercamiento para poder justificar la importación de la nueva festividad, la invención de una tradición en la ciudad catalana (Hobsbawm y Ranger 1983) que permitiría alimentar nuevas expresiones de identidad local (Edensor 2002).

Estas primeras ediciones no contaban aún con un discurso de identidad local claro y representado en las fiestas, por lo que se apostó por plantear la hermandad entre Tarragona y Valencia, presentándolos como pueblos que algún día habían sido hermanos pero que, por causas históricas, se habían acabado disgregando. La fiesta es concebida como la posibilidad de volver a demostrar el amor que existe entre ambos pueblos, señalando que se trata de «pobles que son germans de llengua, usos i costums»¹⁴⁷. Además, las fuentes también destacan los lazos de hermandad que unen a la colonia de valencianos residentes en Tarragona con «distinguidos hijos de Tarragona»¹⁴⁸, así que la unión de los dos pueblos también implicaba a sus ciudadanos.

De alguna manera, la unión derivada de la existencia de una lengua común y ciertas tradiciones y costumbres compartidas creaba fuertes lazos familiares entre valencianos y tarraconenses. Este hecho fue utilizado como justificación para la importación de una fiesta foránea. De hecho, los organizadores de esta primera edición de las fallas, instituidos en una comisión pro-fallas, destacarían en todo momento la predilección con la que contaba Valencia como hermana de Tarragona¹⁴⁹. Esta hermandad también se defendió en el «Llibret de Falla», un pequeño libro que se repartía entre la población y donde aparecía la explicación de la falla, pensado sobre todo para los forasteros que no conocían ni la tradición ni la historia detrás del monumento fallero plantado. En el primer poema de este libreto se destaca la unión fraternal de Valencia y Tarragona. Asimismo, presenta a Tarragona como una ciudad que cuida de sus tradiciones, pese a que la de las Fallas sería una festividad importada y que justo se encontraba en su primera edición. Además, lo define como un pueblo noble y sonriente, fuerte y de espíritu. El hecho de presentar así a las gentes de Tarragona ante los forasteros tenía el objetivo de representar la ausencia de conflicto, así como la alegría y la autenticidad basada en las tradiciones de Tarragona, creando en ella una especie de oasis en el que los visitantes podrían experimentar la ociosidad y la

¹⁴⁷ «La festa fallera vista per un barceloní», *Diari de Tarragona*, 30 de junio de 1933, pg. 1.

¹⁴⁸ «Las fallas en Tarragona y grandes fiestas Populares», *Diari de Tarragona*, 13 de abril de 1933, pg. 2-3

¹⁴⁹ «Falles i Festes a Tarragona», *Diari de Tarragona*, 20 de abril de 1933, pg. 3.

tranquilidad deseada en un viaje turístico, su elección se vería recompensada con experiencias memorables y exóticas a la vez que auténticas (Edensor 2009).

Los visitantes encontrarían tradiciones únicas, como el baile de la sardana, les Caramelles o la Festa del Ball, eventos que se presentan como históricos en la ciudad con el objetivo de dotarla de todo un conjunto de tradiciones que avalan la autenticidad de la identidad tarraconense¹⁵⁰. Cabe destacar que la Fiesta de las Falla intentaría transmitir la espectacularidad y monumentalidad que demandaba la mirada turística de los potenciales visitantes que la ciudad aspiraba a atraer (Cócola y Palou 2015), en este caso procedentes del turismo interno, pero procedentes de las clases acomodadas de las ciudades cercanas a Tarragona, como podía ser Barcelona.



Figura 12: Fotografía de «La Vanguardia» en la que aparecen las parejas que desfilaron en la cabalgata folclórica.

Fuente: «Festejos populares en Tarragona», *La Vanguardia*, 28 de junio de 1933, pg. 1.

Con el objetivo de seguir destacando la fraternidad y hermandad entre las dos ciudades, en el programa de 1933 se planificó una Cabalgata folklórica (Fig. 12). Esta cabalgata debía contar con un marcado carácter valenciano, los diarios hablan de «cabalgata típica valenciana en la que debían aparecer tipos valencianos, conscientes de su papel»¹⁵¹.

Esta afirmación denota una clara preocupación por el desarrollo perfecto de la

¹⁵⁰ «Llibret de Falla», *Comissió Pro-Falles i Festes*, Tarragona, 1933.

¹⁵¹ «Les Festes de Sant Joan», *Diari de Tarragona*, 06 de mayo de 1933, pg. 1.

performance de la identidad regional valenciana. Se llegó incluso a proponer que se pusieran más fallas y se anulara la cabalgata con tal de evitar la ambigüedad y la improvisación que se podía dar al no desarrollar una performance perfecta por parte de los participantes en la cabalgata y que no representara de manera adecuada la identidad local que se pretendía transmitir (Edensor 2009, 554), que podría incluso llegar a incluir la burla y lo carnavalesco derivado de la participación de la masa popular en el evento (Bajtín 1974). Este hecho se podría evitar con la plantada de fallas en las calles en sustitución de la cabalgata en la que participan un importante número de ciudadanos, siendo los monumentos falleros una teatralización de características de la identidad local mucho más controlada y programada.

La excesiva participación de la masa popular podría implicar el surgimiento de una clara dualidad entre aquella identidad local que se debía performar y la performance final, en la que podrían aparecer resistencias por parte de la clase popular que actuaba frente a los turistas, que deben recibir un mensaje identitario local claro y comprensible (Edensor 2009; Nash 2017).

Las mujeres resultaron claves en la celebración de esta cabalgata y parece que participaron en masa¹⁵², todas ellas vestidas con trajes regionales valencianos, tal y como se ve en la imagen anterior, lo que implica una clara asimilación de la identidad local valenciana con el único objetivo de montar un espectáculo con el que satisfacer a la mirada turística (Hobsbawm y Ranger 1983; John Urry 1990). La cabalgata consistió en la exhibición de parejas vestidas con trajes regionales valencianos y en la que se representó el mundo rural, lleno de flores, motivos del campo e incluso mulas. Con ello, se simbolizaba una identidad local valenciana basada en la ruralidad, como la esencia de la región, así como la representación de la familia mediante las parejas de chicos y chicas que coparon toda la desfilada. La música que acompañaba la desfilada era típicamente valenciana y tocada por una banda de música llegada desde la ciudad levantina. Esta exhibición trasladó imágenes de una masculinidad rural, donde abundaban los chicos con trajes de labrador, así como una feminidad rural relacionada con la naturaleza y la belleza, siempre rodeada de flores y ramos. La rúa performaba el estereotipo regional

¹⁵² «De les properes festes. La gran cavalcada artística», *Diari de Tarragona*, 17 de junio de 1933, pg. 3

que se había popularizado sobre los valencianos, como un pueblo laborioso y fundamentalmente agrario, un pueblo pacífico y sin conflictos dedicado por completo al mundo rural desde su vertiente más romántica (Archilés i Cardona 2007, 517)

La última carroza, la que se describe en las fuentes como la parte más bonita, contaba con una decoración floral sobre la que recorría las calles de Tarragona la Belleza Fallera Tarraconenses y su séquito de honor. Ella representaba todas las mujeres tarraconenses y su belleza, único atributo destacado por la opinión pública¹⁵³. Las Fallas en Tarragona inauguraron también la presencia de la Fallera Mayor, nunca antes conocida en Tarragona. Mediante un concurso, el tribunal del cual estuvo formado por prohombres de la ciudad que participaron en la organización de las nuevas fiestas, se escogió a la Belleza Fallera Tarraconense, la que sería la Fallera Mayor de la ciudad. La escogida fue Antonio Bonachí



Figura 13: Fotografía de la Fallera Mayor Tarraconense de 1933, Antònia Bonachí Bonachí
Fuente: Archivo Magí Benito Cabré.

Bonachí (Fig. 13), hija de un destacado militante del Partido Republicano Democrático Federal. Mediante la afiliación ideológica de su familia, particularmente de su padre, se reforzarían los valores de republicanismo, federalismo y populismo que se pretendía imprimir sobre las fiestas. Ella representaría el buen gusto de los hombres de Tarragona, así como las ideas políticas que funcionaban como ejes vehiculares de la identidad local escogida por las élites dirigentes de la ciudad, insertada pues en una dinámica interna dirigida a la construcción de la identidad comunitaria (Gisbert i Gracia 2015, 392). Las ideas republicanas y de izquierdas no pretendieron asignar un papel diferente al que hasta entonces poseían las mujeres, ellas seguirían siendo reconocidas como transmisoras de los valores nacionales, así como responsables del mantenimiento de los

¹⁵³ «De les properes festes. La gran cavalcada artística», *Diari de Tarragona*, 17 de junio de 1933, pg. 3

elementos de dicha identidad local, regional o nacional. Ella era un elemento de definición, simbolización y representación de la acción política de los hombres, tanto de partidos conservadores como progresistas en el caso del nacionalismo catalán (González i Vilalta 2006). Ella era la prueba misma de la existencia de tal identidad nacional, ella en sí era la nación misma.

La representante de la belleza de las mujeres de Tarragona también serviría como marcador de la otredad valenciana. De la Fallera valenciana se habló como una mujer del mundo rural, que contaría también con tez blanca pero ciertamente más sexualizada, al destacar de ella sus labios de fuego. Cabe señalar que se intenta inhibir esta sexualización a través del amor, ella sólo utilizaría sus labios de fuego para dar besos de amor¹⁵⁴. Esta sexualización resulta contradictoria con el binomio que implica la figura de la Fallera, ídolo y tabú a la vez (Hernández i Martí 2006, 29). Es ídolo porque es la razón de las propias fiestas, sacralizada, admirada y elogiada. No obstante, al ser un ídolo no puede ser puesta en cuestión, menos aún valorada como objeto sexual. Su aura es equiparada a la de una santidad vestal. Es posible que este hecho se dé como estrategia de contrapeso y diferenciación entre la fallera valenciana y la tarraconense, una manera de ensalzar a la fallera local alienándola de cualquier atisbo de sexualidad.

Así, la Fallera tarraconense ostentaría todas las características relacionadas con la castidad y la pureza que el discurso de identidad catalana contemplaba, de ella no se destaca ningún atributo sexualizador, simplemente se dice que es la depositaria de las esencias de la identidad catalana, es el motivo por el que los hombres luchan por las libertades catalanas y ejerce como vínculo entre el pueblo catalán y el valenciano¹⁵⁵. En este sentido la masculinidad era representada dentro del orden de género como el poder, el progreso, la racionalidad y la modernidad, mientras que la feminidad representada por la Fallera se cuidaba de mantener la unión de pueblos hermanos, ella representaba en sí misma la propia nación, debía ser la protectora de su esencia, así como su transmisora, cuidando que siempre permaneciera unida. Podríamos trasladar este argumento al ámbito familiar, mientras el padre – la masculinidad – aporta riqueza

¹⁵⁴ Alcaraz, Luis Juan, «Petit poema Faller», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1933, pg. 2.

¹⁵⁵ Alcaraz, Luis Juan, «Petit poema Faller», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1933, pg. 2.

y seguridad a la familia, la mujer – la feminidad – se ocupa de cuidar a la prole y mantener la familia unida (Nash 1999). Por tanto, el arquetipo de feminidad que ella representa está reivindicando los marcadores de la identidad catalana creada y propuesta desde Tarragona.

Además, a elección de Antonia Bonachí como representante de la belleza de las mujeres locales se expone como un acto de buen gusto, un acto que mide el acierto de los hombres de la ciudad. La selección, por tanto, de una figura adecuada como representante de las mujeres de Tarragona resulta una victoria de los hombres, que han impreso su buen gusto y saber hacer en esta elección, mide así también a la propia masculinidad. Este supuesto buen gusto en la elección de la Fallera la convierte en un objeto a la vez que, en un premio, es una figura deseada por los hombres. Tal como señala Gil Manuel Hernández, no sólo existiría la Fallera Venerada, que reúne en su figura todos los valores de un discurso de feminidad concreto y esgrimido por las élites locales, sino que también existiría la Fallera Deseada (Hernández i Martí 2006, 29). Ésta resulta una visión masculina que objetivaba la figura de la fallera, más allá de su mística femenina y nacional. También esta mirada masculina sobre la fallera estaría presente en el caso de las Fallas en Tarragona, hecho que se puede reseguir gracias a las viñetas satíricas de los diarios. En una de ellas aparece un hombre de clase acomodada sentado en una butaca leyendo el diario, justo por detrás pasa su esposa y le dice:

«No sé què pensar de tu, Quimet. Però des que actuares al Jurat per a l'elecció de bellesa fallera, et veig massa capficat i malenconiós»¹⁵⁶

Esta breve viñeta satírica viene a representar el impacto sufrido en los hombres con la escogida como Belleza Fallera Tarraconense, a la que no pueden sacarse de sus pensamientos, lo que es reprochado por sus mujeres. Por tanto, sí que existe una ligera sexualización de la fallera, como una mujer extremadamente bella que deja anonadados a todos aquellos que la han visto, también a aquellos que la escogieron en su día.

La fallera contaría con su imagen antagónica, una imagen poco visibilizada y nada promocionada, al contrario de lo que pasaría con la Fallera Mayor en las primeras ediciones de la fiesta. No obstante, encontramos su representación en la zarzuela

¹⁵⁶ «Nota del dia. Gelosia...?», *Diari de Tarragona*, 2 de julio de 1933, pg. 1.

estrenada en 1935, «La Fallera del Barri»¹⁵⁷, obra que ficcionaba la cotidianeidad de las fallas en Tarragona. Su libreto fue escrito por el autor novel tarraconense Martí Marias Magrinyà y con música compuesta por Josep Cabestany. A través de la obra teatral, consideramos, se puede reseguir la resistencia planteada por las clases populares a las Piras Romanas, así como la progresiva pérdida de importancia y arraigo de la figura de la fallera que en las sucesivas ediciones de la fiesta fue desapareciendo de los medios de comunicación locales. Cabe destacar que Martí Marias fue periodista, poeta y dramaturgo y un activista muy destacado en el movimiento juvenil nacionalista catalán de los años veinte, muy próximo a la Lliga Regionalista (Morant i Clanxet 2008). Se ha utilizado este libreto como una fuente de información partiendo de la premisa de que la zarzuela resulta un género teatral que se nutre de anécdotas cotidianas, de personajes comunes, de fiestas típicas y de folklore, por ello consideramos que pese a ser una ficción puede ser una buena herramienta a través de la que conocer algunos de los discursos que circularían por la Tarragona fallera. Así, es posible trazar un mapa general del sentir de ciertos grupos de población local y visitante sobre las fiestas en cuestión. La obra cuenta con un personaje sobre el que gira la historia, la Fallera, que ha sido abandonada por su novio cuando este supo que ella iba a ser la fallera del barrio, ambos pertenecientes a familias de la clase acomodada de la localidad.

En esta obra, además, aparece el personaje de Carmeleta. Ella era la sirvienta de la familia de la Fallera Mayor, y migrante valenciana. En la obra teatral se le da un papel relevante en la representación de la molestia que las clases populares tendrían con las fallas por el mucho trabajo que les implicaba, Carmeleta hablaba de lo poco que le gustaba estar separada de su novio por culpa de su intenso trabajo en las fiestas. Se ha optado catalogar aquí como la «mujer fallera trabajadora», fue la figura más común de entre las mujeres que participaron en la fiesta. En el caso de Carmeleta, ella trabaja para la familia que disfruta las fiestas y es mujer del «fallero trabajador», con lo que debe soportar tanto su trabajo como el poco tiempo de ocio para disfrutar con su marido, que a su vez trabaja largas horas o bien en el montaje de las fallas o en el sector servicios. Este prototipo de mujer, de clase popular y trabajadora no era expuesto en los grandes

¹⁵⁷ Marias i Magrinyà, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935.

números de la fiesta, tampoco aparecía en los medios de comunicación, pero contaría con un papel muy importante en el desarrollo de las Fallas, así como en los encuentros con los turistas, por ser mujeres que trabajaban en su mayoría en el sector servicios tan demandado en ocasiones como la aquí analizada.

La invisibilidad de esta figura, de la «fallera trabajadora», se debe a su extracción social popular, así como a la incompatibilidad con un discurso de feminidad local basado en la belleza, la dulzura, el disfrute y el ocio, pero también la modernidad y la alta cultura (Yuval-Davis 1997). Ellas, en cambio, representaron la parte más dura de la fiesta, las largas jornadas, el cansancio y el sacrificio, imágenes poco adecuadas para representar la identidad femenina local esgrimida por las élites. Dicha identidad estaba pensada para ser performada de cara al turismo con el objetivo de responder a las demandas de autenticidad, espectacularidad, exotismo, así como establecer la ciudad de Tarragona como un espacio libre de conflicto social, una especie de oasis turístico (Edensor 2002; 2009). La relación entre clases populares y el miedo al viraje de su comportamiento hacia lo carnavalesco, descontrolado, grosero y soez resulta la razón por la que figuras como las de Carmeleta no fueron en absoluto promocionadas, hecho por el que la Fallera Mayor, tanto la que se escogió en la vida real como la que aparece en la zarzuela, vienen de clases acomodadas locales, mientras que figuras como la que representa Carmeleta únicamente ejercen como mano de obra, tal y como su personaje va señalando a lo largo de la zarzuela su tarea con los fogones, preocupada por haber dejado la casa desatendida, consciente de que su labor es fregar los platos y atender a los señores de la casa .

Pese a que resulta cierto que hubo elementos que distanciaron a través de la feminidad la identidad local tarraconense de la identidad regional valenciana, la fiesta contó con una clara reclamación federalista. La unión entre los dos pueblos, Tarragona y Valencia, no pierde peso ni siquiera en el momento en el que se pretende imprimir mayor localismo sobre la fiesta. Este hecho debe reconocerse como una justificación más de un catalanismo federal que contempla la unión futura de los pueblos de Levante que formaron la Corona Catalano-Aragonesa y que comparten lengua. Estos son Cataluña, Rosselló, Valencia y Mallorca. Esta reivindicación aparece, por ejemplo, en el discurso de Pere Lloret, el alcalde del momento, publicado en el Programa Oficial de las

Fallas o Pires Romanes de 1934¹⁵⁸. Asimismo, otro de los elementos de continuidad es el carácter democrático de la fiesta, ligado a los avances que trajo consigo la República. Únicamente en ese momento de «despertar, avance y progreso material y moral» era posible el surgimiento de una fiesta democrática, cívica y culta que fuera vivida por locales y foráneos y que consiguiera unir «la severidad de las piedras monumentales de Tarragona, la audacia y la vibración de tiempos modernos, la alegría de la juventud y el anhelo de superación, la fidelidad a la patria y el espíritu liberal y progresista»¹⁵⁹.

La celebración de las Fallas en Tarragona representa el renacimiento de un pueblo y el despertar de una nación que comparte una lengua común, símbolo de unión de todos los pueblos de Levante en una misma nación. Las hogueras representan el símbolo de un pueblo fuerte y sano, que quiere vivir por encima de todo¹⁶⁰.

Con todo ello, Tarragona estaba proponiendo a través de la identidad local representada en las Fallas, un nuevo planteamiento de catalanidad desde el sur, lugar que no había participado en la formación de la catalanidad que se convirtió en hegemónica hasta la II República y que había quedado en manos de la burguesía de Barcelona y representada en su vertiente cultural por elementos propios de la identidad regional de Girona, como sería el caso de la sardana. La dinámica norte-sur, esgrimida por Xavier Andreu para el caso español, también es extrapolable al estudio de Tarragona, entendiendo que esta ciudad y su región fueron espacios que no participaron de manera muy destacable en la construcción de la catalanidad del primer tercio del siglo XX, a la vez que fueron estereotipados desde su carácter rural, poco moderno y atrasado. Asimismo, la presencia de importantes instituciones del Estado como el Ejército o el contingente de clase funcionarial que trabajaría en la administración desde que la ciudad pasó a ostentar en 1833 la capitalidad de la provincia, provocaron que, desde el norte de Cataluña, la conocida como «Catalunya Vella», se reconociera a Tarragona con muchos de los aspectos asignados a la identidad nacional de España, con una mirada ciertamente orientalizante a la vez que inferiorizante. Por tanto, debe

¹⁵⁸ Marias i Magrinya, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935.

¹⁵⁹ Pujol i Font, Josep, «El que opinen de les Falles les nostres autoritats», «Ofrena», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 43-46.

¹⁶⁰ «Foc de Llevant», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 14.

entenderse la posición subalterna con la que contaba Tarragona respecto de una catalanidad hegemónica, particular no sólo de Barcelona y Girona, sino además de unas tendencias políticas muy marcadas por la dirección de la Lliga Regionalista del primer tercio del siglo XX. La propuesta de una nueva catalanidad desde Tarragona, con conceptos muy relacionados con la modernidad, la civilidad o el orden representados mediante imágenes de género como la Fallera Mayor o las autoridades de la Falla de la Estación Central, resultan un mecanismo a través del que resistir a dicha orientalización interna a la vez que, planteaba la posibilidad de tener agencia en la creación de una nueva identidad catalana moderna y que contiene claras connotaciones republicanas y federalistas, tal y como se señala en los discursos políticos.

Ahora bien, la flexibilidad en la creación de la identidad local tarraconense no sólo quedó patente en relación con Valencia, sino que también sucedería con la identidad nacional española, muy caracterizada por todas aquellas prácticas que simbolizaban la nación decimonónica descrita por el romanticismo extranjero. Una identidad española relacionada con los festejos flamencos, las sevillanas, la tonadilla escénica o los toros, la que fomentaría la representación orientalizada del país (Andreu Miralles 2004; 2016a).

Así, por ejemplo, pese a que esta primera edición de las Fallas contaría con una corrida de toros como uno de los números estelares del programa de aquellos días, la opinión pública progresista afín a las ideas que regían en aquel momento en la política local, dirigida por ERC, se esforzaría por desvincularse de la tradición, marcando diferencia entre los «que se sentirían flamencos y los que no». El «Diari de Tarragona» destaca que «a nosaltres no ens agraden els toros, si no és a l'arada o bé a la cassola. I els toreros a ... 300 quilòmetres de distancia o 400». El diario progresista de Tarragona destacaría que la corrida de toros se haría para contentar a los forasteros que esperan ese espectáculo, satisfaciendo así las demandas turísticas. Esta corrida de toros era por tanto una autenticidad escenificada que respondía a unos deseos turísticos que demandaban genuinidad y originalidad, experimentar algo que parecería único (Haldrup y Larsen 2009, 6). No obstante, se ofrecerían otras posibilidades para aquellos que no se sintieran tan flamencos, que representarían una demostración «de arte, de

pintoresquismo bien entendido, de alegría y de buen gusto»¹⁶¹. Palabras que señalan la voluntad de situar aquello «no flamenco» como símbolo de cultura y buen gusto, enfrentado radicalmente a un carácter primitivo y bárbaro de la cultura flamenca, pilar de la identidad nacional española. Todos aquellos visitantes que se sintieran alejados de dicha identidad nacional española serían reconocidos como privilegiados, ostentando una categoría superior por poder acceder a «realidades entre bastidores», en las que la identidad local sería representada y escenificada desde la más absoluta autenticidad. Estos turistas serían los buenos turistas, aquellos que no se dejan llevar por las imágenes preconcebidas, imágenes de las que Tarragona pretendería alejarse.

A través de la feminidad también se creó esta distancia respecto de las mujeres españolas, muy caracterizadas por el estereotipo de la gitana Carmen, por ende, de la propia nación española. Esta feminidad local era transmitida en la fiesta mediante la figura de la fallera. Las falleras eran escogidas por su belleza, una belleza joven y, además, soltera, y que sirviera para alejar el arquetipo femenino de cualquier atisbo de orientalización, constituyendo una representación de la belleza muy próxima a la europea estereotipada. Así, se dice de la Belleza Fallera Tarraconense que tenía oro en el pelo, por tanto, lo tenía rubio, y su mezcla con el fuego creaba la bandera catana¹⁶². La imagen de la Carmen gitana, descrita y destacada por los viajeros románticos del siglo XIX, se convirtió en el estereotipo esencial de la nación española (Andreu Miralles 2016b, 94) fue el contrapunto y el elemento que sirvió como contraste, su imaginario fue enfrentado por de la Fallera Tarraconense al alejarse de todas las características físicas de la imagen de feminidad española hegemónica.

Ahora bien, no sería únicamente con la identidad cultural española con la que se marcarían distancias en esta propuesto de identidad local, sino que también se intentarían crear respecto del proyecto de catalanidad conservador propio de la Lliga Regionalista y particular de la burguesía barcelonesa y gerundense, de claro signo conservador. Las características definidas de la fiesta hasta ahora y explicitadas en las fuentes, como son el republicanismo, el federalismo o el carácter popular estaban

¹⁶¹ «Les Festes de Sant Joan», *Diari de Tarragona*, 18 de mayo de 1933, pg. 1.

¹⁶² «Fallera catalana», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1933, pg. 2.

tomando distancia del discurso político del catalanismo más conservador, que había asumido la provincia de Girona como la cuna de la identidad catalana, tal como pasaría por ejemplo con la sardana empurdanesa (Marfany 1995). Des del surgimiento del catalanismo conservador y su institucionalización de la mano de la Lliga Regionalista después de la crisis del 98 y, pese a presentarse como un movimiento interclasista, entre las clases populares se fue extendiendo la idea que relacionaba catalanismo con burguesía. Este distanciamiento progresivo se cristalizó en las elecciones de abril de 1931, cuando la Lliga no contó con el apoyo popular. Su propuesta era indisociable de la monarquía y de la religión católica, mostrando un claro carácter inmovilista. Por el contrario, la bandera de las reformas, del cambio social, de laicismo y de la concepción de un autogobierno catalán quedaron en manos de las fuerzas de izquierda y populares como sería Esquerra Republicana, Acció Catalana, AR, entre otros (Termes 1986).

La fiesta de las fallas vino a representar la distancia entre ambos proyectos sobre Cataluña, el proyecto del catalanismo conservador y el del nuevo catalanismo de izquierdas. Tal como se ha visto, los organizadores apelaron en todo momento al carácter popular de la fiesta, un carácter popular que venía por ser una fiesta que emanaba del pueblo en un concepto de clase amplio y global, con lo que las clases populares se debían encontrar interpeladas e incluidas en el proyecto, pese a, tal como anteriormente se ha señalado, ser en realidad un claro ejercicio de populismo. Por otro lado, se recurrió a la idea de una fiesta republicana y democrática, alejada por tanto del catalanismo conservador. Y finalmente, contó con un claro laicismo, que no gustaría a todos aquellos afines a las ideas conservadoras, tanto de carácter catalanista como centralista. Se reivindicaba el carácter pagano de la fiesta¹⁶³, tomando distancia así de la unión entre el catalanismo conservador y la Iglesia católica. Aun así, siguiendo la dinámica marcada ya en la actitud respecto de Valencia, la ambivalencia también apareció respecto del proyecto catalanista conservador, tomando de él algunos rasgos culturales como sería la promoción de la sardana, una danza originaria de algunas comarcas de Girona y que experimentó una fuerte expansión, a modo de tradición inventada, a lo largo del primer tercio del siglo XX. A partir de 1906 el catalanismo

¹⁶³ «A les falleres tarragonines», *Diari de Tarragona*, 26 de abril de 1934, pg. 3.

hegemónico, el conservador instituido en la Lliga, la consideraba ya danza nacional. Esta danza en cuestión se introdujo como contrapeso a danzas populares previas muy parecidas a las jotas castellanas, en las que existía demasiado contacto físico, así como se relacionaban con otro proyecto nacional, el español (Marfany 1995, 322-45). Podemos observar como con el paso de las ediciones, la danza de la sardana irá cobrando especial importancia en la fiesta, hecho que se resigue gracias a los programas de fiestas, a la vez que la música reconocida como valenciana va desapareciendo.

Con todo ello, se considera la identidad local tarraconense como una identidad ambivalente, flexible y fluida que se acerca y aleja de los proyectos de su entorno en base a aspiraciones y deseos locales, sin encasillar su identidad de manera clara en ninguno de los planteamientos procedentes de Valencia, del catalanismo conservador o del nacionalismo español hegemónico.

«Poseer la fiesta»: Mecanismos para particularizar y localizar las Fallas

Fue a partir de la segunda edición, celebrada en 1934, cuando las élites organizadoras de las Fallas en Tarragona plantearon como objetivo el construir un discurso de identidad local con mayor carácter localista, incluyendo así elementos autóctonos sobre la fiesta importada. La edición de 1934 resulta importante justamente por contar con la intención explícita por parte de sus organizadores de diferenciarlas de las valencianas mediante la impresión de una marcada identidad tarraconense. Este hecho significó la incorporación de nuevos elementos que no habían aparecido en la primera edición de estas fiestas, como por ejemplo el cambio del nombre de las fiestas, que pasaron de conocerse como Fallas a Piras Romanas. En base a esto, los monumentos falleros debían dejar de lado el estilo sarcástico y humorístico típico de las fallas valencianas, para representar «interesantes reproducciones de monumentos de aquella época gloriosa»¹⁶⁴.

Una buena fuente para analizar esta intención de representar un mayor carácter localista sobre la fiesta se encuentra en el extenso programa oficial de las Piras Romanas

¹⁶⁴ «Una garantia d'èxit», *Diari de Tarragona*, 6 de desembre de 1933, pg. 1.

de 1934. Aparecen en él escritos de prohombres vinculados a la organización de las fiestas en los que se esmeran por remarcar el carácter genuino y auténtico de las fallas. No se obvia la unión y hermandad con Valencia¹⁶⁵, no obstante, resaltan que la fiesta «no es una copia servicial de cosas ajenas admirables, sino una modalidad nueva, genuina, llena de posibilidades»¹⁶⁶. Tanto los organizadores como la opinión pública progresista, vinculada particularmente al «Diari de Tarragona», se esfuerzan por naturalizar las fallas en Tarragona como una fiesta autóctona, una tradición con historia y arraigo en la ciudad, pese a que únicamente contaba con una edición, la de 1933. En esta línea se puede leer el escrito, publicado en el programa oficial de 1934, del Comisario de la Generalitat en Tarragona, el señor Pere Cavallé. En él señala que en 1934 las fallas son recibidas como algo autóctono, con todos los honores. Constituyen una espléndida manifestación de arte popular que armoniza perfectamente con la tónica de la Augusta Tarragona¹⁶⁷. De la misma manera, Pere Lloret, alcalde la ciudad, señala que, igual que la Sardana era una danza típica del Empordà treinta años atrás y ahora representa un símbolo de cualquier comarca catalana, las fallas han sido naturalizadas entre las costumbres de Tarragona y han dejado de ser algo exótico¹⁶⁸.

De esta manera, el discurso a partir de 1934 fue encaminado a transformar algunos elementos característicos de su lugar de origen, como por ejemplo su aspecto burlesco y carnavalesco, poco afín al discurso local de las élites y demasiado relacionado con los estratos más bajos de la sociedad, las clases populares. Estas clases populares, mediante las supuestas pulsiones violentas que manifestaban así como el espectáculo desagradable que ofrecían por su pobreza, molestaban e incomodaban a la buena conciencia y la sensibilidad de las clases más acomodadas (Erice Sebares 2003, 135-36). Con la elección de una temática relacionada con el pasado y la cultura de la ciudad se pretende imprimir sobre las fallas un carácter de alta cultura, exponente moderno del arte y de un pasado local épico. Las Piras Romanas se tienen que construir al estilo

¹⁶⁵ «Foc de Llevant», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 14.

¹⁶⁶ Comisió de Festes, «Ofrena», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 1.

¹⁶⁷ Cavallé, Pere, «El que opinen de les Falles les nostres autoritats», «Ofrena», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 43-46.

¹⁶⁸ Lloret, Pere, «El que opinen de les Falles les nostres autoritats», «Ofrena», *Tarragona Fallera. 1934. Programa Oficial*, pg. 43-46.

romano, así se demostrará que no se quiere imitar a la falla valenciana¹⁶⁹. El carácter local que se pretendía insuflar en las fiestas de junio de 1934 nada tiene que ver con el elemento popular, sino más bien con la demostración de la alta cultura de Tarragona, de su arte y de su pasado civilizado durante la etapa romana. Una de las fallas que fue más alabada fue la que representaba la leyenda del Pont del Diable, elaborada por el maestro fallero Adolf Ariño. Esta falla seguía este estilo arquitectónico clásico, que había sido demandado por las élites por considerar que era el que mejor podría representar la época de esplendor de la ciudad, un pasado que había sido el foco de interés de los viajeros que llegaron a Tarragona desde el siglo XIX (Fig. 14). La falla representaba la famosa leyenda del



Figura 14: Fotografía de la Falla de Adolf Ariño sobre la Llegendra del Pont del Diable, plantada en la Rambla 14 de abril, durante las Fallas de 1935.

Fuente: Comissió Festes i Pira Rambla 14 d'Abril, «Llegendra del Pont del diable», Tarragona, 1935.

Pont del Diable, que se fue transmitiendo oralmente de generación en generación hasta que el historiador tarraconense Joan Salvat i Bové recogió en su libro «La ciutat i el Camp de Tarragona» (1969).

Esta leyenda de tradición oral explica que cuando Tarragona se llamaba Tarraco, el gobernador romano Octavio mandó construir un puente que cubriría las necesidades de agua que tenía la ciudad, situada a unos 4km de distancia. Cuando el puente estaba ya casi listo al atardecer, un fuerte viento tumbó dos hileras de arcos. El maestro de obra, viendo que el arreglo era imposible se encomendó al demonio diciendo: «Només

¹⁶⁹ Salvador A., Lluís de, «Justificació històrica de les Pires Romanes», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1934, pg. 1.

el dimoni pot fer un pont que duri mil anys!». En ese mismo instante se apareció el «Demoni Vermell», asegurando que esa misma noche él construiría un puente que durase mil años, a cambio del alma del primero que bebiera del agua que pasara por la construcción. El maestro de obras aceptó el trato diciendo: «Tracte és tracte, així es farà». Al día siguiente el puente estaba acabado y se debía cumplir el trato, para ello el maestro de obras hizo beber del agua a un burro que después cedió como recompensa al demonio, que muy enfadado intentó echar abajo el puente, sin demasiada suerte. El «Demoni Vermell», maldijo el puente, asegurando que por él nunca llegaría agua a la ciudad. Dice la leyenda que los demonios desde entonces vigilan noche y día, escondidos en los arcos del puente, que no circule ni una gota de agua por él. De hecho, históricamente, Tarragona ha sufrido graves problemas de suministro hidráulico, pese a estar flanqueada por el río Francolí y por el Gaià.

Volviendo al monumento en cuestión, esta pira fue reconocida por toda la opinión pública como aquella que representó «una concepción muy diferente a la de la norma que se rige en otras localidades levantinas donde se conrea el arte de la Falla»¹⁷⁰, por respetar el estilo arquitectónico clásico que debía representar ese pasado épico de la ciudad, hecho que daría abolengo a la identidad local. A su vez, tanto la estructura como el discurso sobre ella era fácilmente reconocible por la población local que sabía de sobras la leyenda e identificaba la pertenencia de este hecho mitológico que explicaba el origen de uno de los monumentos más significativos de la ciudad.

¹⁷⁰ «De les properes festes de juny», *Diari de Tarragona*, 13 de marzo de 1935, pg. 1-2.



Figura 15: Cartel promocional de las Fallas de 1934

Fuente: *Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona*

Siguiendo esta dinámica, el mismo cartel promocional de las Pires Romanes de 1934, obra del maestro fallero Adolf Ariño, cuenta con este elemento de identidad local que era el pasado romano (Fig. 15). El autor se inspira en la Tarragona arqueológica, considera que la arqueología de la ciudad es un tesoro y que la fama de sus grandiosos monumentos debe ser promocionada alrededor del mundo¹⁷¹. A diferencia de las Fiestas de San Juan del año anterior, los organizadores aspirarían ahora a atraer a forasteros no sólo de la región de Tarragona, sino de otros lugares de España¹⁷². Con

esta intención, no sólo se editó un cartel promocional de las fiestas, sino que el mismo Ariño elaboró un sello artístico destinado al comercio y se pidió a los comerciantes que lo pusieran en el anverso de las cartas que tuvieran que enviar fuera de Tarragona¹⁷³. Los dos materiales promocionales pretendían unir tres elementos que vehicularon el discurso turístico de identidad local representado en las Pires Romanes: el pasado romano y la monumentalidad de la ciudad, la autenticidad de la fiesta del fuego en Tarragona y su carácter mediterráneo, «ciutat mediterrània per excelència». Este último elemento estaría comenzando a tomar importancia, que llegaría a su mayor esplendor en los años del boom turístico. Además, resultaba un elemento más de unión con el pueblo valenciano.

El personaje central del cartel promocional representa el espíritu, la tradición romana de Tarragona, subido en una nave que simboliza el progreso. El alba que figura en la ilustración encarna el renacimiento tarraconense. Además, el que el espíritu de Tarragona vaya sobre una nave también implica la idea de conquista, una conquista

¹⁷¹ «Una obra notable d'Adolf Ariño. El cartell de les festes de Juny», *Diari de Tarragona*, 22 de febrero de 1934, pg. 1.

¹⁷² «Comissió pro-festes i falles de Tarragona any 1934», *Diari de Tarragona*, 16 de juliol de 1933, pg. 2.

¹⁷³ «La Comissió Fallera», *Diari de Tarragona*, 12 de noviembre de 1933, pg. 1.

cultural más que bélica. Por eso, la figura representa una joven con formas vigorosas y cuerpo esbelto, pero que no lleva armas de guerra. Cabe remarcar que los diarios locales no se ponen de acuerdo en el sexo de la figura representada, puesto que resulta un tanto andrógino, dado que cuenta con marcados senos al descubierto y pelo largo, pero un «subligaculum»¹⁷⁴ con una cinta larga en la parte delantera, siendo esta una prenda utilizada mayoritariamente por hombres. En una mano lleva la trompeta de la fama y en la otra lleva una especie de vela ancha, símbolo de las piras de junio, donde quema el fuego sagrado del más puro tarraconismo. Finalmente, la Tarragona arqueológica tiene su representación entre las nubes que aparecen en el cartel, donde se observa a lo lejos la silueta de los monumentos de la Tarraco romana¹⁷⁵. Entre estos también aparece la catedral, con lo que no sólo se destacaría de Tarragona los monumentos arqueológicos, sino también aquellos edificios religiosos que explican gran parte de la historia de la ciudad. Tal como harían los viajeros del siglo XIX, los lugares destacados de la ciudad serían aquellos que tienen que ver con el pasado romano o con el poder eclesiástico.

Así mismo, tal y como antes ya se ha explicado, las élites organizadoras de la nueva fiesta pretendían con ella transmitir un claro componente moderno sobre la identidad local. Modernidad con la que algunos elementos de la fiesta importada chocaban de frente, el más claro es el caso de la fallera. Su imagen representó el discurso más tradicional e incluso arcaico sobre la feminidad local. A medida que se fueron celebrando ediciones, particularmente a partir de la 1935, la figura de las Falleras va desapareciendo de los medios de comunicación locales. Se sabe que seguirían existiendo, una fallera por cada falla plantada, pero en todo caso no recibirían la atención que sí tuvieron durante los dos primeros años. Esto puede implicar la desafección por parte de las élites organizadoras de la fiesta hacia una figura de feminidad en exceso tradicional a la vez que rural, más propia del estereotipo de feminidad valenciana que del que las élites tarraconenses querrían transmitir como representante de la identidad local. Tal como sucedió con el campesino de la Falla de la

¹⁷⁴ Con el término «subligaculum», se identificaba en la antigua Roma a la prenda resultante de la colocación de una pieza de tejido de forma ajustada a los genitales, caderas y trasero y sujeta a la cintura por un cinto de cuero o tela fuerte, dando lugar a una especie de calzones cortos.

¹⁷⁵ Salvador A., Lluís de, «Una obra notable d'Adolf Ariño. El cartell de les festes de Juny», *Diari de Tarragona*, 22 de febrero de 1934, pg. 1.

Estación Central, el mundo rural era entendido como un espacio arcaico, atrasado, pasivo e incluso perezoso, donde no cabía la modernidad, el progreso o la racionalidad, características de las que la nueva propuesta de identidad local huía, intentando así desactivar la orientalización y subalternidad a la que había sido condenada por parte de la catalanidad de la «Catalunya Vella».

No obstante, también cabe señalar que esta figura representante de la feminidad local también contó con una importante oposición desde las filas del catalanismo conservador, que no se sintió cómodo con las características que este imaginario transmitía. Señaló que ciertos elementos de folklore que ella representaba no encajaban con el supuesto carácter del pueblo de Tarragona, entendido éste como una pieza más del pueblo catalán. El imaginario de feminidad que fue reivindicado por el catalanismo conservador local fue el de la pubilla: una mujer sencilla, recatada, educada, cristiana, convencida de su papel como madre, esposa y catalana. Los textos nacionalistas de principios de siglo equipararon las características de la mujer catalana con las de la Madre de Dios (Duch i Plana 2007, 41)¹⁷⁶. Las críticas de este sector hacia la Fallera se produjeron en tanto que esta figura femenina se relacionaba con ideas como la coquetería¹⁷⁷, elemento visible y denostado de nuevos modelos de feminidad como la Nueva Mujer (Aresti 2001), se entendía la imagen de la Fallera como un producto de los excesos de la modernidad.

Resulta cierto que, tal y como se verá en el siguiente capítulo de esta investigación, la Miss representó la personificación del discurso sobre la feminidad propio de los partidos de izquierda republicanos y federalistas, que podemos considerar para entonces como hegemónicos por el hecho de ostentar tanto el poder local como el poder regional. Esta Miss trasladó ideas de modernidad y de renovación, era la Nueva Mujer, la Mujer Moderna, resultando el estereotipo antagónico a aquel propuesto desde las instituciones del catalanismo conservador. Se verá como Miss Tarragona es

¹⁷⁶ Un ejemplo de estos textos es el de Eugeni d'Ors, *La Ben Plantada* publicado a la largo del verano de 1911 en el diario *La Veu de Catalunya*. En él, la figura femenina simboliza la patria, es el elemento central de la familia por ser la transmisora de la historia y de la tradición a las generaciones venideras (Duch i Plana 2004b, 1631).

¹⁷⁷ Marias i Magrinya, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935, pg. 30.

una mujer universitaria, con cierto grado de independencia y que aspira a profesionalizarse gracias a su importante formación. No reivindica, tal y como sí lo hará Miss Girona, su papel como madre y esposa, hecho que marca una clara diferencia entre ambos estereotipos femeninos. Se pretendió representar todas estas ideas a través de la fallera, no obstante, su arquetipo de feminidad rural, arcaísmo y excesivo folklore propiciaron su desaparición de la escena pública.

En definitiva, en términos de género se observa cómo la Fallera desaparece por resultar para el sector local más progresista demasiado rural, reducto del valencianismo más arcaico y orientalizado. Pese a la adaptación de la figura de la Fallera en la representante local, con cabellos dorados y tez blanca, alejándose así de cualquier relación con el sur, no acaba de representar de manera adecuada la modernidad a la que aspiraba Tarragona, hecho por el que desaparece en favor de la Miss. Por otro lado, la Fallera tampoco convencía a los sectores del catalanismo más conservador, por su excesiva coquetería, valor del todo denostado por los discursos más tradicionalistas. Estos sectores del catalanismo conservador apelarían a la figura de la «pubilla» como la mujer catalana, humilde y de su casa, que no olvida sus mandatos supremos y que no ocupa espacios públicos como son el ocio y la fiesta.

«Negociar, discutir y resistir»: oposición al discurso ambivalente de nación y de género desde dentro

Los sectores del catalanismo conservador de Tarragona mostraron una férrea oposición a las Fallas por ser una fiesta importada, por ser excesivamente popular y por transmitir unas imágenes de género consideradas excesivamente modernas y alejadas de la tradición y la esencia del catalanismo. Asimismo, aunque de manera más leve, también se presentó oposición por parte de los sectores próximos a la Iglesia y sus postulados, en tanto que la fiesta fue planteada como una fiesta pagana, alejada de cualquier celebración eucarística. Tal como señala Ariño (1992, 216) el ritual de las Fallas había estado ya desvinculado del patronazgo religioso, aunque algunos grupos siguieran vindicando su unión. La fiesta tenía como objetivo visibilizar la pertenencia y adscripción a una «communitas» común, en este caso la tarraconense. Ambas resistencias al discurso hegemónico que representaban las Piras Romanas cuentan, además, con claras

connotaciones de género, seleccionando, negociando y proponiendo aquellos aspectos que debían definir la masculinidad y la feminidad local a través de la fiesta. Este elemento debe entenderse como un aspecto más a través del que trazar, dialogar y plantear discursos de identidad nacional o local.

Fue a partir de la segunda edición de las Fallas de Tarragona, ya bautizadas como Piras Romanas, que el catalanismo conservador de la ciudad comenzó a mostrar su oposición ante una fiesta que consideraban no respondía a las características de la que había sido la catalanidad hegemónica, surgida de la mano de la burguesía barcelonesa y con un gran arraigo e identificación en la provincia de Girona. Esta catalanidad hegemónica hasta la llegada de la Segunda República estuvo en las manos de la que sería la Lliga Regionalista y su descendiente, la Lliga Catalana. El diario «La Veu de Tarragona», con una línea editorial vinculada a este catalanismo de la Lliga Catalana, publicó en 1934¹⁷⁸ un alegato a las costumbres catalanas, definiéndolas como alejadas de todo aquello carnavalesco y de los excesos, representados por esta fiesta valenciana. Definió a la población de Tarragona como una ciudadanía callada y recatada, en la que algunas cosas ni se dicen ni se hacen, por ser una población amante del orden, del control y de las buenas costumbres. Estas referencias conllevan de manera implícita la valoración sobre la fiesta valenciana y, por ende, sobre la propia identidad nacional valenciana. De ella se dijo que era incivilizada, burlesca, salvaje y un tanto bárbara.

Mediante la propia definición de la identidad local por parte del catalanismo conservador de Tarragona, se estaba creando la alteridad valenciana, con atributos realmente próximos a la España orientalizada y representada a través de características arcaicas, en las que se podía apreciar la prevalencia del elemento musulmán, hecho que fomentaba su dudosa pertenencia al mundo occidental, moderno y civilizado. Tal como se estaba subrayando, el carácter intachable de los tarraconenses y, por extensión de los catalanes, se contraponía al carácter despreocupado de los habitantes de Valencia y, por ende, de España, poniendo en duda la modernidad de estos territorios y, por tanto, su plena pertenencia a Europa (Andreu Miralles 2016a, 83), en un claro ejercicio de orientalización hacia todo aquello que recordara a español. De esta manera se estaba

¹⁷⁸ RAP, «Falles i Porqueries», *La Veu de Tarragona*, 23 de junio de 1934, pg. 1.

reproduciendo la dinámica presente a nivel europeo entre el norte y el sur, entre oriente y occidente, donde España se situaba en una suerte de encrucijada. El catalanismo conservador trasladó esa dinámica dentro del territorio español, diferenciando los territorios del norte de aquellos que se situaban en el sur, a los que se le atribuirían todas las características orientalizantes e inferiorizantes que diferenciarían ambos espacios. Desde este «otro interno», el catalanismo conservador creaba la identidad catalana en base a conceptos totalmente antagónicos de los que se atribuían a España, y particularmente a su sur: modernidad, civilización, racionalidad frente a arcaísmo, retraso o salvajismo. (Andreu Miralles 2016a, 86).

Este hecho también se puede observar en la zarzuela «La Fallera del Barri» que, desde la ficción de la cotidianeidad, plantea el cuestionamiento del catalanismo conservador hacia la nueva fiesta republicana y progresista, así como se plantea el poco arraigo de la fiesta entre las clases populares en sus últimas ediciones, como un elemento más de desafección de las clases subalternas de Tarragona por la fiesta en cuestión.

Esta zarzuela costumbrista, ambientada en la Tarragona en Fallas de 1935, resulta una excelsa fuente de información para conocer tanto el discurso del catalanismo conservador, como las posibles resistencias que se fueron sucediendo, entendiendo en todo momento que nos encontramos ante una ficción. A través del personaje del novio de la fallera, la zarzuela muestra una de las quejas más extendidas entre aquellos sectores del catalanismo conservador que veían la fiesta como ajena, distante de las costumbres refinadas del carácter catalán. En este sentido, el novio de la fallera, Enric, esgrime un alegato en contra de las fiestas por considerar que éstas lo único que traen a las calles es desorden, gente «xerraire i xafardera» que inunda los paseos y disturba la paz y la belleza de las caminatas por la ciudad¹⁷⁹. Los argumentos esgrimidos por el personaje son muy similares a aquellas quejas que, tal como se ha ido viendo, esgrimían los hombres más afines al catalanismo conservador de la ciudad, razón por la que aquí se da verosimilitud a la existencia de grupos locales que mantuvieran en discurso que protagonizaba el novio de la fallera sobre la fiesta.

¹⁷⁹ Marias i Magrinya, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935, pg. 27.

No obstante, aunque en numerosas fuentes se puede observar la oposición a la fiesta, por representar una fiesta importada, que no conseguiría transmitir unos valores determinados de la identidad local, el catalanismo conservador también la alabaría cuando ésta conseguía representar aquellos aspectos afines relacionados con el orden, la alta cultura, la civilidad y la razón, valores compartidos con el discurso de las élites progresistas. Así pues, estos sectores aplaudieron el monumento fallero plantado en la Rambla en la edición de 1935, la Pira del Pont del Diable. Esta Pira apelaba a la tradición y el del pueblo catalán, así como ideas de orden y civilidad, arrinconando la bárbara costumbre de las hogueras desordenadas que habían sido tradición hasta entonces. Asimismo, no contaba con ningún tono satírico, hecho que reforzó la conveniencia de la falla como representante de los valores locales. El monumento aglutinaba los valores que formaban parte del discurso de identidad local de las élites locales próximas al catalanismo conservador: el pasado épico de la ciudad, el carácter mítico de su nacimiento, alejado todo ello de los carnavalesco, satírico o burlesco. Esta falla y su estilo representaban la Tarragona «cosmopolita por su historia, por su antigüedad, por su linaje, por su timbre de gloria que le han dado sus cosas propias, entre estas cosas propias está su religiosidad y su pasado pagano»¹⁸⁰. El acueducto romano, según el mismo diario, «tiene mucho de tarraconense y representa lo más tarraconense de la tierra»¹⁸¹.

Por otra parte, el sector más conservador de la ciudad y afín a los postulados religiosos también mostró su oposición a las fiestas. Estas señales se encuentran en el diario «La Cruz», particularmente. En este caso, el discurso de identidad local propuesto por el conservadurismo tarraconense defendía un aspecto transversal en este imaginario, la religiosidad de la ciudad. Destacaron la poca adecuación del nuevo nombre que la fiesta recibió en 1934, por obviar la tradición religiosa sobre el día de San Juan. Proponen que, en base a esta religiosidad como signo transversal de la identidad local, el nombre sea el de Fiestas de San Juan. En detrimento del reconocimiento al titular de la fiesta, San Juan, por el que no desarrollaron ninguna liturgia específica, ni

¹⁸⁰ «Festes i Falles», *La Veu de Tarragona*, 15 de junio de 1935, pg. 1.

¹⁸¹ «No cremem la falla», *La Veu de Tarragona*, 22 de junio de 1935, pg. 1.

ceremonias ni procesiones, se alzaron banderas y se cantaron himnos. Este hecho se da de igual manera para las Fallas originales de Valencia (Ariño Villarroya 1992, 161).

Otro de los aspectos que proponían destacar en su discurso de identidad local pasaba por la tradición del día en cuestión, por recordar «aquellas típicas fiestas de dulce y evocador tradicionalismo que tanto alegraron los días de nuestra infancia»¹⁸². Estas afirmaciones conjugan el tradicionalismo y, por tanto, la huida frente a cualquier cosa que implique modernidad, con el peso de la Iglesia en Tarragona. Por tanto, ponen en cuestión la identidad local transmitida mediante estas modernas fiestas, alejadas de cualquier afán religioso y cargadas de sátira, humor y paganismo.

Pese a estas protestas, es cierto que el altavoz de los sectores más conservadores de la ciudad mostraría cierta ambivalencia al expresar su satisfacción con la llegada de muchos forasteros que ha convertido a la ciudad en una «población populosa»¹⁸³. Por tanto, se observa que, pese a que las características que la fiesta representa sobre la identidad local no están del todo acorde con aquellas deseadas por las posturas más conservadoras y religiosas, sus beneficios como atractivo turístico de la ciudad sirven como inhibidores de cualquier disputa. Aunque las élites católicas de la ciudad no dejan de solicitar a los organizadores de las fiestas que éstas sean iniciadas por actos religiosos, alegando que «los organizadores se han olvidado de que todas las fiestas tradicionales de nuestro pueblo tienen como un deber, el ser iniciadas por la Iglesia»¹⁸⁴.

«Resistir al discurso de las élites»: conflicto de clase a través del discurso de identidad local hegemónico y del orden de género

La aparición de una comisión independiente, la Comisión del Puerto, que aglutinaba a los falleros de los barrios de la parte baja de la ciudad, a su vez los más populares, hizo que apareciese un discurso de identidad local, particularmente a través

¹⁸² «Después de las fiestas», *La Cruz: diario católico*, 25 de junio de 1935, pg. 1.

¹⁸³ Ibid.

¹⁸⁴ «A las comisiones falleres», *La Cruz: diario católico*, 28 de junio de 1935, pg. 1.

del género, que no contentaría a las élites organizadoras de las fiestas en Tarragona. Debe tenerse en cuenta la extracción social de los falleros del Puerto, hombres dedicados a las labores del mar y de la industria próxima al Puerto, que vivían en los barrios populares y fabriles como el del Serrallo o el de Marina (de Ortueta Hilberath 2004, 90; Escoda Múrria y Ballester Bages 2005). Estos barrios contaron, desde su nacimiento a mediados del siglo XIX, con una idiosincrasia particular, sintiéndose aún hoy en día como un pueblo dentro de Tarragona (Milian 2021).

Las gentes que habitaban la parte baja de la ciudad pertenecían a las clases más populares de la ciudad, familias de pescadores en su mayoría, menestrales, así como pequeña burguesía que contaba con almacenes en los bajos de sus casas permitiendo hacer el comercio de sus productos, como el vino, más ágil. En las fuentes procedentes de la hemeroteca local, medios de comunicación vinculados sobre todo a las élites de la ciudad y a las instituciones, no aparece la razón por la que un grupo de ciudadanos del barrio del Puerto deciden crear su propia comisión, la primera información de su surgimiento es del mes de abril de 1934, cuando se señala que «els fallers del port contribuirán amb caràcter autònom i valencianista»¹⁸⁵. De hecho, con la intención de que las fiestas crearan mayor arraigo, de cara a la edición de 1935 sí que existió la propuesta de formar comisiones por barrios, destacando que de esta manera se podría dar una participación más directa y democrática al pueblo, «creando estímulos y espíritu de emulación y habrá mayor verdad porque cada barriada imprimirá su especial psicología»¹⁸⁶.

No obstante, esta intención no existiría cuando ya en 1934 se creó la comisión independiente del Puerto. Desafortunadamente, las fuentes primarias emitidas por la Comisión del Puerto son realmente escasas, por lo que resulta muy poca la información que tenemos sobre los miembros que formaron la comisión del Puerto a lo largo de las tres ediciones en las que participó Víctor Nebot i Olaria como presidente de la Comisión en 1934, mientras que en los diarios locales constaba como vocal. Conocemos de él que

¹⁸⁵ «De les properes festes de Juny», *Diari de Tarragona*, 25 de abril de 1934, pg.1.

¹⁸⁶ «La organització de les festes i el Sindicat d'Inicativa», *Diari de Tarragona*, 8 de agosto de 1934, pg.1.

era natural de Valencia e industrial¹⁸⁷, no resulta un individuo mal posicionado en el barrio del Puerto. Posiblemente trabajó como industrial vinculado al sector de la pesca y las tareas del mar o comerciante. Otro de los hombres que formaban la comisión del Puerto fue Antoni Tutusaus, su tesorero. De él se conoce que murió el 4 de mayo de 1937 en una réplica de los Hechos de Mayo del 37 en la ciudad de Tarragona, la noticia que informa de su fallecimiento destaca que él formaba parte de Esquerra Republicana de Catalunya – ERC – y que «moriren lluitant per la ciutadania quatre homes, quatre catalans, quatre patriotes!»¹⁸⁸. Otro de los hombres que formaban la comisión fallera del Puerto fue Josep Rebull Comes, vocal, que trabajaba en el sector del Comercio al Mayor y el Detalle y formaba parte de los comités paritarios interlocales del Centro Autonomista de Dependientes del Comercio y la Industria. Además, se conoce que fue candidato por el Bloc Obrer i Camperol – BOC – en las elecciones celebradas en octubre de 1932¹⁸⁹. En enero de 1936 asiste a un mitin provincial por la amnistía de los presos de octubre del 1934, mitin al que asiste también Andreu Nin y que parece que está organizado por el Partido Obrero de Unificación Marxista – POUM –. Desafortunadamente, no contamos con más información sobre los demás integrantes de las comisiones del Puerto que se fueron sucediendo a lo largo de las tres ediciones en las que participaron. De los individuos de los que sí conocemos algún dato podemos destacar su pertenencia a la pequeña burguesía industrial que residía en el barrio del Puerto, así como su vinculación política con el marxismo y el republicanismo. Resulta cierto, que tal y como han señalado algunos autores (Abelló 1989, 179) resulta complicado obtener una radiografía exhaustiva de la clase obrera tarraconense con la que poder valorar su participación en eventos políticos y sociales, afirmación que pese a estar indicada para las últimas décadas del siglo XIX también se puede trasladar al momento aquí señalado, considerando la dificultad de poner en valor la participación cultural de la clase obrera.

A lo largo de este apartado se planteará cómo la brecha de clase es la causa de la resistencia desde abajo al discurso hegemónico procedente de las élites dirigentes de

¹⁸⁷ *Diari de Tarragona*, 30 de agosto de 1927, pg.7.

¹⁸⁸ «Imponent manifestació de dol», *Llibertat*, 8 de mayo de 1937, pg. 1-2.

¹⁸⁹ «El BOC a la lluita», *Diari de Tarragona*, 4 de octubre de 1932, pg.2.

la ciudad, particularmente a través del aspecto clave que resultaba el género en la identidad local. Se propone que la transgresión de las normas de género y su representación procedía de una disputa de clases muy presente en el barrio del Puerto, como se ha dicho, habitado particularmente por trabajadores vinculados a los oficios del mar y por pequeña burguesía. No obstante, dada la falta de fuentes procedentes de la comisión del Puerto, su voz únicamente se puede estudiar a través de las fallas plantadas, por lo que las interpretaciones aquí expuestas son simplemente propuestas, totalmente sujetas a posibles revisiones y al encuentro de nuevas fuentes primarias.

Los falleros del Puerto representaron a través de sus fallas, resistencias frente al discurso de identidad local a través del género procedente y propuesto por las élites dirigentes de la ciudad. El carácter carnavalesco de la fiesta, muy vinculada ya en Valencia a la sátira y la burla, sirvió como escenario donde poder mostrar transgresiones y disidencias a dicho discurso. En todo caso, esta actitud fue sancionada duramente por la opinión pública, muy próxima a la «Comisión Pro-Festes i Falles» dirigida por los prohombres de la localidad que fueron desacreditando, a través de la estructura de la opinión pública esgrimida en los diarios locales afines, el discurso alternativo e incluso, subversivo representado por los falleros del puerto, de la parte baja de la ciudad, tal y como se verá en las siguientes líneas. De esta manera, es posible analizar el surgimiento de discursos de identidad local mediante el género que representaron una alternativa a aquel que pretendía presentarse como hegemónico, a la vez que se pueden observar todos los mecanismos utilizados por las élites tarraconenses para desacreditar dichos discursos disidentes.

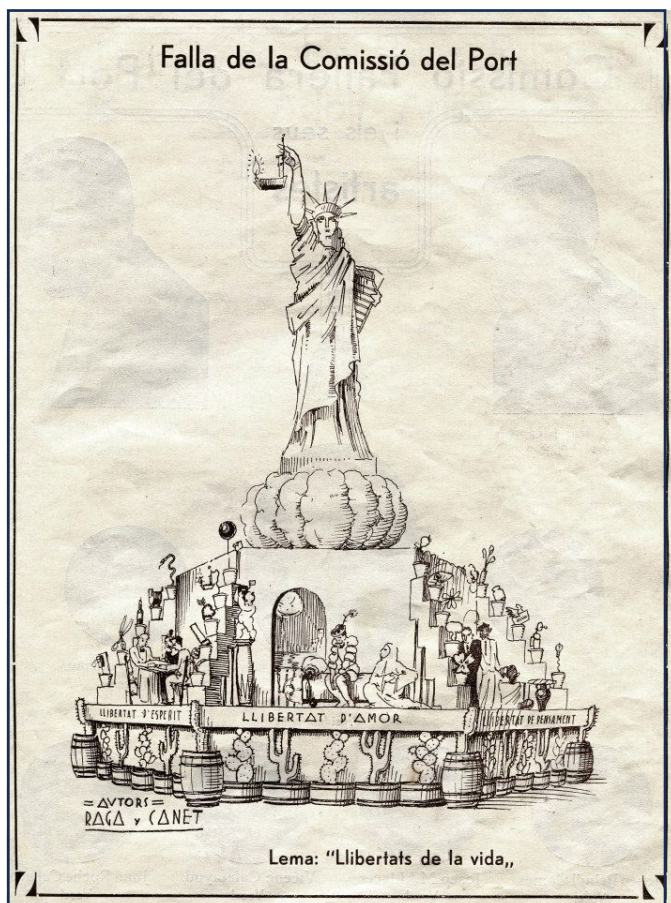


Figura 16: Esbozo de la Falla plantada por la Comisión del Puerto y obra de los artistas Canet y Raga. 1934

Fuente: «Tarragona Fallera. Programa Oficial», Tarragona, 1934.

El primero de los monumentos falleros plantados por la Comisión del Puerto y que despertó una gran oposición por parte de las élites organizadoras y la opinión pública afín fue el que se plantó en la por entonces Plaza de Olózaga - actualmente la Plaça dels Carros -, titulado «Falla de la Llibertat» y creado por los maestros falleros Vicent Canet i Ramil y Rafael Raga Montesinos (Fig. 16). La base del monumento era de forma pentagonal y en cada uno de los lados se representaron escenas sobre las diversas libertades, presididas por un pedestal que albergaba

una reproducción de la Estatua de la Libertad de Nueva York. La obra pretendía representar los diversos tipos de libertad: la libertad de expresión, de espíritu, de amor, de acción y de culto. Estas libertades serían aquellas definirían la propia República y que quedan plasmadas en su texto constitucional. Buen ejemplo de ello es la libertad de culto a la que aludía la constitución aprobada el 9 de diciembre de 1931, que señala en su artículo tercero que «El Estado español no tiene religión oficial», el derecho a la libertad de culto reconoce en el artículo 27 «La libertad de conciencia y el derecho de profesar y practicar libremente cualquier religión quedan garantizados en el territorio español»¹⁹⁰, libertad que como se verá más adelante aparece representada en la falla. La libertad de expresión, con otra escena en el monumento, también fue garantizada en la nueva constitución de 1931, la que reconoce que «Toda persona tiene derecho a

¹⁹⁰ «Constitución de la República Española». Artículo 3 y 27. 9 de diciembre de 1931.

emitir libremente sus ideas y opiniones, valiéndose de cualquier medio de difusión, sin sujetarse a la previa censura»¹⁹¹.

El
derecho al
divorcio es
representado en
la falla a través
de la escena
dedicada a «la
llibertat d'amor»
(Fig. 17). El
reconocimiento
de este derecho



*Figura 17: Escena de la Falla de la Llibertat sobre la «Llibertat d'amor»
Fuente: Foto perteneciente a Llorca, hecha por H. Vallvé*

implicó un importante debate

social, convirtiéndose en uno de los baluartes de la nueva constitución. En el artículo 43 del texto se reconoce que «el matrimonio se funda en la igualdad de derechos para ambos sexos, y podrá disolverse por mutuo disenso o a petición de cualquiera de los cónyuges, con alegación en este caso de justa causa»¹⁹². La escena que aparece en la falla muestra una pareja que bien podría recordar a una escena de Donjuán y Doña Inés. No obstante, los papeles en esta escena aparecen invertidos, en tanto que Doña Inés es la que aparece arrodillada frente al Donjuán que está sentado en una postura un tanto melancólica. Por tanto, consideramos aquí que esta escena representa la resistencia desde abajo a los nuevos discursos sobre las relaciones amorosas, habiendo estado ya legalizado el divorcio y dejando atrás los matrimonios por conveniencia. Esta escena se considera aquí un elemento más que explica la resistencia desde abajo al discurso de modernización de las relaciones de género esgrimido por las élites.

¹⁹¹ «Constitución de la República Española». Artículo 34. 9 de diciembre de 1931.

¹⁹² Ibid. Artículo 43. 9 de diciembre de 1931.

Otra de las escenas de esta falla titulada «Llibertat d'esperit» muestra una especie de sala con una mesa redonda en el centro y tres hombres a su alrededor, en el fondo de la escena se encuentra un reloj de pared del que sale la figura de un hombre e



Figura 18: Escena de la Falla de la Llibertat sobre «la llibertat d'esperit». Fuente: Foto perteneciente a Llorca, hecha por H. Vallvé

ilustrado en el muro del fondo tres formas blancas que imitan a tres espíritus (Fig. 18).

Esta escena, sin duda, recuerda a las sesiones de espiritismo que desde finales del siglo

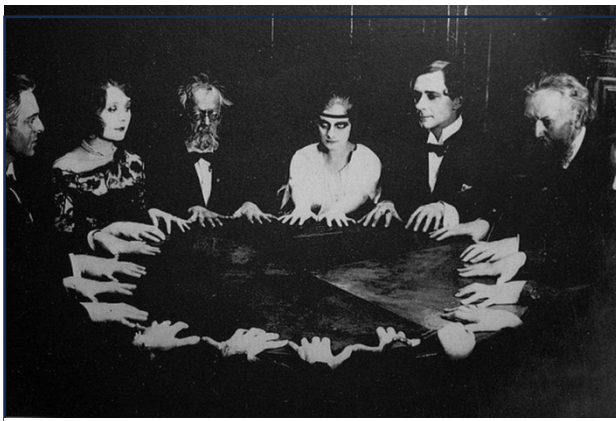


Figura 18: Sesión de espiritismo en el siglo XIX.

Fuente: Agencia SINC

Estas sesiones de espiritismo contaron con una férrea resistencia y oposición por parte de la Iglesia Católica, que las llegó a tildar de sesiones demoníacas (1998), por lo que la satirización en esta escena puede llevarnos a pensar en una resistencia anticlerical por parte de las clases subalternas de Tarragona. A su vez, dado que el espiritismo fue una práctica seguida por personas culturalmente instruidas, generalmente afines a ideas librepensadoras e incluso, anarquistas, las clases populares aglutinadas en la comisión no oficial, la del Puerto, pudieron utilizar esta escena para mostrar su carácter reactivo hacia las nuevas modas de las clases altas. Incluso aunque estas estuvieran encuadradas en los mismos partidos que los falleros del Puerto, por lo que la disputa no sería ideológica sino más bien entre la cultura popular y la cultura oficial y de las élites y cuadros dirigentes. Este conflicto puede leerse también en clave de clase, en tanto que

XIX y principios del XX se habían puesto muy de moda entre las élites culturales españolas (Fig. 19), con múltiples asociaciones a lo largo y ancho del país y con muchos adeptos entre los más importantes doctores, pedagogos, profesores y librepensadores (Solà 1998).

las clases populares denostarían cualquier discurso procedente de las clases altas, incluso aunque formaran parte del mismo espectro ideológico. Disputas que se acababan representando en términos de género, tal y como pasaría en la Falla de las Libertades, como en la Feminidad.

La escena que mayor debate despertó fue la libertad de culto, presentada en la



*Figura 19: Escena de la Falla de la Llibertat sobre la «Llibertat de cults»
Fuente: Foto perteneciente a Llorca, hecha por H. Vallvé.*

falla con el nombre «llibertats de cults», pues los artistas decidieron hacer un juego de palabras entre el castellano y

el catalán, apoyado por la teatralización de la escena, con el que se insinuaba la «libertad de culos» (Fig. 20). Dicha representación contó con la figura de una mujer desnuda, en referencia a la libertad para practicar el nudismo, aludiendo a la nueva moda nudista que había llegado a principios de siglo a España de la mano de posturas anarquistas y libertarias (Cubero 2015).

Esta nueva práctica, vinculada a las ideas naturistas y asociada a la denuncia sobre el sistema moral conservador, vino de la mano de las corrientes anarquistas en auge a principios del siglo pasado (Abelló 1997, 56). El propio cuerpo resultaba otro vehículo a través del que manifestar la rebeldía y la resistencia frente a un compendio de valores morales represores surgidos de la sociedad burguesa. La vestimenta era entendida como un marcador clasista, un elemento que creaba una clara diferencia entre clases y sexos, entre ricos y pobres, entre mujeres y hombres. La diferenciación creada en relación con el género mantenía una mayor presión sobre la libertad femenina, tanto sobre su cuerpo como sobre su sexualidad. El desnudarse implicaba,

por tanto, la desaparición de estas barreras, una forma de revelarse contra las trabas que oprimían el cuerpo, en particular el que performaba la feminidad (Cubero 2015, 80-81).

Ahora bien, dado el ambiente carnavalesco de la fiesta esta escena puede representar no tanto una reivindicación del nudismo sino más bien una resistencia frente a la nueva moda de mostrar los cuerpos desnudos, resistencia que únicamente sería posible teatralizar en dicho ambiente burlesco. A través de esta escena, la comisión del Puerto tenía la posibilidad de satirizar la corriente nudista que había ido llegando a España de la mano de las ideas anarquistas. No obstante, de nuevo, esta interpretación resulta únicamente una nueva línea de investigación que puede ser reinterpretada en el futuro, dada la dificultad actual de reseguir la voz de los falleros del Puerto.

Las diversas escenas que se han mostrado y analizado en esta parte muestran la satirización y la burla frente a las nuevas libertades y derechos republicanos, como la libertad de amor o la libertad de culto, y las nuevas modas del momento, como sería el espiritismo. Es en el ambiente carnavalesco de la fiesta que las clases entendidas aquí como subalternas por no formar parte de los cuadros dirigentes y oficiales de las fiestas, organizados en la Comisión Oficial Pro-Falles i Festes, podrían tener un espacio que, sin estar sancionado, les permitía exponer sus discrepancias frente al discurso político y cultural hegemónico (De Certeau 1988). Así, las clases subalternas utilizan la ambigüedad de la fiesta carnavalesca para mostrar significados reactivos frente a la cultura oficial. Es decir, es a través de la cultura popular y sus representaciones burlescas donde se enfrenta al discurso oficial, no tanto a través de la proposición de nuevos relatos sino más bien a través de la confrontación y la satirización de los oficiales. Es por esta ambigüedad y por la falta de estructura, como podrían ser los medios de comunicación, donde clarificar el discurso de la Comisión del Puerto, que las interpretaciones sobre la voz de los subalternos, los Falleros del Puerto, deben contemplar una mirada amplia en su interpretación.

En todo caso, sí que sabemos que la opinión pública tarraconense esgrimió contundentes juicios en contra de la falla en cuestión. El «Diari de Tarragona» fue el que menos énfasis puso en su crítica, puntualizando únicamente el hecho de que el

monumento contaba con algunas estatuas de «caire francament picaresc y ‘nudista’»¹⁹³. El diario «La Cruz» se mostraría más hostil con esta falla, de la que decía se debía censurar por contar con varias estatuas desnudas que estropeaban el conjunto, desnudos que no son tolerables en monumentos falleros como sí lo son en otros contextos artísticos, desdiciéndose así de otras disputas protagonizadas por el diario, como el caso del monumento «dels Despullats»¹⁹⁴. Destaca además que los artistas falleros no son Adolf Ariño, sino otros¹⁹⁵. Esta última afirmación demuestra que Ariño sería el fallero favorito tanto para la Comissió Pro-Festes i Falles, como para la opinión pública, dos espacios copados por la elite local. En cambio, la comisión del Puerto, totalmente independiente decide construir un discurso en la falla totalmente político e incluso subversivo en su reproducción, hecho que se ve agravado por la extracción popular de las personas que formaban la comisión en cuestión y que habían dejado de reproducir de manera sumisa y fidedigna la identidad local esgrimida por las élites. Los falleros del Puerto en ningún momento se defendieron de dichas acusaciones y críticas, sino que más bien dejaron espacio para la ambigüedad de su discurso, únicamente reproducido a través de los monumentos falleros que plantaron, ambigüedad que justamente abrió una brecha que posibilitó las escenas que se han estudiado hasta ahora.

¹⁹³ «Crónica de les festes», *Diari de Tarragona*, 22 de junio de 1934, pg. 1.

¹⁹⁴ Vidal Sánchez, Carlota, «El monumento *dels Despullats*. Género y Nación en la construcción de un lugar turístico» en Vidal Sánchez, Carlota, *Género y nación en la representación turística de la identidad local: Tarragona durante la II República*, Universidad de Barcelona, 2023.

¹⁹⁵ «Festes falleres», *La Cruz. Diario Católico*, 22 de junio de 1934, pg. 1.



Figura 20: Fotografía de la Falla de la Feminidad, obra de Lorca y Archelós en las Fallas de 1936 y encargada por la Comissió del Port.

Fuente: Archivo Rafael Vidal Ragazzon

En la edición de 1936 los falleros dieron un paso más allá, plantando una falla que resultó del todo disruptiva y provocadora para el discurso oficial de las élites locales. Esta nueva falla de la Comisión del Puerto estaba compuesta por la figura de una Eva desnuda sobre una manzana rodeada por una serpiente, y fue conocida como la «Falla de la Feminitat» (Fig. 21). Ésta fue obra de los maestros falleros Lorca y Archelós y pretendía representar el episodio bíblico en el que Eva se come la fruta prohibida - fruto del árbol del Bien y del Mal identificado con una manzana por la tradición popular- hecho que provoca su destierro del Jardín del Edén. Era

obvio que esta falla despertaría el debate por diversos aspectos: por tratar un tema bíblico y por presentar la figura de una mujer desnuda coronando el monumento, recordemos que el desnudo en obras de arte ya había despertado un importante revuelo años antes con el monumento de los «Despullats» y en las propias Fallas sólo dos años antes, con la falla de las Libertades.

La Comisión del Puerto mediante sus fallas representaba un discurso de feminidad local insertado en los debates sobre el género que se estaban dando en los años 20 y 30 del siglo XX. La feminidad representada en la falla de Lorca y Archelós enaltecía la figura de Eva y obviaba a María, quién representaba valores como el esfuerzo, la abnegación o la fortaleza. Eva, en cambio, representaba la transgresión, la liberación, la impudicia, la desvergüenza y lo vulgar para el discurso normativo de las

clases medias y altas (Llona 2017b, 119). Eva representaba la Nueva Mujer, liberada de la opresión religiosa que durante siglos había decretado una forma de feminidad reprimida, escondida, puritana y arcaica. La Nueva Mujer se ponía por encima del pecado, representado por la manzana, con todo su cuerpo al desnudo. Ahora bien, este hecho podría hacer pensar que los falleros del Puerto estaban defendiendo este nuevo ideal femenino, pero la ambigüedad sobre la que la cultura popular se movía permite también otra interpretación. Al considerar las Fallas como un enjuiciamiento, la condena a la hoguera sobre un determinado discurso social es plausible también considerar que los falleros del Puerto estaban sancionando los nuevos postulados feministas que abogaban por la emancipación femenina, por la pertenencia del propio cuerpo, por la exposición y participación pública de la mujer, etc. En su forma la falla de la Feminidad resulta muy transgresora, puesto que se salta todas las directrices que desde la comisión oficial marcaban la estética de las Fallas en Tarragona, y en el fondo del discurso propuesto por las clases subalternas se puede observar la confrontación con los discursos oficiales sobre la feminidad local. Estos discursos, tal y como se verá en el próximo capítulo a través de la figura de Miss Tarragona, se aproximaban a postulados muy modernos sobre la feminidad, proponiendo como representante de esta a una mujer que seguía claramente el estereotipo de la Mujer Moderna.

En este sentido es posible insertar el debate local sobre la pertinencia de la falla en un discurso global sobre el orden de género, en este caso concreto, sobre la feminidad y su importancia como transmisora de la respetabilidad nacional o local. Fueron años en los que las diferentes visiones de respetabilidad se apoderaron del cuerpo femenino como un territorio simbólico en el que se estaba poniendo en juego el progreso social (Llona 2017b, 106). La «señorita» había aparecido como este modelo de respetabilidad nacional mediante el género, una feminidad basada en el mundo familiar, por tanto, la esfera privada, y la religión católica que respondía de manera adecuada como transmisora de los valores nacionales, regionales o locales. La llegada del ideal de Mujer Moderna, más simbólico que real en las calles de cualquier localidad española, implicó la aparición de un nuevo discurso sobre la feminidad, conllevando a su vez cambios estéticos, su delgadez implicaba salud y respetabilidad, a la vez que se estaba fomentando una creciente sexualización del cuerpo femenino. No obstante, mayores

cotas de libertad corporal y sexual en la feminidad implicaron duros enfrentamientos sociales derivados de las limitadas ideas de honradez y de decencia femeninas vigentes (2017b, 118). En este contexto se debe situar la falla de Canet y Raga, al plantear un nuevo discurso sobre la libertad corporal femenina y encontrar una oposición radical derivada de concepciones tradicionales de la respetabilidad, el pudor y el recato femenino. Por lo tanto, se puede considerar que este discurso subversivo de género representado por la falla de la Comisión del Puerto está en consonancia con nuevas imágenes de género a nivel global.

De nuevo, es discurso de las clases populares locales no resulta uno propositivo, sino más bien reactivo con el relato y el discurso esgrimido desde arriba sobre la feminidad local. Y que, además, juega con la ambigüedad para plantear su reactividad, puesto que no se puede determinar si reivindican la figura de la Eva Moderna o más bien la condenan a la hoguera, por ser una figura demasiado moderna y, por tanto, demasiado transgresora. Asimismo, los falleros del Puerto en ningún momento quisieron mostrar su voz para delimitar el discurso reproducido en los monumentos falleros, así no se encuentra en los diarios locales alegato alguno en defensa de la falla ni explicaciones que delimitasen su significado.

La oposición por parte de las élites a ambas fallas resultó realmente exacerbada, sobre todo por considerarla como una manera burda y soez de representar la feminidad. A la vez, la opinión pública enalteció otros monumentos con representaciones de la feminidad consideradas como mucho menos disruptivas, más tradicionales, si se quiere, ordenadas y civilizadas, en las que la figura femenina ejercía como transmisora de la identidad local oficial y la valedora de esta y que tanto podía contentar a las élites progresistas que veían en la reproducción del arte la propia modernidad, como para los sectores más conservadores que apelaban a la tradición y la esencia. Este es el caso de la falla conocida como «La llegendra del Pont del Diable» (Fig. 6), obra de Adolf Ariño y encargada por la Comisión Pro-Falles i Festes de 1935. Y que, tal y como se ha señalado anteriormente, guardaba todas las formas solicitadas a partir de 1934 por los organizadores de las fiestas para imbuirlas de mayor carácter local, representando la construcción del conocido como Pont del Diable, del acueducto romano que pasa por la ciudad, al que se le atribuye un origen misterioso y diabólico.

Entre los personajes que aparecen en esta falla se encuentra una abuela con sus nietos, un niño y una niña que parece que viven en una diminuta y precaria cabaña. Según el folleto explicativo de la falla, la abuela para hacer pasar el frío a sus nietos decidió explicarles la leyenda del puente del Diablo¹⁹⁶. La figura de la abuela representa la feminidad nacional a través de la que se traslada la idea de perpetuación de la propia nación, dicha feminidad será la encargada de la encarnación de la particularidad cultural tarraconense, como depositaria y mantenedora del legado cultural de la colectividad. Este hecho sigue una dinámica común en la que serían las mujeres del mundo rural y clase más baja las que se consideraron como prototipos locales de la esencia de la nación, llevando el peso de la representación de la identidad colectiva (McClintock 1995; Yuval-Davis 1997). Con la defensa de esta falla y todos sus personajes, los sectores opositores a las fiestas y a algunas de sus fallas estaban trazando una clara imagen de feminidad, una feminidad relegada a la domesticidad, esencia de la nación y perpetuadora de la tradición, imagen que chocaría de frente con aquella que las élites progresistas proyectaban para la feminidad local.

Esta misma dinámica fue parecida en Valencia, donde la representación del mundo rural fue la encargada de representar el sistema de valores de la tradición autóctona valenciana y a través de la que se confrontaron las innovaciones de la modernidad urbana. La tradición, representada mediante significados de género como la abuela en el caso de Tarragona o la hortelana valenciana, resultó una construcción selectiva e idealizada basada en rasgos propios de la cultura rural de ambos lugares. Se considera así que la autenticidad y la esencia de la identidad local reside en el pasado y en su origen rural. Tampoco resulta, siguiendo esta dinámica, inocente que la abuela de la Falla estuviera en una especie de cabaña o «barraca», estructura muy utilizada también en los «ninots» valencianos y representativa de la huerta valenciana. Esta cabaña era el símbolo de la vida rural tradicional, tal como se ejemplifica en el siguiente fragmento:

La falla que contemples
es un cant a la barra

¹⁹⁶ Comissió Festes i Pira Rambla 14 d'Abril, «Llegenda del Pont del diable», Tarragona, 1935.

que huí mór aplastá p'el modernisme
que tot ho desbarata.
Es la vida tranquila y llaboriosa
Que sucumbix a les corrents malignes
d'un mon de corrupsió, de visi y trampes¹⁹⁷

[Llibret de plaza Jordana, 1927]

La falla de Ariño resultó ser la falla más alabada de todas por la mayoría de los sectores de las clases acomodadas locales. Para unos el monumento respetaba un estilo que representaba la identidad local mediante su pasado romano y unas formas arquitectónicas elogiadas y reconocidas por todo el mundo occidental. Para otros, además, contaba con una representación de la feminidad local mucho más aceptada que los nuevos discursos propuestos por la Comisión del Puerto, discursos que se encontraban en constante debate y controversia.

Es posible considerar que estas formas transgresoras que tomaron las fallas de la Comisión del Puerto fueron representadas en la fiesta de las Fallas gracias al carácter carnavalesco de la misma, lugar donde se concedía espacio a la transgresión de las normas mediante lo burlesco, se relajaban las formas y, de alguna manera, todo quedaba camuflado entre las risas ambiguas, según Bajtín, alegres y llenas de alborozo a la vez que burlonas y sarcásticas (Bajtín 1974, 17). El carácter carnavalesco de las representaciones de los monumentos falleros concedía un espacio y un tiempo para la transgresión de la cultura oficial, de las normas y los valores de las élites y clases dominantes. Tal como sucede con las dos fallas de la Comisión del Puerto, debe recordarse, compuesta por individuos de la clase popular de la ciudad, se toca de frente la cultura, las formas y los valores de las clases altas, representadas por la Comisión Pro-Falles y Festes, sus convenciones sociales, su moral y códigos de conducta. No obstante, también debe considerarse el fortalecimiento de las habituales limitaciones, códigos de conducta y jerarquías propuestas por las clases dominantes locales a través de la sanción constante sobre el ritual carnavalesco utilizado por las clases populares, puesto que

¹⁹⁷ Ariño Villarroya, Antonio. *La Ciudad ritual: la fiesta de las Fallas*. Autores, textos y temas. Antropología; 26. Barcelona: Anthropos, 1992, pg. 177.

estas transgresiones del discurso hegemónico de las élites quedan congeladas y acotadas en el espacio y el tiempo, sin suponer una aparente alteración más allá del propio ritual festivo.

La sanción por parte de las élites sobre estas representaciones subversivas de una feminidad local alternativa a la defendida por las élites locales progresistas resulta una manifestación de casticismo por parte de las clases dominantes, particularmente aquellas más próximas a postulados conservadores. Estas dos fallas resultan transgresoras en su forma que no en su fondo y, por ello, son reconocidas por las clases dominantes como representaciones corrosivas, irreverentes e inaceptables. La transgresión de la pulcritud, la actitud sumisa y deferente implicaba la contraposición entre una visión sensualista del mundo y una visión idealista y puritana. La falla de la Feminidad, así como la Falla sobre las libertades refleja el conflicto entre lo vulgar, reconocido como ciertamente inmoral, y lo distinguido y el cultivo de las más elevadas formas (Ariño Villarroya 1992, 181).

Tal como se ha visto, resulta arriesgado afirmar que las clases populares estaban defendiendo la imagen de la Nueva Mujer, puesto que la propia quema del monumento podría significar la condena metafórica de esta imagen de la Nueva Mujer. Para entender esta falla en cuestión y afirmar la transgresión de las formas en la Falla, que no implicó en absoluto la propuesta de una nueva feminidad por parte de los falleros del Puerto, es imprescindible considerar la simbología de la cremación de los monumentos falleros. La cremación consistía en un acto de enjuiciamiento popular; era la ejecución de una condena a muerte. El monumento debe equipararse a un cadalso sobre el que se situaba a quienes habían estado sentenciados por «la justicia popular» a la pena capital. De hecho, todos aquellos símbolos estimados por la población, como una bandera republicana, o todo elemento que representara valores estimados, era indultado y no se dejaba quemar con el «ninot» (Ariño Villarroya 1992, 219). Entre 1921 y 1936 fue una práctica recurrente en Valencia la de elaborar fallas que representaran escenas con metáforas y alusiones sexuales, siendo este el momento en el que se implanta la «falla pornográfica». Esta moda llegaría también a Tarragona como una crítica a la liberación femenina, a una nueva manera de entender la sexualidad y los propios cuerpos femeninos, a su inserción en el mundo laboral que repercutía en mayor

independencia para las mujeres. Estas críticas fueron vehiculadas a través de una exposición pública de la representación del cuerpo femenino en el que se presentaban cuerpos femeninos desnudos o bien se enseñaban partes consideradas poco honrosas, como los pechos y las piernas. Así pues, la «Falla de la Feminitat» vendría a castigar el considerado como «modernismo femenino» y todos los excesos vinculados a una nueva feminidad, reconocidos como «excesos feministas». Con todo ello, resulta muy complicado entender que el discurso de la Comisión del Puerto implicara la reivindicación de una nueva imagen de mujer, sino más bien al contrario. Condenarían a la hoguera unas nuevas formas de feminidad alejadas de la tradicional pureza, puritanismo y recatamiento.

De hecho, el caso de las Fallas resulta un caso curioso en su interpretación sobre la subversión de las representaciones hegemónicas del género, puesto que algunas interpretaciones sobre las fallas consideran que la «cremà» de los monumentos representaba el castigo y la desaparición entre las llamas de cualquier subversión sobre el orden establecido, si el representado y culpabilizado era el marginal, como por ejemplo «la mujer perversa». Así, resultaría un ritual de refuerzo de los códigos normativos de conducta en el género, así como de la jerarquía de clases (Gisbert i Gracia 2015, 3). Por lo que, ambas fallas podrían significar la sanción sobre los nuevos discursos de feminidad, que las clases populares no aceptaron como la representación de la identidad local.

Con todo ello, se debe señalar que las actitudes de las clases dirigentes consistieron en la sanción a estas imágenes subversivas procedentes de las clases populares, relacionándolas con el caos, el desorden y el desgobierno. Un intento soez de trastocar el orden establecido (Burke 1996, 322). Dichas actitudes de las élites de Tarragona hacia la Comisión del Puerto y sus miembros pueden reseguirse a través de la opinión pública local, teniendo en cuenta que la voz de los falleros del Puerto únicamente se puede conocer a través de sus fallas, ya que no contamos hasta el momento con ninguna fuente que nos traslade su discurso. La extracción social de los falleros del Puerto, pertenecientes en su mayoría a las clases populares y a la pequeña burguesía, fue uno de los argumentos que utilizarían los sectores de clase acomodada conservadores para justificar el poco patriotismo del monumento fallero que su

comisión presentó en la edición de 1936. Así se postulaba, de una manera implícita, que únicamente estas élites locales serían las depositarias del patriotismo más puro en la ciudad de Tarragona, tal como esgrimen sus afirmaciones particularmente centradas en la crítica a la Falla de la Feminidad, en tanto que resulta un acto incivil y antipatriótico¹⁹⁸.

Las férreas críticas hacia la falla por parte de la opinión pública y la forma que toman estas críticas ejemplifican la poca comodidad que algunos sectores de las élites de la ciudad tenían con la cuestión de «lo popular», tan utilizada por los grupos de signo progresista. Esta característica fue reivindicada a lo largo de las diversas ediciones que tuvieron las fallas en Tarragona, más intensamente en sus primeros momentos, cuando resultaba necesario crear una definición sobre las mismas, la idoneidad de su celebración como tradición importada y el arraigo con el pueblo. Así, en 1933 el «Diari de Tarragona» publicaba: «Potser que aquest valencianissim costum pugui perpetuar-se fora de la terra nadiua per ésser una manifestació popular que permet la iniciativa local i ademet també tota mena de varietats que la facin adaptable fora de València»¹⁹⁹. Las crónicas con las que la opinión pública pretendió hacer pedagogía sobre la historia de la tradición valenciana, con el objetivo de fomentar su arraigo en Tarragona, subrayaron la relación entre el carácter popular y el republicano.

Así, en el Programa de Festes de 1934, del que participan autoridades locales, el carácter popular de las fiestas sigue siendo señalado como un elemento de valor. En el escrito de la Comisión Fallera se habla de «manifestaciones populares tranquilas y serenas, de fuerte sentimiento en la tierra», lo que en absoluto resulta incongruente con la domesticación de la fiesta. En plena II República el carácter popular de los eventos resultaba un atractivo más, además de un elemento definitorio de la identidad nacional en la España republicana, el propio concepto de «república» se había definido desde el siglo XIX como un concepto político integrador de clases medias, populares y obreras (Abelló 1997, 107) . No obstante, se destaca esta fiesta popular como tranquila y serena, alejada de lo carnavalesco y del descontrol popular²⁰⁰, una fiesta domesticada,

¹⁹⁸ «Els falleros s'han confós», *La Cruz: diario católico*, 23 de junio de 1936, pg. 2

¹⁹⁹ Guastavino Gallent, Guillem, «Foc i Flama», *Diari de Tarragona*, 24 de junio de 1933, pg. 1.

²⁰⁰ Comissió Pro-Festes i Falles, «Tarragona Fallera, 1934. Programa Oficial», Tarragona, 1934, pg. 6

vehiculada por la tradición, la civilización y el buen gusto, en sentido del todo tutelar del ritual festivo.

El atributo «popular» se utiliza para justificar la adecuación y buena recepción de estas fiestas, sobre todo entre los locales, puesto que supuestamente «salen del alma del mismo pueblo»²⁰¹. Esto implica la necesidad de resignificar y resituar del término «popular» utilizado por las élites locales organizadoras de las fiestas, entendiendo que su uso no implicaba tanto el reconocimiento del consumo por parte de las clases populares o bien, su agencia como productoras de las fiestas. Si no que las fiestas únicamente intentaron la atracción de las clases populares a las que la República tanto apeló, pero sin esperar ni permitir agencia popular alguna en ellas. Las clases populares serían llamadas como un participante más, y necesario, en la performance de la fiesta. No obstante, no dudarían en imponer un tipo de carácter popular ordenado, sereno, civilizado, alejado de toda connotación negativa y sancionando cualquier acción que se saliera de estas ideas.

Aun así, las posiciones que esgrimen unas críticas más explícitas con la fiesta o con alguno de sus elementos, como, por ejemplo, determinados monumentos falleros, utilizarían el concepto «popular» de manera peyorativa, relacionándolo con la ignorancia, el poco saber estar, la falta de civilización y el desorden. Así, el diario «La Cruz», considera que la falla de la Feminidad ha sido una equivocación de «gente inculta e ignorante que no sabe ni leer». Con estos apelativos habla de los falleros del puerto, los que reconoce como los de la parte baja de la ciudad. Mediante esta expresión no sólo afirma la situación geográfica del barrio pesquero, que es cierto que se sitúa en la parte baja de la ciudad, sino que la utiliza también para crear una clara diferencia entre las gentes de los barrios altos, también socialmente, con aquellas personas de clase popular que ocupan la parte baja del mapa local. Añade finalmente que los falleros del puerto no resultan buenos patriotas por su ignorancia incluso con la lengua catalana, al confundir muchas palabras con el castellano, esta errónea manera de hablar los ha llevado a confundir la palabra «port» por «porc», por lo que «no es la falla del port sino del porc»²⁰². Los falleros de la Comisión del Puerto representaron el antimodelo de

²⁰¹ Comissió Pro-Festes i Falles, «Tarragona Fallera, 1934. Programa Oficial», Tarragona, 1934, pg. 26

²⁰² «Els falleros s'han confós», *La Cruz: diario católico*, 23 de junio de 1936, pg. 2.

masculinidad tarraconense esgrimido por las élites, formadas por los «falleros directivos» (Hernández i Martí 2006, 32) y representados en modelos de masculinidad como el del padre de la fallera en la zarzuela aquí analizada, que representa una figura de autoridad en la Comisión e influyente en la sociedad de la ciudad y que escenifica todas las características de la masculinidad burguesa: el saber estar, la modernidad, el triunfo, la civilidad, etc. (Aresti 2001).

El «antifallero», fue sancionado por encargar para sus monumentos ciertas temáticas alejadas del discurso de orden de género esgrimido por las élites. El revuelo surgido por dos de sus fallas ejemplifica la poca comodidad de las élites locales con la cuestión de «lo popular», utilizada más bien con un carácter populista. El «antifallero» se presentó por la opinión pública como la masculinidad bárbara, ignorante, degenerada, era una especie de enemigo interno que debía ser sometido y tutelado para asemejarse cada vez más al fallero, de no ser así debía ser silenciado o expulsado del cuerpo nacional (Aresti y Martykánova 2017, 13). Ahora bien, este anti-modelo no sólo lo era por contar con unas características antagónicas a las del «fallero directivo» que escenificaba una masculinidad burguesa, sino que además lo sería por su extracción social, por pertenecer a la clase popular que ha subvertido el discurso procedente de arriba. Cabe señalar que el «antifallero» se observaría de manera mucho más peyorativa que el modelo del campesino que dormitaba bajo la falla de la estación central, siendo una masculinidad por eliminar pero que no resultaba subversiva y transgresora, era de alguna manera la inocencia del pueblo vago y ocioso. El antifallero por el contrario era capaz de establecer un discurso y reproducirlo mediante sus monumentos falleros, con lo que tomaba agencia en la negociación del discurso de identidad local mediante sus representaciones de género.

En este sentido, el catalanismo político de signo conservador señaló su incomodidad con el carácter popular que los organizadores de las fiestas y las élites progresistas locales habían estado intentando imprimir sobre la festividad. El análisis del discurso de las fuentes primarias demuestra que el catalanismo político reprochó el

intento por parte de los organizadores, las élites progresistas, de ganarse el favor del «baix poble»²⁰³, apelando siempre al carácter popular de la fiesta.

El «Diari de Tarragona» pretendió rebatir la mala consideración sobre el carácter popular con el que contaba la fiesta, argumentando que jamás unas fiestas de marcado sentido popular podrán complacer a aquellos del «front de l'ordre». Añade que será el pueblo de Tarragona el que podrá disfrutar y visitar las fallas, y que, además, habrán sido los principales sustentadores económicos de la fiesta²⁰⁴. Pese a este alegato a favor del carácter popular de la fiesta, en la que los sectores progresistas de la ciudad se sentirían confortables, no es posible afirmar, tal y como se ha visto, que existiera un gran entusiasmo cuando estas clases populares transgredían el discurso de identidad local y sus significados de género, propuestos por las élites de carácter progresista de la ciudad. Las clases populares siempre se mantuvieron en la sombra, condenadas a una absoluta invisibilización, pese a que fue a través de su presencia que se pudo atender y dar servicio a los turistas, así como participaban en el encuentro turístico a través de su performance de la identidad local elaborada de arriba abajo y asumida imperativamente por las clases subalternas de la localidad. Es en este contexto que debemos entender la presencia en las fiestas de lo que hemos llamado el «fallero trabajador». Este actor dentro de la fiesta es complicado de reseguir en los medios de comunicación, por representar el altavoz de las élites locales y las clases acomodadas que inventaron la tradición de las fallas en Tarragona, no así de aquellas personas que ejercieron como mano de obra.

No obstante, sí que es posible su reconocimiento en la zarzuela a través de los personajes secundarios de esta ficción, Visantico y Carmeleta. El primero ejerció como vendedor del Llibre de Falla por las calles de la ciudad, y la mujer era la sirvienta de la familia acomodada a la que pertenecía la Fallera. Ambos, pareja sentimental, formaban parte de la clase popular de Tarragona, además de ser inmigrantes de origen valenciano. En el caso de Visantico, el autor de la zarzuela presenta un personaje ficcionado basado en la idea del fallero trabajador, aquel que participa de las Fallas desde la más absoluta

²⁰³ «Els falleros s'han confós», *La Cruz: diario católico*, 23 de junio de 1936, pg. 2.

²⁰⁴ «A Remarcar», *Diari de Tarragona*, 21 de junio de 1936, pg. 1.

invisibilidad, que no cuenta con el reconocimiento social como sí ocurría con los falleros que habían organizado las fiestas desde la Comisión Pro-Falles i Festes, las caras de los cuales aparecían retratadas en el Libreto de Falla en alguna de las ediciones. Visantico en cambio, era la mano de obra de las fiestas a la vez que aquel que participa en el encuentro turístico con los visitantes, momento en el que se deben escenificar todas las características esgrimidas hasta ahora de la identidad local y su masculinidad asociada, tal como sucede en uno de los pasajes de la zarzuela.

Visantico es la imagen de una masculinidad obrera, sacrificada y abnegada que sólo tiene tiempo de ocuparse de su trabajo, sin posibilidad ni aparente necesidad de disfrutar del ocio vacuo de las Fallas. Más bien las detesta, por separarlo de aquello que le importa, su esposa. Este modelo de masculinidad fallera, posiblemente otro antimito de fallero, es el menos conocido y menos expuesto, frente al fallero de la élite, el «fallero directivo» (Hernández i Martí 2006, 32) que representa la masculinidad pretendida por las élites y representante de su discurso de identidad local.

Por otro lado, en la ficción de la zarzuela se puede comprobar la inversión de roles experimentada en el encuentro turístico que se daba a lo largo de los días festivos en la ciudad. Un ejemplo de esta dinámica aparece cuando Visantico intenta piropo a una turista y ésta decide poner fin a la conversación con el local, mostrando cierta actitud de incomodidad, siguiendo el prototipo propuesto por Mary Nash para los años del «boom turístico» entre el Donjuan y la Sueca (2020), pese a que en este caso no se produce tanto por la diferencia cultural y de modernidad, sino más bien por la distribución de poder entre la persona visitante y el local, que debe permanecer a su servicio. Los encuentros entre locales y foráneos en el contexto turístico y de ocio dado por la fiesta pueden llevar a la perturbación de modelos de dominio masculino tradicional, como se da en este caso, cuando la turista es la figura de poder que rechaza los halagos del hombre local y pone fin a la conversación. Por tanto, este breve pasaje de la zarzuela, una de las pocas fuentes que describen los encuentros turísticos que se pudieron dar, señala la relación desigual que se da en el turismo, donde el local forma parte del paisaje turístico que se va a experimentar por parte del forastero y ejerce de trabajador al servicio del turista. En esta relación de subordinación se dará una alteración de los roles de género arquetípicos, en la que la turista tiene el poder de alejar

y rechazar conductas propias de la masculinidad tradicional basada en el ejercicio de la dominación sobre el cuerpo femenino, así como la transgresión de su propia feminidad fundamentada en la aceptación y la pasividad de todo comportamiento masculino, ocupando un rol activo en el encuentro. Así, se observa en el pasaje de la zarzuela:

Visantico	No li doldrà senyoreta l'haver-se quedat un llibret. Es el Pensat i Fet de la Falla, i no més val un quinzet.
Turista 1ª	El trobo car, i no m'agrada llegir.
Visantico	Que ha d'esser car dona de Déu, si no paga ni el paper. En quan a lo de que no li agradar llegir, assò no ho crec.
Turista 1ª	Caram, perquè ¿Què faig cara de embustera?
Visantico	No però una cara tan bonica com la de vostè l'ueix, no li escau no agradar-li llegirM si té uns uss que son dos llibres.
Turista 2ª	Mira que graciós està el dia.
Turista 1ª	Vaja m'aconsevnçut, i donguime'n un, així contribuiré a l'èxit de la Falla.
Visantico	Gracies sol de primavera.
Turista 2ª	Mira que flora està la torreta.
Visantico	Per això tiro tantes flors, i quan qui les reb es de la gracia de vostès, ne creixen més, com si la galanura que voestès porten en fés broliar com per art de màgia.
Tusita 1ª	Gracies roser florit.
Turista 2ª	Per a posar-lo en una falla no té preu.
Vistantico	Jo per vostés fins me deixo cremar, paraula.
Turista 1ª	Ja està bé, fins un altra ²⁰⁵ .

Por otro lado, la voz de los dos personajes secundarios, Visantico y Carmeleta representan la opinión y el sentir de la clase popular tarraconense sobre la fiesta de las Fallas trasladado a la ficción a través de la zarzuela. Visantico destaca de los días de fallas que son jornadas de intenso trabajo, sin mostrar agrado alguno por la fiesta: «Ditxosa

²⁰⁵ Marias i Magrinya, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935, pg. 13.

falla, fa vuit dies que no he pogut estar a soles amb la meva novia, ara que després ja faré les paus»²⁰⁶. Este alegato de la clase popular hacia los días de fiesta por implicar un vehemente esfuerzo para la población local se debe conjugar con un cierto decaimiento de las propias fiestas observado principalmente en el número de fallas plantadas en sus dos últimas ediciones. Este decaimiento debe entenderse como respuesta al poco arraigo que causaron las fiestas importadas originalmente de Valencia entre la población local que debería trabajar por ellas, de clase popular particularmente. En este sentido, cuando el Ayuntamiento de Tarragona cambió de signo, con el inicio del bienio radical-cedista, y pasó a quedar en manos de Atanasi Ramas Gregorio del Partido Republicano Radical de Alejandro Lerroux, la colaboración tanto económica como organizativa fue casi inexistente²⁰⁷. Sin el apoyo de las élites progresistas de la ciudad, que no ocupaban en este momento cargos en las instituciones, ni el de la población local por no sentir la fiesta como algo propio, la edición de 1935 fue posiblemente la menos lucida de todas. Con ello, se entiende que esta fiesta representó un intento de las élites locales de signo progresista por implantar una celebración que representaría ideas de republicanismo, modernidad y federalismo, pero que no consiguió en absoluto el suficiente apoyo ni por parte de las clases populares de la ciudad ni por parte de las élites de otro signo político, que en cuanto ocuparon el poder se desentendieron de las Piras Romanas.

No obstante, resulta cierto que en agosto de 1935 el propio «Diari de Tarragona», firme defensor de las fiestas de las Fallas en la localidad hace un llamamiento a la ciudadanía para conseguir su participación en la organización de la cuarta edición²⁰⁸. El diario hacía una apelación directa al deber de la ciudadanía para seguir con las fiestas que tanto éxito habían tenido en años anteriores, esgrimiendo un discurso en el que las Fallas aparecían como una necesidad de la ciudad. De no celebrarse, los turistas podrían hablar de Tarragona como una ciudad dormida y que dejó perder sus fiestas por la falta de apoyo popular. De este modo, el turismo sirve

²⁰⁶ Marias i Magrinya, Martí i Cabestany, Josep. «La Fallera del Barri», Tarragona, 1935, pg. 25.

²⁰⁷ Salvador A., Lluís de. «Per tal que les festes de juny mai no decandeixin», *Diari de Tarragona*, 27 de junio de 1935, pg. 1.

²⁰⁸ «Comissió Festes i Pira Rambla 14 d'Abril. Als veïns de la Rambla i carrers adjacents», *Diari de Tarragona*, 8 de agosto de 1935, pg. 3.

como un argumento de cierta coacción hacia la población, que debe asistir las fiestas no por su propio disfrute sino por el de los turistas susceptibles de experimentar una ciudad viva, despierta y activa. No resultaba tolerable para las élites promotoras de la fiesta, siempre preocupadas por la mirada turística, que ésta sea modificada por la supuesta desidia de la población.

Aun así, en marzo del 1936, el mismo diario ya explicitó la idea de no celebrar las fiestas de ese año, puesto que el apoyo popular y ciudadano era casi inexistente, así como el apoyo de los comercios. Asimismo, el «Diari de Tarragona» señalaba la poca aceptación entre la población local del turismo que llegaba a la ciudad por estas fechas señaladas, los ciudadanos veían a los turistas más como un estorbo por su gran afluencia que como un beneficio²⁰⁹.

Con todo ello, resulta certero afirmar que fueron las élites progresistas de la ciudad, afines al catalanismo progresista y federalista local, que tomó de nuevo el mando del Consistorio después de la victoria del Frente Popular en febrero del 1936. Estas élites dirigentes fueron las precursoras de la fiesta y del discurso de identidad local que se fue tejiendo a lo largo de sus cuatro ediciones. El carácter popular, la hermandad con otros pueblos de España, particularmente aquellos que pertenecían al Levante y la modernidad de estas fiestas fueron los elementos primordiales de esta identidad local representada en las fiestas. Con el traspaso de poder en el Consistorio de la CEDA a la coalición de izquierdas, las fiestas volvieron a ganar el apoyo institucional con el que contaron en sus dos primeros años²¹⁰.

Sin embargo, tal como se ha visto, las Fallas no contaron con el apoyo de importantes sectores de la población tarraconense, como el catalanismo conservador o el conservadurismo próximo a la Iglesia. Tampoco contó con el apoyo de las clases populares que vivieron la fiesta como un momento de máximo trabajo ajenos completamente al disfrute y al ocio, espacios creados por las clases acomodadas en los que las clases populares únicamente participarían como mano de obra. En su última edición, la de 1936, muchos de los elementos característicos de la fiesta habían ido

²⁰⁹ «L'organització de les festes de Tarragona», *Diari de Tarragona*, 8 de abril de 1936, pg. 1

²¹⁰ «Aquelles festes de Sant Joan», *Catalònia: diari d'avisos i notícies*, 4 de junio de 1936, pg. 3.

desapareciendo, como por ejemplo la fallera, y no se seguía la dinámica propuesta por las élites locales sobre los monumentos falleros, la que marcaba que se debía seguir una estética parecida a la de los monumentos romanos. Este hecho implicó la evidencia de desorden, resistencias y discrepancias en la representación de la identidad local y el orden de género en los propios monumentos, ejemplo de ello fue la Falla de la Feminidad. No se desarrolló, por tanto, una perfecta performance del discurso impuesto de arriba abajo, hecho indispensable en el encuentro turístico para poder transmitir una identidad local clara y precisa, bajo las exigencias de las clases acomodadas.

Conclusiones

Las Fallas en Tarragona deben entenderse como un evento que aspiró a resultar una tradición, pese a que no llegó a arraigar, y de la que no se puede obviar su completa invención y artificialidad. Dicha invención respondió a la necesidad por parte de las clases acomodadas de Tarragona de domesticar la verbena de San Juan que existía previamente, una fiesta demasiado desordenada, ruidosa e incómoda, protagonizada en gran medida por las clases populares, que no conseguía transmitir las características de la identidad local que querrían representar estas clases dirigentes. El objetivo de las nuevas fiestas consistió en representar mediante sus elementos, como la fallera o los monumentos falleros, un discurso de identidad local interesado y partidista, esgrimido de arriba abajo. Las clases acomodadas lo dictaron y les tocaría a las clases populares el reproducirlo. Dicha reproducción contaría con un escenario privilegiado, la atracción de turismo. Sería en el contexto de esta actividad que dicho discurso de identidad local podría ser escenificado y exportado.

Las élites gestoras de la actividad se ocuparon en todo momento de supervisar la calidad de la representación y de la performance de cara al turismo, puesto que los mayormente implicados en ésta fueron las clases populares, suministradores de los servicios requeridos por el turismo como trabajadores del sector terciario en su gran mayoría. Es por esta razón que algunos elementos de la fiesta importada, como la cabalgata folklórica, desaparecieron rápidamente por implicar un posible desorden en la performance de la identidad local y sus características, así como por estar demasiado alejada de los elementos que debían formar dicha identidad. El caso de la cabalgata

resulta paradigmático para entender la dinámica de aparición y desaparición de números del programa con la intención de imprimir mayor carácter localista a la fiesta. La identidad local representada a través de la fiesta debe considerarse como flexible, por tomar elementos tanto valencianos, como catalanes como españoles en función de los intereses de las clases acomodadas organizadoras de las Fallas. Resulta claro el hecho de que esta propuesta de identidad local tarraconense contaba con unos conceptos básicos: la modernidad, la civilidad, el buen gusto y el pasado histórico que implicaba un valor añadido a la ciudad. Estos conceptos fueron muy expuestos a través de los monumentos falleros, desde la tecnología, la arquitectura novedosa o el pasado fundacional de la urbe. Asimismo, se eliminó con el devenir de las ediciones y la adaptación de la fiesta a la identidad local de Tarragona, elementos que no encajaban o bien se resignificaron, como sucedió con los monumentos falleros, cuando en 1934 y con la intención de imprimir mayor carácter localista a la fiesta se decidió cambiar su nombre y eliminar la sátira y la burla de estas estructuras, que además deberían respetar las formas clásicas de construcción aludiendo al pasado romano de la ciudad.

El género resultó en este contexto festivo y de ocio, aparentemente inocente, clave para representar estas características propias de la identidad local servida por las clases acomodadas de Tarragona, por lo que aquí se analiza como una categoría clave a través de la que se articulan los proyectos de identidad nacional o local. La fiesta contó para ello con la representación personificada en dos figuras, la Fallera y el fallero, que fueron adaptándose con el tiempo a las exigencias del discurso de identidad local, llegando incluso a su desaparición en los medios de comunicación de masas, tal como sucedió con la Fallera. Su desaparición en los medios locales se debe al hecho de que esta representación de la feminidad no acabó de encajar con los elementos que formaban el discurso de identidad local, puesto que se entendía como una figura anacrónica, excesivamente rural y arcaica que no conseguiría transmitir una feminidad moderna y actualizada bajo la mirada de unas élites locales progresistas. La Fallera Mayor no contaría con las características apropiadas para representar la identidad local tarraconense propuesta por las élites progresistas implicadas en la organización de las Fallas y acabaría por perder todo tipo de visibilidad en los medios de comunicación locales e incluso en los programas de fiestas.

En definitiva, se concluye que la figura de la Fallera no resultó cómoda para muchos de los sectores, tanto de la élite como de las clases populares, de la ciudad en tanto que la fallera valenciana resultaba un estereotipo excesivamente arcaico, folklórico y oriental. Por otro lado, para las clases más conservadoras del catalanismo tarraconense se observaba como una figura foránea que no acababa de representar y reproducir los valores esenciales del catalanismo y, finalmente, se consideraba por parte de las clases populares como una figura excesivamente moderna que ocupaba espacios de ocio y fiesta escenificando una exorbitante coquetería, valor plenamente denostado por el discurso de género más tradicional.

Así como la feminidad contó con un papel importante en la representación de la identidad local, también lo tuvo la masculinidad. La figura del fallero, trasladada a la ficción a través de la zarzuela «La Fallera del Barri», transmitía también las características básicas de la nueva identidad local, sobre todo la modernidad, la civilidad, el vanguardismo y el progreso. No obstante, se debe tener en cuenta el surgimiento de otros modelos que ejercerían como contrapeso y el antagónico al de las élites progresistas locales, estos serían los Falleros del Puerto. Hombres de clase popular, trabajadores, que no contaban con alfabetización y que habían subvertido mediante sus monumentos falleros el discurso de identidad local propuesto por las élites que organizaron la fiesta. Ellos representaron la masculinidad local degenerada, fueron el reflejo desviado del «fallero directivo». Su masculinidad no trasladaba ideas de modernidad, de civilidad o de racionalidad, al contrario, trasladaba ideas de pobreza, de analfabetismo y de ignorancia, por lo que a través de los medios de comunicación se les sancionó y criticó, siendo este un intento por redirigir la masculinidad local y adecuarla al discurso esgrimido de arriba abajo.

Esta subversión protagonizada por las clases populares que formaban la Comisión del Puerto fue posible por la existencia de este escenario festivo que representaban las Fallas, donde lo carnalesco y lo burlesco estaba permitido y a través de lo que se filtraban actos de resistencia y negociación del discurso trazado de arriba abajo. Se puede concluir, en este sentido que, aunque inicialmente la domesticación de la fiesta fue positiva para las élites, en sus últimas ediciones la escenificación de la identidad local había contado con ciertas desviaciones que no agradarían en absoluto a

las élites locales, por no representar ni escenificar el discurso tal y como ellas lo habían concebido y que debía ser expuesto de cara al turismo. Estas resistencias se dieron también gracias a la ambigüedad con la que contaban sus escenificaciones y que no iban acompañadas de ningún tipo de discurso ni relato que fijara su significado, con lo que las interpretaciones de las fallas del Puerto pueden contar con múltiples versiones. Con todo ello, se concluye que en el caso de las Fallas de Tarragona la fiesta fue un escenario indiscutible de conflicto de clases en el que se ensayó la resistencia y la rebelión y en la que se propusieron nuevos valores o bien, se intentó invertir desde abajo el discurso hegemónico y del poder. Por otro lado, las fallas también representaron al pueblo a través de la masculinidad vaga y ociosa del campesino, transmitiendo una idea de hombre común dormido y pasivo, que no reaccionaba a la modernidad ni al avance tecnológico.

Las fiestas de las Fallas resultaron, por tanto, un ejemplo fallido de domesticación de una fiesta popular, un lugar en donde se imprimieron intereses, concepciones y aspiraciones de una nueva propuesta de identidad local. En ella el género jugó un papel importante para la concepción y la comprensión de unas características que aspiraban a definir el *nosotros* y el *otros*. El turismo, por su parte, fue la arena en la que todo este discurso se expuso, pero representó también la justificación primigenia para domesticar la fiesta desordenada que incomodaba a las clases acomodadas de la ciudad. Aunque el turismo pueda representar un espacio inocente de contacto, se puede observar a través de este caso de estudio su gran relevancia en la creación y difusión de eventos a través de los que trasladar una idea concreta de nación, región o localidad, así como un orden de género que la representa y reproduce.

**CAPÍTULO IV: MISS
TARRAGONA. LA IDENTIDAD
LOCAL A TRAVÉS DE LA
REPRESENTANTE DE LA
FEMINIDAD**

El periodo de entreguerras en el que se situó la II República española es el protagonista de una disputa entre la tradición y la transformación, una arena en la que se renegoció la diferencia sexual del mundo occidental (Aresti 2001; Ramos 2014). El empoderamiento femenino a lo largo de la Primera Guerra Mundial implicó la desestabilización del orden sexual y de género que se produjo en la década de los veinte y treinta del siglo pasado. Uno de los principales símbolos del cambio de los tiempos fue la aparición de la llamada «Mujer Moderna» o «Eva Moderna», síntoma de la transformación de la sociedad en su conjunto y que ha servido en la investigación histórica del género para analizar las interconexiones entre el género y la modernidad, cómo se construyen y alimentan mutuamente (Aresti 2007). La Mujer Moderna como concepto habla de cambios tecnológicos, así como mediante su figura se representan aspiraciones globales, nacionales e incluso locales a la modernidad. Lleva de manera intrínseca nuevos hábitos de consumo en los que toma gran importancia la moda, a la vez que presenta nuevas formas de representación de la feminidad a través de la exhibición pública del cuerpo femenino mediante el cine, la publicidad, la propaganda turística o los nuevos concursos de belleza. La Mujer Moderna es el ejemplo de la utilización de una nueva feminidad pública que tenía como objetivo representar la modernidad de la nación, cometido por el que se les otorgó agencia como sujetos, pero que a su vez las convertía en objetos meramente visuales (Llona 2020). Esta Eva Moderna resultó un nuevo arquetipo de mujer urbana que surgió en los años veinte entre las mujeres de la burguesía y que se afianzó en la década de los treinta. Era un modelo de mujer alta, delgada, juvenil, acorde a la moda de las faldas más cortas y el pelo a lo «garçon»; una mujer preocupada por su físico, pendiente del arreglo personal y muy atenta a los últimos lanzamientos de cosméticos. Contaba con una gran afición por los deportes y con aires de independencia (Gómez-Ferrer 2004, 18).

El nuevo modelo de feminidad de la Mujer Moderna, presente en múltiples países occidentales, resultó un concepto complejo y diverso, acuñado generalmente bajo el término de «tercer sexo». Este término difuso agrupaba a la feminista marimacho, la mujer emancipada, aquella que era coqueta, la «garçon», la lesbiana o la soltera sufragista e incluso el hombre afeminado, siendo un concepto muy amplio que

agrupaba cualquier tipo de subversión o transgresión de los modelos tradicionales de

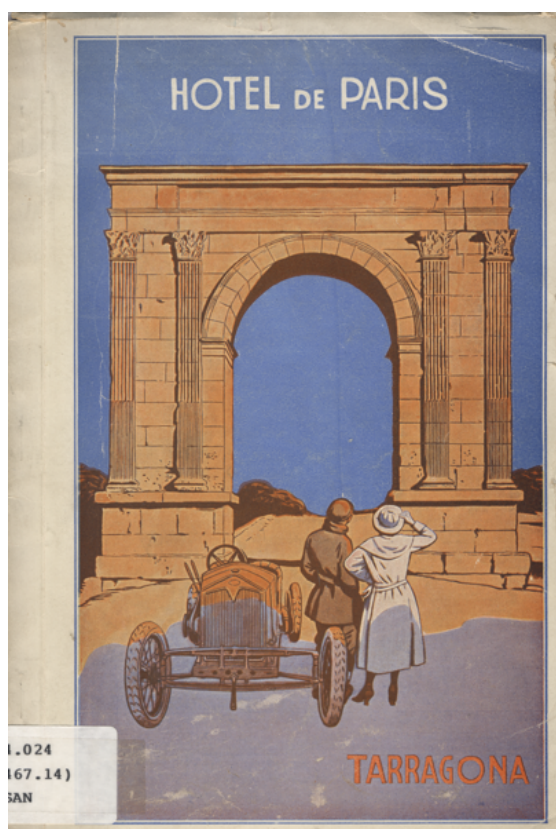


Figura 21: Publicidad de Tarragona por el Hotel París, 1920. Fuente: Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona

feminidad y masculinidad. Pero en todo caso, esta amplia terminología contaba con un denominador común, la indefinición sexual (Aresti 2007b, 178) o la transgresión de la definición sexual existente hasta el momento. Este nuevo modelo de feminidad se difundió rápidamente a través de los medios de comunicación de masas, ocupó salas de cine, páginas de revistas ilustradas e incluso carteles y panfletos de propaganda turística (Fig. 22).

Pese a que la Mujer Moderna resulta un estereotipo difundido en el mundo occidental, contó con importantes

diferencias según su procedencia, diferencias que se debían a los diversos contextos en los que se desarrollaba cada uno de los modelos nacionales (Scott 1986). No obstante, pese a que este nuevo modelo de feminidad contó con cierta globalidad en el mundo occidental, no debe considerarse que representaba una gran proporción entre las mujeres españolas (Aresti 2007b, 176), puesto que quedó más en el campo simbólico que en la calle, por representar un modelo de feminidad accesible casi de manera exclusiva a las chicas de la burguesía. Este modelo de feminidad levantó pasiones y hostilidades a partes iguales, particularmente entre los hombres de la élite política e intelectual. Hizo palpable la pugna entre tradición y progreso, el modelo de la Mujer Moderna se entendió como una amenaza por aquellos sectores que apostaban por las formas que el género y sus mandatos había tomado tradicionalmente, a la vez que se entendió como una manifestación de progreso social para aquellos que lo defendieron.

Los nuevos concursos de belleza sirvieron como exposición pública del imaginario de feminidad local, regional y nacional (Ruiz Martínez 2001b). Los cuerpos de las misses, su manera de vestir, los actos a los que asistían e incluso sus aficiones

trasladaban ideas de modernidad, de progreso social y de civilidad nacional, ellas representaron la parte por el todo. Eran las representantes de la propia nación, su encarnación, sus emblemas, sus cuerpos ejercían como encarnación de la patria. Pese a la aparente banalidad de los concursos de belleza debe considerarse que resultaron eventos cargados de representación simbólica de la identidad nacional, en los que se presentaba el orden sociocultural de la nación a partir de sus significados de género (Ruiz Martínez 2001a). Sin embargo, se debe destacar otro de los objetivos de estos concursos de belleza, que consistió en utilizarlos como una forma de control y disciplinamiento sobre el estereotipo de la Mujer Moderna, fomentando así los cambios en el arquetipo de género para representar la modernidad mediante él, pero siempre poniendo unos límites y evitando el libre albedrío excesivo de estas mujeres modernas.

La encarnación de los modelos de sociedad en el cuerpo femenino resultó ser el objetivo primordial del inicial concurso de «Señorita España» que se comenzó a celebrar en 1929 y que iría modificándose y adaptándose con la llegada de la Segunda República, tomando incluso un nuevo nombre, Concurso de Miss España, que ha llegado hasta nuestros días. Tal como se verá a lo largo de este capítulo, el concurso sirvió como escenario público de una nueva feminidad que hablaba a su vez de una sociedad más moderna y cosmopolita, en la que la Mujer Moderna representaba las formas, las actitudes y los valores de la nueva nación española. Esta nueva forma de nación contó además con la constatación a través del cuerpo femenino de las diferencias regionales, como sucedió con Miss Cataluña, Miss Asturias o Miss León, y en el que las regiones también disputaban interiormente la hegemonía de una modelo de feminidad, tal como sucedió en el concurso de Miss Cataluña de 1934, en el que se plasmaron las diferencias dentro de la propia región catalana. La «patria chica» y su orden de género definían la patria, intentando hegemonizar en ella sus formas. El imaginario local o regional resultaba una identidad acumulativa en la articulación clásica del ámbito local y el nacional (Archilés Cardona et al. 2011, 223). Asimismo, el concurso también servirá para definir y a la vez controlar el estereotipo de Mujer Moderna representado y reproducido por las Misses, como figuras ejemplificadoras

Asimismo, el concurso de Miss España no sólo trasladaba la identidad nacional a través de la feminidad expuesta y su modelo de mujer promocionado, sino que además

implicaba conceptos sobre la masculinidad nacional. Una masculinidad encargada de escoger con buen gusto, acierto y buen hacer a la mujer más bella de la nación, alegoría y encarnación de esta. Miss España representaba en sus propias carnes a la nación, pero ésta también estaba intrínseca en la buena elección de los hombres.

Partimos de la premisa en este estudio de que las Misses fueron utilizadas, por su carácter de representantes de la nación, en la promoción turística de sus lugares de origen, ya fuera en el caso de Miss España a la propia nación como en el caso de Miss Tarragona a su localidad, hecho que será demostrado a lo largo de este texto. Se plantea que a ellas se les permitió ocupar ciertos espacios públicos en tanto que eran embajadoras de sus lugares de origen, siguiendo la dinámica antes explicada por la que a las Misses se les otorgaba la responsabilidad de encarnar ideas sobre el modelo de sociedad escogido y hegemónico, siendo las depositarias del honor y la reputación de la nación o la localidad. Esta ocupación siempre se daba a través de la objetivación de la mujer, equiparándolas a una especie de tesoro que debe ser exhibido. Sus caras y sus cuerpos se ilustraban en carteles de eventos turísticos, presidían mesas de ágapes dedicados a los visitantes de la ciudad, así como paseaban por exposiciones en las que se mostraban las bondades del lugar visitado.

Estos concursos de belleza surgieron en 1921 Estados Unidos a propuesta de algunos hoteles de la zona de Atlantic City en New Jersey, con la intención de prolongar la época estival hasta el final de la primera semana de septiembre, por tanto, su invención fue de la mano de la actividad turística y como un atractivo más de esta industria. En el primer año en el que se celebró el certamen llamado «A National Beauty Pageant» el objetivo fue el de representar el tipo de mujer que América necesitaba: fuerte, de sangre roja, capaz de asumir las responsabilidades del hogar y la maternidad (Watson y Martin 2000). No fue hasta 1929 cuando el concurso se importó en España, tomando como inspiración los concursos de Miss América, muy populares ya en los Estados Unidos. La prensa española, gracias al auge de una nueva cultura de la imagen y del espectáculo, así como a la creciente presencia de la fotografía en los diarios y la publicidad, fue el medio que promovió estos concursos en el país. Aunque no fue hasta la década de los treinta que estos certámenes ganaron gran popularidad entre la población. Los cambios culturales y sociales en España permitieron la recepción positiva

de un evento de estas características, viendo que a través de él era posible representar a la mujer española en el extranjero, como símbolo de modernidad y progreso social. Es innegable la influencia cultural de Estados Unidos en todo el mundo occidental, gracias a su intervención en la Gran Guerra, su posición hegemónica se vio no sólo en la economía global sino también en la cultura, las costumbres de consumo, los productos comerciales y los medios visuales, todo aquello que acabó por conocerse como la «american way of life» y que querría ser imitado por los países del viejo continente. Este nuevo estilo de vida, moderno y actual llegado de Norteamérica implicó sin duda la modificación de los estereotipos de género. Las mujeres europeas querrían imitar a las norteamericanas en sus cortes de pelo, el uso de maquillaje, las faldas más cortas y la figura esbelta, abandonando los esquemas de feminidad decimonónicos (Chávez González 2009). Buen ejemplo de ello fue la popularización, particularmente a través de las revistas y los diarios gráficos, de los concursos de belleza femeninos que se expandieron por países como Francia o España, entre otros.

El presente capítulo se plantea analizar cómo la identidad local de Tarragona fue trazada a través de la elección de un modelo de feminidad que trasladaba valores de modernidad, avance y progreso que les permitiría situarse en el mapa tanto de Cataluña como de España como una ciudad actualizada, despierta y viva. Mediante las figuras de las Misses, cada localidad y región fue trazando un mapa de identidades diversas que confluirían en la identidad nacional, no sin antes haber seleccionado cuál de los arquetipos de feminidad local propuestos debía ser el hegemónico en la identidad regional, disputa que se observa en el caso de Miss Tarragona y Miss Girona en 1934.

Asimismo, se analizarán los espacios ocupados por estas mujeres, espacios que tendrían que ver con cuestiones de ocio turístico como el Casino Platja d'Or de Sitges. Ellas ejercieron como las representantes de su localidad fuera de ella, por lo que se convirtieron en un modelo promocional turístico, tal y como podía ser un cartel o un panfleto, asumiendo así su objetivación.

Finalmente, consideramos necesario observar la existencia de resistencias frente al relato transmitido a través del concurso de Miss, tomando muy en cuenta tanto las resistencias hacia el modelo de feminidad que ellas representaban como hacia la identidad local, regional o nacional que el concurso pretendió trasladar.

Para llevar a cabo el presente capítulo se han utilizado fuentes primarias procedentes de la hemeroteca, particularmente de medios locales de Tarragona, así como prensa gráfica regional y nacional. Entre estos medios cabe destacar la importancia de El Día Gráfico, Ahora, Estampa y Crónica, cuatro publicaciones de marcado carácter republicano y de posturas ideológicas próximas a la centroizquierda. Sus páginas fueron determinantes en la difusión del modelo de feminidad de la Mujer Moderna en España y promotoras, por tanto, del concurso de Miss España en la II República (Sánchez 2009, 15; Barrera López 2014, 231). Estos diarios destacaron por su uso reiterado de fotografías, fuentes que también se han utilizado aquí. Asimismo, se han utilizado algunos carteles promocionales de bailes de gala y eventos benéficos a los que las Misses eran invitadas para analizar la imagen que representaban. Finalmente, ha sido posible encontrar una biografía del marido de Miss Tarragona 1934, por resultar una figura relevante en la política de los años cincuenta, que ha permitido seguir definiendo mediante este documento la personalidad de la Miss más tratada en este capítulo por su importancia a nivel local y regional.

«De Señorita España a Miss España»: La llegada de la República a través del concurso de belleza

Los concursos de belleza llegaron a España en 1929, de la mano del diario monárquico por antonomasia, el «ABC» y su fundador, Torcuato Luca de Tena. Estos certámenes se habían iniciado en 1921 en la ciudad norteamericana de Atlantic City, a propuesta de algunos hoteles de la zona, muy turística ya para entonces, con el objetivo de alargar la temporada estival más allá del día tradicional de clausura, conocido como «Labor Day», por tanto, las motivaciones del concurso eran puramente turísticas en sus inicios (Watson y Martin 2000b, 107). La importación a España de este concurso pretendía crear un escenario donde representar modernidad, una modernidad encarnada en el cuerpo de la elegida como «Señorita España», denominación que cambiaría con la República (Sánchez 2009). La representante de la belleza española sería también la encargada de representar las características de una nueva España, entre las que la modernidad sería su principal reclamo, ella misma debía ser una mujer moderna. Ahora bien, dicha feminidad debería estar domesticada, asumiendo y representando las características que la mirada masculina le impondría, sin ser confundida con aquello que por entonces se le llamaba «el tercer sexo», una mujer controladamente moderna y que no abandonara en su modernidad ninguno de los mandatos supremos que le habían sido asignados, como el matrimonio o la maternidad (Ruiz Martínez 2001a). En etapa republicana el concurso pasó a caracterizarse por representar y encarnar en la feminidad las características de la República: modernidad, democracia, carácter popular y reconocimiento de las identidades regionales. Por lo que el disciplinamiento de la mujer moderna no sólo estaba relacionado con cuestiones de género, sino también con la identidad local y nacional.

Ya a finales de enero de 1931, aun con la monarquía de Alfonso XIII reinando el país, el concurso de Señorita España dejó ver ciertos cambios inspirados por las corrientes intelectuales y políticas que abogaban por el establecimiento de un sistema republicano. Cabe recordar que, para la fecha, ya se había firmado el Pacto de San Sebastián entre las fuerzas republicanas, así como ya había tenido lugar la sublevación republicana de Jaca. Con todo ello, la escogida Señorita España fue una joven de dieciocho años de

Alcázar de San Juan que se definía como «republicana de todo», que incluso se negó a asistir a una recepción presidida por el rey Alfonso XIII en el Palacio Real. Emelina presenció desde su trono de «Señorita España» grandes cambios en el país, como el establecimiento de un nuevo sistema, la II República (Sánchez 2009), o el surgimiento de un nuevo modelo de mujer, presente ya en otros países occidentales, la «Eva Moderna» o «Mujer Moderna». Una nueva mujer a la que se le reconocían derechos como el derecho a voto o al divorcio, la necesidad de ser educada, una nueva mujer alineada con la República que había conseguido el reconocimiento de su ciudadanía política y cívica.

Físicamente, este nuevo modelo de feminidad estaba inspirado en las modas promocionadas por la joven industria cinematográfica y representaba la radical modernidad de una Europa que después de la Primera Guerra Mundial había vivido los conocidos como Felices Años Veinte, una década en la que el ocio, la belleza, las nuevas modas del vestido y nuevos roles de género habían resignificado la tradicional idea, no sólo de la feminidad, sino también de la masculinidad (Sánchez 2009, 9-10), los avances en el significado de feminidad no sólo serían legislativos, sino que también se apreciaron visualmente, las nuevas mujeres querían diferenciarse de la tradición y el arcaísmo que las había tenido condenadas a la invisibilidad. Las revistas ilustradas y los concursos de belleza serían dos grandes altavoces de esta Mujer Moderna, aunque no sería correcto pensar en este arquetipo como aquel que todas las mujeres seguirían, puesto que quedó en manos de las mujeres de la burguesía que tenían acceso no sólo a la educación, sino también al tiempo libre, a la moda, a los deportes, etc. No fue en absoluto un modelo extendido en España, aunque sí muy representativo de nuevos tiempos, modernos y democráticos en España (Llona 2020).

A lo largo de la II República se fue creando un discurso en torno a esta idea de la Mujer Moderna o la Eva Moderna, denominación muy popular en las revistas ilustradas que las definían. Así, *El Día Gráfico* publica un artículo en su edición del 28 de febrero de 1934²¹¹ en el que describe a esta Eva Moderna diciendo: «Estética moral, estética física,

²¹¹ García de Niu, Lorenza. «Una magnífica acción femenina. El “Club femení i d’esports”», *El Día Gráfico*, 28 de febrero de 1934, pg. 11.

el anhelo de la Eva Moderna, fuerte y delicada, capaz de luchar con la vida y hasta vencerla. Mujer apta para la maternidad, renovadora de la cultura y salvadora de la raza». Este fragmento demuestra la importancia de una moral intachable, una mujer fuerte de mente y de físico, para la que la belleza es una meta, pero que no abandona en absoluto sus mandatos tradicionales: como madre, al ser la transmisora de la cultura, rol asumido a través de su maternidad. Sin embargo, la aceptación por parte de las élites republicanas y progresistas de este modelo de feminidad se observa cómo también su definición implica la domesticación del prototipo de mujer moderna, en tanto que se definen sus características físicas, así como se remarca en todo momento los límites que tiene y que pasan por aceptar sus mandatos tradicionales.

Todas estas afirmaciones servían para crear un discurso que resignificaba la feminidad, procedente de las élites intelectuales afines a las ideas progresistas del país relacionadas con los medios de comunicación, particularmente con la prensa gráfica, por tanto, un discurso de feminidad creado de arriba abajo. Esta nueva feminidad resultaba ser un camino a través del que definir las características de la joven república, sistema que había llegado para acabar con todos los lastres del pasado, con la España tradicional y anacrónica, situándola a la altura de las naciones vecinas (Ruiz Martínez 2001a). La Mujer Moderna era un símbolo más de este entramado en el que tanto la democracia, como la modernidad serían signos distintivos. Y, posiblemente, uno de los eventos que más y mejor promocionó esta idea de Mujer Moderna fue el concurso de Miss España, a través del que se definía una nueva feminidad española, la Mujer Moderna española, que definiría en sí misma la propia República. En este concurso las regiones mostrarían al resto del país su belleza escogida, idea que partía de conceptuar la identidad nacional como una muñeca matrioshka, formada por las identidades regionales y, por debajo, las locales. A su vez, España tendría la posibilidad mostrar al exterior su propia feminidad, actual y acorde con las nuevas corrientes europeas, puesto que la escogida como Señorita España y posteriormente Miss España viajaba a la sede europea en la que se celebraba el concurso de Miss Europa. El hecho de que Señorita España y posteriormente Miss España concurrieran en el concurso europeo pretendía ser una demostración de que España participaba del mundo civilizado a través de la exhibición de una mujer moderna, que no fuera servil, tampoco excesivamente

feminista, sino más bien femenina. Allí era donde las naciones occidentales llevaban a sus bellezas femeninas en representación de una identidad nacional definida y mediada a través del género. Esta exposición no resulta una estrategia tradicional de la industria turística, no obstante, sí que venía a cumplir una función semejante de la que tenían, por ejemplo, las fotografías publicitarias en las que se enseñaba el paisaje local o aquellas en las que se mostraba la gastronomía propia del lugar. En este caso, era el cuerpo femenino el que mostraba primero al país y luego al mundo entero cuales eran las cualidades y atributos de la identidad local y nacional, definidas mediante su representante de la feminidad.

Hacia la representación local en el concurso de Miss España (1931-1934)

El concurso de belleza adquirió a principios de 1931 el nombre de Concurso de Miss España, abandonando el nombre que tomó cuando se importó en 1929, el de Señorita España. El anglicismo implícito en el nuevo nombre viene a demostrar el intento de americanización de la sociedad española, pues serían los países de habla inglesa occidentales los referentes de modernidad, cosmopolitismo y progreso social en los que la España de los años treinta quería reflejarse y asemejarse. En estas primeras ediciones, mucho más embrionarias que las ediciones posteriores, las bellezas candidatas al título de Miss eran escogidas por los centros regionales establecidos en Madrid, así pues, la Casa Central de Andalucía escogía a la que sería «la señorita andaluza»²¹², la cual debía tener entre 19 y 25 años, haber nacido en Andalucía y pertenecer a una familia honorable. Las candidatas de la casa de Zamora en Madrid, señalaba el Heraldo de Zamora, debían «ostentar absoluta moralidad»²¹³, entendiendo esta moralidad como una estrategia de disciplinamiento poco específica y, por tanto, amplia y subjetiva, pues las fuentes no llegan a definir en qué estaba basada esta moralidad, aun así podemos delimitar dicha modernidad a partir de la pureza femenina, como valor antagónico a la

²¹² «Miss España 1931. La belleza andaluza», *Diario de Marina*, 15 de enero de 1931, pg.3.

²¹³ «Concurso de Belleza. Casa de Zamora en Madrid», *Heraldo de Zamora*, 12 de enero de 1931, pg. 1.

mujer sexual y despreocupada (Aresti 2007), debían ser respetuosas con sus mandatos tradicionales, el matrimonio y la maternidad, aspectos que limitaban una sexualidad libre. No obstante, esta expresión genérica y ambigua sobre la moralidad dejaba a la arbitrariedad la decisión y la valoración sobre la mujer escogida, a la vez que coartaba y coaccionaba a todas las candidatas a no salir de la norma, aceptada como moral tradicional.

La manera de vestir y las prendas escogidas eran una de las características que definían la moral femenina. Los organizadores del concurso esperaban que las candidatas siguieran, en la medida de sus posibilidades, la moda de otros países europeos, como Francia, pero delimitando e incluso prohibiendo cuales de sus aspectos no eran tolerados para la feminidad española. Una de las prendas que más ataques recibió fue el «maillot», llegando a ser prohibido su uso en 1932 en la exhibición frente al jurado²¹⁴, pese a que esta prenda de ropa ya estaría bastante difundida en otros países europeos y que ya era muy utilizado en deportes como la natación femenina, tal y como se verá más adelante. El disciplinamiento de los cuerpos de las Misses para acceder al concurso y ser posibles representantes de su región tenía como objetivo explícito, por un lado, ofrecer un evento serio y solemne, y por otro, que en ningún caso «se menoscabara el pudor y el amor propio de las muchachas españolas si se inscriben al concurso»²¹⁵. La seriedad sería la vía por la que a la sociedad se le estaría trasladando un discurso legitimador por el que el certamen se convertía en una herramienta legítima a través de la que escoger la representante regional y nacional de la feminidad, a la vez que asegurando el mantenimiento del pudor y el amor propio se validaba la participación de mujeres en el certamen que no verían afectada su reputación por prestar atención a cuestiones físicas aparentemente, con lo que podrían ser criticadas por excesiva coquetería. Finalmente, cabe destacar que este tipo de afirmaciones sobre el carácter del concurso dejaba fuera, de manera implícita, a todas aquellas mujeres que

²¹⁴ «La Elección de Miss Europa en París. El Día Gráfico se encarga de elegir a Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 2 de enero de 1932, pg. 2.

²¹⁵ «La Elección de Miss Europa en París. El Día Gráfico se encarga de elegir a Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 2 de enero de 1932, pg. 2.

transgredían la norma, presentadas como mujeres sin amor propio y sin pudor, ejerciendo así un claro disciplinamiento sobre la feminidad susceptible de ser escogida.

A su vez, esta pretensión de solemnizar el certamen de belleza pasaba por la participación de destacados personajes que formaban el jurado, instruidos la mayoría de ellos en cuestiones de arte y en la medicina y anatomía humana, hecho que lleva a considerar que se estaba valorando el cuerpo de la mujer como una obra a admirar como se hace con los cuadros o las esculturas, así como podía ser ponderada de manera científica, midiendo y demostrando así el buen gusto de los prohombres españoles. En 1931 el jurado que escogió a la Señorita Andalucía estaba formado por «los ilustres escritores don Serafín y don Joaquín Álvarez Quintero y don Manuel Machado, el reputado médico doctor don Enrique Hortal, el notable dibujante don Bernardo Mezquida y el distinguido periodista don Rafael Torres Endrina»²¹⁶. A medida que se fueron celebrando ediciones, el jurado fue virando su carácter al pasar de una composición vehiculada por los conocimientos y el reconocimiento como artistas a una composición absolutamente política y empresarial.

A medida que fueron pasando las ediciones la identidad local iba siendo cada vez más representada, tomando así mayor importancia. En el caso de Cataluña, el certamen para escoger a la candidata catalana fue gestionado desde 1932 por el diario «El Día Gráfico», uno de los diarios ilustrados más pioneros Cataluña y muy comprometido con la promoción de la figura de la Mujer Moderna, asemejándose a otros periódicos nacionales como *Ahora*, *Crónica* o *Estampa*. De hecho, sería en las ediciones de 1932 y 1933 cuando el concurso se hizo en Cataluña muy popular, llegando a aspirar al trono de Miss más de 100 candidatas en 1932. A su vez, la ganadora del concurso estatal de ese año sería la Miss Cataluña, Teresa Damià de la que no se especifica la localidad de la que provenía, puesto que la identidad local no tomaría importancia en el concurso hasta 1934, cuando las ciudades y pueblos con una población determinada podrían escoger a su candidata y presentarla en el concurso de Miss Cataluña. Así, pues sería en 1934 cuando el concurso de Miss Cataluña representaría ya no sólo la identidad regional a través del cuerpo femenino, sino también y, en primer lugar, la identidad local.

²¹⁶ «Miss España 1931. La belleza andaluza», *Diario de Marina*, 15 de enero de 1931, pg.3.

Miss Tarragona 1934: La modernidad local a través del concurso de Miss España

La edición de 1934 contó por primera vez con la posibilidad de representar la identidad local de cada municipio a través de la elección de su propia Miss. Esto se produjo gracias a la gran popularidad que el concurso había ido adquiriendo en la primera mitad de la década de los treinta, año tras año la participación, así como la expectación ciudadana había ido en aumento. Este hecho implicó que se observara como una buena oportunidad a través de la que representar la identidad local encarnada en una figura femenina, la representante local de todas las mujeres a la vez que del buen gusto de los hombres que la habían escogido. Los municipios que contaran con más de diez mil habitantes tuvieron la posibilidad de organizar un concurso para escoger a la candidata que llegaría a participar en el festival que se iba a celebrar en Montjuïc y donde se escogería a Miss Cataluña, aspirante a la corona de Miss España. Así, la identidad nacional se iba creando a través de la unión de pequeñas piezas, las diversas identidades locales, mucho más próximas y reconocibles, pero que en su unión acabarían por completar el puzle de lo que representaba España (Confino 2006).

Las condiciones y características para tomar parte en los certámenes locales de Miss no eran muy diferentes a las que ya se solicitaban años antes, en este caso se exigía que el lugar de nacimiento hubiera sido Cataluña y que se tuviera entre 17 y 26 años, destacando que sólo la juventud podría representar a la localidad, la región e incluso la nación. El requisito de la juventud, consideramos aquí que responde a la demostración de un estado absoluto de salud mediante el cuerpo femenino joven, que no sólo dirá algo sobre la propia mujer, sino sobre todo el colectivo al que representa, trasladando una idea de presente, de fuerza, de salud, de vigorosidad, a la vez que, de camino futuro, que será recorrido por todos los ciudadanos de la nación a la que la Miss está representando. La Miss, gracias a su juventud, fue considerada como una figura capaz de representar una nación actual que miraba hacia el futuro y con un largo recorrido por delante. El concurso sirvió para presentar la modernidad de las naciones y, de la mano de las Misses, se acompañará de cierta relación con el futuro de la nación a través, por ejemplo, de la presentación de nueva tecnología como la automovilística que tomará

parte en eventos de los que ellas serían protagonistas y anfitrionas. Asimismo, la propia idea de la Mujer Moderna, muy presente en el concurso, habla de progreso social y de naciones contemporáneas. La II República utilizó de esta manera el concurso, presentando Mujeres Modernas que definirían a través de su cuerpo y sus actitudes la propia nación, una que se presentaba a través de su democracia, actualidad y progreso social, próximo a los ritmos de las naciones vecinas (Ruiz Martínez 2001a).

La edición de 1934 permitió, por primera vez, que no sólo se representara en el concurso la identidad regional sino también las bellezas locales. Así, se comprueba que las élites intelectuales de la II República, encargadas del propio concurso, fuera a través de los medios de comunicación que lo organizaban, así como del jurado, defendieron la creación de una identidad nacional en un proceso acumulativo de identidades más pequeñas a la vez que más próximas, como fueron las regionales y las locales (Confino 2006). Las identidades locales y regionales crearon un puzzle de referentes, discursos y símbolos próximos y reconocibles en la cotidianeidad que era capaz de articularse con identidades de más amplio espectro que servirían, en última instancia, para legitimar el poder soberano, el de la nación. Así, el concurso de 1934 demuestra un juego de espejos identitarios que cuenta con esferas superpuestas en un proceso acumulativo que no quedaría libre de tensiones y conflictos derivados de la diversidad de propuestas que cada localidad y región aportaba en la construcción de la identidad nacional (Confino 2006a, 12). Por tanto, sería en esta edición que surgieron certámenes locales como el aquí analizado, Miss Tarragona 1934. Asimismo, la acumulación de misses locales llevaría al acuerdo y elección de Miss Cataluña, representante de la identidad regional.

Pese a que el concurso serviría en todo momento para mostrar la modernidad de la nación a través de la simbiosis con subidentidades, la tradición no sería en ningún momento obviada como un símbolo de prestigio. Esto se puede observar en una de las noticias de El Día Gráfico que servía como reclamo para la atracción de posibles candidatas para el concurso de Miss Cataluña. Esta noticia se ilustraba con una imagen femenina de una típica mujer catalana, ataviada con el traje regional. La imagen dejaba ver únicamente el busto de la mujer, vestida con una rejilla sobre la cabeza conocida como «gandalla» (Fig. 23). Este traje regional se popularizó a principios del siglo XX evocando los atuendos de las hijas primogénitas



Figura 22: Ilustración de la mujer catalana.
Fuente: «Certamen Internacional de Belleza. Elección de Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 6 de marzo de 1934, pg. 11.

de las familias campesinas, la «pubilla», siendo además los trajes que se utilizaban en las exhibiciones de sardanas, presentándolos como trajes tradicionales catalanes.

Con ello se observa que, pese a que los medios encargados de la gestión del concurso se esforzaron por exponer la idea de la Mujer Moderna, este imaginario no estaría en absoluto reñido con la tradición, representada por símbolos estéticos que aportarían solemnidad a las identidades locales, transmitiendo el folklore que fomentaría la variación entre las diferentes identidades locales y regionales, definiría la autenticidad de cada una de estas identidades e incluso el exotismo que serviría como reclamo para actividades como podría ser la turística.

En esta primera oportunidad para escoger a la representante femenina tarraconense, la Asociación de la Prensa de Tarragona fue la institución que actuó como delegada de «El Día Gráfico» en este asunto, diario encargado de escoger a Miss Cataluña. Su trabajo a lo largo de los primeros meses de aquel año consistió en encontrar

para Tarragona «una dignísima representación en el certamen de “Miss Cataluña”»²¹⁷. No sólo la belleza de la escogida debía ser digna de la belleza de la ciudad, sino que su estilo de vida, su actitud y su manera de desarrollarse frente a la expectación mediática y social debían suscribir la dignidad de la ciudad. La escogida finalmente fue la conciudadana Dolors Serrés Sena. A través del perfil de la candidata escogida, la ciudad de Tarragona encarnaría una idea moderna y cosmopolita de la propia localidad. Miss Tarragona y el arquetipo de feminidad que representaba se enfrentó a otro tipo de representaciones femeninas escogidas en otros lugares de la región, como Girona. Tarragona, optó por transmitir mediante la figura de Serrés una clara idea de modernidad y de progreso social, a través de una mujer joven que estudiaba en la universidad, que no aspiraba a tener hijos aparentemente y que vestía muy moderna, con el objetivo de alejar a la ciudad de persistentes argumentos sobre su pasividad, su provincianismo e incluso su estrecha relación con la Iglesia, hecho que se entendía en el momento como una característica que situaba el imaginario de la ciudad en una especie de situación anacrónica, anclada en un pasado medieval, una ciudad para lo que no había pasado el tiempo y que vivía el paso de los días con total pasividad, como se ha podido observar en los escritos de los viajeros de finales del XIX y principios del XX, tratados en esta investigación. La propuesta de Dolors Serrés como posible candidata a Miss Cataluña representa un intento por situar la ciudad de Tarragona en el circuito de las ciudades modernas, precursoras y defensoras de unas características contemporáneas a través de la representación de la Eva Moderna como emblema femenino de la localidad. Las mujeres representan un recurso más para imaginar la nación, un elemento que permite dialogar y fijar los pensamientos sobre la nación (Ruiz Martínez 2001a, 150)

El 27 de marzo de 1934 se celebró en Tarragona el evento de «Proclamación de Miss Tarragona», evento al que según las noticias de los diarios locales asistieron muchas personas de la ciudad. El acto se celebró en el Teatro Principal frente al que se agolpaba una importante multitud de gente «constituïda per tots els estaments socials, amb alegre germanor i reflectint en tots l'espectacio. Qui seria la representant

²¹⁷ «La Elección de Miss Tarragona», *El Día Gráfico*, 21 de marzo de 1934, pg. 15.

Tarragonina?»²¹⁸. La idea de una participación masiva, indistintamente de la clase social es un planteamiento transversal en esta edición, en la que el apelativo «popular» aparecería de manera reiterada desde el inicio de la convocatoria, tal como se señala en una de las primeras noticias en «El Día Gráfico», a través de las que convocaron a la participación de las mujeres²¹⁹. Tal como pasó con la fiesta de las Fallas aquí tratada, el epíteto «popular» fue muy utilizado como un eje vehicular de aquellos eventos en los que se definía de alguna manera la identidad local, regional o nacional del nuevo sistema republicano.

El evento en el Teatro Principal de Tarragona estuvo repleto de símbolos que transmitían la modernidad del acto y de lo que éste implicaba, como sería la cuestión de las orquestas que amenizaban la velada tocando piezas de jazz, una música que según el «Diari de Tarragona» era muy moderna²²⁰. Lo mismo sucedería con la iluminación o la decoración de la sala de fiestas, que mezclaban modernidad, tecnología, lujo y glamour.

Parece según las fuentes hemerográficas que el fallo del jurado se conocía antes de hacerse público. Este hecho lo conocemos gracias al relato del «Diari de Tarragona» sobre el evento, en el que explica que uno de los palcos estuvo parte de la velada vacío, cosa que causó gran expectación entre el público, hasta que finalmente lo ocupó «la distinguida familia Serrés Sena»²²¹ y algunos asistentes rompieron en aplausos y elogios hasta que los más prudentes les hicieron callar. Así pues, parece que los rumores de quién sería la mujer escogida por el jurado habían ido hacia la hija de la familia Serrés Sena, por lo que es posible pensar en un cierto arreglo del fallo del jurado contando que la familia de la futura Miss fue una familia influyente y destacada del municipio, tal y como más adelante se explicará. Nos se ha encontrado ninguna fuente que muestre votaciones, valoraciones o el propio fallo del jurado, únicamente pudiendo hipotetizar sobre la elección a dedo de la Miss testimoniada en las fuentes hemerográficas locales.

²¹⁸ «De la proclamació de Miss Tarragona», *Diari de Tarragona*, 27 de marzo de 1934, pg. 3.

²¹⁹ «Certamen Internacional de Belleza. Elección de Miss Tarragona», *El Día Gráfico*, 6 de marzo de 1934, pg.11.

²²⁰ Ibid.

²²¹ Ibid.

Se concluye que la extracción social de Miss Tarragona, perteneciente a una familia rica y poderosa de la ciudad y no a las clases populares, implica una voluntad por parte de las élites locales de evitar que Tarragona se viera en el concurso de Miss Cataluña como una ciudad provinciana, demostrando que era una ciudad moderna repleta de burguesía.

El presentador de la gala destacó la casi imposibilidad del jurado por decidir el fallo, alegando que «per ésser una beutat basta tan sols ésser damisel·la i tarragonina»²²². Así pues, se relacionaba la ciudad de Tarragona con la belleza femenina, con lo que cualquier persona que fuera a visitar la ciudad únicamente se encontraría con mujeres bellas, hecho muy reiterado en la publicidad turística, donde las mujeres ejercen como una especie de ornamento del propio paisaje local, la mujer tarraconense es bella a la vez que la propia ciudad feminizada también cuenta con el mismo apelativo, hecho que ya sucedió con la Fallera Mayor tratada en el capítulo anterior, que incluso era equiparada al propio paisaje de la ciudad. Finalmente, se hizo público el fallo del jurado que había escogido como reina de la belleza tarraconense a Dolors Serrés i Sena, confirmando así los rumores previos. Dolors pasaba entonces a ser de la representante de Tarragona en el concurso de Miss Cataluña, a la vez que se convertía en propiedad de la ciudad y sus ciudadanos, tal y como destaca en la siguiente afirmación el «Diari de Tarragona»: «la des d'ara nostra "Miss Tarragona"»²²³.

La nueva Miss Tarragona tenía el perfil ya explicado aquí y que la historiografía ha catalogado como el de Mujer Moderna (Aresti 2007; Barrera López 2014; Llona 2020), una mujer que seguía una estética próxima a las modas contemporáneas de lugares como París que marcaban largos guantes, vestidos lujosos por debajo de la rodilla, pequeños tacones y cabellos cortos. Procedía de la ciudad, entendiéndola como el centro de la modernidad en contraposición al mundo rural, y, además, era estudiante ya para entonces de Ciencias Naturales en la Universidad de Barcelona. Gracias a los datos biográficos recogidos en esta investigación se puede determinar que sus conductas estarían próximas a esta definición de Mujer Moderna, no sólo por su

²²² «De la proclamació de Miss Tarragona», *Diari de Tarragona*, 27 de marzo de 1934, pg. 3.

²²³ Ibid.

estética, sino también por sus actitudes independientes y ciertamente transgresoras del arquetipo de feminidad tradicional. Tal como se ha señalado en líneas anteriores, Dolors provenía de una familia acomodada de Tarragona, era la segunda hija de August Serrés Miarnau y Carlota Victoria Sena Alsina, un matrimonio burgués de la ciudad de Tarragona, conocidos por ser constructores y terratenientes en la ciudad. De hecho, el matrimonio fue el promotor de un barrio de chalés modernos en unos territorios de su propiedad en la ciudad, una urbanización proyectada para alojar a la burguesía de la zona

en construcciones vernáculas situadas en un paraje rodeado de naturaleza, alejado del movimiento frenético de la ciudad, justo encima de la playa del Milagro, entre la vía férrea y el camino antiguo de la Rabassada. Estos nuevos chalés se definían como verdaderas casa-jardín, un total de 40 edificaciones «rodeadas de jardines, con caprichosas calzas y con todos los detalles de la higiene, comodidades y buen gusto, compatibles para su adquisición con las más pequeñas fortunas, es decir, poniéndolos al alcance de todos»²²⁴ (Fig. 24). Así pues, el matrimonio Serrés Sena se convirtió en uno de los grandes promotores de la idea de ciudad-jardín que se puso en marcha en Tarragona entre 1925 y 1935, con chalés modernos, encargados por los futuros propietarios de cada uno de ellos y por tanto, con la utilización de estilos arquitectónicos muy diversos (de Ortueta Hilberath 1996).

Para los años treinta el matrimonio Serrés Sena era sobradamente conocido en la ciudad, tal como demuestran los aplausos de los asistentes a la proclamación de la Miss al verlos entrar en el palco vacío hasta el momento. No se han encontrado vínculos relevantes con la política ni con la Iglesia, por lo que no se puede abordar la postura



Figura 23: Esbozo de uno de los chalés de la nueva ciudad-jardín. Fuente: «La nueva barriada de chalets», *Diario de Tarragona*, 21 de diciembre de 1924, pg. 1.

²²⁴ «Construcción de una barriada de chalets en Tarragona», *Tarragona*, 7 de noviembre de 1924, pg.1.

ideológica de la familia. No obstante, gracias a la trayectoria de la segunda hija del matrimonio, Dolors Serres i Sena podemos afinar el perfil familiar.



Figura 24: Dolors Serres de pequeña con sus padres (August y Victoria) y sus hermanos (Eduard y Victoria).

Fuente: *Mariano Navarro Rubio. El hombre y el político*. Madrid: Homo Legends, 2020.

La que fuera Miss Tarragona 1934 comenzó su licenciatura en Ciencias Naturales en 1932 en la Universidad de Barcelona, viviendo en la calle Rosselló de Barcelona durante los periodos lectivos, por lo que en el momento de ser nombrada Miss Tarragona su

dedicación a los estudios era completa. Gracias a estos datos aparecidos en su expediente académico y conservado en el archivo histórico de la universidad en cuestión es posible afirmar la posición acomodada de su familia (Fig.25), que pudo sufragar los gastos tanto de la universidad como de su estancia en la capital catalana. Su intensa dedicación a los estudios superiores es un rasgo reiterado en todas las descripciones que se hicieron sobre ella, tanto en los medios locales como en medios regionales y nacionales²²⁵. En 1939, cinco años después de obtener el título de Miss Tarragona, ganó los ejercicios de oposición al Premio Extraordinario de Licenciatura y ese mismo año fue nombrada por la Universidad de Barcelona como auxiliar temporal en Geología, puesto en el que estuvo entre 1939 y 1941. Finalmente, aprobó en 1940 unas oposiciones a catedrática de Instituto que tuvo que realizar en Madrid, viajando sola hasta allí y alojándose sola en una residencia de estudiantes. Por lo que, considerando los años en los que ella fue universitaria, así como el trabajo que desarrolló al acabar la licenciatura, tanto en la universidad como después en el Instituto Maragall de Barcelona, es posible hablar de su perfil como el de una Mujer Moderna que ocupó espacios públicos como

²²⁵ «De la proclamació de Miss Tarragona», *Diari de Tarragona*, 27 de marzo de 1934, pg. 3; Benavides, José D., «"No me lo merezco!" dice Miss Cataluña», *Estampa*, 21 de marzo de 1934, pg.3-4.

fueron la universidad, llegando incluso a ostentar cargos de cierto poder y responsabilidad, hecho que resulta poco común entre las mujeres de la época.

La elección como representante de Tarragona en el concurso de Miss Tarragona no resulta inocente, sino más bien toda una estrategia para exportar una determinada idea sobre la ciudad mediterránea que, veremos, resultó ciertamente opuesta a la de otras candidatas, como la ganadora del concurso de Miss Cataluña, Miss Girona, «una chica originaria de Castell d'Aro, sus padres tienen una tienda de comestibles en la localidad. A los quince años ya era la “modistilla” más preciosa que pisaba la Rambla de la Libertad. Los domingos le gusta ir a bailar al Ateneo Democrático de la ciudad inmortal. Su deporte predilecto es la natación, que practica todo el año, le gusta el cine, pero no quiere ser una estrella de la gran pantalla. Su aspiración es ser una mujer de casa y casarse, aunque aún no tiene novio. [...] ella aspira a casarse como cualquier burguesita»²²⁶. Desde los quince años trabajaba como «modistilla», hecho que resulta muy interesante para entender el estereotipo de feminidad que ella representaba. Muchas otras Misses a lo largo y ancho del territorio español se definirían como «modistillas», por lo que resulta una profesión extendida en el concurso²²⁷. La importancia de esta definición no sólo pasa por su aspecto puramente laboral, sino también por lo que socialmente implicaba. Miren Llona (2003) describe a las «modistillas» como mujeres situadas en la frontera entre las clases trabajadoras y las clases medias, no contaban con un gran capital cultural y económico, por lo que trataban de maximizar la elegancia, la belleza y el cuidado de su apariencia personal como elementos de distinción.

²²⁶ Benavides, José D., «"No me lo merezco!" dice Miss Cataluña», *Estampa*, 21 de marzo de 1934, pg.3-4.

²²⁷ *Estampa*, 21 de marzo de 1934.

Estéticamente resulta cierto que se asemejaban al ideal de Mujer Moderna, que sigue las modas de vestir europeas, que se preocupa por su cuerpo y que se cuida. No obstante, al pertenecer a una clase social más bien popular resulta cierto que no tienen acceso a la educación formal y académica, no entran en el mercado laboral a través de un trabajo cualificado, sino que lo hacen mediante el trabajo manual, como es la costura, una labor asignada a las mujeres históricamente. Este hecho no implica en absoluto que el ideal de Mujer moderna deba entenderse como exclusivo de la burguesía, pues la historiografía ha demostrado la existencia de figuras que siguieron este estereotipo en el periodo de entreguerras que provienen de las clases obreras



Figura 25: «Miss Tarragona». Fuente: El Día Gráfico, 17 de abril de 1934, pg. 12.

y de los barrios populares, jóvenes cuya apuesta por la modernidad pasaba fundamentalmente por afirmar su independencia en el terreno de la sexualidad y en las costumbres. Sus referentes no provenían ni de los libros ni de las aulas, sino que surgían de los que se descalificaba como cultura de masas (De Pedro Álvarez y Pallol Trigueros 2021, 191) En cambio, Dolors Serrés Sena (Fig. 26) fue la candidata adecuada para transmitir mediante su perfil de feminidad una idea de identidad local vehiculada por la modernidad, la urbanidad y el carácter cosmopolita de una ciudad que querría aparecer en los mapas, ya no sólo de la nación española, sino en los mapas internacionales, a la altura de otras ciudades eminentemente turísticas, al entender el turismo como un signo de progreso social.

Su feminidad sirvió para presentar una identidad local contemporánea y moderna, opuesta a la feminidad de Miss Girona, que, aunque también debemos definirla como una Mujer Moderna, resulta cierto que representaba un estereotipo de feminidad mucho más contenido y domesticado, que explicitaba el respeto a los mandatos tradicionales de la feminidad, cosa que no hacía Miss Tarragona. Así pues, aunque las dos representan arquetipos modernos de una nueva feminidad, la candidata

de Girona se adecua mucho más a aquel que ya era ampliamente aceptado, mientras que Dolors Serrés representó una sobrada modernidad, en tanto que contaba con claras aspiraciones profesionales e intelectuales, sin destacar en momento alguno su pretensión por ser esposa y madre. Este hecho se explica en tanto que Tarragona, en la dinámica norte-sur dentro del catalanismo, optó por presentar una representante de la feminidad local radicalmente moderna, una mujer excepcional entre todas las tarraconenses, una sobreactuación de la idea de Mujer Moderna que tiene como objetivo situar la identidad local tarraconense en el escenario de la modernidad urbana catalana, característica que nunca le había sido asignada en los relatos sobre su identidad local, tal y como se ha visto en capítulos previos. Esta estrategia, basada en la sobreactuación de la modernidad de feminidad local, resultó un esfuerzo por situar Tarragona como la ciudad más moderna de Cataluña, mucho más de lo que sería Girona, centro simbólico de la catalanidad de la Lliga y cuna de las tradiciones y esencias catalanas.

Se debe recordar que Tarragona había sido descrita históricamente como una ciudad antigua, rural y provinciana, idea muy viciada también por la intensa relación de la ciudad con la Iglesia, tal y como se ha señalado en el primer capítulo de este estudio, por lo que presentar al concurso de Miss Cataluña a una mujer perteneciente a la burguesía liberal local implicaba visibilizar esta clase social en la propia ciudad y fuera de ella, una burguesía vinculada con los negocios y con la economía, así como plenamente urbanita, que de nuevo significaría el progreso de la localidad. Asimismo, la clase se presenta en el concurso de belleza de 1934, como otro aspecto que definió la identidad local. Mientras que Tarragona presenta su candidata, hija de una familia burguesa de la ciudad, Girona lleva a una chica «modistilla» hija de unos tenderos de un pequeño pueblo de la provincia. No en vano, este conflicto norte-sur se acabó representado en la final del concurso de Miss Cataluña, disputado entre la representante de Girona y la de Tarragona, obteniendo el título la candidata presentada por Girona. En segundo lugar, quedó Miss Tarragona.

Pese a que Tarragona presentó un modelo de feminidad radicalmente moderno, no fue la única, pues otro ejemplo muy similar fue el de Miss León. El titular de la página que dedica el diario «Estampa» sobre ella dice: «Miss León. Cree en D. Marcelino

Domingo y en el amor, no»²²⁸. La describen como una chica muy independiente, que va arriba y abajo en la ciudad de Zamora, donde estudia el bachiller, recibe clases de piano y asiste al Casino Radical Socialista para impartir clases de matemáticas, taquigrafía y mecanografía. Cuando ha acabado se dirige al Café París a tomar un cóctel, todo esto a las horas que ella decide, pues se describe a sí misma como una «muchacha moderna, interesada por las ideas sociales. No leo novelas de amor; no creo en el amor...»²²⁹.

Pese a este ejemplo, la mayoría de las chicas que se presentaron al concurso de Miss España, procedentes de muchas regiones del país, tendían a seguir más el modelo de Miss Girona, siendo muchas de ellas modistillas y aspirando al matrimonio como misión vital, pese a la modernidad de sus formas. Por tanto, no sería únicamente Tarragona el lugar que presentó al concurso el prototipo de Mujer Moderna más radical, sino que otras regiones llevaron al concurso de Miss España a aspirantes que rompían tajantemente con el arquetipo de feminidad tradicional, siendo mujeres que se consideraban modernas, independientes e incluso fuertemente politizadas. De Miss Tarragona no tenemos demasiada información sobre su posible vinculación política, únicamente se ha encontrado un breve documento escrito a mano en el que se señala que Dolors Serres se afilió al sindicato Unión General de Trabajadores – UGT – en el verano de 1936²³⁰. Este documento por sí sólo no puede demostrar la politización de la Miss, puesto que no sería errado considerar su afiliación por razones coyunturales más que por plenas convicciones. No obstante, no resulta determinante para poder valorar su ideología o, por lo contrario, la conveniencia en afiliarse a un sindicato, dadas las fechas de las que data su entrada a la organización sindical.

Concluyendo en base a lo anteriormente expuesto, el Concurso de Miss Cataluña fue el escenario en el que se pusieron en disputa los diferentes modelos de feminidad catalana donde, además, aquel que fuera elegido tenía como objetivo ejemplificar y homogeneizar dicha catalanidad y la feminidad que la representaba. Serviría, por tanto,

²²⁸ E.F., «Miss León. Cree en D. Marcelino Domingo y en el amor, no», *Estampa*, 21 de marzo de 1934, pg. 15.

²²⁹ Ibid.

²³⁰ ES-CAT-UB 01-5327:02 Expediente académico de Dolors Serres Sena, Facultad de Ciencias. Arxiu Històric de la Universitat de Barcelona.

como disciplinamiento del orden de género de la región, al primar un estereotipo sobre los demás. La comparación entre los diversos estereotipos de feminidad presentados al concurso regional permite analizar cuál fue la feminidad local presentada por cada

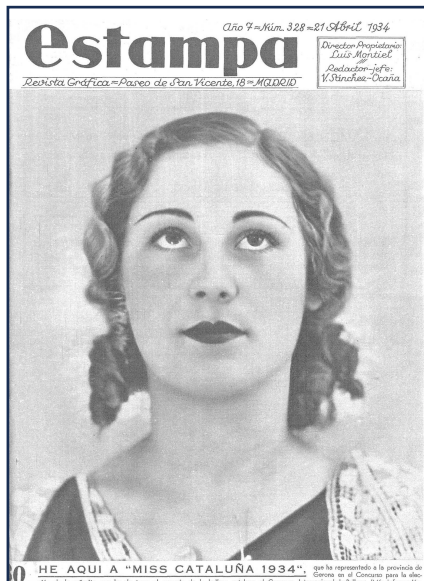


Figura 26: He aquí a "Miss Cataluña 1934". Portada con la fotografía de la que fue Miss Girona, ganadora del certamen regional en 1934.

Fuente: *Estampa. Revista Gráfica*, 21 de marzo de 1934, pg.1.

ciudad, siendo este estereotipo el aspecto que definía la identidad local y, además, concluir cual de estos estereotipos sería el más adecuado para representar a la mujer catalana y a través de ella la propia idea de catalanidad. La ganadora del certamen en Cataluña fue Miss Girona, una mujer procedente del pueblo de Castell d'Aro, donde sus padres tenían un pequeño colmado, que se reconocía como una buena «modistilla», como otras muchas candidatas al concurso de Miss España, siendo mujeres que no expresarían pretensión alguna por ocupar espacios reservados a la masculinidad, así como tampoco ansiaban especialmente la independencia de la que sí gozaban y hablaban por ejemplo Miss Tarragona o

Miss León, hecho diferencial con la idea de Mujer Moderna que representaron ambas misses.

El concurso de Miss Cataluña representó un enfrentamiento implícito entre dos modelos de feminidad catalana, aquella representada por la que sería la ganadora, Miss Girona (Figura 27), y la que encarnaba Miss Tarragona. Pese a que Miss Girona practicaba todo el año la natación, le gustaba ir a bailar al Ateneo Democrático y adoraba el cine, aunque nunca sería una estrella de la gran pantalla, su aspiración pasaba por ser una mujer de casa y «a casarse como cualquier burguesita»²³¹, en un claro anhelo por imitar la clase social con la que se encuentra haciendo frontera (Llona 2003). Dicha afirmación no aparece en ninguna fuente de las que describía a Miss Tarragona, pues en todo momento se subrayaba su labor como estudiante universitaria.

²³¹Benavides, José D., «"No me lo merezco!" dice Miss Cataluña», *Estampa*, 21 de marzo de 1934, pg.3-4.

Tarragona, como una ciudad del sur de Cataluña, descrita históricamente como una ciudad dormida, casi muerta, anticuada y provinciana se pretendía situar en el circuito de la modernidad a través de su representante en el certamen de Miss Cataluña, presentando una mujer que cumple con todos los requisitos del prototipo de Mujer Moderna.

No se debe obviar el contexto político de ambos lugares, Girona y Tarragona en el momento de elección de sus representantes femeninas, puesto que incluso este contexto puede llegar a explicar, en parte, la apuesta por la modernidad más radical o la más moderada y contenida. Así, en Tarragona las elecciones locales dieron la victoria de manera reiterada en los diversos comicios celebrados a la alianza de izquierdas dirigida por Pere Lloret, con ideas renovadoras y modernas para la ciudad, con un carácter ciertamente localista, catalanista y federalista. Mientras que para el caso de Girona, aunque resulta cierto que las elecciones locales fueron sistemáticamente ganadas por Esquerra Republicana de Catalunya, las derechas, centralistas y las catalanistas se situaban a poca distancia en nombre de votos y concejales (Cornellà 2006). El sentir como cuna del catalanismo la ciudad de Girona, se presentó en el certamen a través de un modelo de mujer que representaba la tradición, las costumbres y el tipismo, acompañado de una modernidad muy poco radical en la reproducción de la feminidad, una mujer moderna pero que guarda las esencias históricas del catalanismo.

En cambio, Tarragona, que habiéndose sentido siempre fuera de la construcción del catalanismo, apostó a lo largo de la II República por proponer una nueva idea de catalanismo, en este caso concreto a través de la modernidad encarnada en la feminidad local presentada al concurso de Miss Cataluña. Un estereotipo de mujer muy moderna, quizás incluso excesivamente moderna, resultando este un intento por situar la ciudad de Tarragona alejada de los argumentos que le atribuyen pasividad y arcaísmo. La sobreactuación de la modernidad local a través del cuerpo femenino de la representante en el concurso de Miss implica el intento por parte de las élites progresistas locales de situar a Tarragona como una posible nueva sede del catalanismo, pero esta vez un catalanismo muy moderno y que, tal como demostraban las fallas, mantiene un discurso

de hermandad con los demás pueblos de España, Tarragona era una ciudad muy moderna que podría ser el reflejo de la nueva España republicana y progresista.

Siguiendo el objetivo que la figura de la representante de la feminidad catalana tenía, como una especie de elemento de convencimiento y ejemplo hacia todas las mujeres de la región, que debían verse reflejadas en ella, así como aspirar a imitarla se optó por primar a una mujer con apariencia actual, que cuidaba de su estado físico pero que no obviaba que su única aspiración pasaba por cumplir con los deberes femeninos tradicionales, ejerciendo como una figura de disciplinamiento y convencimiento para todas las demás mujeres. Se debe tener en cuenta que el prototipo de la Mujer Moderna se entendía desde ciertos sectores de la opinión pública internacional, española y catalana como una figura de progreso social, con el que la mujer había adquirido independencia y había conquistado ciertos espacios gracias al reconocimiento de su capacidad. No obstante, desde la ciencia y la opinión pública se favoreció un prototipo moderno de mujer que no abandonase sus mandatos naturales, el matrimonio y la maternidad (Nash 1999). Así pues, Miss Girona mezclaba en su modelo de feminidad lo moderno y lo tradicional, era una conexión directa a la tradición y a la vez la modernidad de su aspecto y de sus aficiones (Ruiz Martínez 2001a, 152). Ella representaba la nación moderna, pero sin olvidar los aspectos tradicionales que definían la feminidad catalana a través de su rol como esposa y como madre, entendiéndolos como mandatos supremos a través de los que las mujeres servían a la catalanidad.

Miss Tarragona representó una identidad local excesivamente moderna, totalmente sobreactuada en su contexto, por lo que quedó en un segundo puesto, aceptando su presencia en el concurso, pero sin premiar el modelo al que representaba para la identidad regional catalana, se quedó como una mera anécdota local.

«Sol, cócteles, bailes y Misses»: El ocio turístico como espacio de libertad para las Misses

Pese a que, tal como anteriormente se ha explicado, la ganadora del concurso de Miss Cataluña 1934 fue Miss Girona, la que performaba una feminidad con aspectos tradicionales, siendo una chica hogareña, sin formación y que contaba con el matrimonio y la maternidad como únicas aspiraciones, los eventos a los que fueron invitadas las Misses deben entenderse como lugares y actividades relacionadas con la modernidad del momento. Para analizar este aspecto nos centraremos en la asistencia de las Misses representantes de cada una de las provincias catalanas al innovador Casino Platja d'Or de Sitges. La «Diada de Sitges» se produjo después del acto de elección de Miss Cataluña, fueron recibidas a su llegada por las autoridades locales a la entrada del pueblo, creando gran expectación y atención Miss Girona, la ganadora del concurso.

Todas las misses presentes fueron dirigidas al Casino Platja d'Or de la localidad, una instalación poco común en la España del momento y con una arquitectura vanguardista que tenía como objetivo el ampliar a todas las capas de la sociedad los placeres de las estancias al lado del mar, este tipo de arquitectura estuvo a cargo del grupo GATCPAC (Garnica González-Bárcena 2003), contando estas instalaciones con un claro objetivo turístico, dedicado únicamente al disfrute del ocio vinculado al turismo y sus actividades relacionadas, como el tomar el sol, los baños en la piscina, prácticas todas ellas turísticas. En los terrenos anexos al Casino se construyó, antes que el Casino, la Piscina Maria Teresa, una obra encargada al arquitecto Josep Maria Miralles, instalación que se estrenó el 10 de abril de 1932²³². Las grandes dimensiones de la piscina respondían al objetivo de celebrar en ella competiciones de natación, tal y como presenciaron las Misses durante aquella soleada mañana. Las instalaciones también estaban adecuadas para tomar el sol y socializar, a la vez que era posible tomar un cóctel servido en el Casino. Al evento estuvieron invitadas no sólo las misses catalanas sino también mujeres extranjeras. El Casino se convirtió en un escenario de exhibición de la

²³² Para conocer la historia sobre la Piscina Maria Teresa y el Casino Platja d'Or de Sitges visitar: CRITICART. «La Piscina Maria Teresa, el Casino Platja d'Or, el Club de Mar i el Kansas de Sitges. 3er Capítol dels edificis sota l'espasa de Dàmocles». Blog. Accedido 1 de mayo de 2023. <https://criticartt.blogspot.com/2023/01/la-piscina-maria-teresa-el-casino.html?view=magazine>.

modernidad femenina de Cataluña como parte de un país civilización ante el resto de Europa.

En la noticia de *Crónica*²³³, se equiparaban las características físicas de las bellezas catalanas con las peculiaridades del entorno. Así, se señalaba el cabello dorado de algunas con la arena de la playa, la piel con la tierra cobriza de las montañas y los ojos azules con el azul del cielo primaveral. De esta manera, los atributos del paisaje eran equiparados al físico de las mujeres, la mujer se convierte en naturaleza y la naturaleza en mujer, tal como señalaron Pritchard y Morgan (2000, 891-92), un discurso marcadamente turístico de promoción del lugar a través de sus paisajes y sus mujeres. El discurso sobre las mujeres plantea ideas como el exotismo, aquello inexplorado, lo natural, virginal y deseable (Aitchison 2001), los turistas son informados en un mismo discurso del entorno paisajístico con el que se encontraran, así como las mujeres locales que verán, aspectos que cuentan con unas características similares y que se definen mutuamente. El discurso tiene como receptores a los hombres turistas a través de privilegiar una mirada masculina y heterosexual que plantea al turista como una especie de explorador que querrá vivir el entorno, siendo las mujeres uno de sus componentes. Mediante este discurso y los usos de la feminidad, se promocionan imágenes sexuales y marcadores de exotismo para comercializar el destino, reforzando estereotipos de género así como una marcada diferenciación de jerarquías, en una clara relación de colonialidad entre el local y el visitante (Enloe 1989; Swain 1995). Pese a este discurso relacional entre la feminidad y el entorno natural, la promoción del lugar y de su feminidad se hizo también a través de connotaciones de modernidad, sobre todo si nos fijamos en las actividades de las que las misses formaron parte en aquella jornada.

²³³ Martínez-Sagí, Ana María., «El triunfo de la mujer en Sitges», *Crónica*, 22 de abril de 1934, pg. 26-27.

A parte de presenciar las novedosas competiciones de natación, en las que participaron mujeres deportistas (Fig. 28), también asistieron a un desfile de trajes de baño, una indumentaria que estaba muy de moda en los lugares de playa de toda Europa. Así, a pesar de la sexualización de la mujer en clave turística, se traza un escenario en el que exhibir la modernidad de la mujer catalana ante los visitantes extranjeros.



Figura 27: «Del match de natación celebrado en honor de “Miss Cataluña”. –En primer término: la campeona de España, Carmen Soriano, espera la señal para lanzarse a la piscina. Fuente: *Crónica*, 22 de abril de 1934, pg. 27.

La periodista que escribía la crónica de aquella jornada se mostraba contraria a esta prenda de baño, tal y como pasaba en 1932, cuando se prohibió la exhibición de las misses en «maillot»²³⁴. Pese a su crítica, es cierto que la periodista observa las nuevas modas como un símbolo de progreso, puesto que señala que las mujeres iban vestidas tal y como querían, «Las mujeres iban vestidas como querían, en maillot, en pijama, mujeres bien vestidas que parece que van desnudas, mujeres desnudas que se diría que van vestidas»²³⁵.

Sus modernas vestimentas iban acompañadas de modernos comportamientos, como el fumar o el beber, unas prácticas de ocio que hasta el momento se relacionaban con la masculinidad pero que el estereotipo de Mujer Moderna se hizo suyo. La noticia del diario

«Crónica» así lo explicó: «Todas las Misses han fumado y todas han bebido mucho. La mayoría, por primera vez en su vida. Y, claro está: primer, un sudor frío; después un peso

²³⁴ «La Elección de Miss Europa en París. El Día Gráfico se encarga de elegir a Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 2 de enero de 1932, pg. 2.

²³⁵ Martínez-Sagí, Ana María., «El triunfo de la mujer en Sitges», *Crónica*, 22 de abril de 1934, pg. 26-27.

en el estómago. Inmediatamente, la cabeza ha empezado a girar. Finalmente... En fin, ya me comprenden ustedes...»²³⁶

Así se observa como el propio certamen promocionó actitudes relacionadas con este nuevo estereotipo de feminidad, pero siempre bajo un férreo control, señalando tal y como aparece en el fragmento anterior de «Crónica» que eran actitudes que nunca antes las misses habían tenido, nunca habían bebido ni fumado, pero en el contexto de la exhibición de su modernidad y bajo la mirada de aquellos hombres que legitimaban el prestigio de las mujeres escogidas, podían llevarlas a cabo. Estas nuevas actitudes femeninas se aceptaron cuando ellas ya habían sido escogidas como tal y habían entrado dentro de la rueda del certamen y los actos públicos. De alguna manera, ellas estaban escenificando una feminidad moderna bajo control. Se observa así, que las misses adquirirían mayor libertad en su exposición pública después de ser escogidas como las bellezas representantes de sus localidades, no antes. Asimismo, el espacio turístico del casino de Sitges representa un espacio de libertad, donde ciertas prácticas son permitidas, además de reconocidas como modernas, con lo que concluimos que el turismo y los espacios donde se desarrolla cuenta con un papel modernizador, en tanto que es un lugar de exhibición de la modernidad nacional frente a la mirada de los visitantes, extranjeros muy modernos. Y es en este contexto en el que se les permite a las mujeres tomar actitudes anteriormente sancionadas para ellas, así que es en el espacio turístico y tomando el turismo como pretexto que se permite escenificar una modernidad antes desconocida en España. Ahora bien, no sólo debe considerarse que esta modernidad femenina se escenificó frente a los turistas europeos modernos, sino también frente a un número importante de medios que explicaron el evento y que transmitieron a todo el país la figura de la Mujer Moderna encarnada en las Misses.

Finalmente, después de tomar un «lunch» servido por el Casino Platja d'Or, fueron a ver un desfile de coches de lujo conducidos por mujeres. Este desfile y el hecho de que los automóviles fueran conducidos por mujeres debe tener dos lecturas complementarias. Por un lado, según el discurso expuesto es claro que las conductoras no dejaban de ser un atractivo más adjunto al coche, pero, por otro lado, el mismo

²³⁶ Martínez-Sagí, Ana María., «El triunfo de la mujer en Sitges», *Crónica*, 22 de abril de 1934, pg. 26.

discurso también pretende demostrar el gran progreso social que vive España en el momento a través de una feminidad moderna, a la que ya se le ha reconocido la capacidad de llevar a cabo tareas reservadas anteriormente únicamente para los hombres²³⁷. Dejar que ellas condujeran, tal y como hacían los hombres, era un claro símbolo de modernidad y progreso social.

El título de Miss permitió a estas mujeres la ocupación de nuevos espacios, así como la asunción de actitudes hasta entonces reservadas para los hombres, como el fumar o el beber en público, signos de cierta independencia y empoderamiento femenino. Esta independencia se dio gracias al control que a través del concurso se tenía sobre la feminidad de estas chicas, una feminidad que debía representar aquella que se pretendía convertir en hegemónica. Ellas serían aparentemente modernas e independientes, pero siempre bajo la tutela de la opinión pública y las autoridades relacionadas con la elección de la mujer más bella de Cataluña, la representante de la feminidad catalana. Asimismo, la libertad de acción de estas mujeres se produjo en espacios turísticos como el Casino de Sitges, implicando las actividades relacionadas con el turismo una clara modernización del estereotipo femenino. El ocio era un espacio en el que se experimentaba una flexibilidad y laxitud importante sobre conductas sancionadas en otros espacios, pese a este papel modernizador es importante tener en cuenta que la libertad y la modernización de la feminidad contaba con límites, aquellos que serían marcados por los hombres presentes y de los que dependía el propio concurso y, de alguna manera, las propias misses.

Asimismo, las bellezas locales quedarían vinculadas de manera intrínseca a una actividad propia de las naciones modernas, el turismo y su promoción. Ellas, su belleza y su feminidad se convirtieron en las mejores embajadoras de unas localidades que se presentaban como merecedoras de ser exploradas. Sus atributos describían su tierra, así Miss Tarragona era bonita como el Sol que lucía al mediodía, era rubia como la espiga del campo tarraconense, tenía los ojos azules del mar Mediterráneo²³⁸, a la vez que resultaba la herencia del pasado romano, siendo este un símbolo de distinción y de

²³⁷ «Las Misses asisten a la Diada de Sitges», *El Día Gráfico*, 17 de abril de 1934, pg. 9.

²³⁸ Ferré Guasch, Salvador., «Fantasia», *La Veu de Tarragona*, 4 de agosto de 1934, pg.3.

autenticidad local que hacía la ciudad un lugar idóneo para conocer, visitar y vivir. A su vez, tal como ya se ha comentado Miss Tarragona y su prototipo de Mujer Moderna pretendería transmitir la modernidad de su ciudad para desbancar las antiguas ideas sobre la pasividad de la ciudad y su estancamiento. Esta combinación en la representación de pasado y presente por parte de la Miss se observa en las descripciones que se hacían sobre ellas, las que destacaban de Dolors Serres su belleza helénica, equiparándolas a las antiguas mujeres romanas que poblaron la gran ciudad de Tarraco, a la vez que señalaban que era estudiante de Ciencias Naturales en la Universidad de Barcelona, rasgo que trasladaba una idea de radical modernidad²³⁹.

Incluso la propia Miss Tarragona asumió su papel como representante de la alta cultura heredada de la Imperial Tarraco, cómo símbolo de autenticidad y dignidad de una ciudad que poco a poco había ido tomando conciencia sobre la necesidad de atraer turismo. Cuando Miss Tarragona fue invitada al Ayuntamiento de su ciudad, como homenaje a ella y a su participación como representante de la localidad en el certamen catalán, pronunció un discurso en el que justamente identificó su figura como la de una representante de la Imperial Tarraco, destacando todas sus virtudes. Habló de una ciudad inmortal con un gran pasado, el que tiene mucho más valor que muchas otras ciudades. Una ciudad que entonces y ahora era capaz de valorar el culto a las ciencias, al arte y a todo lo que fuera bello, como lo era el azul purísimo del mar y el oro viejo de las murallas. No obstante, siguiendo una dinámica extendida entre las misses, hizo gala de su humildad al aceptar que ella no había sido capaz de triunfar para «levantar de nuevo el espíritu de los tarraconenses para elevarlo con arrogante soberanía, no sobre Cataluña sino sobre toda España»²⁴⁰. Esta última afirmación de su discurso también tiene relación con la idea federalista de Tarragona, que además de pretender posicionarse en el tablero de la catalanidad propuesto anteriormente por lo que fue la Lliga Regionalista, también aspiraba a liderar un proyecto federalista en España emprendido desde el sur de Cataluña.

²³⁹ «No me lo merezco!, dice “Miss Cataluña”», *Estampa*, 21 de abril de 1934, pg. 3.

²⁴⁰ «Les senyoretes representatives de Catalunya visiten Tarragona», *Diari de Tarragona*, 6 de mayo de 1934, pg.1.



Figura 28: Cartel promocional del baile celebrado con motivo de la visita de las Misses a Tarragona.

Fuente: Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona

La jornada concluyó con un baile en homenaje a las misses que habían asistido a Tarragona, un acto en el que, de nuevo, se intentaba demostrar el buen gusto de la ciudad, su modernidad y su lujo. Este hecho podemos comprobarlo no sólo a través de la hemeroteca, sino también gracias al cartel promocional del baile (Fig. 29). En él aparece una pareja de baile, vestidos ambos de manera muy lujosa, de hecho, parecen más bien actores de Hollywood del momento, transmitiendo un claro sentido de sofisticación del acto. La catalanidad reivindicada por Miss Tarragona se representa también en este cartel

promocional en el que aparece en una esquina la bandera de cuatro barras catalana. Por tanto, las bellezas que asistieron, Miss Cataluña 1934, Miss Barcelona, Miss Lleida, Miss Reus, Miss Tortosa y Miss Ulldecona, conocieron el pasado imperial de la ciudad, su grandeza histórica, pero además se les quiso mostrar la parte más moderna, vinculada al baile, al ocio, al lujo y la moda, aspectos protagonistas en el baile organizado por la Asociación de la Prensa de Tarragona en colaboración con «El Día Gráfico».

Tal como se ha mostrado en este apartado, la figura de las misses representó mediante su feminidad un concepto clave en la España republicana, la modernidad. Ellas pudieron ocupar espacios de ocio, como fue la jornada en el Casino Platja d'Or de Sitges o el baile celebrado en su honor en Tarragona. Estos escenarios de ocio sirvieron para exhibir la modernidad de la nación a través de sus mujeres más modernas y libres. Por otro lado, ellas también representaron los límites domésticos a la Mujer Moderna, la selección de la ganadora del certamen catalán, Miss Girona, señalaba la promoción de una modernidad femenina controlada y limitada en sus actitudes y particularmente en su sexualidad, en tanto que se remarca el respeto a las misiones supremas de la feminidad, el matrimonio y la maternidad.

La elección de la feminidad como espacio de representación política e intelectual masculina

El intento por popularizar y potenciar el concurso de Miss, tanto a nivel local como a nivel nacional, pasó por demostrar una importante connivencia con las autoridades políticas y con las autoridades intelectuales, todo ello promocionado por los medios de comunicación que estaban detrás de la organización del certamen. Esta complicidad entre las autoridades y el concurso pretendía revestirlo de un cierto halo de seriedad y formalidad, presentándolo como un espacio que no pretendía atentar contra el honor de ninguna mujer de bien, tal y como antes se ha visto. El hecho de que hombres de la política e intelectuales estuvieran de fondo también señalaba esta seriedad del evento, los prohombres respetables conferían dignidad y solemnidad al concurso femenino. La noticia de «El Día Gráfico» en la que se anunciaba la celebración de la edición de 1932 señalaba que el concurso consistía en «unas Olimpiadas estéticas, llenas de alegría y entusiasmo, a la vez que ofrecerá seriedad. No se menoscabará el pudor y el amor propio de las muchachas españolas si se inscriben al concurso»²⁴¹

Para la elección de «Señorita Andalucía», ya en 1931, el jurado estaba compuesto por un amplio número de hombres de gran relevancia en ámbitos como la literatura, con Manuel Machado o el destacado periodista almonteño, Rafael Torres Endina, entre otros nombres destacados entre la intelectualidad andaluza vinculados a la medicina, al dibujo o a la escritura²⁴². Esta dinámica aparece también en el concurso que debía escoger a Miss Cataluña 1933, cuando el jurado estuvo compuesto por el pintor Pere Casas Abarca o por el escritor, crítico y periodista Rafael Moragas i Maseras que, por unanimidad, escogieron a Gabriela R. Rodríguez, conocida posteriormente como Gaby Rigoberto, una chica de 19 años, «una muchacha muy de su casa, estudiosa, que no gusta de *flirts* ni tiene novio y le gusta mucho leer»²⁴³.

²⁴¹ «Elección de Miss Europa en París. El Día Gráfico se encarga de elegir a Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 2 de enero de 1932, pg. 2.

²⁴² «Miss España 1931. La belleza andaluza», *Diario de la Marina*, 15 de enero de 1931, pg.3.

²⁴³ «Ayer fue elegida Miss Cataluña la señorita Gabriela R. Rodríguez», *Hoja Oficial del Lunes*, 13 de febrero de 1933, pg. 3.

Las bases del concurso de Miss Cataluña 1934, la que fue presentada Dolors Serrés como Miss Tarragona, publicadas por *El Día Gráfico* sigue señalando que «el jurado que escogerá a Miss Barcelona y Miss Cataluña estará formado por destacadas personalidades»²⁴⁴. No obstante, fue a partir de esta edición que la composición de los jurados cambió, los hombres que componían los jurados locales ya no eran escritores, dramaturgos o críticos literarios, sino que serían los altos cargos de los medios de comunicación que organizaban los distintos concursos locales los que lo compondrían, así como empresarios del sector hoteleros y del ocio. Esto sucedió en el tribunal que escogió a Dolors Serres como Miss Tarragona, formado por empresarios de espectáculos, fotógrafos y periodistas. Esto indica que, cada vez más, el concurso se observaba, ya no como una Olimpiada estética, sino como un espectáculo rentable tanto para los empresarios locales como para los medios de comunicación involucrados en el certamen. Asimismo, también eran nombres de las nuevas actividades de ocio que estaban en boga, como el teatro, el cine o los clubes, atractivos turísticos de las ciudades modernas. Serían los promotores de estas actividades los que escogerían a la cara que debería representar la identidad local de cara al exterior, por tanto, de cara al potencial turístico que disfrutaría de las actividades que ellos promocionaban en la ciudad. De nuevo aquí se observa una conexión directa entre el concurso de Misses y la actividad turística local. Este cambio implicó un retorno a las ideas y objetivos fundacionales del concurso en Atlantic City el 1921, que pasaban por simplemente conseguir alargar la época estival, por tanto, el momento de mayor apogeo turístico de la zona.

La edición de Miss Tarragona 1935 estuvo copada por la presencia de nombres procedentes de la política que eligieron a la que consideraban era la mejor candidata. Entre ellos se encuentra el por entonces alcalde, el señor Ramas, puesto allí después de los hechos de octubre de 1934 cuando el gobierno central decidió que los ayuntamientos catalanes pasarían a estar dirigidos por Comisiones Gestoras. Anastasio Ramas, en todo caso, era militante del Partido Radical de Lerroux, el que había subido al poder después de las elecciones de noviembre de 1933 y que inauguró el bienio radical-cedista. Con ello, la decisión sobre cuál debía ser el modelo de feminidad que

²⁴⁴ «Certamen Internacional de Belleza. Elección de Miss Cataluña», *El Día Gráfico*, 6 de Marzo de 1934, pg.11.

representara la identidad local en el concurso de Pubilla de Cataluña había quedado en manos de la élite política local del momento²⁴⁵.

La victoria del Frente Popular en febrero de 1936 también determinó de alguna manera el funcionamiento de la elección de la Pubilla de Cataluña, añadiendo a la elección un carácter eminentemente popular, por el que sería el público del evento el que mediante sus votos escogiera a la representante de la belleza catalana. Las noticias señalaban que la elección de Miss Cataluña, edición que contó con cierta confusión entre el nombre de Pubilla y el de Miss, se haría por «sufragio popular»²⁴⁶, por lo que el viraje del gobierno republicano también se representó en el concurso a través de una de sus características fundamentales, el carácter popular tanto del gobierno como del propio concurso. Con el apelativo «popular» únicamente se referían al hecho de que la decisión estaba en manos del público. Ahora bien, debemos analizar quien podría asistir cómo público al evento celebrado en el Palacio Nacional de Montjuic, para el que se debía pagar una entrada de 5 pesetas para un caballero y su acompañante, o de una peseta para una mujer sola²⁴⁷.

Si tomamos como ejemplo el salario medio de un trabajador de la industria textil catalana, una de las más importantes de la zona, que oscilaba entre las 6 y las 8 pesetas semanales (Llonch Casanovas 2004), podemos pensar que las personas que accedieran al evento formaban parte de la clase media de la ciudad, no perteneciendo en absoluto a las clases populares barcelonesas. Menos aún, si consideramos la presencia de público de fuera de la capital catalana, que contarían con mayores gastos por tener que sufragar también el desplazamiento hasta la ciudad condal. Con ello, consideramos que el carácter popular del certamen en 1936 únicamente se debía a la participación del público, en absoluto al hecho de que estuviera abierto para todas las clases sociales de la ciudad y menos aún que la clase popular local tuviera ningún tipo de poder de decisión sobre la feminidad representante de la catalanidad.

²⁴⁵ «La proclamació de la Pubilla Tarragonina», *Diari de Tarragona*, 22 de Marzo de 1933, pg. 1.

²⁴⁶ Trillas Blazquez, Gabriel., «Elección de “Miss Cataluña 1936”», *Crónica*, 19 de abril de 1936, pg. 19.

²⁴⁷ «Palacio Nacional», *Hoja Oficial del Lunes*, 13 de abril de 1936, pg.11

Los hombres de las élites, intelectuales o políticas fueron los encargados en todo momento de escoger durante la II República a la belleza femenina local, regional y nacional para llegar a exponerla en el concurso de Miss Europa. La elección de las Misses no diría algo únicamente de la feminidad escogida, o aquellas que aparecieron en disputa hasta que una se escogió la hegemónica, sino que también aporta información sobre aquella masculinidad pretendidamente nacional. Esta masculinidad vendría definida por su capacidad al escoger a la mujer que mejor definiera la feminidad que debía presentarse como el ejemplo a seguir y que definía de manera intrínseca a través de sus características la identidad nacional.

Los hombres del jurado tendrían que demostrar su buen gusto y buen hacer en su elección, aspirar a la modernidad sin caer en las redes de la coquetería, acercarse a la tradición, pero sin ahogarse en ella, no se podía presentar una mujer anticuada y arcaica, tampoco la Mujer Moderna demasiado sobreactuada o, al contrario, una mujer moderna muy sobreactuada que demostrara la modernidad de los hombres que la escogieron. La masculinidad local, regional y nacional huyó de escoger imitaciones de las mujeres americanas de las películas, pero también pretendió alejarse del imaginario de la gitana Carmen, el que había lastrado durante tanto tiempo al país, situándolo en un espacio atemporal y vinculado a la falta de evolución y civilización, un lugar salvaje con mujeres exóticas. De hecho, ni las Misses catalanas ni las que fueron escogidas Miss España tendrían nada que ver con ese estereotipo, anticuado a ojos de la nueva y moderna República.

El reconocimiento de la feminidad que representaba y escenificaba de manera adecuada la catalanidad y el republicanismo pasaba por recibir también el beneplácito de las autoridades políticas de la Generalitat. Es por esta razón que la agenda de las misses de las localidades catalanas implicaba numerosos actos en comunión con las élites políticas, tal como fue la visita de las misses locales a la tumba del President Francesc Macià en

1934 (Fig. 30), lo que implicó la unión entre la feminidad, el republicanismo y el catalanismo. Ellas eran representantes de las feminidades locales del territorio catalán a la vez que lo eran de la propia



Figura 29: Las bellezas de Cataluña, ante la tumba del President Macià, después de depositar en ella una monumental corona de laurel – (Fots.Badosa).

Fuente: *El Día Gráfico*, 15 de abril de 1934, pg. 1.

República. De esta manera encontramos que la feminidad define y representa la idea política del nuevo sistema tanto en Cataluña como en España. Después del acto de homenaje a Macià, las Misses fueron recibidas por el President Lluís Companys y el alcalde de Barcelona, Pi i Sunyer²⁴⁸.

Este argumento se ve reforzado por el hecho de que se hiciera coincidir el tercer aniversario de la proclamación de la República con el certamen de Miss Cataluña, en un entorno festivo y conmemorativo. La elegida pasaría a ser la representante de la belleza no sólo catalana, sino también republicana. No obstante, esta dinámica no estaría únicamente presente en la edición de 1934, en los certámenes posteriores las bellezas representantes tendrían en sus agendas la rigurosa recepción de las autoridades políticas catalanas en el Palacio de la Generalitat, en 1935 el maestro de ceremonias fue el Gobernador General, puesto que entre octubre de 1934 y febrero de 1936, con el Estatuto suspendido después del encarcelamiento del President Lluís Companys derivado de la proclamación del «Estat Català de la República Federal espanyola» el 6 de octubre del 1934, la presidencia de la Generalitat fue ocupada por personas designadas por el gobierno central con el título de gobernadores generales de Cataluña.

²⁴⁸ «En el círculo artístico tendrá lugar hoy, por la noche, la elección de “Miss Cataluña”», *El Día Gráfico*, 14 de abril de 1934, pg.3-12.

Conclusiones

Los concursos de Misses sirvieron como escenario público en el que definir la identidad local, regional y, finalmente, nacional, a través del género, tanto de la feminidad como de la masculinidad. Con las Misses se definió y caracterizó a través de su personificación la identidad local y nacional, primando además todos aquellos valores que definieron la nueva España republicana. Una de estas características, sin lugar a duda, sería la modernidad, aspecto que aparece reiterado en el caso de Miss Tarragona, siguiendo así una estrategia de posicionamiento de la ciudad, tanto dentro de Cataluña como en el conjunto del estado. Tarragona pretendería alejarse a través de Miss Tarragona, una Mujer Moderna, de ideas vetustas sobre la ciudad, de las concepciones que hablaban de una urbe dormida, pasiva, arcaica, incluso muerta.

Por otra parte, Tarragona propondría de la mano de su representante femenina una idea nueva de catalanidad, discurso del que no había participado como un actor principal siguiendo una dinámica clara de norte-sur, en el que los territorios de la Cataluña Vella marcarían los ritmos y los discursos. Tarragona y su idea sobre Cataluña presentaban ideas de modernidad, de cosmopolitismo, de democracia, de federalismo y de republicanismo, todo ello representado mediante un modelo de feminidad sobreactuado en sus formas y actitudes modernas, mucho más que el que se propuso desde Girona, con una mujer contenida y controlada en su modernidad, que no ponía en cuestión sus mandatos supremos y que no era excesivamente transgresora en sus formas, costumbres, actitudes y comportamientos. Finalmente, el concurso de Misses en 1934 relegó a un segundo plano estas ideas para primar aquellas que procedían del norte, representadas por la feminidad de Miss Girona, con una apariencia actual, pero primando aspectos que ella destacaba en sus entrevistas y que tendrían más que ver con un arquetipo de feminidad tradicional.

El concurso de Miss Cataluña, por tanto, aparece como un escenario público en el que se disputan diversas formas de catalanidad a través de la feminidad escogida. Así, el concurso de Miss deviene un escenario a través del que se presentan diversos modos de modernidad encarnados en los cuerpos femeninos. La elección de Miss Girona representa la disciplina de las formas de modernidad representadas y reproducidas por

las misses, hegemonizando a la Mujer Moderna controlada, sumisa y que acata de manera casi automática sus mandatos supremos, así como no pretende ocupar espacios masculinos como puede ser la Universidad.

Pese a que el concurso de Miss España pueda parecer aparentemente un evento superficial, inocente y banal, su estudio profundo demuestra que durante la II República fue utilizado como un escenario público a través del que representar a la nación, previa disputa de sus características a través de la feminidad local y regional. La Mujer Moderna entró en el juego como una figura reconocida para representar el progreso social frente a las miradas extranjeras. No obstante, a través del concurso de Miss se seleccionó un modelo de feminidad domesticado, que trasladaba ideas de modernidad, pero que no abandonaba el respeto a los mandatos supremos como el matrimonio o la maternidad. La modernidad femenina debía ser un aspecto controlado y vigilado que no contara con el libre albedrío del que muchos sectores de la opinión pública y de la intelectualidad renegaban. La feminidad se demuestra de nuevo como una perfecta herramienta a través de la que definir la nación, siendo ésta un concepto vacío de significado y que se completaría gracias a definiciones desde el género, la raza, la religión o la clase.

La domesticación del modelo de feminidad que trasladaban las misses se observa también en los espacios a los que se les permitió acceder, espacios muy relacionados con el ocio turístico, así como la adquisición de nuevos comportamientos que les eran tolerados por haber ganado el título de Miss, pero que no se ampliaban a las demás mujeres de la sociedad y tampoco en otros lugares que no fueran aquellos de ámbito exclusivamente turístico. Ellas podrían fumar o beber, siempre bajo la estricta vigilancia de los hombres que les habían concedido los títulos. Asimismo, estos concursos estaban estrechamente ligados con la práctica turística en tanto que el turismo representa una práctica masculina de observación de cuerpos femeninos locales, de espacios feminizados para poder ser explorados y vivenciados, de consumo de un lugar inferior en la escala de poder coronada por el propio turista. Así como las ciudades, los cuerpos femeninos locales estaban expuestos, dispuestos y pasivos ante la mirada masculina del turista. Lo mismo sucedió con el concurso de Miss, donde las mujeres son las que son observadas y seleccionadas, con una actitud totalmente pasiva ante la mirada masculina que cuenta con el poder. Por otro lado, ellas ejercieron, ante

esta mirada masculina, como las caras y cuerpos representantes de su lugar natal. Todo aquello que ellas representaban sería lo que los turistas se encontrarían al visitar su ciudad. En conclusión, se habían convertido en una especie de objeto representativo de su localidad, como lo podría ser un cartel promocional, una fotografía o un panfleto hotelero.

CONCLUSIONES

I. La relación entre turismo, género y nación desde la historiografía resulta aún hoy en día un campo aún poco explorado que muestra múltiples posibilidades de investigación. Pese a contar con un amplio bagaje metodológico y conceptual propuesto por otras disciplinas como los estudios históricos o la antropología, no contamos con demasiados estudios históricos que hayan relacionado estas tres variables desde el estudio de las representaciones y las encarnaciones de las identidades nacionales, regionales y locales desde sus conceptos e imágenes de género, camino que intentará ser iniciado por esta tesis doctoral.

A partir del análisis de la bibliografía disponible actualmente sobre los tres ejes que vehiculan la presente investigación - turismo, género y nación -, se puede concluir que, pese a que cada una de ellas dispone de un amplio repertorio de trabajos que han legado metodologías, conceptos y planteamientos, no contamos con trabajos que interrelacionen los tres conceptos. Pese a que la historia del turismo sí que ha establecido relación con el género y con la construcción y la representación de la nación, no ha sucedido de la misma manera al proponer la combinación de los tres aspectos. Asimismo, a diferencia de otras disciplinas como los estudios críticos del turismo, la historia del turismo no ha abordado el análisis de la performance en la práctica turística. Este hecho, se ha pretendido subsanar en esta tesis, pese a la dificultad presente en las fuentes primarias, considerando que la adopción de esta perspectiva permite aproximarse a las prácticas a través de las que no sólo se ha perpetuado la identidad nacional hegemónica, sino que también ha posibilitado la resistencia a este discurso desde abajo. De esta manera, es posible valorar la agencia de las clases subalternas que no pueden ser consideradas como simples vasijas a llenar con identidad nacional, sino que pueden presentar resistencias y transgresiones, plasmadas en aspectos como el género que define la nación, que fomentan el diálogo y la negociación con las élites locales, abriendo la puerta a la resignificación de la identidad nacional que debe ser escenificada frente al visitante de manera inequívoca.

La presente tesis ha podido demostrar la conjugación de las tres variables propuestas desde el inicio, así como ha trabajado profundamente en base a las representaciones de la nación y del género, como también con sus encarnaciones

espaciales y corporales, analizadas a partir de tres eventos sucedidos durante los años de la Segunda República.

II. Las elites locales tomaron conciencia a principios del siglo XX sobre la importancia de la atracción de turismo, hacia el que debieron proyectar un discurso concreto de identidad local, a través de entre otros aspectos, el género. Se estableció en estas primeras décadas un diálogo con las experiencias de los turistas que habían visitado Tarragona desde mediados del siglo XIX, seleccionando aquellas características que se consideraron positivas y enfrentando las que no definían un proyecto de identidad local adecuado.

Los viajeros del siglo XIX expresaron en sus libros las vivencias, los espacios, los habitantes y sus tradiciones que consumieron en sus estancias en Tarragona. De estas experiencias salieron múltiples discursos que trazaban de manera exógena las características que definían una Tarragona basada en su pasado romano, la ciudad religiosa y mediterránea. Características que los viajeros, tanto nacionales como internacionales, valoraron como positivos, señales de una ciudad digna de ser visitada. No obstante, dichas características también fueron utilizadas para trazar un discurso despreciativo y que destaca inferioridad, en tanto que señalaron la falta de capacidad de los locales para poder poner en valor sus ruinas romanas y enconados en un pasado de dominio religioso, místico y supersticioso que, cada vez más, se observaba como anticuado y muy alejado de la modernidad enarbolada por los países de la Europa avanzada y basada en la razón y el cientificismo. Por otro lado, la ciudad fue feminizada por los viajeros que la representaban en sus discursos como una mujer a la que exploraron, a la que dominaron, en la que penetraron e incluso, a la que amaron. Estos discursos corresponden a una visión histórica según la que la práctica del viaje y de la exploración ha sido relacionada con la masculinidad, así como el lugar visitado ha sido entendido como pasivo, dispuesto y expuesto, valores asociados a los roles femeninos tradicionales.

Sin duda, las élites de Tarragona preocupadas por el fomento turístico para el que se debía elaborar de una identidad local que se considerase positiva, tomaron algunas de las características ya descritas por los turistas, así como enfrentaron otras que no coincidían con esta idea de identidad, hecho por el que es consideran

continuidades y rupturas. Sin duda, estas elecciones fueron tomadas por las élites locales que gestionaron y promocionaron el turismo en la ciudad catalana, siendo por tanto un discurso esgrimido desde arriba y que debía ser escenificado desde abajo en el encuentro turístico. Por lo que, en estos orígenes de la identidad turística de Tarragona las clases subalternas no contaron con ningún tipo de agencia en la elaboración del discurso, esgrimido e impuesto desde arriba.

Aquellas características señaladas por los turistas y que las elites tomaron como propias en su discurso de identidad local fueron, fundamentalmente, el legado romano que pasó a definir por completo la ciudad de Tarragona fue el atractivo más explotado, dinámica que aún hoy en día se perpetúa. Por otro lado, se representó una ciudad estrechamente vinculada a su pasado como sede y defensora de la cristiandad, valor mediado por la presencia imponente de la Catedral en lo alto de la localidad. Ambos espacios se señalaron en las guías turísticas editadas en la ciudad como los lugares que la definían, espacios simbólicos donde poder entender la historia de la localidad. La presencia de dichos espacios era necesaria en la creación de cualquier identidad local que pretendiera contar con un peso suficiente como para poder ser considerada en el mapa de los Estados-Nación. Tarragona se representó por parte de sus élites como la cuna de la civilización antigua, antecesora de la Europa moderna, así como la protectora de la cristiandad frente a todas las vicisitudes históricas.

No obstante, el uso único de estos símbolos confirmaba los postulados de los viajeros con miradas claramente coloniales y que trazaban una ciudad anclada en su pasado, antigua y que había muerto junto al Imperio Romano y el gobierno absoluto de la cristiandad. Es por esta razón que las élites locales introdujeron nuevos lugares turísticos con los que poder representar una ciudad moderna, actual, viva y enérgica. Así, a principios del siglo XX las guías turísticas locales destacaban espacios como los Astilleros del Puerto o la Fábrica Chartreuse, vinculando modernidad y industrialización. Estos espacios pretendían representar una identidad local moderna, característica que los viajeros del XIX habían asignado a su ciudad vecina, Reus, lugar donde los visitantes sí que destacaban su movimiento de ideas, de nuevas tendencias, de economía y de industria. Además, las élites optaron por destacar el carácter costero de la ciudad, presentando el Mediterráneo y su influencia en la vida de los locales y los visitantes

como un hecho diferencial y que, gracias a las nuevas modas turísticas y del ocio, representaba un valor añadido irrefutable, tal y como sucedía en otras ciudades españolas como San Sebastián donde el turismo de mar, a través de sus baños, resultaba una marca de consumo turístico moderno.

Sin embargo, las élites locales fueron conscientes de que el turismo no tenía como único uso el poder representar una identidad local positiva, sino que además podría servir para disciplinar y domesticar a la población local, entendida aquí como clases subalternas por no tener agencia en la creación del discurso de identidad turística local, esgrimido, de momento, únicamente de arriba abajo. Así, el turismo fue una herramienta perfecta a través de la que disciplinar las actitudes y formas de las clases subalternas, en un intento de aburguesar sus maneras y sus costumbres, con el pretexto de mostrar una imagen completamente positiva y que respondiera a las demandas de la mirada turística, que denostaba lo pobre, lo sucio, lo desordenado y lo excesivamente popular. Las élites de Tarragona pretendieron una ciudad más próxima a la Suiza turística que al Marruecos denostado y orientalizado.

Este disciplinamiento se transmitió a la población local a través de metáforas familiares. La ciudad era una extensión más del hogar y los turistas fueron representados como los invitados de cada una de las familias de Tarragona. Los hombres, cabezas de familia, fueron encargados de hacer de vigilantes de las buenas costumbres, entre las que se contemplaba el confort y el saneamiento de la ciudad. Y, siguiendo esta línea, las mujeres, aunque obviadas en las fuentes, se las sobrentiende como las responsables de lo que se consideraban, en esta metáfora familiar, las tareas domésticas extendidas ahora al ámbito turístico. Por lo que, se concluye que las fuentes muestran cómo las tareas de hospitalidad fueron transmitidas por las élites a través de términos comprensibles para la población, como podrían ser las metáforas familiares, y que llevaban de manera absolutamente intrínseca ordenamientos de género internos, por los que la masculinidad se ocupó de las órdenes y la supervisión, mientras que las prácticas de hospitalidad se concibieron como virtudes femeninas propias de la esfera doméstica.

Este primer capítulo introductorio y donde se han buscado los orígenes de todos los símbolos que trazaron la identidad turística local posterior, demuestra claramente la

creación de un discurso de arriba abajo que tomó algunas características de los primeros imaginarios turísticos, pero que también enfrentó otras para poder acabar representando una identidad turística local adecuada y positiva, en base al ideario de las clases dominantes, por tanto, plenamente burgués.

III. La monumentalización del espacio público fue utilizada para crear espacios turísticos a través de los que se disputó y negoció la representación de la identidad local mediada por el ordenamiento de género.

El caso del Monumento de los Héroes de 1811 del escultor Julio Antonio, conocido popularmente como el «Monument dels Despullats», resulta un ejemplo paradigmático de la representación y difusión de una identidad local complementaria de la nacional y que definía visualmente el destino turístico, destacando en este caso su definición y concreción mediante las imágenes de género. No obstante, fueron múltiples las disputas en relación con el monumento, particularmente protagonizadas por dos sectores de las élites que pretendían representar a través de él diferentes proyectos de identidad local y, por consiguiente, de nación y que aparecen en el capítulo diferenciados como el grupo progresista y el conservador, en base a las ideologías de las que eran representantes. Las principales disputas vinieron por la composición del propio monumento, contando con tres figuras antropomorfas, una de ellas representaba Tarragona en forma de matrona, con clara inspiración clásica. Las dos restantes eran figuras masculinas que simbolizaban dos tarraconenses caídos en la batalla frente al invasor, las tropas napoleónicas. Todas las figuras aparecían desnudas, pero sin lugar a duda, fueran las masculinas las que más debate comportaron.

El sector más progresista, tanto de la opinión pública como de la política, abogó por exponer en el espacio público la obra de arte, alegando la clara modernidad que transmitía un monumento de dichas características y que ya había sido apreciado por la élite madrileña, incluyendo a la Familia Real, mostrando la relación de superioridad intrínseca entre el centro y la periferia. Por otro lado, sostuvieron que el desnudo de sus figuras masculinas representaba un discurso de identidad local caracterizado por la secularidad y la lucha colectiva de todo el pueblo frente al invasor, la defensa de la

libertad de todo el pueblo en su conjunto, obviando cualquier tipo de diferenciación de clase. Además, pusieron en valor que los héroes del monumento encarnaban una masculinidad local y nacional contenida, racional y sacrificada, materializada en el momento previo a la muerte, como símbolo del sacrificio mayor del hombre por su nación. Esta idea de la modernidad de Tarragona a través del monumento fue relacionada con el turismo, en tanto que los visitantes europeos sabrían apreciar el arte actual, moderno y vanguardista en las calles de la ciudad y no se escandalizarían en modo alguno frente a los desnudos meramente artísticos del monumento de Julio Antonio.

En cambio, el sector más conservador de las élites locales abogó por esconder el monumento en espacios mucho más inaccesibles, por considerar que no representaba una idea de identidad local adecuada, por contar con una imagen de masculinidad demasiado afeminada y frágil. Por el contrario, para estos sectores las figuras que mejor habrían representado su imaginario de identidad local y nacional pasaban por la exposición de una masculinidad fuerte, militar, decidida con la que poder transmitir una narrativa clara de virilidad. Estos sectores utilizaron el turismo como pretexto para conseguir su propósito de no exponer en el espacio público el monumento, alegando que los turistas no querrían ver semejantes desnudo al caminar por las calles de la ciudad visitada, por tanto, es en función del turismo que algo no se puede llevar a cabo, mostrando cómo las élites locales eran conscientes de que sería a través del turismo que podrían representar y proyectar la narrativa de identidad local y nacional que más conviniera a sus intereses.

Ahora bien, la oposición y resistencia a la exhibición en el espacio público no sólo se dio de manera discursiva, sino que también se han encontrado en las fuentes prácticas de resistencia por parte de las clases subalternas, que no participaban en los lugares y espacios de decisión política. Así, se debe tener en cuenta el episodio recogido en los diarios por el que algunas mujeres decidieron de manera militante no pasar por delante del monumento situado a finales de la década de los veinte en el zaguán del consistorio, mostrando así su claro rechazo a la exhibición de la obra en el espacio público. En este sentido, es posible demostrar que la población, las clases populares y subalternas tendrían la posibilidad de resistir al discurso de arriba, tomando agencia en

la construcción de la identidad local mediante la escenificación de transgresiones y subversiones.

El enfrentamiento sobre los desnudos, concebidos como obscenos por un sector y como radicalmente modernos por otro, escondía de fondo dos propuestas diferentes de identidad local y nacional. Una de ellas, basada en ideas como la emancipación, la libertad del pueblo, el sacrificio colectivo, la igualdad de los ciudadanos frente a las adversidades que afectan a la nación. En cambio, el sector más conservador propondría en este debate, a través del imaginario de género que proyecta el monumento, una idea de nación basada en el militarismo, mucho más belicista y autoritaria, donde una élite como la castrense o la religiosa acaba siendo enarbolada como la defensora de la nación, en una idea mucho más clasista a la vez que autoritaria de la narrativa local sobre el asedio de Tarragona de 1811. Por tanto, se observa cómo se disputan la hegemonía del discurso de identidad local dos posturas antagónicas mediante la representación de la masculinidad local y nacional reproducida en el monumento.

Por otro lado, cabe señalar que el enfrentamiento sobre el proyecto de identidad local que debía hegemonizarse únicamente se hizo en base a la ampliamente cuestionada representación de la masculinidad, en ningún momento de la feminidad, pese a que la figura femenina también aparece despojada de cualquier tipo de prenda de vestir. La figura femenina, con clara inspiración clásica y que representa la propia ciudad de Tarragona feminizada, no resultó en absoluto molesta, hecho que aquí se relaciona con la amplia aceptación social hacia las figuras femeninas desnudas en el arte que proviene de la asunción del uso de los cuerpos femeninos desnudos como elementos de disfrute visual, no siendo así en el caso de los cuerpos masculinos desnudos representados en momentos de desfallecimiento y muerte.

Ahora bien, la hegemonización de uno de los dos discursos que se habían enfrentado a lo largo del primer tercio del siglo XX, particularmente en los años veinte, únicamente pudo venir con el establecimiento de la Segunda República. De hecho, el primer Ayuntamiento republicano será el que conseguirá, poco después de su constitución, situar en el espacio público, donde actualmente se encuentra, el Monumento a los Héroes de 1811. Gracias a la hegemonía política fue posible establecer finalmente una de las dos narrativas locales sobre el monumento, y pasó a representar,

de manera inequívoca conceptos como la modernidad, la laicidad, la libertad y la lucha colectiva de todo el pueblo, valores que definirían en sí a la propia joven República. El monumento pasó entonces a representar a la propia República en el escenario local. No obstante, las guías turísticas editadas en Tarragona con posterioridad a la inauguración del monumento en septiembre de 1931 no muestran en absoluto el amplio debate que existió, despolitizando por completo el lugar que ya había pasado a ser, también, un espacio turístico. Esta dinámica responde a la necesidad de proyectar el lugar visitado como un reducto apolítico y alejado de los conflictos políticos y sociales.

Así pues, este capítulo demuestra la existencia de diversos proyectos de identidad nacional a través del ámbito local que son esgrimidos en base a conceptos e imágenes de género a través de su representación y reproducción en el espacio urbano. Asimismo, la monumentalización se entiende en esta disputa como una herramienta a través de la que crear una ciudad turística, digna de ser visitada y que cuenta con una clara identidad local a representar hacia los visitantes, una que incluso puede ser experiencia a través del disfrute de un paseo por la Rambla de la ciudad. Por otro lado, esta es la primera vez que en esta investigación se pueden analizar prácticas de resistencia por parte de las clases populares que muestran su oposición o su acuerdo a través de la encarnación de actitudes y acciones con las que toman agencia en la narrativa sobre la identidad local.

IV. La cultura popular fue utilizada en Tarragona como un escenario a través del que llevar a cabo una representación y reproducción de la identidad local a través del género trazada desde arriba, aunque también fue el espacio donde las clases populares pudieron escenificar resistencias y negociaciones gracias a la ambigüedad de sus formas.

La nueva fiesta de las Fallas en Tarragona, invención importada gracias a la presencia en la ciudad de un nutrido grupo de valencianos que junto a las élites de la ciudad tomaron conciencia sobre la necesidad de establecer un calendario festivo local que atrajera a los visitantes y fomentara así el turismo en la localidad. Por otro lado, la invención de una nueva tradición propuesta y gestionada desde las élites permitió la

domesticación de una fiesta tradicional en Tarragona, la verbena de San Juan, que no resultaba del todo adecuada por ser demasiado desordenada, popular y poco cívica, tal y como aparece en las fuentes disciplinarias. Asimismo, mediante los monumentos falleros sería posible representar y escenificar elementos que pretendían convertirse en los hegemónicos de la identidad local desde arriba. En este sentido, se hace uso de valores como la tecnología o el pasado romano, en una clara combinación entre la modernidad a la que se aspiraba y la tradición y la historia como reclamo turístico.

La importación de la fiesta en Tarragona aglutinó una amalgama importante de símbolos tanto catalanes, valencianos como españoles, y desterró otros. Así, observamos la introducción del baile de la sardana como un elemento consustancial de una Cataluña civilizada y ordenada. Sin embargo, pese a que la fiesta originaria en Valencia contaba con numerosos aspectos arcaicos, su importación en Tarragona decidió arrinconarlos y hacerlos desaparecer después de la primera edición, al considerar que estos no conseguían definir dicha modernidad, anclando la ciudad en la tradición más arcaica, tal como sucedió con la cabalgata folklórica, repleta de trajes y bailes tradicionales. Por otra parte, de la tradición castellana se decidió tomar la celebración de las corridas de toros, simplemente por resultar un acto que atraía numerosos turistas, pese al desacuerdo de muchos hombres de las élites locales que no encontraban ningún tipo de identificación con este evento. Así pues, consideramos aquí que la fiesta tomó a la vez que relegó símbolos de identidad regional y local foráneos en función de aquello que quiso representar en su identidad local, a la vez que consideraron la necesidad de satisfacer la mirada turística. Las sucesivas ediciones de las Fallas en Tarragona muestran la adaptación que la ciudad hizo a aquellos prestamos simbólicos de la fiesta foránea, tal como sucedió con los propios monumentos falleros. Dichos monumentos contaron con una adaptación en tanto en cuanto debían responder a un mayor carácter local, momento en el que incluso se cambia el nombre de la fiesta por Fiesta de las Piras Romanas en la que las fallas debían eliminar cualquier elemento satírico y debían estar construidas bajo un estilo clásico que emulara el pasado romano de la ciudad.

En la dinámica de adaptación de la fiesta foránea para convertirla en una tradición local que representara la identidad de la ciudad, el género resultó un aspecto

clave y decisivo. Inicialmente, se tomó la figura de la Fallera Mayor como encarnación femenina de la identidad local que acabó por desaparecer al considerar que resultaba una figura que representaba características excesivamente folklóricas y tradicionales, alejadas de las pretensiones de modernidad de las élites de Tarragona. Así, comenzó a tomar importancia como representación femenina de la identidad local la Miss, por poder aglutinar en su figura estos valores de modernidad, cosmopolitismo y vanguardia. Por otro lado, la masculinidad también apareció como representante de la identidad local en estas fiestas de junio, definida a través de conceptos como la racionalidad, la civilidad, el saber estar, el trabajo y el progreso, cualidades representadas por la figura del fallero. Esta masculinidad también se definió a partir de su antagónico, de la otredad, el «fallero del Puerto». Estos falleros, habitantes de los barrios adyacentes al puerto, de clase social baja y poco acomodada representaron una masculinidad excesivamente popular en su acepción más negativa, analfabeta e ignorante. Esta calificación fue esgrimida por la opinión pública próxima a las élites locales en respuesta a un discurso transgresor que reprodujeron los falleros del Puerto a través de la construcción de unas fallas propias mediante las que reprodujeron resistencias al discurso de género asignado desde arriba para definir la identidad local.

El escenario festivo, burlesco y carnavalesco en el que se desarrollaron las Fallas de Tarragona permitió la existencia de discursos alternativos, de resistencias y negociaciones al discurso de identidad local propuesto de arriba abajo. Estas resistencias se propusieron a través de los monumentos falleros plantados en el espacio público por la Comisión del Puerto, comisión alternativa a la oficial controlada por las élites locales. Evidentemente, estas desviaciones a la reproducción perfecta del discurso de identidad local desde arriba fueron duramente sancionadas por la opinión pública, que castigó a través de los diarios locales y sus editoriales los monumentos falleros plantados, también utilizando como pretexto la mirada turística y sus demandas.

Al analizar detenidamente las resistencias propuestas desde abajo en los monumentos falleros, debemos concluir que se produce un conflicto de clase que toma como objeto de confrontación los discursos de género que definían la identidad local desde arriba. El monumento fallero a las Libertades implica la burla y la sátira sobre las nuevas libertades republicanas, modernas y actuales como la libertad de amor, de culto

o de espíritu. De la misma manera, la falla de la Feminidad, plantada en 1936, resultó el castigo férreo por parte de las clases populares a los nuevos modelos de feminidad representados por la Mujer Moderna o la Eva Moderna, y que encuentra su práctica en las Misses. Ambos discursos de modernidad local a través del género y sancionados por las clases populares fueron esgrimidos por las élites, por lo que se considera aquí la existencia del conflicto de clases, en tanto que las clases subalternas presentaron resistencias a lo que consideraban modelos de género excesivamente modernos y que, además, venían propuestos y eran defendidos por las clases acomodadas. Ahora bien, estas resistencias se pudieron dar gracias a la gran ambigüedad con la que cuenta la fiesta popular, por su ambiente carnavalesco y distendido, en el que mediante la sátira se representan y reproducen resistencias y que valoramos aquí como la conquista de la agencia de las clases subalternas en la creación del discurso de identidad local a través del género.

V. El concurso de Miss España y sus variantes regionales y locales, eventos aparentemente banales, sirvieron como herramientas para definir la identidad local, regional y nacional mediante la feminidad, perpetuando una mirada masculina que ejercía poder y disciplina sobre los cuerpos femeninos, tal y como sucedía en la práctica turística. La modernidad que había ido vehiculando la identidad local de Tarragona se encarnó en el cuerpo de su representante local, intentando alzarse a través del él en el adalid de un nuevo proyecto de identidad catalana radicalmente moderno.

Los certámenes de belleza resultaron un escenario público a través del que representar las diferentes identidades locales y regionales que compusieron la identidad nacional republicana. Fue mediante los cuerpos femeninos que se encarnaron los valores de la joven República, el más importante, sin duda, fue el de la modernidad de la nación. Ellas fueron las representantes de la «patria chica» que defendía la propia República. Esta representación y reproducción partió del eslabón más próximo y reconocible, como fue el local, donde en la elección de la belleza de las diferentes ciudades se pudieron depositar las características que pretendían definir las identidades locales. Ellas se convirtieron en las representantes desde sus lugares natales de la propia

República, fueron su encarnación demostrando que ellas mismas eran republicanas, tal y como sucedió con la visita de todas las misses catalanas a la tumba del president Macià, siendo este uno de los actos previos al certamen celebrado en Montjuïc. Sin embargo, no sólo fue este el objetivo del concurso de Miss España y sus variantes regionales y locales, sino que contó con otro fundamental: la disciplina de los modelos de feminidad mediante la propuesta de uno que debía funcionar como un ejemplo de aquello que representaba ser una mujer tarraconense, una mujer catalana o una mujer española. De esta manera, mediante la propuesta de representantes femeninas de ciudades, regiones y de la nación, finalmente, se estaba hegemonizando un modelo de mujer, vinculado a la modernidad intrínseca como valor en la República, pero que debía ser controlada y fiscalizada por la mirada masculina.

En el caso de Tarragona, con el primer certamen local celebrado en 1934, se trasladaron, a través de la figura de Dolors Serrés, todo un conjunto de valores que pretendían situar a la ciudad como una urbe a la cabeza de la modernidad dentro de Cataluña, enfrentando así todos aquellos postulados que ya provenían de los discursos del siglo XIX y que hablaban de un lugar dormido, pasivo, arcaico, muerto. Así, la propuesta que Tarragona llevó al concurso de Miss Cataluña fue un modelo de feminidad sobreactuado en su modernidad, alejada del modelo de «mujer moderna» que se proponía para la época, mucho más representada por la ganadora del concurso, la representante de Girona que contaba con una modernidad más controlada, aceptada y distante de cualquier tipo de transgresión, como sí sucedía con la figura de la tarraconense Dolors Serrés. La figura de la Miss se consideró más adecuada para transmitir esta modernidad que la Fallera Mayor, mucho más folklórica y arcaica, por ello, pese a coexistir en algunos años como en 1934, resulta cierto que la Fallera Mayor fue perdiendo visibilidad en los medios de comunicación locales en pro de Miss Tarragona.

Consideramos que esta excesiva y sobrada modernidad tenía como objetivo situar a la ciudad de Tarragona dentro de la región como la más moderna, característica con la que nunca antes había podido ser definida, siendo un valor asignado a lugares como Girona o Barcelona, precursores ideológicos del catalanismo. Así, la feminidad representante de Tarragona y su marcada modernidad se pretendió convertir, a través

del concurso, en la definición de la identidad local y en una nueva propuesta de feminidad catalana, republicana y federalista, tal y como se ha ido viendo en el capítulo sobre las Fallas de Tarragona. Pese a este intento por hegemonizar el discurso de Tarragona, propuesto a través de su feminidad en el concurso de Miss Cataluña, el modelo femenino finalmente escogido por la mirada masculina representada en los jueces del concurso fue el que reproducía Miss Girona, que pasó así a definir la feminidad de la identidad catalana. Esta elección señaló la apuesta por una modernidad regional trazada mediante una feminidad actual, a la vanguardia de las nuevas modas occidentales, pero contenida y disciplinada, poco transgresora, sumisa y consciente de sus mandatos supremos como mujer.

A partir de la elección de las misses, ellas adquirieron un nuevo estatus que les permitió desarrollar comportamientos vetados para las demás mujeres, así como una exposición en la vida pública poco común. Ellas adquirieron mayor libertad cuando la mirada masculina de las élites locales las había seleccionado como las representantes de las diferentes identidades locales que se representaron en el certamen. Así, se observa que ellas participan en eventos públicos junto a políticos destacados como el propio President de la Generalitat, Lluís Companys. Además, destaca un evento celebrado en el moderno Casino Platja d'Or de Sitges, un espacio eminentemente turístico, donde a ellas se les permitió beber y fumar. Así pues, fue en los espacios turísticos donde se les concedió una mayor libertad en sus formas y actitudes, bajo el férreo control masculino, pero donde pudieron actuar de un modo realmente distinto al que se permitía en otros espacios mucho más fiscalizados. El espacio turístico y moderno contaba con un papel donde ciertas actitudes, quizás concebidas para las mujeres como excesivamente modernas y, por tanto, sancionada, eran permitidas, convirtiéndose así en un lugar modernizador para el modelo de feminidad.

El turismo no sólo representó un escenario de libertad para las misses, sino que además debe entenderse como el sentido de la existencia de las bellezas locales. Ellas se convirtieron en las representantes fuera de los límites de sus lugares de origen de la identidad local. Fueron los atributos de cada una de ellas los que definían el paisaje local, así como a sus gentes. En su figura se depositó no sólo la modernidad y el republicanismo de una ciudad como Tarragona, sino que también, como mujer y

conservadora de las esencias locales, encarnaba el pasado romano a través de una belleza que acuñaron como «helenística».

Por tanto, este capítulo permite analizar el discurso de identidad loca trazado de arriba abajo y encarnado por la figura de una mujer que debía reproducir la modernidad, el republicanismo, un nuevo catalanismo federalista del que Tarragona se presentaba como líder y toda la tradición heredada de la Imperial Tarraco. Su cuerpo se utilizó como la materialización de todos estos valores que pretendían representar una ciudad digna de ser visitada. El certamen de belleza y su exposición turística pretendieron domesticar la modernidad de los nuevos estereotipos femeninos, hegemonizando aquellos que respondían a las demandas de feminidad pero que a la vez conservaban todos los atributos que la feminidad tradicional había asignado a las mujeres, como el matrimonio o la maternidad. Miss Tarragona no respondía a estos parámetros, hecho por el que no fue escogida como la representante de la feminidad catalana. Esta disciplina no se considera únicamente por cuestiones de género, sino que es una disciplina impuesta sobre el conjunto de lo que representó la identidad catalana y la española, a través del género se domesticó y hegemonizó la identidad regional como una pieza más de la identidad nacional.

Pretendiendo responder a la hipótesis planteada en el inicio de esta investigación, es posible afirmar que el turismo sí que representó una herramienta y a su vez un pretexto adecuado para fomentar la creación de todo un conjunto de símbolos e imágenes que trazaran el discurso de identidad local pretendido por las élites locales, quienes eran gestoras y promotoras de la incipiente actividad turística. Así, a través de la monumentalización del espacio público, a través de la fiesta popular y de la personificación de la feminidad local se pudo desarrollar un discurso de identidad desde arriba con el objetivo de ser representado y escenificado en el encuentro turístico.

Ahora bien, esta investigación también ha podido mostrar la existencia de resistencias desde abajo que toman el género intrínseco en la identidad local como su

campo de lucha. Es en estas resistencias encarnadas a través de la ambigüedad que las clases subalternas toman agencia en la construcción del discurso de identidad local. Es mediante la ambigüedad que en la práctica turística es posible la reproducción y la teatralización de las narrativas de identidad local que las clases populares pueden tomar agencia a través de la performance de resistencias, transgresiones y subversiones a los discursos propuestos e interesados de las clases acomodadas locales.

En definitiva, esta investigación únicamente resulta uno de los primeros pasos que pretende abrir una nueva línea de investigación histórica que preste atención a la representación de identidades locales, regionales y nacionales, a través de un aspecto crucial como es el género, en el encuentro turístico. Asimismo, propone abordar ámbitos poco frecuentados por la historiografía cómo son las resistencias al discurso de género intrínseco en las narrativas de nación y que muestran la agencia de las clases populares a través de su encarnación en la cotidianeidad del encuentro turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Abelló Güell, Teresa. 1989. «La crisi de tombant de segle (1898-1917)». En *Història del Camp de Tarragona*, 174-190. Tarragona: Institut d'Estudis Tarraconenses Ramon Berenguer IV.
- . 1997. *El movimiento obrero en España, siglos XIX y XX*. Barcelona: Hipótesis. Historia Contemporánea.
- Aitchison, Cara. 2001. «Theorizing Other discourses of tourism, gender and culture: Can the subaltern speak (in tourism)?» *Tourist Studies* 1 (2): 133-47.
- . 2005. «Feminist and Gender Perspectives in Tourism Studies: The social-cultural nexus of critical and cultural theories». *Tourist Studies* 5 (3): 207-24.
- . 2009. «Gender and Tourism Discourses: Advancing the Gender Project in Tourism Studies». En *The Sage Handbook of Tourism Studies*, 631-44. Londres: SAGE Publications Ltd.
- Alix, Josefina. 1997. «La escultura en la época de Julio Antonio». En *Coloquio sobre Julio Antonio*. Tarragona: Diputació de Tarragona.
- Alonso, Francisco Gracia. 2018. *La construcción de una identidad nacional. Arqueología, patrimonio y nacionalismo en Cataluña (1850-1939)*. Barcelona: Universitat de Barcelona Edicions.
- Álvarez Junco, José. 1990. «Cultura popular y protesta política». En *Peuple, mouvement ouvrier, culture dans l'Espagne contemporaine. Cultures populaires, cultures ouvrières en Espagne de 1840 à 1936*. París: Presses Universitaires de Vincennes.
- . 2001. *Mater Dolorosa : la idea de España en el siglo XIX. Mater Dolorosa : la idea de España en el siglo XIX*. Taurus historia. Madrid: Taurus.
- Anderson, Benedict. 1991. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso.
- Andreu Miralles, Xavier. 2004. «La mirada de Carmen: el mite oriental d'Espanya i la identitat nacional». *Afers: Fulls de recerca i pensament* 48: 347-67.
- . 2016a. *El Descubrimiento de España: Mito romántico e identidad nacional*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- . 2016b. «La nacionalización española en el siglo XIX. Un nuevo balance». *Spagna contemporanea* 49: 169-84.
- . 2017. «El género de las naciones. Un balance y cuatro propuestas.» *Ayer* 106 (2): 21-46.

- Anguera, Pere, Antoni Gavalrà i Torrents, y Xavier Pujadas, eds. 1996. *La Premsa a la província de Tarragona durant la Segona República, 1931-1936*. Tarragona: Diputació de Tarragona.
- Araújo, Nara. 2008. «Verdad, poder y saber: escritura de viajes femenina». *Estudios Feministas* 16 (3): 1009-29.
- Arce Pinedo, Rebeca. 2007. *Dios, Patria y Hogar. La construcción social de la mujer española por el catolicismo y las derechas en el primer tercio del siglo XX*. Santander: PUBliCan, Ediciones de la Universidad de Cantabria.
- Archilés Cardona, Ferran, Manuel Martí Martínez, Marta García Carrión, y Xavier Andreu Miralles. 2011. *Ser de Castelló. La identitat local en l'època contemporània (c.1880-1936)*. Castellón: Fundación Dávalos-Fletcher.
- Archilés i Cardona, Ferran. 2007. «¿Experiencias de nación? Nacionalización e identidades en la España restauracionista (1898-c.1920)». En *Construir España: nacionalismo español y procesos de nacionalización*, editado por Javier. Moreno Luzón, 127-52. Madrid: CEPC.
- . 2007b. «La Renaixença al País Valencià i la construcció de la identitat regional». *Anuari Verdaguer* 15: 483-519.
- . 2013. «Lenguajes de nación. Las “experiencias de nación” y los procesos de nacionalización: propuestas para un debate». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 90 (8): 91-114.
- Archilés, Ferran, y Alejandro Quiroga Fernández de Soto. 2013a. «Presentación». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 90: 13-16.
- Aresti Esteban, Nerea. 2000. «El ángel del hogar y sus demonios. Ciencia, religión y género en la España del siglo XIX». *Historia Contemporánea* 21: 363-94.
- . *Médicos, donjuanes y mujeres modernas. Los ideales de feminidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX*. Bilbao: Servicio Editorial UPV.
- . 2002. «La nueva mujer sexual y el varón domesticado. El movimiento liberal para la reforma de la sexualidad (1920-1936)». *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres* 1: 125-50.
- . 2006. «La categoría de género en la obra de Joan Scott». En *Joan Scott y las políticas de la historia*, editado por Cristina Borderías, 223-32. Barcelona: Icaria Editorial. Asociación Española de Historia de las Mujeres.

- . 2007. «La Mujer Moderna, el Tercer Sexo y la Bohemia en los años veinte.» *Dossiers Feministes* 10: 173-85.
- . 2012. «Masculinidad y nación en la España de los años 1920 y 1930». *Mélanges de la Casa de Velázquez* 42 (2): 57-72.
- . 2014a. «A la nación por la masculinidad. Una mirada de género a la crisis del 98». En *Feminidades y masculinidades: arquetipos y prácticas de género*, 47-74. Madrid: Alianza.
- . 2014b. «De heroínas viriles a madres de la patria. Las mujeres y el nacionalismo vasco (1893-1937)». *Historia y Política* 31: 281-308.
- . 2017. «El gentleman y el bárbaro. Masculinidad y civilización en el nacionalismo vasco (1893-1937)». *Cuadernos de Historia Contemporánea* 39: 83-103.
- Aresti, Nerea, Julia Brünhe, y Karin Peters. 2016. «Introducción. Masculinidad y nación en los años de entreguerras». En *¿La España invertebrada? Masculinidad y nación a comienzos del siglo XX*, editado por Nerea Aresti, Karin Peters, y Julia Brünhe, 1-12. Granada: Comares Historia.
- Aresti, Nerea, y Darina Martykánova. 2017. «Masculinidades, nación y civilización en la España contemporánea: Introducción». *Cuadernos de Historia Contemporánea de la UCM* 39: 11-17.
- Ariño Villarroya, Antonio. 1992. *La Ciudad ritual : la fiesta de las Fallas*. Autores, textos y temas. Antropología ; 26. Barcelona: Anthropos.
- Arnavat, Albert. 1998. «Reus 1900. Segona ciutat de Catalunya». Reus: Fundació «La Caixa» i Ajuntament de Reus.
- Ateljevic, Irena, y Derek Hall. 2007. «The Embodiment of the Macho Gaze in South-eastern Europe: Performing Femininity and Masculinity in Albania and Croatia». En *Tourism and Gender. Embodiment, Sensuality and Experience*, editado por Irena Ateljevic, Annette Pritchard, Nigel Morgan, y Candice Harris, 138-57. Oxfordshire: CABI.
- Austin, John L. 1962. *How to do things with words*. Oxford: Clarendon Press.
- Bajtín, Mijaíl. 1968. *Rabelais and his World*. Cambridge, MA: MIT Press.
- . 1974. *La cultura popular en la Edad Media y Renacimiento*. Barcelona: Barral Editores.

- Baranowski, Shelley, y Ellen Furlough, eds. 2001. *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*. Michigan: University of Michigan Press.
- . 2001. «Introduction». En *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture, and Identity in Modern Europe and North America*, 1-35. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Barrera López, Begoña. 2014. «Personificación e iconografía de la “Mujer Moderna”. Sus protagonistas de principios del siglo XX en España». *Trocadero* 26: 221-40.
- Barriach, Francesc., Josep Estivill, Jordi Piqué, y Maria Elena Virgili. 2003. *Els Alcaldes de Tarragona : (segles XIX-XX)*. Tarragona : Ajuntament.
- Barthes, Roland. 2000. *Mitologías*. Traducido por Héctor Schmucler. *Mitologías*. 3ª ed. Teoría. Madrid: Siglo XXI de España.
- Bas Martín, Nicolás. 2007. «Los repertorios de libros de viajes como fuente documental». *Anales de Documentación* 10: 9-16.
- Batalla Farré, Mònica. 2014. «La ciudad balneario europea en el siglo XVIII y siglo XIX: laboratorio de pruebas del espacio público contemporáneo». *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo* 6. <https://revistes.upc.edu/index.php/SIIU/article/view/6088>.
- Beauvoir, Simone de. 2005. *El segundo sexo*. 1ª edición. Feminismos. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Beller, Manfred, y Joep Leerssen, eds. 2007. *Imagology : the cultural construction and literary representation of national characters : a critical survey*. Amsterdam: Rodopi.
- Benito i Cabré, Magí. 2021. *De Falles a Pires. Un retall desconegut d'història tarragonina. Tarragona 1933-1936*. Tarragona: Silva Editorial.
- Beramendi, Justo. 1992. «La historiografía de los nacionalismos en España». *Historia Contemporánea* 7: 135-54.
- Bergia, María José Ortiz. 2019. «Cartas públicas: Claves metodológicas y usos históricos posibles». *Prohistoria* 31.
- Bergoños González, Antonio. 2022. «El edificio de la Subdelegación de Defensa de Tarragona». *Diari de Tarragona*. 11 de abril de 2022. h
- Bhabha, Homi K. 1994. *The location of culture*. Londres: Routledge.

- Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London: SAGE Publications Ltd.
- Black, Jeremy. 2003. *Italy and the grand tour*. New Haven: Yale University Press.
- Blasco, Inmaculada. 2013. «Mujeres y nación: ser españolas en el siglo XX». En *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX*, editado por Javier Moreno Luzón y Xosé M. Núñez Seixas, 163-206. Barcelona: RBA Libros.
- Block, Gisela. 1999. «La historia de las mujeres y la historia del género: aspectos de un debate internacional».» *Historia Social* 9: 55-77.
- Borderías, Cristina. 2009. «La historia de las mujeres a las puertas del nuevo milenio: balance y perspectivas». En *La historia de las mujeres: Perspectivas actuales*, editado por Cristina Borderías, 5-28. Barcelona: Icaria Editorial. Asociación Española de Historia de las Mujeres.
- Breathnach, Proinnsias, Marion Henry, Sarah Drea, y Mary O'Flaherty. 1994. «Gender ir Irish tourism employment». En *Tourism: a gender analysis*, editado por D.R. Kinnaird, V.; Hall, 52-73. Chichester: Wiley.
- Bruguera, Mónica. 2006. «La influencia de Joan Scott en la historia contemporánea de España: historia social, género y giro lingüístico». En *Joan Scott y las políticas de la historia*, editado por Cristina Borderías, 179-212. Barcelona: Icaria Editorial. Asociación Española de Historia de las Mujeres.
- Bruner, Edward M. 2001. «The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism and Globalization in African Tourism». *American Ethnologist* 28 (4): 881-908.
- Burke, Peter. 1996. *La cultura popular en la Europa moderna*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bussy-Genovois, Danièle. 2005. «La construcción de la identidad femenina en la España contemporánea : nación y género». En *Las escalas del pasado*, editado por Carlos. Forcadell Álvarez y Alberto Sabio Alcutén. Instituto de Estudios Altoaragoneses.
- Butler, Judith. 1988. «Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory». *Theatre Journal* 40 (4): 519-31.
- . 1993. *Bodies that matter : on the discursive limits of «sex»*. New York: Routledge.
- Carasa, Pedro. 2007. «El giro local». *Alcores* 3: 13-35.
- Cardona, José Ramon, y Antoni Serra. 2015. «El mito del paraíso perdido en la definición del destino turístico». *Estudios y perspectivas en turismo* 24 (3): 715-35.
- Cénac-Moncaut, Justin (1814-1871)». 2002. BnF Catalogue Général. 2002.

- Chatterjee, Partha. 1993. *The Nation and its Fragments. Colonial and Postcolonial Histories*. Princeton: Princeton UP.
- Chávez González, Mónica Lizbeth. 2009. «La educación física en el México posrevolucionario». *Desacatos* 30: 43-58.
- Cócola, Agustín, y Saida Palou. 2015. «Tourism promotion and urban space in Barcelona. Historic perspective and critical review, 1900-1936». *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 61 (3): 461-82.
- Cohen, Collen Ballerino. 1995. «Marketing Paradise, Making Nation». *Annals of Tourism Research* 22: 404-21.
- Confino, Alon. 2006. «Lo local, una esencia de toda nación». *Ayer* 64 (4): 19-31.
- Cornellà, Pere. 2006. «La Segona República a Girona (1931-1936)». En *Segona República i Guerra civil a Girona : 1931-1939*, 43-62. Girona: Ajuntament. Serveis de Gestió Documental, Arxius i Publicacions (SGDAP).
- Correyero Ruiz, Beatriz. 2021. «Turismo e identidad nacional en el primer franquismo: Unidad en la diversidad». En *El placer de la diferencia: Turismo, género y nación en la historia de España.*, 81-98. Granada: Comares.
- Cranny-Francis, Anne, Wendy Waring, Pam Stavropoulos, y Joan Kirkby. 2017. *Gender Studies : Terms and Debates*. Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Cubero, M^a Carmen. 2015. *La pérdida del pudor : el naturismo libertario español (1900-1936)*. Madrid: La Malatesta.
- Dawson, Bee. 2001. *Lady travellers*. Auckland: Penguin.
- De Certeau, Michael. 1988. *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- De Pedro Álvarez, Cristina, y Rubén Pallol Trigueros. 2021. «Chicas modernas y de barrio. La modernidad femenina alternativa de las jóvenes de clases populares urbanas en el periodo de entreguerras.» *Feminismo/s* 37: 187-210.
- Demange, Christian. 2007. «La construcción nacional vista desde las conmemoraciones del primer centenario de la Guerra de la Independencia». En *Sombras de Mayo: Mitos y memorias de la Guerra de la Independencia en España (1808-1908)*, 11-134. Madrid: Casa de Velázquez.

- Dubinsky, K. 1994. «The Pleasure is Exquisite but Violent”: The Imaginary Geography of Niagara Falls in the Nineteenth Century». *Journal of Canadian Studies* 29 (2): 64-88.
- Duch i Plana, Montserrat. 1984. «El paper de la dona en el catalanisme burgés». *Història Social*, 301-10.
- . 2004. «Relaciones sociales de género en el catalanismo político». En *Memoria e identidades. VII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*, 1625-43. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- . 2007. «Les dones en la història contemporània de Catalunya». En *Cicle de conferències 2006*, 31-56. Barcelona: Institut Català de les Dones. Duch Plana, Montserrat, y Tomàs Carot Giner. 2012. *Història de Tarragona. República, Dictadura i Democràcia*. Lleida: Pagès Editors.
- Dupláu, Cristina. 1989. «La Ben Plantada o el ideal femenino del “Noucentisme”». *Revista de Occidente* 97: 79-92.
- Dupont-Delporte, Emma-Marie Jeanne. 1852. «Promenades en Espagne: pendant les années 1849 et 1850». Francke, París. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Edensor, Tim. 1998. *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. Londres: Routledge.
- . 2002. *National identity, popular culture and everyday life*. Oxford: Berg Publishers.
- . 2009. «Tourism and Performance». En *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, 543-57. London: SAGE Publications Ltd.
- Eeden, Jeanne van. 2007. «Gender Tourism Space: A South African Perspective». En *Tourism and gender: Embodiment, sensuality and experience*, 182-206. Oxfordshire: CABI.
- Enloe, Cynthia. 1989. *Bananas, Beaches and Bases: Making Feminist Sense of International Politics*. Editado por University of California Press. Berkeley.
- Erice Sebares, Francisco. 2003. «Entre la represión y el paternalismo. Actitudes burguesas ante “lo popular” en la España de la Restauración». En *La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios.*, editado por Jorge Uría, 131-52. Madrid: La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios.

- Escoda Múrria, Coia, y Luis Ballester Bages. 2005. *El naixement dels barris del Port*. Centre d'Estudis Marítims i d'Activitats del Port de Tarragona.
- Espigado Tocino, M. Gloria. 2018. «“El ángel del hogar”: uso y abuso historiográfico de un arquetipo de feminidad». En *Feminidades y masculinidades en la historiografía de género*, 195-212. Granada: Comares.
- Femenías, María Luisa. 2003. *Judith Butler : introducción a su lectura*. Buenos Aires: Catálogos.
- Fernández-Poyatos, María Dolores. 2020. «Entre miradas: colonialismo y género en la comunicación turística de la Costa Blanca (1834–1960)». *Bulletin of Spanish Studies*, 1-28.
- Ferrando Puig, Emili, 1948-. 2006. *Fuentes orales e investigación histórica : orientaciones metodológicas para crear fuentes orales de calidad en el contexto de un proyecto de investigación histórica / Emili Ferrando Puig ; prólogo de Montserrat Carreras García*. Barcelona : Ediciones del Serbal.
- Foster, Shirley. 1990. *Across new worlds*. Londres: Harvester Wheatsheaf.
- Foucault, Michel. 1972. *The Archeology of Knowledge*. Londres: Tavistock.
- . 1980. *Power/Knowledge*. Brighton: Harvester.
- Fuentes Vega, Alicia. 2021. «Exilio, fotografía y turismo en la obra de Sibylle Von Kaskel». En *El placer de la diferencia: Turismo, género y nación en la historia de España.*, 42-58. Granada: Comares.
- Gabilondo, Joseba. 2008. «On the inception of Western Sex as Orientalist Theme Park: Tourism and Desire in Nineteenth Century Spain (On Carmen and Don Juan as Femme Fatale and Latin Lover)». En *Spain is (Still) Different*, 19-61. Lanham, MD: Lexington Books.
- García Carrión, Marta. 2006. «Cine, Género e Imaginarios Nacionales: La Representación Cinematográfica de España en la Aldea Maldita (F. Rey, 1930)». *Saitabi* 56: 39-55.
- . 2017. «Peliculera y española. Raquel Meller como icono nacional en los felices años veinte». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 106: 159-81.
- . 2018. «España, sesión continua. Nacionalismo banal y espectáculo cinematográfico en los años de la Dictadura de Primo de Rivera». En *Ondear la Nación. Nacionalismo banal en España*, 97-120. Granada: Comares.

- García Checa, Amelia. 2008. «Identidad cultural y espacios de actuación: las propuestas del feminismo conservador catalán». *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres* 15 (2): 209-35.
- Garis Puerto, Natalia. 2019. «Masculinidad, nación y turismo en España, 1928-1982». En *Del siglo XIX al XXI. Tendencias y Debates. : XIV Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, Universidad de Alicante 20-22 de septiembre de 2018*, 826-40. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- . 2023. «Género, Nación y Turismo durante la segunda mitad del siglo XX en la provincia de Alicante». Alicante: Universidad de Alicante.
- Garnica González-Bárcena, Julio. 2003. «Residencia y ocio al borde del mediterráneo Veinte años de arquitectura en el litoral catalán». *DC Papers, revista de crítica y teoría de la arquitectura* 9-10: 155-86.
- Géal, Pierre. 2007. «Un siglo de monumentos a la Guerra de la Independencia». En *Mitos y memorias de la Guerra de la Independencia en España (1808-1908)*, 135-66. Madrid: Casa de Velázquez.
- . 2023. «Davillier, Charles». Enciclopedia del Museo del Prado. 2023.
- Gellner, Ernest. 1983. *Nations and Nationalism*. Nueva York: Cornell UP.
- Gilmore, David D. 1998. *Carnival and Culture: Sex, Symbol and Status in Spain*. New Haven: Yale University Press.
- Ginderachter, Maarten Van, y Jon Fox, eds. 2019. *National indifference and the history of nationalism in modern Europe*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Gisbert i Gracia, Verònica. 2015. «En nombre de la tradición: Conflictos socio-festivos por razón de Género». *Anuari del conflicte Social* 5: 385-401.
- Glaser, Moritz. 2016. «Gendering Touristic Spain, 1950s-70s». En *Consumption and Gender in Southern Europe since the Long 1960s*, editado por Kostis Kernetis, Eirini Kotsovili, y Nikolaos Papadogiannis. Londres: Bloomsbury Academic.
- Goffman, Erving. 1959. *The presentation of Self in Everyday Life*. Nueva York: Doubleday.
- Gómez-Ferrer, Guadalupe. 2004. *República y Guerra Civil en perspectiva de género*. Madrid: Espasa Calpe.
- González i Vilalta, Arnau. 2005. «Mujer y nacionalismo conservador (1931-1936). Análisis comparado de dos casos: las Emakumes del PNV y la Sección Femenina de la Lliga Regionalista». *Historia Contemporánea* 31: 623-47.

- . 2006. *La irrupció de la dona en el catalanisme*. Barcelona : Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- González Portilla, Manuel, y Carlos Larrinaga Rodríguez. 2002. «Turismo y Nueva Sociedad». *Historia Contemporánea* 25.
- Gonzalo Arango, Xavier. 2013. «La integración de Tarrakuna y su territorio en al-Andalus (s. VIII)». *Arqueología y Territorio Medieval* 20: 11-30.
- Gramsci, Antonio. 1981. *Cuadernos de la cárcel*. El Hombre y su tiempo. México D.F: Era.
- Haldrup, Michael, y Jonas Larsen. 2009. *Tourism, Performance and Everyday Life: Consuming de Orient*. Londres: Routledge.
- Hall, Stuart. 1997a. *Representation : cultural representations and signifying practices*. Editado por Stuart Hall. Traducido por Elías Sevilla Casas. Londres: Sage.
- Harris, Candice, y Erica Wilson. 2007. «Travelling Beyond the Boundaries of Constraint: Women, Travel and Empowerment». En *Tourism and gender: Embodiment, sensuality and experience*, 235-50. Oxfordshire: CABI.
- Hennesy, Sinead. 1994. «Female employment in tourism development in South-west England». En *Tourism: a gender analysis*, editado por D.R. Kinnaird, V.; Hall, 35-51. Chichester: Wiley.
- Hernández i Martí, Gil-Manuel. 2006. «La Reina Fantasma. Apoteosi i misèria de la dona fallera». *Caramella. Música i cultura popular* 15: 28-36.
- Hobsbawm, Eric J., y Ranger, Terence, eds. 1983. *The Invention of tradition*. Past and present publications. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobsbawm, Eric J. 1992. *Nations and Nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hutchinson, John, y Anthony Douglas Smith. 1994. *Nationalism*. Oxford readers. Oxford: Oxford University Press.
- Jordà i Fernández, Antoni. 2006. *Història de la ciutat de Tarragona*. Valls: Cossetània.
- Jordan, Fiona. 2007. «Life's a Beach and then We Diet: Discourses of Tourism and the 'Beach Body' in UK Women's Lifestyle Magazines». En *Tourism and gender: Embodiment, sensuality and experience*., 92-106. Oxfordshire: CABI.
- Kinnaird, V.; Hall, D.R., ed. 1994. *Tourism: A gender analysis*. Chichester: Wiley.
- Knight, Lora. 2018. «Nationalism and Gender». www.stateofnationalism.eu. 2018.

- Koshar, Rudy. 1998. «“What Ought to Be Seen”: Tourist’ Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe». *Journal of Contemporary History* 33 (9): 323-40.
- Larrinaga Rodríguez, Carlos. 2015. «De las playas frías a las playas templadas: la popularización el turismo de ola en España en el siglo XX». *Cuadernos de Historia Contemporánea* 67: 67-87.
- Lleó Cañal, Vicente. 1984. «España y los viajes románticos». *Estudios Turísticos* 83: 45-53.
- Llona, Miren. 2003. «La realidad de un mito: la aspiración de ascenso social de las “modistillas”, en el Bilbao de los años veinte y treinta». *Asparkía: investigación feminista* 14: 139-66.
- . 2017a. «La Señorita y las otras. fronteras de clase y subjetividad femenina en el primer tercio del siglo xx en España». En *Autoridad , poder e influencia. Mujeres que hacen historia*, editado por H Gallego Franco y MC. García Herrero, 105-28. Barcelona: Icaria Editorial. Asociación Española de Historia de las Mujeres.
- . 2020. «Recordar el porvenir: las mujeres modernas y el desorden de género en los años veinte y treinta». *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres* 27 (1): 5-32.
- Llonch Casanovas, Montserrat. 2004. «Jornada, salarios y costes labores en el sector textil catalán (1891-1936)». *Revista de Historia Industrial* 26: 101-39.
- Löfgren, Orvan. 2001a. «Know Your Country. A comparative perspective on tourism and nation building in Sweden». En *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*, editado por Shelley Baranowski y Ellen Furlough. Michigan: University of Michigan Press.
- Löfgren, Orvar. 1999. *On holiday: a history of vacationing*. Berkeley: University of California Press.
- López, Sílvia. 2019. *Los cuerpos que importan en Judith Butler*. Madrid: Dos Bigotes.
- Luque Aranda, Marta, y Carmelo Pellejero Martínez. 2019. «La promoción turística privada en la España del primer tercio del siglo XX: Los Sindicatos de Iniciativa y Turismo». *Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research* 15: 38-46.
- MacCannell, Dean. 1976. *The Tourist : a new theory of the leisure class*. Oxford : Schoncken.

- Malecková, Jitka. 2008. «Where Are Women in National Histories?» En *The Contested Nation. Ethnicity, Class, Religion and Gender in National Histories*, editado por Stefan Berger y Chris Lorenz, 171-99. Londres: Palgrave Macmillan,.
- Marfany, Joan-Lluís. 1995. *La cultura del catalanisme*. Barcelona: Editorial Empúries.
- Marine-Roig, Estela. 2011. «The Image and Identity of the Catalan Coast as a Tourist Destination in Twentieth-Century Tourist Guidebooks». *Journal of Tourism and Cultural Change* 9 (2): 118-39.
- Martínez, Francesc A., Antonio Laguna, Inmaculada Rius, Enrique Selva, y Enrique Bordería. 2003. «La cultura popular durante la Segunda República; Una política de la cultura». En *La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios.*, editado por Jorde Uría, 153-85. Madrid: La cultura popular en la España contemporánea. Doce estudios.
- Martínez Martín, Jesús Antonio. 2018. *Los negocios y las letras: el editor Francisco de Paula Mellado (1807-1876)*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Martínez Segarra, Rosa María. 1992. «La Unión Patriótica». *Cuadernos Constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol* 1: 67-76.
- Mas Morillas, Maria del Carme. 1990. *Joan Antònio i Guàrdias. Biografia i antologia poètica*. Tarragona: Edicions el Mèdol.
- McClintock, Anne. 1995. *Imperial leather : race, gender, and sexuality in the colonial contest*. New York : Routledge,.
- McEwan, Cheryl. 2000. *Gender, geography and empire*. Aldershot: Ashgate.
- Milian, Àlex. 2021. «El Serrallo, poble de pescadors». *El Temps*, 30 de agosto de 2021, secc.Societat. <https://www.elperiodic.cat/article/14697/el-serrallo-poble-de-pescadors>.
- Mills, Sara. 1993. *Discourses of Difference: An Analysis of Women's Travel Writing and Colonialism*. Londres: Routledge.
- Molina Aparicio, Fernando. 2013. «La nación desde abajo. Nacionalización, individuo e identidad nacional». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 90 (2): 39-63.
- . 2017a. «Rescatar la historia de la nación: Una historia de la historiografía del nacionalismo en España». *Studia Historica. Historia Contemporánea* 35: 43-79.
- Morant i Clanxet, Jordi. 2008. «Acte d'afirmació nacionalista a Constantí : el Sindicat. 1922». *Estudis de Constantí* 24: 7-11.

- . 2011. *L'obra musical de l'Orfeó Tarragoní (1903-1937). Pèrdu d'un gran conjunt orfeònic*. <http://www.tinet.cat/portal/sheet-show.do?id=67025&ch=9>.
- Moreno Garrido, Ana. 2004. «Turismo y Nación: La Difusión de La Identidad Nacional a Través de Los Símbolos Turísticos (España, 1908-1929)». PhD Thesis, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- . 2007. *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid : Síntesis.
- Morgan, Nigel, Cristina Figueroa-Domecq, Annette Pritchard, Teresa Villacé-Molinero, y Mónica Segovia-Pérez. 2015. «Tourism gender research: A critical accounting». *Annals of Tourism Research* 2 52: 87-103.
- Morgan, Nigel, y Annette Pritchard. 1998. *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities*. Chichester: Wiley.
- Mosse, George L. 1985. *Nationalism and Sexuality. Respectability and Abnormal Sexuality in Modern Europe*. Nueva York: Howard Fertig.
- . 2000. *La imagen del hombre. La creación de la moderna masculinidad*. Madrid: Talasa Ediciones.
- . 2005. *La nacionalización de las masas: simbolismo político y movimientos de masas en Alemania desde las Guerras Napoleónicas al Tercer Reich*. Madrid: Marcial Pons.
- Muiños Villaverde, María Jesús. 1989. «Tarragona durant la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)». En *Història del Camp de Tarragona.*, 191-202. Tarragona: Diputació de Tarragona, Institut d'Estudis Tarraconenses Ramon Berenguer IV.
- Nagel, Joane. 1998. «Masculinity and Nationalism: Gender and Sexuality in the Making of Nation». *Ethnic and Racial Studies* 2: 242-69.
- Nash, Mary. 1977. «La mujer en las organizaciones políticas de izquierdas en España, 1931-1939». Barcelona: Universitat de Barcelona.
- . 1982a. «Desde la invisibilidad a la presencia de la mujer en la historia: corrientes historiográficas y marcos conceptuales de la nueva historia de la mujer». En *Nuevas perspectivas sobre la mujer. Organizadas por el Seminario de Estudios de la Mujer de la Universidad Autónoma de Madrid*, 18-37. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- . 1982b. «Political culture, Catalan Nationalism and the Women's Movement in Early Twentieth Century». *Women's Studies International Forum* 19 (1/2).

- . 1995. «Identities, representación cultural y discurso de género en la España Contemporánea.» En *Cultura y culturas en la Historia*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- . 1999. «Un/Contested Identities: Motherhood, Sex Reform and the Modernization of Gender Identity in Early Twentieth-Century Spain». En *Constructing Spanish Womanhood: Female Identity in Modern Spain*, editado por Victoria Lorée Enders y Pamela Beth Radcliff, 25-50. New York: State University of New York Press.
- . 2015. «Mass tourism and new representations of gender in Spain under franco in the 1960s: the sueca and don juan». *Cultural History* 4 (2): 136-61.
- . 2017. «Turismo y la Costa Brava: discursos históricos coloniales y de resistencia en la década de 1960». En *De Colonialidad. Perspectivas sobre sujetos y género en la Historia Contemporánea Española*², editado por Brice Chamoleau, 71-95. Madrid: Postmetropolis Editorial.
- . 2018. «Masculinidades vacacionales y veraniegas: el Rodríguez y el donjuán en el turismo de masas». *Rúbrica Contemporánea*. 7 (13): 23-39.
- . 2020. «Turismo, género y neocolonialismo. La Sueca y el Donjuán y la erosión de arquetipos culturales franquistas en los 60». *Historia Social* 96: 41-61.
- Nash, Mary, y Marisa Fernández Garrayo. 1991. «Dos décadas de historia de las mujeres en España: una reconsideración». *Historia Social* 9: 137-61.
- Nash, Mary, Dolores Ramos, Inmaculada Blasco, y Richard Cleminson. 2016. «Debates - Historia de las mujeres y de género: pasado y futuro». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 104 (4).
- Núñez Seixas, Xosé M. 2006. «Presentación». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 64 (4): 11-17.
- Obregón Sierra, Ángel. 2020. «Evolución del número de regatas de traineras (1939-2019)». *Materiales para la Historia del Deporte* 20: 84-93.
- Ortega López, Teresa María, Ana Aguado Higón, y Elena Hernández Sandoica, eds. 2019. *Mujeres, dones, mulleres, emakumeak : estudios sobre la historia de las mujeres y del género*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Ortueta Hilberath, Elena de. 1996. «La Ciudad Jardín de Tarragona: Un proyecto del arquitecto Pau Monguió i Segura». En *El Mediterráneo y el Arte Español. Actas*

- del XI Congreso del CEHA, 261-65. Valencia: Conselleria de Cultura, Educació i Ciència. Generalitat Valenciana.
- . 2004. *De l'erudit al turista : inici de la projecció del patrimoni artístic i cultural de Tarragona : 1834-1933 / Elena de Ortueta Hilberath*. Tarragona: Cercle d'Estudis Històrics.
- Özkirimli, Umut. 2010. *Theories of Nationalism. A critical introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Palou i Rubio, Saida. 2011. «Barcelona destinació turística promoció pública, turisme, imatges i ciutat (1888-2010)». PhD Thesis, Universitat de Barcelona.
- . 2019a. «El Congrés de Turisme de Catalunya, Tarragona 1921». En *100 anys de Congresos de Turisme a Catalunya*, 21-30. Barcelona: Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.
- . 2019b. «Usos turístics del patrimoni i història del turisme a Barcelona». *Revista d'Etnologia de Catalunya* 44: 121-34.
- Palou Rubio, Saida, y Corretero Ruiz, Beatriz. 2020. «Tourism Advertising and Propaganda During the Postwar. The Case of Barcelona». En *Inter and Post-war Tourism in Western Europe 1916-1960*, editado por Carmelo Pellejero Martínez y Marta Luque, 129-58. Londres: Palgrave.
- Palou, Saida, y Còcola, Agustín. 2019. *Barcelona cosmopolita*. Barcelona: Arxiu Històric de la Ciutat.
- Pascual, Pere, Estrada, Gemma, y Ferreras, Angelina. 2004. *Macià Vila i el "vapor cremat"*. Vic: Eumo.
- Picard, Michael. 1997. «Cultural Tourism, Nation-Building, and Regional Culture: The Making of a Balinese Identity». En *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*, editado por Michael Picard y Robert Everett Wood. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Piquè i Padró, Jordi (coord.). 1995. *El Segle XX a Tarragona*. Tarragona: Nou Diari.
- Pratt, Mary Louise. 1992. *Imperial eyes : travel writing and transculturation*. London : Routledge.
- Pritchard, Annette., y Morgan, Nigel. 2000. «Privileging the Male Gaze. Gendered Tourism Landscapes». *Annals of Tourism Research* 27 (4): 884-905.

- Pritchard, Annette, Nigel Morgan, Irena Ateljevic, y Candice Harris. 2007. «Editors' Introduction: Tourism, Gender, Embodiment and Experience». En *Tourism and Gender. Embodiment, Sensuality and Experience*, editado por Annette Pritchard, Nigel Morgan, Irena Ateljevic, y Candice Harris, 1-12. Oxfordshire: CABI.
- Puértolas, Ana. 2021. «Josephine de Brinckmann y sus Paseos por España». *Sociedad Geográfica Española* 70: 102-12.
- Quiroga, Alejandro. 2008. *Haciendo españoles. La nacionalización de las masas en la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)*. Madrid: CEPC.
- . 2011. «Les tres esferes. Cap a un model de la nacionalització a Espanya». *Segle xx. Revista catalana d'història* 4: 143-60.
- . 2013. *La nacionalización en España. Una propuesta teórica*. Ayer. Vol. 2013. Madrid.
- . 2018. «La Nación nuestra de cada día. El impacto del Banal Nationalism en España». En *Ondear la Nación. Nacionalismo banal en España*, 1-18. Granada: Comares.
- Ramos, M^a Dolores. 2014. «La construcción cultural de la feminidad en España: desde el fin del siglo XIX a los locos y politizados años veinte y treinta». En *Feminidades y masculinidades : arquetipos y prácticas de género*, editado por Mary Nash. Madrid : Alianza,.
- Rosselló, Maribel. 2021. «La casa mediterránea: la arquitectura del turismo y la apropiación de los referentes tradicionales en Cataluña y Baleares». *Locus amoenus* 19: 245-69.
- Ruiz Martínez, Apen. 2001a. «La india bonita: nación, raza y género en el México revolucionario». *Debate Feminista* 24: 142-62.
- . 2001b. «Nación y género en el México revolucionaria: La India Bonita y Manuel Gamio». *Signos Históricos* 5: 55-86.
- Said, Edward. 1995. *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. Londres: Penguin.
- Salvat y Bové, Juan. 1969. *La ciutat i el camp de Tarragona : Estudi folklòric (Llegendes - Costums - Tradicions)*. *La ciutat i el camp de Tarragona : Estudi folklòric (Llegendes - Costums - Tradicions)*. Tarragona: Torres Virgili.
- Sánchez Cervelló, Josep, y Piqué Padró, Jordi. 2006. *La II República al Camp de Tarragona*. Tarragona: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

- Sánchez, Enrique. 2009. *Emelina, la belleza que alumbró a la República : orígenes de los concursos de misses en España, 1929-1932*. Ciudad Real: Área de Cultura, Diputación Provincial.
- Sánchez-Prieto, Juan María. 2013. «Los desafíos del ‘giro performativo’: el modelo de Alexander y la pervivencia de Turner». En *Giros narrativos e historias del saber*, 77-110. Madrid: Plaza y Valdés.
- Saussure, Ferdinand de. 1991. *Curso de Lingüística General*. Madrid: Alianza.
- Scott, Joan W. 1986. «Gender: A Useful Category of Historical Analysis». *The American Historical Review* 91 (5): 1053-75.
- Sinclair, M. 1997. *Gender, work and tourism*. Londres: Routledge.
- Smith, Andrew. 2007. «Monumentality in Capital Cities and its Implications for Tourism Marketing: the Case of Barcelona». *Journal of Travel and Tourism Marketing* 22 (3-4): 79-93.
- Smith, Anthony Douglas. 1986. *The Ethnic Origins of Nations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Solà, Pere. 1998. «Espiritismo y divulgación en la psicología científica en Cataluña (1868-1936)». *Revista de Historia de la Psicología* 19 (2-3): 277-90.
- Spivak, Gayatri Chakravorty. 1985. «Can the Subaltern Speak? Speculations on Widow-Sacrifice». *Wedge* 7/8: 120-30.
- Steward, Jill. 2002. «Tourism in Late Imperial Austria: The Development of Tourist Cultures and Their Associated Images of Place». En *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*, editado por Shelley Baranowski y Ellen Furlough, 108-36. Michigan: University of Michigan Press.
- Storm, Eric. 2013. «Una España Más Española. La Influencia Del Turismo En La Imagen Nacional». En *Ser Españoles. Imaginarios Nacionalistas En El Siglo XX*, editado por Javier Moreno Luzón y Xosé M. Núñez Seixas, 530-60. Barcelona: RBA Libros.
- . 2017. «La nacionalización del hogar en España». *Journal of Iberian and Latin American Studies* 23 (2): 255-75.
- . 2019. «Tourism and the Construction of Regional Identities». En *Regionalism and Modern Europe: Identity Construction and Movements from 1890 to the Present Day*, editado por Xosé M. Núñez Seixas y Eric Storm, 99-119. Londres: Bloomsbury Academic.

- Swain, Margaret Byrne. 1995. «Gender in Tourism». *Annals of Tourism Research* 22 (2): 247-66.
- Szijártó, István M., y Sigurður Gylfi Magnússon. 2013. *What Is Microhistory? Theory and Practice*. Londres-Nueva York: Routledge.
- Termes, Josep. 1986. *Catalanisme : història, política i cultura*. Barcelona: L'Avenç.
- Therborn, Goran. 2002. «Monumental Europe: The national years. On the iconography of European capital cities». *Housing, Theory and Society* 19: 26-47.
- Thrift, Nigel. 2008. *Non-representational theory: space, politics, affect*. Londres: Routledge.
- Torres, Gemma. 2014. «Arquetipos de feminidad y masculinidad en el discurso colonial español sobre Marruecos». En *Feminidades y masculinidades: arquetipos y prácticas de género*, editado por Mary Nash, 75-103. Madrid: Alianza Editorial.
- . 2020. *La virilitat d'Espanya a l'Àfrica : nació i masculinitat al colonialisme al Marroc (1880-1927) / Gemma Torres Delgado*. Primera edició. Recerca i pensament ; 95. Catarroja ; Editorial Afers.
- Turner, Victor. 1982. *From ritual to theatre: the human seriousness of play*. Nueva York: Performing Arts Journal Publications.
- Ugalde, Mercedes. 1995. «Dinámica de género y nacionalismo. La movilización de vascas y catalanas en el primer tercio de siglo». *Ayer: Revista de Historia Contemporánea* 17: 121-53.
- Urry, John. 1990. *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Londres: Sage Publications.
- Vallejo Pousada, Rafael, Carlos Larrinaga Rodríguez, y (dirs.). 2018. *Los orígenes del turismo moderno en España: el nacimiento de un país turístico 1900-1939*. Madrid: Silex Ediciones.
- Vallejo Pousada, Rafael, Elvira Lindoso-Tato, y Margarita Vilar-Rodríguez. 2020. «Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX». *Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research* 16: 12-22.
- Van Der Veer, Peter. 1998. «The global history of “Modernity”». *Journal of the Economic and Social History of the Orient* 41 (3): 285-94.

- Vega, Elo. 2016. «¿Una violencia invisible? Las mujeres en los monumentos públicos». *Boletín de Arte. Departamento Historia del Arte, Universidad de Málaga* 37: 213-55.
- Vicente Azofra, Antonio. 2018. «Valladolid en la visión de los viajeros británicos y norteamericano (1750-1914)». Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Villaverde, Jorge. 2016. «¿Estereotipos banales? Una razón y varias propuestas para tomarse en serio la caracterización nacional». *Iberic@l, Revue d'études ibériques et ibéro-américaines* 16: 33-52.
- Villeneuve Bargemon, Bertrand de. 2011. *Alexandre de Laborde*. Neuilly-sur-Seine: IBacom.
- Virgili i Sanromà, Josep-P. 1980. *Tarragona i la seva premsa*. Historia I ; 1-2. Tarragona: Edicions de l'Hemeroteca de la Caixa d'Estalvis de la Província.
- Vives, Antoni, y Gemma Torres, eds. 2021. *El Placer de la diferencia : turismo, género y nación en la historia de España*. Comares Historia. Granada: Editorial Comares.
- Vives Reus, Antoni. 2010. «La societat civil davant del turisme: Història del Sindicat d'Iniciativa i Turisme de Tarragona (1910-2010)». PhD Thesis, Universitat Rovira i Virgili.
- Vives Riera, Antoni. 2009. «Alteridad rural y centralismo urbano en la construcción de la diferencia entre el campo y la ciudad». En *Los límites de la diferencia: alteridad cultural, género y prácticas sociales*, 29-46. Barcelona: Icaria.
- . 2012. «Los límites de la nacionalización del campesinado: esfera pública e identidad local en Mallorca durante el siglo XX». *Historia Agraria* 58: 113-43.
- . 2018. «Tourism and nationalism in the production of regional culture: the shaping of Majorca's popular songbook between 1837 and 1936». *Nation and Nationalism* 24 (3): 695-715.
- Walton, John K. 2001. «Consuming the Beach: Seaside Resorts and Cultures of Tourism in England and Spain from the 1840s to the 1930s». En *Being Elsewhere: Tourism, Consumer Culture and Identity in Modern Europe and North America*, editado por Shelley Baranowski y Ellen Furlough, 272-98. The University of Michigan Press.
- , ed. 2005. *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*. Clevedon: Channel View Publications.

- . 2009a. «Histories of Tourism». En *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, editado por Tazim Jamal y Robinson Mike, 115-29. Londres: SAGE Publications Ltd.
- . 2009b. «Prospects in tourism history: Evolution, state of play and future developments». *Tourism Management* 30: 783-93.
- Watson, Elwood, y Darcy, Martin. 2000. «The Miss America Pageant: Pluralism, Femininity, and Cinderella All in One». *The Journal of Popular Culture* 34 (1): 105-26.
- Weber, E. 1976. *Peasants into Frenchmen. The Modernization of Rural France 1870-1914*. Stanford: Stanford UP.
- Young, Patrick. 2009. «Fashioning heritage: Regional costume and Tourism i Brittany, 1890-1937». *Journal of Social History* 42 (3): 631-56.
- . 2012. *Enacting Brittany: Tourism and Culture in Provincial France, 1871-1939*. Farnham: Ashgate.
- Yuval-Davis, Nira. 1997. *Gender and Nation*. London: SAGE Publications Ltd.
- . 2003. «Nations Projects and Gender Relations». *Narodna umjetnost : Croatian journal of ethnology and folklore research*, 40 (1): 9-36.
- Yuval-Davis, Nira, y Floya Antias. 1989. *Women-nation-state*. Editado por Nira Yuval-Davis y Floya Antias. Londres: Macmillan.
- Zamora Betancourt, Lorena. 2000. *El desnudo femenino. Una visión de lo propio*. México: Instituto Naciona de Bellas Artes.
- Zuelow, Eric G. E. 2007. «National Identity and Tourism in twentieth-century Ireland». En *Nationalism in a Global Era: The Persistence of Nations*, 141-58. Londres-Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- . 2009. *Making Ireland Irish: Tourism and National Identity Since the Irish Civil War*. Syracuse: Syracuse University Press.
- . 2016. *A history of modern tourism*. Londres: Palgrave.