

CINE Y PATRIMONIO URBANO. EL PAISAJE GRANADINO EN EL IMAGINARIO DEL CELULOIDE

Juan Jesús LARA VALLE

Departamento de Geografía Humana, Universidad de Granada
jlara@ugr.es

Antonio L. GARCÍA RUIZ

Dpto Didáctica de las Ciencias Sociales
agarcia@ugr.es

RESUMEN

La importancia de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (prensa, televisión, cine, etc.) para el conocimiento, difusión y revalorización del patrimonio cultural urbano, ha sido subrayada tanto en documentos internacionales como en otros emanados de las instituciones de la UE.

Actualmente, este patrimonio es visto, por un lado, como un bien vulnerable que tiene que resistir las presiones de una sociedad de consumo, donde, con frecuencia, los intereses económicos chocan frontalmente con los culturales o sociales y, por otro, como un recurso económico, cuya puesta en valor puede contribuir al desarrollo del turismo cultural, motor, en la actualidad, de la economía de muchas ciudades, especialmente de aquellas que atesoran un importante legado histórico y monumental. Es desde esta última consideración la que nos mueve a analizar la incidencia que el cine, como medio de comunicación de masas, puede tener tanto en el conocimiento, como en la sensibilización y difusión sobre los valores que conlleva el patrimonio urbano en cuanto paisaje.

El paisaje urbano de Granada ha sido ampliamente tratado por los textos históricos, la novela, la poesía, la pintura, el grabado, los libros de viajes, pero es poco lo que se conoce sobre la aportación del cine. Nuestro objetivo es, pues, hacer una incursión en la filmografía existente que ha utilizado como escenarios de rodaje monumentos o lugares de la ciudad de Granada, para llegar a descubrir, entre los muchos aspectos que pueden ser dignos de consideración, el papel desempeñado por el paisaje dentro de la trama y sus implicaciones con la actividad turística.

1. EL CINE Y SU DIMENSIÓN EDUCATIVA

Plantear la potencialidad que encierra el cine como medio para realizar una labor de sensibilización y valoración sobre el patrimonio cultural urbano, de sus evocadores paisajes, para ser justos, no es un tema de ahora, si bien estamos en un momento en el que, por diversas razones, podemos convenir, se ha producido un redescubrimiento de este hecho, y se vuelve a trabajar, insistentemente, en el papel formativo y educativo del cine, en aspectos tan geográficos como el paisaje, el patrimonio urbano o los problemas sociales ligados con el mundo urbano en general.

Buena prueba de ello es la proliferación, en los últimos años, de publicaciones, creación de líneas de investigación y realización de eventos que vienen teniendo como foco de atención la ciudad en el cine en sus diferentes facetas.¹ Pero, efectivamente, la

¹ Entre las publicaciones destacan por su carácter pionero la de Anthony Sutcliffe: 1992; Clarke & alt: 1997; Mark Shiel: 2001; Perre Sorlin: 2002; Stephen Barber: 2002; Thierry Jouse & Thierry Paquot. 2005. En el 2005, el Instituto Andaluz de Patrimonio dedicaba, el nº 56 de su Boletín, un monográfico sobre cine y patrimonio. Entre los eventos, algunos de estos son: en 1972, el Departamento de Geografía Humana de Barcelona organiza las Primeras Jornadas de cine urbano. En 1999, se desarrollarían las segundas, bajo el título *La ciudad en el cine canadiense*. En el 2003, el Dpto. de Geografía Urbana de la Universidad de Alicante, coordinado por José Costa, organiza el ciclo de cine urbano *La ciudad en el cine*. En el 2007, el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza organiza el ciclo *Cine y ciudad: la ciudad imaginada*. En el 2008, la Filmoteca de Andalucía tiene varias iniciativas, entre ellas destaca: *Cartografías urbanas: la ciudad en el cine árabe contemporáneo*. También en este año, en Gran Canaria, el Centro de Arte la Regenta celebra el curso *Ciudades filmadas: cine y espacios urbanos*. Sobre las relaciones específicas del cine y el patrimonio, en el 2009, en Murcia, se celebra el *I Festival internacional de cine y patrimonio*. En este mismo año, la Junta de Andalucía, a través del Instituto

preocupación de hacer del cine un instrumento formativo y de divulgación, en los aspectos antes señalados, sobre todo del paisaje urbano, está presente casi desde sus inicios; es conocido que las primeras imágenes que registraron el nacimiento del cine fueron escenas urbanas, como las que filmó Louis Le Prince en la ciudad industrial de Leeds en 1888.; la de los hermanos Skladanowsky en el distrito berlinés de Pankow o la de los hermanos Lumière en Lyon; o como, en los primeros años del siglo XX, comenzaron a desarrollarse los grandes archivos de la ciudad fílmica, financiados por filántropos, como el financiero francés Albert Khan, que mandó a un numeroso grupo de cineastas a filmar las ciudades de más de 48 países, o la gran cantidad de vistas de muchos países del mundo producidas por los hermanos Lumière. (BARBER, 2006: 15-29; MIRÓ, 2008: 256-260).

Centrándonos en España, el repaso a la normativa sobre el cine nos ofrece una aproximación a lo que ha sido la evolución del interés del Estado por desarrollar el papel del cine como instrumento propagador y dinamizador de la cultura y, en definitiva, los vínculos entre cine y educación. En un principio, hay que destacar algunos esfuerzos encomiables por sacar el mayor partido posible, en las tareas educativas y divulgativas, del nuevo invento que empezaba a marcar toda una revolución en el campo de la comunicación social. Así, en junio de 1918, el ministro de Instrucción Pública y Bellas Artes, reconociendo que el séptimo arte era un instrumento de indiscutible valor para la enseñanza, firmó una R.O. para que se nombrara una comisión que entendiera en los ensayos del cinematógrafo instructivo, «contribuyendo, al propio tiempo a propagar fácilmente por todas partes el conocimiento de las bellezas naturales y tesoros artísticos de nuestra patria...se recomienda a las Diputaciones provinciales y Ayuntamientos con el mayor encarecimiento que tomen a su cargo el coste de producción de una o más películas de paisajes, tipos, costumbres, monumentos, obras hidráulicas y otros notables asuntos de sus respectivas provincias y poblaciones con el fin de divulgar lo más saliente y característico de las mismas, para lo cual pueden facilitar a la mencionada Comisión copia de tales películas, al objeto de ser proyectadas ante los niños, como un poderoso medio de enseñanza y demostración de los más importante que nuestro país posee» (Madrid, 12 de Julio de 1918; CABERO, 1949).

Otro jalón se produce con la creación, en 1928, del Patronato Nacional de Turismo, que pondrá en marcha la primera política de promoción turística, para lo cual se rodaron varias series sobre ciudades españolas, entre ellas *Estampas Españolas* (BLOT-WELLENS, 2005). Años más tarde, se crea el Consejo de la Cinematografía (Decreto 1 de octubre de 1933). El Consejo pasaba a entender de las siguientes cuestiones, entre las que se encontraba: «El cinematógrafo desde el punto de vista cultural y educativo; obtención, selección y difusión de las películas culturales; divulgación de reglas sanitarias; el cinematógrafo en la educación del trabajo (labores agrícolas, aprendizaje industrial, organización técnica)». Con esta iniciativa, España pretendía hacerse eco de las recomendaciones emanadas del Instituto Internacional del Cinema Educativo, creado por la Sociedad de Naciones en 1929, «el cual había de velar por la dignificación del cinematógrafo encauzándolo por un camino docente y recopilando, para darlos luego a la publicidad, cuantos temas, inventos, resoluciones, aspectos sociales y políticos, el cine en la escuela primaria, tecnicismo, intercambios culturales, etc.» (CABERO, 1949; HERREA LEÓN, 2008).

Andaluz del Patrimonio Histórico, organiza el ciclo de cine *Visiones del patrimonio cultural*. En el 2010, viene celebrándose el ciclo *Las ciudades españolas patrimonio de la humanidad en el cine*.

Pero, en la práctica, la realidad fue otra bien distinta y, en las décadas siguientes, el interés por desarrollar un cine educativo fue perdiendo vigor, hasta tal punto que, en la Revista *Cámara*, pueden encontrarse testimonios denunciando la lamentable situación del cine educativo en España: «En España no hemos comprendido todavía que el cine, como instrumento colaborador de la enseñanza, ofrece excepcionales posibilidades. O, por lo menos, supuesto que exista esa comprensión teórica, nada práctico y organizado se ha hecho para aprovecharlas. En esto andamos muy a la zaga de los muchos países que desde hace años vienen empleando la película de un modo sistemático como cátedra complementaria en algunas materias insustituibles del magisterio. En general nuestras escuelas, nuestros institutos y nuestras mismas universidades carecen de material cinematográfico docente» (Rev. *Cámara*, 1950). De igual modo que se denunciaba el carácter, casi monotemático, de los paisajes y ambientes reflejados en las películas de la época, desperdiciando la oportunidad de explotar la rica variedad de paisajes existentes, tanto en la Península e Islas, como en las posesiones coloniales. En un artículo, firmado por Juan Pablo Salinas, en la revista *Primer Plano*, decía: «El Teide, el Valle de la Orotava y otros muchos rincones de las islas pueden ser dignos marcos de una gran película... Los territorios españoles del Golfo de Guinea, cuyo desconocimiento 'de visus' es casi completo en nuestra Patria, contienen maravillosos escenarios apropiados para obtener con buen argumento producciones aceptables... No sólo en los paisajes, sino en la vida de nuestros coloniales, en los bosques, en las costumbres indígenas, en las ciudades y poblados de nuestras posesiones, en la fauna, en la flora y en mil cosas más tenemos amplio espacio que dedicar a la consecución de buenas películas» (SALINAS, 1943). Dos disposiciones de esta época tendrán, sin embargo, una influencia en acrecentar el valor formativo y cultural de nuestro cine; por un lado, la creación, en 1944, de las Películas de Interés Nacional y, por otro, la creación, en 1953, de la Filmoteca Nacional. Las Películas de Interés Nacional deberían de responder a la exaltación de valores raciales y estar revestidas de valores artísticos. La Filmoteca Nacional se creaba con la finalidad de formar un archivo de fondos de películas con fines culturales (VIZCAINO CASAS, 1954: 42). Pero, el incentivo de producciones cinematográficas de carácter estrictamente cultural fue escaso.

Habrá que esperar a las últimas disposiciones sobre el cine para ver, de nuevo, un interés por potenciar esta dimensión educativa del cine. Así, la Ley 15/2001 de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual: «La creación cinematográfica y audiovisual es parte destacada de la cultura y tiene una importancia decisiva en el mantenimiento de la diversidad cultural.

»El cine presenta en la sociedad actual una dimensión cultural de primera magnitud; no sólo como patrimonio, también como proyección de nuestro país en el exterior; como expresión de su personalidad, de sus historias, formando parte de la identidad viva de un país. Esta nueva forma creativa, que ha representado el cine en el siglo XX, y que todavía lo hará con más intensidad en el siglo XXI, debe ser reconocida como sustento imprescindible de nuestra expresión cultural, es asimismo una de las manifestaciones artísticas y sociales con más capacidad de atracción». Por último, la LEY 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, plantea entre sus objetivos la integración, en el sistema educativo, de los recursos cinematográficos. Así, en su disposición adicional séptima sobre el acceso de los productos cinematográficos y audiovisuales al sistema educativo, establece: «Las Administraciones Públicas, en el ámbito de sus respectivas competencias, promoverán la accesibilidad de los productos cinematográficos y

audiovisuales al sistema educativo a través de programas de formación, de manera que sus contenidos puedan también quedar integrados en aquel».

2. EL CINE COMO RECURSO PARA LA PUESTA EN VALOR DEL PAISAJE Y DEL PATRIMONIO URBANO.

El concepto de patrimonio urbano se ha ido ampliando con el paso del tiempo. La Recomendación de la UNESCO de Nairobi (1976) reconocía el valor de los conjuntos históricos como patrimonio inmueble y apostillaba que no podían ser descontextualizados de su entorno. A partir de 1986, una nueva dimensión se recoge en la Carta Internacional para la Conservación de las Ciudades Históricas, promulgada en Toledo en 1986 por el ICOMOS. Desde ahora, el patrimonio urbano se desliga totalmente del monumento, para centrarse de lleno en la ciudad y en el barrio de carácter histórico. De la ciudad no solamente interesa lo construido, sino todos los elementos que conforman la morfología y la estructura; por ello se debe preservar tanto la forma como la función; el parcelario, los edificios, las funciones y las relaciones entre los diferentes elementos de la forma urbana y de la ciudad con su entorno (LARA VALLE, 2002: 403). Es decir, el paisaje urbano pasa a formar parte del patrimonio. El refrendo a esta nueva acepción sobre el patrimonio urbano se va a producir en la promulgación, en el año 2000, de la Carta de Cracovia, donde se afirma: «Las ciudades históricas y los pueblos en su contexto territorial representan una parte esencial de nuestro patrimonio universal y deben ser vistos como un todo... Los edificios que constituyen las áreas históricas pueden no tener ellos mismos un valor arquitectónico especial pero deben de ser salvaguardados como elementos del conjunto por su unidad orgánica... Los paisajes como patrimonio cultural son el resultado y el reflejo de una interacción prolongada en diferentes sociedades entre el hombre, la naturaleza y el medio ambiente. Son el testimonio de la relación del desarrollo de comunidades, individuos y su medio ambiente. En este contexto su conservación, preservación y desarrollo se encuentra en los aspectos humanos y naturales, integrando valores materiales e intangibles...». El geógrafo Martínez de Pisón ha ahondado sobradamente en las diferentes razones que hacen del paisaje, rural o urbano, un patrimonio cultural (MARTÍNEZ DE PISÓN, 2009: 35-114).

A medida, por lo tanto, que se va produciendo una ampliación en las concepciones del patrimonio urbano, irán modificándose las políticas de conservación, difusión y gestión. Es en este contexto en el que la política de salvaguarda, recuperación y valorización del patrimonio cultural urbano puesta en marcha a partir de la década de los 70, tanto desde organismos internacionales, como la Unesco, como en el marco de la Unión Europea, o en la propia política española, encontrará en la revolución de las TIC y, específicamente, en el cine y en los medios audiovisuales, un recurso imprescindible para la consecución de tales objetivos. En *La Carta de Nairobi*, sobre la recomendación relativa a la salvaguarda de los conjuntos históricos, se dice: «A través de... la prensa, la televisión, la radio, *el cine* y las exposiciones ambulantes debería hacerse todo lo posible para que el público comprendiera la necesidad de la salvaguarda de los conjuntos históricos....

»...En todos los grados de la educación,... debería incluirse el estudio de los conjuntos históricos,... Esa enseñanza debería recurrir ampliamente a los medios audiovisuales...». En este mismo año, *La Carta del Turismo Cultural* (1976) recoge entre sus recomendaciones: «...los niños y adolescentes sean educados en el conocimiento y el respeto por los monumentos y sitios y el patrimonio cultural, y que *todos los medios de comunicación* escrita, hablada o visual expongan al público los

componentes de este problema, con lo cual contribuirá de una forma efectiva a la formación de una conciencia universal».

Desde la Unión Europea destaca la puesta en marcha de diferentes programas con la finalidad de aprovechar las ventajas que ofrecen la televisión, el cine, etc. en la valorización y difusión del patrimonio, como el programa RAPHAEL o CULTURA 2000. En 1995, el programa de acción comunitario en el ámbito del patrimonio cultural RAPHAEL, subrayaba que «...las tecnologías de las comunicaciones y los servicios multimedia tienen una utilidad especial para la presentación de sitios del patrimonio que requiere unas exigencias particulares en materia de protección del medio ambiente... El Comité de las Regiones desea igualmente recordar el importante papel que desempeñan la televisión y la radio, especialmente las cadenas públicas, como instrumentos de información y sensibilización del público en general. El programa debe fomentar las producciones audiovisuales en asociación con aquellas».

Este interés de las políticas públicas por incorporar los medios de comunicación y, en particular, el cine, en las estrategias de difusión, valorización y sensibilización del patrimonio cultural urbano, conduce a preguntarse sobre lo que el cine aporta en el tratamiento del mismo. Son numerosas las cualidades y ventajas, señaladas ya por otros autores, las que el cine ofrece para conseguir los objetivos marcados por las políticas públicas en relación a la difusión y sensibilización sobre la cultura del paisaje. Entre las más citadas se cuenta el poder del cine como un vehículo de comunicación de masas; su influencia puede llegar a los más recónditos lugares y a todas las clases de población. Como ha escrito Gámir Orueta: «En cierto modo el cine, en paralelo a los avances políticos y sociales, permite una cierta democratización de unos lugares y paisajes antes inaccesibles o incluso ignotos para la mayor parte de la sociedad». (GAMIR ORUETA, 2007: 160). Otra de las ventajas se refiere al tratamiento artístico y estético de las imágenes. Una de las premisas más constantes del cine ha sido huir de lo vulgar y anodino; por ello, siempre, en la elección de escenarios y paisajes se ha procurado presentar aquellos que reunían características singulares de belleza; y para realzar sus valores se ponen en juego las diferentes técnicas cinematográficas: plano, encuadre, color y sonido. Sería la subordinación del paisaje a la idea del cine como un arte total de naturaleza pictórica, visual (J. A. RAMÍREZ, 1986: 18). Una tercera cualidad que el cine aporta, es que el paisaje es presentado a través de las estrategias pedagógicas que actualmente se consideran deben de ser puestas en práctica para su valoración. Entre ellas se ha destacado el poder que tiene vincular la presentación de un paisaje con el discurrir de una trama o historia (J. SABATÉ, 2008: 267). Es justo lo que el cine de ficción ha venido haciendo desde sus orígenes, independientemente del mayor o menor protagonismo dado al paisaje en el discurrir de la trama. En definitiva, puede decirse que, otra de las ventajas por las que el cine interesa tenerlo en cuenta, dentro de las estrategias sobre el patrimonio cultural urbano, es porque ha realizado un tratamiento del paisaje muy acorde con las características actuales que lo definen. De todas ellas, sin duda, la más original es la que lo considera como sujeto a un proceso de cambio permanente. Así, el movimiento, la dimensión temporal, que en otras artes de carácter estático, como la pintura, la escultura, su representación se ha visto mucho más constreñida por la rigidez del formato (ESPAÑOL ECHÁNIZ, 2008: 206), en el caso del cine, las posibilidades de representación de las diferentes fases evolutivas de un paisaje siempre han sido mucho mayores.

3. EL TRATAMIENTO FÍLMICO DEL PAISAJE URBANO GRANADINO

Recientemente, Granada y su relación con el cine han despertado el interés investigador y social, fruto quizá de esta corriente que ha detectado la importancia que tienen los lugares de rodaje como destinos turísticos². Este trabajo pretende contribuir en algo al conocimiento de esa relación. Entre los múltiples aspectos que podrían considerarse al hablar de las relaciones entre el cine y la ciudad de Granada, quisiéramos centrarnos, en este momento, en presentar, básicamente, las siguientes ideas: en primer lugar, que la elección de Granada como lugar de rodaje, en una gran mayoría de casos de películas que la han utilizado, ha sido como consecuencia del carácter tan singular en belleza, originalidad y diversidad de sus paisajes³. Este hecho, sin embargo, ofrecerá un desarrollo fílmico, en el que el papel del paisaje cada vez se irá desligando más como soporte de la trama y mostrándose con un carácter más autónomo. De alguna manera, este tratamiento vendría a significar la aportación que desde el Nuevo Arte, que se desarrollará en el siglo XX, se hace a la valoración, difusión y conocimiento del paisaje granadino; completando, de este modo, la presentación e interpretación, desde la imagen en movimiento, de lo que otras Bellas Artes, como la poesía, la pintura, el grabado, la música, etc, han hecho desde mucho tiempo atrás. La importancia, la singularidad y belleza del paisaje granadino, como elementos substanciales del film, se hará constar tanto en informes previos al rodaje de las películas, en sus críticas, como en las referencias directas, que se encuentran en las películas, puestas en boca de los protagonistas o del narrador. En segundo lugar, queremos profundizar en la idea de la utilización de los paisajes granadinos, particularmente en muchas de las películas rodadas a partir de los años 50, como reclamo y mensaje para dar a conocer al exterior las excelencias y singularidad de los paisajes españoles y, de esta manera, incentivar el desarrollo del turismo en nuestro país. Con esta base de partida, pensamos, se podrá entender mucho mejor el tratamiento que se ha venido haciendo de este paisaje en la filmografía española.

3.1. La aportación de Granada al cine nacional: del paisaje como escenario al paisaje como protagonista.

La incorporación del paisaje granadino a la producción fílmica nacional se producirá ya en las primeras décadas del siglo XX. Películas como *La España trágica*, *El Dorado*; *Militona o la tragedia de un torero*; *Curro Vargas*; *Amapola, la gitana*; *La Copla andaluza* y *Los Claveles de la Virgen*, entre otras, rodadas entre 1920 y 1930, utilizaron los paisajes del Albaicín, el Sacromonte, la Alhambra y los jardines del Generalife para la ambientación de las tramas (GONZÁLEZ LÓPEZ y CANOVAS BELCHI, 1993). Son producciones que pertenecerían a ese esfuerzo, apuntado por Del Rey Reguillo, que se produce en los años 20, por aumentar la producción de películas en España y utilizar estas como medio de cambiar la imagen de España, así «un buen número de ellas desarrolló sus tramas sobre el fondo paisajístico y monumental de diferentes lugares de España. Títulos como *Currito de la Cruz* (1925), *Flor de Espino* (1925), *El Secreto de la Pedriza...* son un ejemplo al respecto». Para esta autora, el papel que juegan estos paisajes en las escenas es de primer orden: «En ellos el entorno natural o urbano llega a

² La Filmoteca de Andalucía, en el 2009, organizó un ciclo de cine sobre la Alhambra y el cine. El poeta granadino Juan de Loxa publicaba, en la revista *Entreríos* (2008) una pequeña semblanza sobre imágenes de la Alhambra en algunas de las primeras películas rodadas en ella. El lema escogido para representar a Granada en la última feria de FITUR ha sido “Granada, ciudad ¡de cine!”. En el 2007 nació el Festival cines del Sur. En el 2008, nació Retroback, el Festival Internacional de Cine Clásico de Granada.

³ Salvo en aquellas películas de carácter histórico o biográfico, como las relacionadas con la figura de García Lorca, Mariana Pineda, San Juan de Dios...el resto se incluiría en esta categoría.

asumir un papel protagonista.... De hecho, en algunos de esos filmes la frecuencia de esa estrategia discursiva es tan alta que acaba convirtiendo la trama fílmica en un hábil pretexto puesto al servicio de los escenarios” (DEL REY REGUILLO, 2007: 84).

No obstante, en esta primera época, la nota común dominante que puede destacarse en estas producciones sería, más bien, la subordinación de los ambientes al desarrollo de la historia. Los diferentes paisajes que se muestran no adquieren, con total fuerza, el protagonismo que alcanzarán en las décadas siguientes. Así lo ha señalado Román Gubern para la película de *El Dorado*: “En 1921, Marcel L’Herbier dirige *El Dorado* en Granada... utilizando dramática y expresivamente los materiales urbanos y arquitectónicos... [de esta ciudad], que se transforman de simples marcos ambientales en inductores de la acción; enseñanzas que no fueron recogidas por los cineastas españoles» (ROMÁN GUBERN, 2004: 76). Esto mismo puede observarse en la película *Curro Vargas* (1923) de José Busch, donde la trama se desenvuelve mayoritariamente en el barrio del Albaicín, que se toma como el pueblo donde tiene lugar la historia. La película ofrece vistas de un gran número de lugares típicamente albaicínicos: Plaza de San Nicolás, Plaza de San Miguel Bajo, Puerta de las Pesas, Valle del río Darro, Ermita de San Miguel Alto, Casa de Porras, Camino del Sacromonte. Son lugares populares, perfectamente reconocibles por tipo de plano utilizado, pero que no llegan a restar protagonismo al desarrollo de la escena (Fig. 1). Solamente en cinco ocasiones se abandonan estos escenarios para presentarnos imágenes del Carmen de los Mártires y de la Alhambra. Son las escenas en las que tienen lugar los encuentros románticos de la pareja. Paisajes que rompen el discurrir dramático de la historia y que pretenden llevarla a un plano superior: el de lo idílico y romántico. En una de estas secuencias, de casi cuatro minutos de duración, el realizador, utilizando como recurso el sueño de Curro, se recrea en presentarnos lo que pudo ser la Alhambra en su época de esplendor. Después de una toma general sobre la Alhambra, la escena de la ensoñación romántica de Curro con Soledad se desarrolla en las estancias más emblemáticas de su interior: Patio de los Leones, Jardín de Lindaraja, Salón de Embajadores, Patio de Arrayanes. Es la secuencia en la que la cámara se recrea mostrándonos la belleza del lugar.

Después de esta década, las dos siguientes fueron pobres en rodajes. En los años 30 se rodaron cuatro películas de ficción (HEININK, 2009), de las cuales la que alcanzó una mayor difusión fue *María de la O* (1936), de Francisco Elías. En esta se ofrecen unas vistas panorámicas de la ciudad como marco de situación en el que se desarrollará la acción (PÉREZ PERUCHA, 1997: 109).

En la década de los cuarenta, se ruedan en Granada cinco películas de ficción (HUESO, 1998). Sobre todas ellas destaca, por el número y la autenticidad de los paisajes mostrados, la película *Forja de almas* (1943), de Eusebio Fernández Adarvín, sobre la figura del Padre Manjón. Los escenarios de la película se desenvuelven entre el Sacromonte y el Albaicín, más algunas incursiones a otros lugares del centro de la ciudad, como la Plaza de la Universidad y la Carrera de la Virgen. En todas estas escenas, los lugares son el escenario de la acción, pero a través de esta se va descubriendo, de manera sutil, todo el valor estético y pintoresco de estos barrios en sus lugares más emblemáticos: Camino del Sacromonte, Abadía, cuevas, San Miguel Alto, Mirador de San Nicolás (Fig. 2), Darro, Paseo de los Tristes, Cuesta del Chapiz. Hay, sin embargo, una secuencia, de algo más de tres minutos de duración, al principio de la película, en la que el realizador quiere presentar el lugar donde transcurrirá la historia, en ella el paisaje granadino adquiere todo el protagonismo, porque únicamente él es el

centro de atención de la cámara y por la voz en *off* que irá narrando sus excelencias. Mientras la cámara realiza unas tomas largas de la ciudad, la Alhambra, el Albaicín y el Sacromonte, una voz emocionada enfatiza:

«En Granada mora, en esta Vega que tendiéndose al pie de la montaña, como una esclava del haren, se entrega al Genil que al pasar la riega y baña...
Fue aquí, al pie de la Alhambra, ilustre y vieja, que encierra cada vez más hermosura, donde refulge al sol Torres Bermejas, cual si luciese de oro una armadura, fue aquí en este dorado paraíso como ninguno había,... donde hasta los templetes luminosos que al sol dan sus destellos,... donde el agua desgrana su cadencia rompiendo en mil cristales, donde todo desmaya de indolencia, y las flores son joyas orientales, donde el Generalife en sus vertientes, canta con Abulbeca mientras coros de pájaros y fuentes nos hablan de Damasco y de la Meca; donde los jardinillos agarenos suenan ...adormecidos; donde hasta los perfumes son venenos que embriagan los sentidos;».

Fig. 1. Puerta de las Pesas en la película *Curro Vargas*, 1923. Puede observarse el deterioro que sufría por ese tiempo. Fig. 2 Vista de la Alhambra y Sierra Nevada desde el mirador de San Nicolas. El paisaje en este caso está supeditado a la acción narrativa.



Entre los aspectos positivos que se valoraron de esta película, algunas críticas de la época resaltaron la calidad de sus imágenes sobre el paisaje. Así, el diario *Las provincias* puntualizaba: «Barreyre obtiene ángulos luminosos del paisaje granadino». Y en el diario *Patria*: «A lo largo de todo el celuloide se brindan imágenes bellísimas de Granada por una cámara manejada con maestría».

Los años cincuenta marcarán un resurgir de las producciones cinematográficas que fijan sus ojos en Granada, para utilizar sus paisajes en la ambientación de unas historias, cuya difusión se pretende vaya más allá del mercado nacional⁴. De esta época son películas como *Cuentos de la Alhambra* (1950); *Violetas Imperiales* (1952); *Duende y misterio del flamenco* (1952), *Todo es posible en Granada* (1954) o *Luna de miel* (1958), entre otras. La calidad cinematográfica de muchas de ellas deja bastante que desear, pero, sin embargo, las salvará la calidad de las vistas y paisajes que muestran. Sobre la película *Debla, la virgen gitana* (1950), un informe señala: «Técnicamente la cinta es vulgar y poco interesante, y el color en ella solo está conseguido en algunos exteriores... La dirección es deficiente. Agradable la música de LEOZ, especialmente en las canciones, y buena la fotografía de Berenguer que ha captado algunos bellos exteriores de Granada». Méndez Leite alabará, también, en *Cuentos de la Alhambra* (1950) de Florián Rey «...la luminosa fotografía de Guerner, que refleja maravillosamente los incomparables paisajes granadinos» (MÉNDEZ LEITE, 1965). En efecto, esta película puede considerarse como una “oda cinematográfica” a la Alhambra. La presentación de su paisaje, en el inicio de la película, mientras se desplazan los créditos, nos está señalando el auténtico protagonista del film. En diferentes escenas, la trama narrativa

⁴ La película *Cuentos de la Alhambra* se presentó a la Bienal de Venecia. En la película *Duende y misterio del flamenco* se introducen subtítulos en inglés con la finalidad de extender la misma a un público mucho más amplio que el nacional. *Luna de miel* representó al cine español en el Festival de Cannes. En una petición de Cesáreo González al Director General de cinematografía y Teatro, dice «La película se concibe como un ambicioso proyecto de auténtico valor y significación internacional».

cederá totalmente su puesto a la vista de un detalle arquitectónico de una estancia o al paisaje alhambrense en su conjunto, y, la historia se convierte en un simple motivo para su presentación; así, el espectador se irá deleitando con magníficos planos del Patio de los Arrayanes, el Patio de los Leones, los jardines del Partal, Puerta de la Justicia, Generalife, etc. (Figs. 3y 4).

Figs. 3 y 4: Imágenes del exterior de la Alhambra y del Patio de los Leones. En Cuentos de la Alhambra. 1950. El paisaje empieza a destacar como si de un personaje se tratase.



Cuentos de la Alhambra inicia una nueva etapa en la consideración del paisaje granadino, a partir de ahora, en las producciones que se suceden, adquiere el papel de un personaje más del film, convirtiéndose en determinadas escenas en el auténtico protagonista. Y esto sucede porque, como escribe Neus Miró, «la transformación que comporta la transición de paisaje escenario a paisaje autónomo implica, en el cine, una modificación en la mirada, que conlleva a su vez una variación en la naturaleza del paisaje; este pasa de la periferia, al centro. De ser un elemento anecdótico y periférico, a ser crucial y central en el desarrollo del filme» (MIRÓ, 2008: 260).

Dos ejemplos son especialmente ilustrativos de este cambio de tendencia. Uno se refiere a la película *Duende y misterio del flamenco*, rodada en 1952, del director Edgar Neville. En los informes que se hicieron de ella se contiene: «No hay un argumento de acción, sino cien argumentos, y los personajes a veces son figuras humanas, pero otras son paisajes o ciudades o pueblos o calles... hay un evidente buen gusto en la elección de los escenarios». Para Granada, se escogen vistas panorámicas de la Alhambra, la ciudad y la Vega, el Sacromonte, en unos casos aisladas, como en la Alhambra, en otros como fondos del escenario exterior, que acompañan los cantos y bailes propios de la tierra.

El otro ejemplo es la película *Luna de miel* (1958), del director británico Michael Powell. La preocupación, en ella, por hacer del paisaje uno de los elementos esenciales de la misma, está presente desde el primer momento de su concepción. Quizá en ninguna otra como en esta se manifieste, de manera tan explícita, la subordinación de la trama argumental a lo que en realidad importa: el descubrimiento de los paisajes (Figs. 5y 6).

Figs. 5y 6. Paisaje del conjunto de la Alhambra y sierra nevada al fondo. Anna en el patio de los Arrayanes admirando el techo de la sala de la Barca. Película *Luna de miel*, de Michael Powell; el paisaje monumental se convierte en el auténtico protagonista del film. La trama se convierte en un mero accidente que, en este caso, induce a la contemplación del paisaje.



Así, en el argumento de la película puede leerse: «Esta pequeña anécdota da ocasión para hacer desfilar por la pantalla bailes clásicos españoles, ballets. Y sobre todo a mostrar una serie de paisajes y monumentos españoles que han de sorprender una vez más, en el mundo entero». El mismo objetivo está presente en la solicitud de permiso para rodar: «se facilite la realización de dicha película en diversos lugares monumentales de España, ya que se precisa contar con dicha posibilidad para exaltar ampliamente paisajes, ciudades y monumentos españoles». Y, en efecto, el protagonismo del paisaje en el filme es indiscutible. En una primera secuencia, en la que la protagonista llega a la ciudad, el realizador se recrea mostrando una bella panorámica en movimiento de la ciudad, recorriendo esta desde la Vega hasta la Colina de la Alhambra y Sierra Nevada al fondo, mientras se oye la música de la canción que compuso Mikis Theodorakis, *Luna de miel*, leit-motiv de la película. La segunda secuencia, de algo más de cinco minutos de duración, recoge la visita que Anna (Ludmilla Tchérina) y Antonio (Antonio López, el bailarín) realizan a la Alhambra. Mientras se desarrolla un baile por los protagonistas, con Música de Manuel de Falla, el movimiento de estos a través de las diferentes estancias: patio de los Arrayanes, Salón de Embajadores, Patio de los leones, Jardines del Partal..., permite al realizador, mediante planos de detalle, ir mostrando la belleza arquitectónica y paisajista del monumento. Si, en otros casos, el escenario ha sido visto como inductor de la acción de los personajes, en este, son los personajes los que, con sus gestos, irán descubriendo al espectador las maravillas del lugar.

Este papel protagonista del paisaje granadino se repetirá, con toda claridad, en producciones posteriores como *En Andalucía nació el amor* (1966), de Enrique L. Eguiluz; *La novicia rebelde* (1971), de Luís Lucía; *Días contados* (1994), de Imanol Uribe; entre otras más. En esta última, en un momento de la película, la ciudad de Granada adquiere un protagonismo especial; es aquel en que Charo (Ruth Gabriel) dice a Antonio (Carmelo Gómez) que si quiere hacer el amor tiene que ser en Granada. Él acepta y emprenden viaje a la ciudad. El lugar escogido será el Hotel Alhambra Palace. Desde aquí se ofrece una panorámica de la ciudad en la que puede apreciarse la cautivadora belleza del paisaje granadino. Huerta Floriano (2006) lo describe así: «la ciudad está iluminada de forma cálida y los escenarios contienen abigarrados motivos andalusíes, de tal forma que la villa andaluza aparece como una especie de paraíso terrenal o de oasis en el desierto que necesitan los amantes para su encuentro amoroso».

3.2. La representación fílmica del paisaje granadino como inductor del desarrollo turístico.

En los últimos años se ha trabajado mucho y bien sobre las relaciones entre el cine y el turismo⁵, al mismo tiempo que se han propagado las noticias a través de Internet y se han celebrado muchos eventos alrededor de esta temática. Y, de toda esta información, se concluye que no parece que exista discrepancia alguna sobre el papel que ha venido desempeñando el cine como inductor de la actividad turística. Esta influencia habría existido, en opinión de Del Rey Reguillo, prácticamente, desde los inicios del cine: «las vistas cinematográficas sobre el país exhibidas en las pantallas internacionales actuaron como reclamo e instrumento de atracción de viajeros antes de que lo hicieran las guías editadas por la industria turística», (DEL REY REGUILLO, 2008: 71). El propio Estado, habría sido, desde muy pronto, consciente de este poder de influencia y, por

⁵ Desde los trabajos pioneros de RILEY, R & VAN DOREN, C. (1992), en España han trabajado el tema de manera monográfica: SANDOVAL MARTÍN, María Teresa (1998); HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2004); ROSADO COBIÁN, Carlos (2006); DEL REY-REGUILLO, Antonia (Ed.) (2007).

ello, desde la creación, en 1928, del Patronato Nacional de Turismo, impulsó una labor de propaganda para cambiar la imagen de España y hacerla atractiva al turismo. En este contexto, como ha señalado Camille Blot-Wellens (2005): «el cine como medio ideal de promoción empieza a interesar a las autoridades turísticas».

Y desde entonces, puede afirmarse que el cine siempre ha sido un medio con el que se ha contado para promocionar la imagen turística de una ciudad o lugar. Por lo tanto, aunque en los últimos años el tema ha adquirido una importancia inusitada, lo que ha propiciado que se desarrolle toda una infraestructura y estrategias de promoción, como las *films commissions* o las rutas turísticas cinematográficas (ROSADO COBIAN & QUEROL FERNÁNDEZ, 2006: 51-94), en épocas anteriores, existieron productores que, haciéndose eco de las consignas programáticas que se lanzaban desde el poder, como para aprovecharse de los incentivos, en forma de créditos y subvenciones, establecidos para las producciones que se ajustase a determinados perfiles, se prestaron a la realización de unas producciones donde esta finalidad de casar cine y propaganda turística va a manifestarse de manera muy nítida. Esta idea es la que pretendemos abordar en este apartado.

La cuestión que planteamos es, por tanto, si ha existido en las películas una intencionalidad premeditada de utilizar las imágenes como reclamo turístico. Y si se pueden establecer conexiones entre el sector turístico y el sector cinematográfico. Si la respuesta es afirmativa, ¿cómo probarlo? Obviamente, no es fácil determinar estas conexiones, tanto si se trata de determinar si las películas se han producido con la intención de actuar como reclamo para futuros turistas, como de posibles acuerdos o influencias entre promotores turísticos y cinematográficos. Para Del Rey Reguillo, la simple constatación de que un gran porcentaje de los temas filmados, ya desde los inicios del cine, puedan ser considerados como motivos turísticos, probaría la intencionalidad de utilizarlo como incentivo turístico (DEL REY REGUILLO, 2008: 72); sin embargo, la utilización de estos paisajes o monumentos pueden obedecer, desde la óptica cinematográfica, a otras razones: estéticas, de situación, como recurso, etc. De hecho, en los análisis que se han realizado sobre este interrogante, la conexión se ha establecido, no a partir de la búsqueda de datos internos o propios de la producción del film, sino apoyándose en el análisis de los comportamientos psicológicos de las personas, de sus reacciones ante la visión de unas imágenes que les pueden provocar el deseo de viajar y conocer los lugares o paisajes que han contemplado. El desarrollo del turismo cinematográfico, desde este punto de vista, sería el resultado de la explotación de estos deseos que surgen en muchas personas de visitar los lugares contemplados en las películas, pero que, en ningún caso, ha sido un objetivo buscado por el realizador del filme.

Por nuestra parte, queremos probar estas conexiones a partir de algunos testimonios obtenidos de las propias producciones y, sobre todo, del análisis argumental y cinematográfico de los filmes.

Granada se cuenta entre las ciudades españolas que más pronto se abrirá a lo que hoy conocemos como “turismo cultural”. Sus paisajes y monumentos fueron celebrados por viajeros extranjeros ya desde el siglo XVI, pero será durante el XIX, con el movimiento romántico, cuando se sienten las bases del desarrollo turístico contemporáneo (LATIESA, 2000: 331-340). Desde entonces, la corriente de visitantes ha mantenido un flujo en crecimiento constante. Pero, cuando, en realidad, se quiere hacer del turismo una importante actividad económica para la ciudad, será a partir de la década de los cincuenta del siglo XX. Apoyándose en las directrices de la política gubernamental del

momento sobre la actividad turística⁶, Granada desarrollará toda una serie de iniciativas tendentes al fomento del turismo. Se mejoraron las comunicaciones con Madrid por avión y carretera; se crea, en 1953, en el Generalife, el recinto que acogerá los Festivales de Música y Danza, se inauguran nuevas salas de cine (Regio, Albéniz...) y se intensificará el número de mandatarios extranjeros que visitan la ciudad, cuyas fotografías en la prensa, visitando los lugares emblemáticos de la ciudad, representará una gran publicidad. Es en este contexto en el que, entendemos, hay que insertar las diferentes producciones cinematográficas que se producen en la década de los cincuenta y sesenta, principalmente, que tendrán por escenario la ciudad de Granada.

Que las películas rodadas en Granada, en esos años, podían y debían contribuir al desarrollo turístico de la ciudad, era algo que estaba muy presente en la mente de los productores de esas películas, como en muchos de los autores responsables de las críticas periodísticas a las mismas. Por ello, se buscará realizar un cine que tenga una clara proyección internacional, sustentado en argumentos y escenarios que hicieran, sobre todo, atrayente y sugestiva la imagen de Granada⁷. Esta era la receta que debería aplicarse, como se escribía en la revista *Cámara*: «lo menos que podemos exigir del cine español es la preocupación por llevar al celuloide unos asuntos, unos caracteres y unos paisajes genuinamente españoles. Sólo así... podrán interesar las películas españolas más allá de nuestras fronteras...» (Rev. *Cámara*, 1950). Consecuencia de esta inquietud será hacer presentes estas películas en los festivales europeos de cine, así la película *Todo es posible en Granada*, concurrió al festival de Cannes⁸; *Duende y misterio del flamenco* fue presentada en París como gran acontecimiento; *Cuentos de la Alhambra* lo hizo en la Bienal de Venecia; *Luna de miel* fue nominada para la Palma de Oro del Festival de Cannes. Las referencias más claras a esta intencionalidad turística las encontramos en películas como *Duende y misterio del flamenco*, *Violetas imperiales*, *Todo es posible en Granada* o *Luna de Miel*. La película de Edgar Neville se pensó como un medio que debía captar la atención de la población de habla inglesa, principal clientela turística del momento; por ello las escenas se acompañan con rótulos en inglés, que informan de los paisajes, cantes y bailes que se suceden. En un escrito del cónsul de España en San Francisco, fechado el 24 de agosto de 1955, se informa que la película *Flamenco* está siendo proyectada con notable aceptación por parte del público. No es casual, por tanto, que se escojan dos motivos para la película: el paisaje de Andalucía y el flamenco, que eran los que, se presuponían, podían despertar un mayor interés y atracción en esa población. *Violetas imperiales*, de Richard Pottier, es una coproducción hispano-francesa; sistema de producción que se alentó, también, como medio para la mayor difusión del cine hispano en el extranjero. En este caso con un país, como Francia, del cual empezaban a llegar importantes contingentes de turistas. Por ello, igualmente, ni el tema ni los escenarios se puede decir que sean gratuitos. La figura de Eugenia de Montijo, granadina que se esposó con Luís Napoleón Bonaparte, será el motivo para difundir las imágenes de Granada en el país vecino. Una crítica periodística decía: «Hay una gran belleza de escenarios y la cámara ha logrado captar

⁶ La creación por Decreto Ley 19 Julio 1951 del Ministerio de Información y Turismo será un factor determinante en las nuevas tendencias que caracterizarán la producción cinematográfica nacional.

⁷ Para Caparros de Lera (2007), el lanzamiento del cine español al extranjero se producirá, también, a principios de los años cincuenta (1952), pero con una película de signo muy distinto: *¡Bienvenido Mr. Marshall!*, de Luis García Berlanga, que fue presentada en el Festival de Cannes.

⁸ El periódico *Ideal*, el 28 de Abril de 1954, se hacía eco de la excelente acogida que había tenido en Cannes, a pesar de no haber obtenido ningún premio.

multitud de los incomparables y variadísimos paisajes de Granada, que son para el exterior el mejor exponente del verdadero valor de la ciudad en su aspecto de belleza natural, a parte de los tesoros artísticos e históricos que encierra».

De la película de José L. Sáenz de Heredia, *Todo es posible en Granada*, la crítica llegó a decir: «La película es más universal que granadina y ha de gustar en todos los ambientes de España y de fuera, especialmente en América». Ese carácter universal se sustentaría en el argumento de la película, que plantea una historia en la que se implican dos países: Estados Unidos y España (Granada). Una compañía estadounidense llega a Granada en busca de uranio, el famoso mineral del que tanto se hablaba en esos momentos. Al frente viene Margaret (Merle Oberon), una guapa mujer que tendrá que vencer la resistencia a vender del propietario (Fernando-Paco Rabal) de los terrenos, donde se sospecha que existe el uranio. Entre ambos irá surgiendo un idilio que dará ocasión, en los encuentros que se producen, a mostrar los paisajes del Sacromonte, Alhambra, Generalife y la ciudad sobre la Vega. En esta ocasión el realizador quiere ofrecer, además de los paisajes, el carácter de un pueblo, el andaluz, representado en la figura de Fernando (Paco Rabal) que valora por encima del interés económico los sentimientos y la cultura. El mensaje era, pues, que Andalucía y Granada merece ser conocida tanto por sus valores paisajísticos como por sus valores humanos.

Michael Powell rueda, en 1958, *Luna de miel*, una coproducción hispano británica que buscaba claramente exportar el paisaje y folclore andaluz al mundo anglosajón. La historia que se narra repite los esquemas anteriores: una pareja de recién casados que visita España y en torno a ella se construyen una serie de peripecias que dan motivo a la presentación de los más bellos paisajes y monumentos de Madrid, Toledo, Córdoba y principalmente Granada. Alguna de las críticas que recibió esta película reflejan la clara intencionalidad turística: «La película pretende mostrar los encantos de las tierras de España con fines turísticos, de esta forma presenta una delirante fantasía cuya acción se condensa en una débil trama...». El carácter de propaganda turística internacional de ésta quedará, asimismo, reflejado en algunos documentos que acompañan al expediente; en uno de los informes se dice: «La película se concibe como un ambicioso proyecto de auténtico valor y significación internacional»; en otro que explica el argumento, explícitamente se afirma: «Esta pequeña anécdota da ocasión, para hacer desfilar por la pantalla bailes clásicos españoles, ballets y sobre todo a mostrar una serie de paisajes y monumentos españoles que han de sorprender una vez más, en el mundo entero».

En los años 60, el mercado turístico español se había ampliado a otros países; eran los años del descubrimiento de España por los suecos. Por otro lado, el Ministerio de Información y Turismo da la O.M. de 19 de agosto de 1964 para el desarrollo de la cinematografía nacional, por la cual se dictan nuevas normas sobre el crédito cinematográfico y se crean las películas de Interés Especial (VIZCAINO CASAS, 1964). Por eso, en 1966, E. López Eguiluz rueda *En Andalucía nació el amor*, película que narra el viaje de una joven sueca que llega a España y con su acompañante además del amor, irá descubriendo el rico paisaje andaluz: Sevilla, Málaga, Mijas, Ronda, Cádiz, Córdoba, hasta llegar a Granada, donde la Alhambra, el Generalife, el Sacromonte se convierten en los auténticos protagonistas del filme. La revista *Fotogramas* hacía el siguiente comentario: «... Está realizado según las directrices del ministerio de Información y Turismo de aquel entonces, dirigido por don Manuel Fraga, y adquiere un carácter apologético bastante fastidioso». En definitiva, pues, las conexiones entre la producción cinematográfica de estos años y el interés por utilizarlas

como instrumento para el fomento del turismo son tan evidentes que dio origen a lo que se llamó el cine folclórico- turístico.

CONCLUSIONES

A lo largo de esta comunicación se ha pretendido fundamentar la idea general de las estrechas relaciones existentes entre el cine con el mundo de la educación, la cultura y el desarrollo económico, a partir del análisis de la representación del paisaje urbano como patrimonio, que puede ser mejor conocido, respetado, difundido y valorado mediante este medio de comunicación.

Esta vinculación, según se ha argumentado, se inicia prácticamente desde los albores del cine, pero será en los últimos años cuando adquiera una nueva dimensión, gracias a la revolución tecnológica que ha supuesto la suplantación de la tecnología analógica por la digital. La incorporación de esta tecnología al cine lo convierte en un elemento más de los mass media, en tanto que, a partir de ahora, la visualización de todo el material cinematográfico no quedará restringido a las salas de proyección, sino que podrá introducirse libremente en todos los hogares y centros educativos, gracias a los nuevos soportes de distribución, como lo hace la TV. Es por esto el interés que, en primer lugar, hemos querido subrayar, se presta a esta dimensión en el cine en la nueva normativa que lo regula, como en la política cultural que se viene impulsando desde la UE.

Pero otra razón, si cabe más poderosa que la anterior, para hacer del cine un instrumento a favor de la defensa, sensibilización y valoración del patrimonio cultural urbano, estriba en el tratamiento que del mismo se puede hacer en las producciones cinematográficas. Del mismo modo que la pintura de paisajes o la literatura llegó a crear un género específico debido a su enorme aceptación, el cine, mediante la aplicación de las técnicas narrativas cinematográficas: la combinación del tipo de plano, el color, el sonido sobre la imagen proyectada, puede influir aún más decisivamente en la opinión de la gente sobre lo que contempla.

Esta importancia del paisaje urbano en el cine tendrá, por tanto, una evolución que se traducirá en el paso de una función de soporte a la trama narrativa, a otra en la que adquiere el papel de un personaje o protagonista más de la historia. Esto es lo que hemos analizado y argumentado en el caso de Granada.

Finalmente, el patrimonio paisajístico tiene también una importante dimensión económica, como lo pone de relieve el alcance que ha tomado en los últimos años el turismo cultural. Por ello, el cine se ha prestado también a ser utilizado como medio para actuar, a través de sus producciones, adobadas con los ingredientes necesarios, para ser un reclamo de turistas.

Cine, patrimonio y turismo han venido formando, por lo tanto, un cocktail no siempre bien combinado, en la medida en que cuando se ha primado en exceso alguno de los componentes, el resto se ha resentido sensiblemente. Es lo que ha ocurrido en muchos de los ejemplos analizados, donde el recurso a tramas manidas ha ido en detrimento de los valores artísticos cinematográficos, aunque, como ha sido apuntado, el fin era otro distinto al de crear un buen filme.

BIBLIOGRAFÍA

- BARBER, S. (2006): *Ciudades proyectadas. Cine y espacio urbano*, Barcelona, Gustavo Gili.
- BLOT-WELLENS, C. (2005): «Producción cinematográfica al servicio de la propaganda política», en BIAPH, nº 56.
- CABERO, J. A. (1949): *Historia de la cinematografía española: 1896-1949*, Madrid, Gráficas Cinema.
- CAPARRÓS LERA, J. M. (2007): *Historia del cine español*, Madrid, T&B Ediciones.
- CLARKE et al. (1997): *The Cinematic City*, London, Routledge.

- DEL REY-REGUILLO, A. (ed.) (2007): *Cine, imaginario y turismo. Estrategias de seducción*, Tirant Lo Blanch, Prosopopeya.
- ESPAÑOL ECHANIZ, I. (2008): «El paisaje como percepción de las dinámicas del territorio», en MADERUELO, J. (dir.), *Paisaje y Territorio*, Madrid, Abada.
- GÁMIR ORUETA, A. y MANUEL VALDÉS, C. (2007): «Cine y Geografía. Espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas», en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 45, pp. 157-190.
- GONZÁLEZ LÓPEZ, P. y CÁNOVAS BELCHI, J. T. (1993): *Catálogo del cine español. Películas de ficción 1921-1930*, Vol. F-2, Filmoteca Española.
- HEININK, J.B. & VALLEJO, A.C. (2009): *Catálogo del cine español. Films de ficción 1931-1940*, Vol. F-3, Cátedra, Filmoteca Española.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2004): «Turismo inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial», en *I Congreso Internacional Patrimonio, desarrollo rural y Turismo en el siglo XXI*, Osuna, 20-22 de octubre.
- HERRERA LEÓN, F. (2008): «México y el Instituto Internacional de Cinematografía Educativa», en *Revista Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, núm. 36, Julio-diciembre.
- HUERTA FLORIANO, M. A. (2006): *Análisis filmico del cine español. 60 películas para un fin de siglo*, Salamanca, Caja Duero.
- HUESO, Á. L. (1998): *Catálogo del cine español. Películas de ficción 1941-1950*, Vol. F-4, Cátedra, Filmoteca Española.
- LARA VALLE, J. J. (2002): «El patrimonio urbano del siglo XXI: Políticas y estrategias sobre el patrimonio integral urbano», en FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ et al., *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Universidad de Almería, Servicio de publicaciones.
- LATIESA, M. (2000): *Granada y el turismo*, Universidad de Granada.
- LOXA, J. (2008): «Recortes de celuloide. La Alhambra en el cinema», en *EntreRíos*, núm. 7-8, Granada.
- MARTÍNEZ DE PISÓN, E. (2009): *Miradas sobre el paisaje*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- MÉNDEZ LEITE, F. (1965): *Historia del cine español*, 2 vols., Madrid, Rialp.
- MIRÓ, N. (2008): «La dimensión fílmica del paisaje», en J. MADERUELO (dir.), *Paisaje y territorio*, Madrid, Abada.
- PÉREZ PERUCHA, J. (coord.) (1997): *Antología crítica del cine español: 1906-1995*, Madrid, Cátedra.
- RAMÍREZ DOMÍNGUEZ, J. A. (1986): *La arquitectura en el cine*, Madrid, Herman Blume.
- RILEY, R. & VAN DOREN, C. (1992): «Movies as tourism promotion: a push factor in a pull location», en *Tourism Management*.
- GUBERN, R., MONTERDE, J. E., PÉREZ PERUCHA, J., RIAMBAU, E. y TORREIRO, C. (2004): *Historia del cine español*, Madrid, Cátedra.
- ROSADO COBIÁN, C. y QUEROL, P. (2006): *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*, Sevilla, Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- SABATÉ, J. (2008): «Paisajes culturales y proyecto territorial», en J. Nogué (ed.), *El paisaje en la cultura contemporánea*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- SALINAS, J. P. (1943): «Nuevos paisajes para el cinema nacional», en *Primer Plano*, núm. 154, septiembre.
- SUTCLIFFE, A. (1992): «La ciudad en el cine. Historia urbana», en *Revista de las ideas y de las transformaciones urbanas*.
- THIERRY J. & THIERRY P. (2005) : *La ville au cinema*, Encyclopédie, Cahiers du cinema.
- VIZCAINO CASAS, Fernando (1954): *Legislación cinematográfica y teatral*, Madrid, Publicaciones E.I.A., Estudios, Informaciones, Asesoramientos.
- VIZCAINO CASAS, Fernando (1964): *Suma de legislación del espectáculo. Apéndice. La nueva legislación cinematográfica española*, Madrid, Santillana