

## L'immagine turistica di Maiorca attraverso il cinema

Dalle origini al boom turistico degli anni Sessanta

M. Magdalena Brotons Capó (Universitat de les Illes Balears, Palma, Espanya)

**Abstract** Mallorca, the largest island in the Balearic archipelago, is well-known throughout the world as a place of rest, holiday destination, an ideal spot to enjoy the sunshine and the sea. This postcard image is the product of tourism marketing. From its origins, cinema has contributed to this depiction through documentaries and fiction films. The Mallorca shown in the films of the 1920s and 1930s differs greatly from the one that appears in the 1950s and 1960s films. During these decades, Spain and the Balearic Islands in particular underwent a true tourist boom. The unspoilt beaches, the mountains and the fields which appear in the early movies are substituted by crowded beaches, hammocks and parasols; peasant farmers and popular traditions give way to massive hotels, fashionable music bands, discos and night clubs. These images reflect the transformation that Mallorca, as many other holiday destinations in the world, underwent: a process of gradual homogenization leading to a loss of its identity.

Avevo temuto venendo al mare di dover trascorrere  
giornate formicolanti di sconosciuti, e serrar mani,  
e ringraziare e intavolare conversazioni con un lavoro da Sisifo  
Cesare Pavese, *La spiaggia*

Lo studio del cinema in relazione alla promozione turistica di un paese è divenuto argomento di interesse a partire dagli ultimi decenni del XX secolo. È proprio in uno dei primi lavori sul tema che appare il termine *Movie induced tourism* per indicare la potente influenza del cinema nella scelta e nella promozione delle destinazioni turistiche.<sup>1</sup>

Se guardiamo al turismo in Spagna, parlare di Maiorca, delle isole Baleari, è parlare essenzialmente di turismo di massa. Al concetto di tempo libero

1 Roger Riley, Dwayne Baker e Carlton S. Van Doren, *Movie induced tourism*, pubblicato in *Annals of Tourism Research*, nel 1998. Nel successivo *Movies as a tourism promotion: a pull factor in a pull location*, del 1992, gli autori analizzano l'incremento delle visite nei luoghi location di film famosi. Questo è un campo di ricerca ancora aperto, come dimostra l'articolo di Kim Hyouggon e Sara L. Richardson *Motion picture impacts on destination images* pubblicato nella stessa rivista nel 2003. In Spagna il primo studio è il libro di Carlos Rosado e Piluca Querol *Cine y Turismo, una nueva estrategia de promoción*, del 2006, anche se diversi autori come Roman Gubern, Angel Quintana, ed Elena del Mar Jiménez García nella sua tesi di dottorato discussa lo scorso 2010 all'Università Carlos III di Madrid, hanno analizzato parzialmente questo fenomeno nel cinema spagnolo.

associato alla moderna società industriale si lega, infatti, ben presto l'idea di godimento del paesaggio, della natura, del sole, della cura del corpo e dello svago. Così un paesaggio di mare, magari con un albergo sulla spiaggia, diviene una fotografia fortemente radicata nell'immaginario popolare quando si fa riferimento alle isole. È questa la rappresentazione prevalente che la pubblicità turistica ha promosso sin dall'inizio del Ventesimo secolo in tutto il mondo.<sup>2</sup> Cartoline, *brochures* turistiche e grandi cartelloni sono stati i primi richiami di questa promozione, ma anche il cinema è servito a questo fine, soprattutto nell'epoca del boom turistico degli anni Sessanta.<sup>3</sup> Per quanto riguarda le Baleari, l'uso del cinema come richiamo turistico è, tuttavia, un fenomeno che ha inizio ancora prima di questa epoca e che possiamo far risalire ai primi decenni del Ventesimo secolo. In questo articolo vogliamo appunto ripercorre questo fenomeno a Maiorca, partendo dalle origini fino ad arrivare al momento della vera e propria esplosione turistica degli anni Sessanta. L'obiettivo non è fornire un elenco dettagliato di tutti i filmati girati nell'isola in quasi settant'anni, ma cercare di offrire un'immagine d'insieme, per mettere a fuoco un argomento che ci sembra interessante: capire come il cinema ha contribuito a formare e a diffondere l'immagine più tipica della Spagna, il *typical spanish*, a Maiorca.

Anche se dobbiamo accontentarci di riferimenti indiretti sui primi filmati a scopo turistico, possiamo segnalare tra questi film quelli prodotti dall'imprenditore teatrale Josep Tous nel 1911. Sappiamo che in questi documentari apparivano paesaggi, scene rurali e tradizioni tipiche di Maiorca che furono molto apprezzati dalla *Sociedad para el Fomento del Turismo* di Maiorca, società creata nel 1905 per la promozione dei paesaggi e la promozione del turismo nell'isola (Vives Reus 2004, p. 106). Pionieri del cinema catalano come Ricardo Baños e Fructuós Gelabert furono autori, rispettivamente, dei documentari *Mallorca* (1906) e, *Isla dorada* (1908) (Aguiló; Pérez de Mendiola 1995, p. 12). Cristòfil-Miquel Sbert, nel suo libro sul cinema nelle Baleari, segnala i documentari *Escenas de la vida de Palma* e *Palma de Mallorca*, girati nel 1912 dall'operatore della Pathé nelle Baleari. Ancora Sbert ci dà notizia di un imprenditore che comprò una cinepresa dalla ditta Pathé e che girò immagini di Maiorca come *Bendición del tren de*

2 Già nel 1903 Bartolomé Amengual pubblicò a Maiorca *La industria de los forasteros* (Palma de Mallorca: Amengual y Muntaner), dove analizzava il turismo in altri luoghi e dissertava su come doveva essere questa nuova industria indirizzata a «vendere» le bellezze dell'isola ai «forasteros», spagnoli e stranieri. Il 1903 fu l'anno dell'inaugurazione del primo albergo internazionale nella capitale, il Gran Hotel, dell'architetto catalano Domènech i Montaner.

3 Nel maggio del 1957 il *National Geographic* pubblicava un articolo intitolato *The Balearics are Booming*, firmato dal giornalista Franc Shor. Cfr. Murray Mas, Yvan, *Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*, tesi di dottorato presentata all'Università delle isole Baleari, Dipartimento di Geografia, 2012, p. 1514.

Sóller dal 1913 (Sbert 2001, p. 53). Per la bellezza nell'uso della tricromia,<sup>4</sup> non possiamo dimenticare poi il film conservato negli archivi Gaumont *Sur l'île de Majorque*, del 1912. Questa tecnica, a cui Léon Gaumont teneva molto, venne presentata per la prima volta in Francia nel 1912. Probabilmente Gaumont scelse luoghi turistici già filmati in bianco e nero, perché esistono altri film colorati di Venezia, del carnevale di Nizza, eccetera.

Tutti questi film hanno in comune la rappresentazione della bellezza dei paesaggi, dei luoghi singolari e delle tradizioni locali, ma non sappiamo se questi ed altri film, come i documentari del pioniere Josep Truyol,<sup>5</sup> siano stati girati per uno scopo turistico o se siano soltanto uno dei tanti esempi di film documentario dei primi decenni della storia del cinema.

Durante il periodo della dittatura del generale Primo de Rivera (tra il 1923 e il 1930) il cinema venne utilizzato come strumento per diffondere un'immagine migliore della Spagna, ben lontana da quella di Paese povero ed arretrato qual era all'epoca. Furono infatti vietati i film che mostravano un'immagine negativa della Spagna e vennero anche censurati i film stranieri che offrivano una rappresentazione non positiva del Paese. La creazione del PNT, Patronato Nazionale del Turismo nel 1928, istituzione che doveva promuovere il miglioramento del turismo spagnolo (alberghi, locali, pubblicità ecc.), favorì la creazione di documentari che mostravano le bellezze artistiche, naturali e culturali delle diverse zone dalla Spagna (Blot-Wellens; Soto Vázquez 2005). Per quanto riguarda Maiorca sembra che a quell'epoca la *Sociedad para el Fomento del Turismo* non fosse ancora interessata al cinema come mezzo pubblicitario benché sui giornali dell'epoca già circolassero voci che riconoscevano l'utilità dei film come mezzo di promozione del turismo, come avveniva in altri luoghi del mondo (Rubi Sastre 2013, p. 277).

Anche se la prima *fiction* girata a Maiorca, *El secreto del anillo* del 1913, è ormai perduta, si conserva ancora *Flor de Espino* (Jaime Ferrer, 1925), un melodramma di amori impossibili, nato dal progetto di un gruppo di persone dell'alta società maiorchina. Benché lo scopo del film fosse quello di raccogliere fondi per la carità, lo segnaliamo qui per il carattere documentario di alcune scene: nella seconda parte ci sono, infatti, circa quattro minuti di immagini di Maiorca con panoramiche del nord dell'isola, di ville,

4 All'epoca quasi tutti i film colorati si illuminavano a mano, un lavoro molto costoso e faticoso. Nel 1912 Gaumont lanciò il procedimento della tricromia per il cinema (che si conosceva già per le fotografie). Si usava una camera speciale con tre obiettivi sovrapposti, un filtro verde, uno rosso e uno blu. Anche per la proiezione dei film si doveva usare un proiettore con i filtri. I film realizzati con questo metodo sono stati proiettati durante il 1913 e 1914 in una sala specializzata, al numero 8 di Faubourg Montmartre, sotto il nome di *Gaumont Color*. Anche se ebbe un grande successo, la difficoltà del procedimento (apparecchio complesso, necessità di una luce abbondante nella proiezione e difficoltà di far coincidere esattamente il punto di vista dei tre obiettivi) portò all'abbandono della tecnica nei primi anni Venti <http://www.gaumontpathearchives.com/simple.php?html=156>.

5 Vid Aguiló, Catalina (1987). *Josep Truyol: fotògrafi cineasta 1868-1949*, Palma: Miquel Font.



Figura 1. *Flor de Espino* (1925) allo sfondo vediamo la baia di Palma, con la Cattedrale

di monumenti di Palma, del Porto, ecc. (fig. 1) La nostra idea è che queste immagini siano state girate soltanto per la volontà del regista, un dentista cinefilo amatoriale, di lasciare traccia del suo amore per l'isola. Più noto è *El secreto de la pedriza* (Francisco Aguiló, 1926), una tragedia d'amore che ha come sfondo le vicende legate al contrabbando e che sembra abbia contribuito, anche in questo caso, al richiamo turistico per la rappresentazione di una serie di luoghi e vedute aree del paesaggio maiorchino (Font 2006, pp. 18-19) (fig. 2).

Altri imprenditori cercarono anche l'appoggio istituzionale. È il caso di Josep Maria Verger, ufficiale del Governo e giornalista del giornale *Correo de Mallorca*, il quale chiese il sostegno istituzionale per fare un documentario su Maiorca a scopo promozionale. Magdalena Rubí riproduce un frammento di una lettera nella quale Verger sottolinea questo precipuo



Figura 2. Immagine del Porto di Pollença nel film *El secreto de la Pedriza* (1926)

interesse<sup>6</sup> e in cui segnala che a Maiorca, pur a fronte dei molti impegni sostenuti per la promozione turistica, continuava ad esserci una sostanziale mancanza di interesse verso il cinema finalizzato alla promozione del turismo ed evidenzia anche l'impossibilità di una produzione cinematografica basata solo su capitale privato.

Verger ottenne una somma dal Governo, contattò un operatore della casa Gaumont e ingaggiò il musicista Baltasar Samper per comporre la suite *Aires y danzas de Mallorca* che accompagnava le proiezioni. Il risultato fu *Mallorca* un documentario del 1927 che mostrava, in ottantacinque minuti, un itinerario che iniziava a Palma, illustrandone i monumenti più noti, e proseguiva poi per i diversi luoghi dell'isola, facendone vedere i paesaggi, lo stile di vita e le genti con le sue tradizioni. Tutto sommato una

6 «Un progetto che consiste nell'espone ciò che è Mallorca, riprodurla, rendere noto, in una parola, nei suoi diversi aspetti, principalmente i monumentali e artistici senza dimenticare i musicali e folcloristici» (Rubí Sastre 2013, p. 276; trad. dell'autore).

vera e propria immagine di cartolina.<sup>7</sup> Antonia del Rey Reguillo sottolinea la vicinanza di alcuni piani del film con la pittura di paesaggio di noti pittori catalani come Joaquim Mir, Anglada Camarassao Santiago Russinyol, che dipinsero l'isola nel primo Novecento (Rey-Reguillo 2008, p. 90). Non vogliamo discutere qui questa opinione, ma possiamo segnalare un altro riferimento molto più diretto: le fotografie dell'epoca che riproducevano le medesime inquadrature e che servirono anche per cartoline ed altri mezzi pubblicitari, ben conosciuti all'epoca.

La Guerra Civile ('36-'39) bloccò altri progetti cinematografici. Molte sale cinematografiche vennero chiuse e la produzione di film ne risentì gravemente. In questo periodo di tempo vennero girati soltanto documentari di propaganda filotedesca e filoitaliana o contro il comunismo. Finita la guerra nel 1939 il cinema venne poi sottoposto ad uno stretto controllo da parte delle autorità del regime di Franco. Per il generale ristagno culturale durante la guerra arrivarono allora in Spagna molti film girati negli Stati Uniti, in Messico e in Argentina, sebbene alcuni con molto ritardo. *Via col vento*, ad esempio, arrivò in Spagna con ben dodici anni di ritardo.

Per quanto riguarda l'affluenza turistica a Maiorca, questa si interruppe durante gli anni della Guerra Civile e della Seconda Guerra Mondiale. A Maiorca chiusero molti alberghi, tra i quali il Grand Hotel. Negli ultimi anni Quaranta la Spagna accoglieva turisti sei volte meno dell'Italia e dieci meno della Francia tuttavia nel 1950 cominciò ad essere sempre più evidente il valore economico del turismo. Il Paese, proprio come si era dedicato ai prodotti agricoli a buon mercato dopo la guerra,<sup>8</sup> si specializzò allora nelle vacanze a basso costo (Pack 2009, p. 10). Nelle Baleari la *Sociedad para el Fomento del Turismo* lanciò nel 1950 la campagna turistica *Luna di miele a Maiorca*, e l'isola divenne una meta per le coppie di innamorati, soprattutto spagnoli. Si stamparono francobolli della campagna pubblicitaria e questi contribuirono grandemente, circolando in tutto il mondo, a diffondere l'immagine romantica dell'isola (Barceló, Frontera 2000, p. 26).

Nei primi anni Cinquanta la Spagna cominciò pian piano ad uscire dal suo isolamento politico, anche per il suo ingresso nell'ONU nel 1955. Si volle allora offrire un'immagine di libertà per quanto di una libertà appa-

7 Nell'articolo di Antonia del Rey Reguillo su questo documentario (del Rey-Reguillo 2005) si riproduce l'ultima cartella nella quale si sottolinea l'intenzione di questo documentario:

*Tal es Mallorca. Sólo una sombra, la pálida y | fugaz visión ofrendada. Si ha resultado una | grata evocación para los que la conocéis, al | mismo tiempo que una invitación al viaje para | cuantos ignorabais sus áureas riberas, quedará | cumplida la finalidad de esta película.* Si tratta di Mallorca. Solo un'ombra, il pallido | e fugace sguardo offerto. Se è stata | un'evocazione piacevole per chi la conosce, allo | stesso tempo un invito al viaggio per tutti quelli che | ignorate le loro spiagge dorate, sarà riuscito | lo scopo di questo film (trad. dell'autore).

8 I redditi dal turismo si rivelarono come la migliore garanzia per ottenere prestiti internazionali e la valuta estera necessaria per acquistare attrezzature industriali e finanziare grandi progetti di sviluppo.

rente. In questi anni, come conseguenza dello sviluppo delle attività turistiche, iniziò anche la trasformazione sociale ed economica delle Baleari. Ci fu una crescita della popolazione per l'aumento del tasso della natalità, per l'immigrazione da lavoro da altre località della Spagna, ma anche per l'arrivo di stranieri che sceglievano le isole (soprattutto Maiorca ed Ibiza) come luogo di residenza. Si inaugurarono nuovi alberghi, locali per il tempo libero, ecc. L'immagine delle isole, rimasta intatta per centinaia di anni, cominciava a subire un cambiamento totale.

*Jack el negro (Black Jack, 1950)*, con la regia di Julien Duvivier, fu il film col quale iniziò il sistema di coproduzione per la cinematografia spagnola, in questo caso con capitale nordamericano (Aguiló, Pérez de Mendiolá 1995, p. 56). Il film, con un cast di attori internazionali, venne girato a Maiorca nell'autunno del 1949 in base ad una serie di considerazioni anche di natura economica nonché per la volontà di promuovere l'«isola della calma». Il film, però, si rivelò sin dall'inizio un'impresa ardua e un vero e proprio flop. Il regista voleva fare di Maiorca un luogo misterioso, posto di incontri cosmopoliti ed avventure (Bonnefille 2002, p. 73) ma sin dall'inizio ci furono problemi che videro frequenti interruzioni dei lavori e la difficoltà di pagare gli attori. Alla fine il film non ebbe buone critiche e rimase un film dimenticato (fig. 3).

Dalla fine degli anni Cinquanta si verifica un cambiamento nelle immagini di Maiorca offerte dalla cinematografia: spariscono le cartoline bucoliche di paesani intenti nei lavori di campagna, nei costumi e tradizioni popolari che erano inizialmente presentate nei documentari e nei film di finzione come il *Secreto de la pedriza*. Soggetti di rappresentazione sono adesso le zone dell'isola trasformate dal turismo, i paesaggi che con la costruzione di enormi alberghi e negozi perdono la loro identità e adottano una nuova immagine standardizzata in cui la cultura popolare baleare sparisce lasciando il posto a quella promossa dalle autorità spagnole: la cultura del Sud dalla Spagna, col torero ed il flamenco. Continuano tuttavia ad essere rappresentati i monumenti, in particolare quelli ritenuti adatti all'attrazione turistica, ad esempio la Certosa di Valldemossa, richiamata per il breve soggiorno che vi fece Frédéric Chopin con la scrittrice George Sand e i suoi figli.

La *Sociedad para el Fomento del Turismo* riprende in questi anni ad interessarsi al cinema come mezzo pubblicitario e commissiona al regista Luis Suárez de Lezo (Vives 2005, vol III) la realizzazione nel 1958 del documentario *Viaje a Mallorca*. In questo documentario ritroviamo i segni del cambiamento socio-economico ed ambientale che l'isola stava allora vivendo: il film comincia con l'arrivo di un aereo all'aeroporto Son Sant Joan di Palma di Maiorca, inaugurato nel 1960, mentre la voce in *off* ci informa che ogni giorno arrivano sull'isola, per mare o cielo, centinaia di persone da tutto il mondo. Il documentario prosegue poi con immagini della città e di alberghi, con grandi piscine dove si divertono a nuotare i ragazzi. Le immagini dei monumenti (palazzi, chiese, giardini, ecc.) e i filmati di tra-



Figura 3. Immagine pubblicitaria del film *Jack el Negro* (1951)

dizioni antiche sono ancora presenti ma appaiono ora anche spettacoli di balli popolari maiorchini come attrazione turistica, ballerine di flamenco, e *corridas*. Nel documentario si fa riferimento, in particolare, alla zona della Spiaggia di Palma, luogo divenuto ormai meta di turismo internazionale, dove si trovano cartelli in tante lingue e dove – recita il documentario – «se non fosse per la spiaggia ci sembrerebbe di non sapere dove ci troviamo». Vediamo immagini di turisti biondi, un papà che gioca con i figli nella sabbia o ragazze che prendono il sole.

Anche il NoDo, notiziario documentale di proiezione obbligatoria nei cinema in Spagna dal 1942 al 1981, riflette questo cambiamento. Se guardiamo le notizie che offre il NoDo su Maiorca negli anni Quaranta e Cinquanta vediamo che si parla indistintamente dell'inaugurazione di un monumento, di case popolari, di un mercato o di accadimenti vari come un incendio, un pellegrinaggio al Monastero di Lluc o l'arrivo di una nave nordamericana

al Porto di Palma.<sup>9</sup> Negli anni Sessanta le notizie del NoDo sono diverse. Scegliamo ad esempio due notiziari: un primo notiziario del 1961 ci mostra le immagini dell'inaugurazione dell'albergo di lusso Son Vida a Palma da parte della principessa Grace di Monaco,<sup>10</sup> un altro NoDo, ancora del 1961, celebra la costruzione dell'albergo numero mille a Maiorca. Nel 1963 si celebra invece l'arrivo del milionesimo turista e l'atterraggio, in una giornata del mese di agosto, di ben 323 aerei all'aeroporto di Palma.<sup>11</sup>

Per quanto riguarda il cinema che si produce in questo periodo nell'isola possiamo segnalare, grosso modo, due tipi di film: nel primo Maiorca è identificabile come isola e come location, i personaggi parlano dei luoghi e si riconoscono anche figure locali; nel secondo tipo Maiorca è invece uno scenario anonimo, un set per film di avventure o fantasia. Tra i vari esempi di questo secondo tipo troviamo *Our girl friday* (Noel Langley, 1953), con una giovanissima Joan Collins, nel quale Maiorca rappresenta un'isola deserta, o il film di avventure *Simbad y la princesa* (Nathan Juran, 1957), dove il magico paesaggio di *Torrent de Pareis* diventa lo sfondo perfetto per la fantasia della storia. Ma in altri film l'isola vuole essere riconosciuta: i personaggi affermano allora di partire per Maiorca per visitare luoghi ormai famosi, divenuti di moda anche grazie a questi film. Le bellezze dell'isola diventano allora lo scenario ideale per vacanze ed avventure d'amore e i film diffusi all'epoca per promuovere l'isola contribuiscono a 'vendere' questa cartolina di Maiorca che ancor oggi è ben radicata nell'immaginario popolare. Tra diversi titoli di questi film vogliamo qui segnalare *Muchachas de vacaciones* (José Maria Elorrieta, 1958), commedia di equivoci, e *Brevi amori a Palma di Maiorca* (Giorgio Bianchi, 1959), intitolata in Spagna *Vacaciones en Mallorca*, una coproduzione italo/spagnola con i due galan di moda, l'italiano Antonio Cifariello e lo spagnolo Vicente Parra (fig. 4) e con Alberto Sordi che interpreta un anonimo signore in vacanza a Palma, il quale, anche se affetto dalla zoppia, riesce a

9 NoDo: 26-05-1947 Visita di Franco, inaugurazione di case popolari in Inca. Inaugurazione di un monumento ai caduti di guerra. 17-06-1946 Corse di cavalli per il Gran Premio Nazionale a Palma. 9-02-1948 Incendio a Palma de Mallorca. 10-05-1948 Pellegrinaggio al Monastero di Lluc. 19-02-1951 Inaugurazione del Mercato Municipale Pere Garau. 22-05-1950 Flotta Americana a Mallorca. La II Settimana Farmaceutica Nazionale a Palma.

10 NoDo: 10-07-1961 Inaugurazione dell'albergo Son Vida. Presenti sono Grace di Monaco, Maharani di Baroda e suo figlio il principe, la giornalista Elsa Maxwell, Aristotelis Onassis e Maria Callas.

11 NoDo: 10-05-1964 La voce in off segnala: «Mallorca ofrece al mundo el encanto de sus playas, sus hermosos paisajes, y las calas recoletas donde afluye con ritmo creciente el turismo internacional en las cuatro estaciones del año ya que en la dorada isla mediterránea no se conoce el rigor invernal.

Este es el hotel número mil de los instalados en Baleares.

El Ministro de Información y Turismo descubre la lápida que asocia la fecha de inauguración con los 25 años de paz».



Figura 4. Antonio Cifariello e Vicente Parra nella spiaggia di Formentor, nel film *Brevi amori a Palma di Maiorca* (1959)

conoscere una famosissima attrice nordamericana e vincere una fortuna al poker. Il film doveva essere inizialmente girato ad Ischia ma il produttore Angelo Rizzoli decise poi la location di Maiorca, anche perché non voleva avere Sordi nell'isola italiana dove trascorreva le vacanze (D'Amico 2008, p. 117). Questi due film hanno in comune lo scenario dove si svolgono le avventure dei personaggi: la penisola di Formentor con la bellissima spiaggia e l'albergo Fomentor uno dei primi hotel di lusso di Maiorca che Adan Dhiel, ricco imprenditore argentino, costruì nel 1929. Questo albergo è una vera e propria icona del primo turismo a Maiorca. Dobbiamo immaginare la grandiosità di questa impresa per quell'epoca giacché la costruzione dell'albergo richiese addirittura la costruzione di un tratto autostradale che mettesse in comunicazione l'albergo col Porto di Pollença, la località più vicina. Negli anni Trenta le conseguenze della crisi internazionale costrinsero Dhiel a vendere l'albergo, ma nel 1953 un gruppo di imprenditori maiorchini lo ricomprò dando avvio ad una seconda stagione d'oro dell'hotel che divenne presto meta privilegiata di personaggi famosi tra cui politici, attori e regnanti europei che contribuirono così a promuovere il nome di Formentor in tutto il mondo.

Gli anni Sessanta furono un'epoca molto importante per la promozione di queste commedie. Il Ministro dell'Informazione e del Turismo,<sup>12</sup> Manuel Fraga, cui spettava anche la delega per la produzione cinematografica, ebbe l'idea di favorire una serie di film ambientati in *locations* di mare per pro-

12 Questo Ministero era stato creato nel 1951, ma fu nel 1962, con l'arrivo del Ministro Fraga Iribarne che cominciò a sfruttarsi la connessione tra le due funzioni ministeriali, informazioni e promozione turistica. Il periodo che va dal 1962 al 1977, quando si elimina questo Ministero con l'arrivo della Democrazia, è quello che vede la crescita più importante di visite turistiche in Spagna.

muovere all'estero il maggior patrimonio della costa spagnola: il sole e la spiaggia. Fraga lanciò lo slogan *Spain is different!* che venne poi usato anche in senso umoristico da parte dell'opposizione clandestina come critica alla dittatura e alla situazione sociale del Paese negli anni Sessanta. Il fine di queste produzioni cinematografiche era quello di mostrare la Spagna come luogo dove c'era il sole tutto l'anno, con belle spiagge e locali alla moda, ma anche come paese sicuro nel quale gli operai europei potevano rilassarsi durante le loro ferie. Si cercava in sostanza di distinguere la situazione politica della Spagna, la dittatura, da quello che il Paese poteva offrire al turista straniero.<sup>13</sup>

L'anno 1962 fu l'esordio del film *Bahia de Palma* (Juan Bosch, 1963), promosso come il primo film internazionale girato in Spagna. Accennare a questo film è parlare di turismo, ma anche di censura. Di turismo perché per motivi commerciali la sceneggiatura doveva adattarsi ai luoghi turistici, che dovevano mostrarsi come se fosse un percorso turistico, pensando all'esportazione del film (Comas 2006, p. 71). Per quanto riguarda la censura, fu una sorpresa che il regime permettesse il primo bikini del cinema spagnolo. Questo era infatti assolutamente vietato nelle spiagge sotto pena di sanzione pecuniaria, ma allora la Spagna era in piena *época del desarrollo* quando si voleva dare all'estero un'immagine del Paese di assoluta di modernità. C'è poi da dire che l'attrice era tedesca e le straniere, si sa..., si permettevano cose che le spagnole, più decenti, non avrebbero mai osato. In effetti la fama di questo film fu grande soprattutto per via di questo bikini, anche se è soltanto un momento del film, e la camera resta sempre in piano generale. Comunque non possiamo immaginare altro motivo per il quale dai vari paesi si organizzarono viaggi in autobus verso capitali dove si proiettava il film (Sánchez Vidal 1990, p. 236). In Spagna, per via della censura, il cartellone pubblicitario mostrava l'attrice con un costume intero mentre in Messico, dove il film si intitolò *Maiorca baci di fuoco*, Elke Sommer, appariva col bikini e uno dei *claim* che promuoveva il film intitolava: «Il più appassionante scenario del mare latino per la più appassionata storia d'amore». Il film ebbe molto successo in Germania (anche per l'origine della protagonista) e servì come richiamo per i tantissimi turisti tedeschi che da allora invadono l'isola.

Sebbene, come abbiamo detto, questi film mirassero alla promozione turistica delle Baleari, l'immagine che ne derivava, a parte le meraviglie naturali, era molto lontana dall'essere fedele alla realtà culturale delle isole. Le bambole vestite da ballerine di flamenco, i tori di plastica, e anche i cappelli messicani sono gli oggetti che si vendono nelle bancarelle e nei negozi di souvenirs. In *Búsqueme a esa chica* (Fernando Palacios/George Sherman) del 1964, Maiorca è lo scenario dove una famosa bambina-prodigio degli

13 Vedi articolo di Annabel Martín (2007). «Subdesarrollo en cinco estrellas: la guía identitaria del desarrollismo». En: Rey-Reguillo, Antonia (ed.), *Cine, imaginario y turismo: Estrategias de seducción*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 182-183.

anni Sessanta, Marisol, canta e balla col *Duo dinamico*, la coppia musicale di moda. Nelle loro avventure sfruttano il *typical spanish* col flamenco e gli «olé» che standardizzano la Spagna dal nord al sud, dall'est all'ovest. In un articolo sul cinema e sul turismo negli anni Cinquanta e Sessanta, Antonia del Rey e Jorge Nieto evidenziano come sin dall'inizio dei film i titoli siano una successione di immagini da cartolina che anticipano l'argomento turistico della storia (Rey-Reguillo 2012, p. 4). Ma la situazione dell'industria turistica a Maiorca è particolare, diversa da altre zone della Spagna come la Costa Brava o la Costa del Sol. Nel film i protagonisti devono accontentarsi di cantare e ballare nei piccoli locali e negozi familiari finché conoscono un ricco imprenditore che è a Maiorca per costruire un albergo di lusso. Ma questo, in realtà, non rispecchia quel che succedeva a Maiorca dove gli alberghi, come molti mezzi di trasporto, erano proprietà di imprenditori locali che già negli anni Sessanta iniziarono ad investire all'estero.<sup>14</sup>

Del 1964 è anche *Playa de Formentor*, un modesto film in bianco e nero per la regia di German Lorente, regista noto per i film di vacanze con giovani attori stranieri, spiagge e bikini (Aguiló, Pérez de Mendiola 1995, p. 63). In questi anni Sessanta si girarono a Maiorca molti film di questo tipo che indirettamente contribuirono alla promozione turistica dell'isola.

Anche nel film *El verdugo* (Luis G. Berlanga, 1963) si vedono turiste svedesi che comprano *souvenirs* nelle bancarelle a Maiorca ma qui ci troviamo di fronte un film molto diverso, un vero capolavoro della cinematografia spagnola. Non è un film a scopo turistico ma riflette benissimo, con ironico umorismo, la Maiorca del boom turistico, paradiso di vita allegra e moderna, quando invece in Spagna c'era la dittatura, la censura, la pena di morte e si uccidevano i prigionieri politici.

In *El verdugo* (1963)<sup>15</sup> il boia del film non è un essere repellente. Berlanga lo presenta come un povero uomo che deve accettare questo mestiere perché è sposato, ha la moglie incinta ed ha bisogno dell'appartamento. Questo è il messaggio più importante del film: dimostrare come un uomo cade nella trappola della società in cui è immerso, e come per ottenere una sicurezza minima nella vita deve accettare un fatto che è ripugnante per lui. Così, il boia diventa la vittima della situazione nella quale si trova a vivere (Llinàs 1981).

14 Per realizzare tutte queste costruzioni turistiche c'era necessità di grandi quantità di denaro. In questo senso il governo di Franco mantiene quella che venne chiamata la 'politica dei terzi' e che consisteva negli investimenti turistici da effettuare in base ad un terzo del capitale spagnolo, un terzo del capitale straniero e un terzo di credito ufficiale. I costruttori degli alberghi erano imprenditori locali, piuttosto che tour operator tedeschi e inglesi. Questi trovavano vantaggio nel prestito a basso interesse per gli imprenditori locali, a condizione che la stanza fosse garantita per gli stessi tour operator a prezzi fissi per un periodo di cinque o dieci anni. Ma la proprietà restava, per legge, spagnola (Murray 2012).

15 *El verdugo* è una coproduzione italo/spagnola, regia di Luis-Garcia Berlanga, con sceneggiatura di Berlanga, Rafael Azcona ed Ennio Flaiano, e fotografia di Tonino Delli Colli.

Il film dovette subire la necessaria censura (vennero tagliati 4,5 minuti). La prima proiezione fu alla Mostra di Venezia e lì esplose lo scandalo. Sebbene il regista negasse di aver voluto fare un film politico dicendo di aver piuttosto voluto esprimersi contro la pena di morte è evidente che in quel momento, in Spagna, dirsi contrari alla pena di morte equivaleva ad una presa di posizione politica de facto. Quando il film arrivò a Venezia ci furono in Italia diverse manifestazioni contro la pena di morte e contro Franco che venne chiamato «Il Boia». Fu un momento critico per l'immagine della Spagna all'estero.<sup>16</sup> Il film non poté essere vietato a Venezia perché era in coproduzione con l'Italia, ma fu impedita la diffusione, durante la proiezione del film, delle incisioni di Goya *Los desastres de la guerra* nelle quale si vede un uomo che muore al bastone vile (Cañeque, Grau 2009, pp. 310-312). Lo scandalo per questo film provocò una crisi di Governo ma alla Mostra vinse il premio della critica e molti altri riconoscimenti in tutto il mondo, tra cui il *Grand Prix* dell'Accademia Francese dell'umore nero, nel 1965.

Nel film Maiorca è la destinazione dove il protagonista deve 'lavorare' per la prima volta. Il boia arriva al porto di Palma con un gruppo di belle ragazze che vengono da tutto il mondo per un concorso internazionale di bellezza ma ad aspettare il boia c'è una coppia della guardia civile che lo deve condurre in carcere (è curioso il fatto che la *Sociedad para el Fomento del Turismo* produce nel 1965 *Las bellas de Mallorca*, con regia ed sceneggiatura di José Luis Borau, un documentario del concorso internazionale per scegliere Miss ONU).<sup>17</sup>

A Maiorca si svolge uno dei momenti più noti del film quando nelle *Grotte del Drac*, dove il protagonista e la moglie si stanno godendo uno spettacolo di musica, arriva la guardia civile per prendere il protagonista e portarlo a fare il suo mestiere, il boia, ovvero il motivo per il quale si trova a Maiorca (fig. 5).

Tra gli anni Cinquanta e Sessanta si girarono a Maiorca circa quarantacinque film tra i quali quindici coproduzioni (Sbert 2006 p. 41) e diversi documentari. Uno di questi è *Isla de la calma*, del 1965, prodotto dal Ministero dell'Informazione e del Turismo. Questo film inizia nello stesso modo del documentario del *Viaje a Mallorca* del 1958: immagini di aerei in atterraggio a Son Sant Joan, poi primi piani di gente che riposa sdraiata al sole. Gli alberghi, i bar e la spiaggia riempiono i primi minuti di un documentario che mescola immagini di posti di interesse culturale come *La Cartoixa* di Valldemossa con immagini di gente che balla nelle discoteche al suono del ritmo della famosa *Black is Black*, hit del 1966,

16 Per conoscere tutto il processo in profondità dobbiamo riferirci al libro *Un cine para el cadalso* dove si riproducono le lettere scritte dal Ministro per gli Affari dell'Estero, il Direttore Generale di Cinematografia ed il regista (Gubern, Font 1975, pp. 131-138).

17 Il film documenta il concorso internazionale di bellezza che si celebrò a Palma. Vogliamo far notare che questo film inizia col solito arrivo dell'aereo all'aeroporto, da dove scendono le ragazze.



Figura 5. *El verdugo* (1963). Scena delle Grotte del Drach. Per gentile concessione di Videomercury Films

primo successo spagnolo nelle classifiche internazionali,<sup>18</sup> composto e interpretato dal gruppo formato a Maiorca, *Los Bravos*.

Negli anni Settanta *fiction* di avventure, commedie, comiche e documentari continueranno a riflettere la trasformazione radicale che, lungo il Ventesimo secolo, subisce di Maiorca, come altre isole del Mediterraneo, per mano del turismo.

All'inizio di questo articolo abbiamo segnalato che il nostro obiettivo era quello di dimostrare come il cinema sia stato uno degli elementi che hanno contribuito a formare e diffondere una certa immagine turistica di Maiorca, immagine che ben si può accordare con l'immagine turistica generale della Spagna. Nei primi documentari e nei primi film degli anni Venti si mettono a fuoco le 'bellezze naturali', i paesaggi quasi selvaggi dell'isola, ancora molto poco sfruttati dal turismo, ed è questo stato incontaminato che si vuole evidenziare e che si 'vende' come caratteristica più pregiata. Andando avanti nel secolo sono invece i luoghi dove si concentrano alberghi, bar, nuovi locali e spettacoli per turisti a costituire il focus dei film girati a Maiorca. Possiamo quindi parlare di una interrelazione tra film e turismo per cui i film mostrano la parte più turistica dell'isola, che è quella che trionfa all'estero, e quindi anche quella che cerca il turismo di massa degli anni Sessanta e Settanta, e che Berlanga, col suo sguardo pungente, porta alla luce per fare una dura critica sociale.

18 Arrivò alla seconda posizione di vendite nel Regno Unito e la quarta negli USA.

**Bibliografia**

- Aguiló, Catalina; Pérez de Mendional, Josep Antoni (1995). *Cent anys de cinema a les illes*. Palma: Sa Nostra. Obra Social i Cultural.
- Barceló i Pons, Bartomeu; Frontera i Pascual, Guillem (2000). «Història del turisme a les illes Balears». En: Tugores i Truyol, Francesca (coord.), *Welcome! Un segle de turisme a les Illes Balears*. Palma: Fundació la Caixa, pp. 16-36.
- Blot-Wellens, Camila; Soto Vázquez, Begoña (2005). «Producción cinematográfica al servicio de la propaganda política. El legado del Patromino Nacional de Turismo». *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 56, pp. 112-113.
- Bonnefille, Eric (2002). *Julien Duvivier: Le mal aimant du cinéma français. Volume 2: 1940-1967*. París: L'Harmattan.
- Cañeque, Carlos; Grau, Marta (2009). *Bienvenido Mr Berlanga*. Madrid: Bubok.
- Comas, Angel (2006). *Joan Bosch. El cine y la vida*. Valls: Cossetània Edicions.
- D'Amico, Masolino (2008). *La commedia all'italiana. Il cinema comico in Italia dal 1945 al 1954*. Milano: Il Saggiatore.
- Font, Miquel S. (2006). «Les fonts literàries El secreto de la Pedriza». En: Aguiló, Francisco, *El secreto de la pedriza*, Palma: Fundació Sa Nostra.
- Gubern, Roman; Font, Domènec (1975). *Un cine para el cadalso*, Barcelona: Euros.
- Hyouggon, Kim; L. Richardson, Sara (2003). «Motion Picture Impacts on Destination Images». *Annals of Tourism Research*, 30 (1), pp. 216-237.
- Jiménez García, Elena del Mar (2012). *Turismo inducido a través del cine: génesis del imaginario romántico de Córdoba en el contexto cinematográfico español (1920-1930)*. [Tesis doctoral]. Universidad Carlos III de Madrid, Departamento de Humanidades: Historia, Geografía y Arte.
- Llinàs, Francesc (1981). «El verdugo, algunos aspectos de la puesta en escena berlaguiana». En: Pérez Perucha, Julio (ed), *En torno a Luis García Berlanga*. Valencia: Ayuntamiento de Valencia, pp. 36-41.
- Martín, Annabel (2007). «Subdesarrollo en cinco estrellas: la guía identitaria del desarrollismo». En: Rey-Reguillo, Antonia (ed.), *Cine, imaginario y turismo: Estrategias de seducción*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 182-183.
- Murray Mas, Ivan (2012). *Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*. [Tesi doctoral]. Universitat de les Illes Balears, Departament de ciències de la Terra.
- Pack, Sasha D. (2009). *La invasión pacífica: los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.
- Quintana, Ángel (2004). «Imatge, cinema i turisme. Algunes construccions imaginàries per al desig». En: Andújar, Daniel G; Antich, Xavier et al., *Tour-ismes. La derrota de la dissensió. Itineraris crítics*. Barcelona: Fundació Antoni Tàpies/Fòrum de les Cultures.

- Rey-Reguillo, Antonia (2008). «Filmado documentales para vender paraísos. *Mallorca (1927)*», *AULA. Historia Social*, 21, pp. 85-92.
- Rey-Reguillo, Antonia; Nieto Ferrando, Jorge (2012). «Transiciones del turismo en el cine español de ficción de los años Cincuenta y Sesenta». En: *Actas del Congreso Internacional Hispanic Cinemas: En Transición: Cambios históricos, políticos y culturales en el cine y la televisión*, Madrid: Universidad Carlos III, pp. 987-1002.
- Riley, Roger; Baker, Dwayne; Van Doren, Carlton S. (1998). «Movie Induced Tourism». *Annals of Tourism Research*, 25 (4), pp. 919-935.
- Riley, Roger; Van Doren, Carlton S. (1992). «Movies as Tourism Promotion: A 'Pull' Factor in a 'Push' Location». *Tourism management*, 13 (3), pp. 267-274.
- Rosado, Carlos; Querol, Riluca (2006). *Cine y Turismo, una nueva estrategia de promoción*. Madrid: Ocho y medio.
- Rubí Sastre, M. Magdalena (2013). «Primers lligams entre cinema i turisme. El documental Mallorca (Josep Maria Verger, 1927)». *Bolletí de la Societat Arqueològica Lul·liana*, 69, pp. 273-283.
- Sánchez Vidal, Agustín (1990). *Sol y Sombra*. Barcelona: Planeta.
- Sbert, Cristòfol-Miquel (2001). *El cinema a les Balears des de 1896*. Palma: Edicions Documenta Balear.
- Sbert, Cristòfol-Miquel (2006). *El cinema a les Balears (segles XIX i XX)*. Palma: Edicions Documenta Balear.
- Vives Reus, Antoni (2004). *Història de la promoció turística de Mallorca: el foment del turisme de Mallorca, 1905-1923*. Treball d'Investigació. Palma: Universitat de les Illes Balears, Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts.
- Vives Reus, Antoni (2005) [online]. *Història del foment del turisme de Mallorca: 1905-2005*. [Tesi doctoral]. Universitat de les illes Balears, Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts. Disponible en: <https://www.educacion.gob.es/teseo/>.