



II Jornades Internacionals

TURISME, GÈNERE I NACIÓ:

Una perspectiva postcolonial

Barcelona, 15, 18, 22, 26 de juny del 2020

Coordina: Antoni Vives, Mary Nash, Gemma Torres
(Universitat de Barcelona)

***Organitza Proyecto Turismo y performatividad de la identidad local:
Nación y región desde una perspectiva postcolonial y de género
(Catalunya y Balears: siglos XIX-XX) (Ministerio de Ciencia e Innovación HAR2017-83005-R)***

Lunes 15 de Junio

16:00 - 16:30 Inauguración y bienvenida: Mary Nash y Antoni Vives

Mesa 1: *Tourism, colonialism and world-making*

Modera: Pau Obrador (*Northumbria University*)

16:30 - 18:00 Ponencias

Tourism and the rise of the international ideology of free mobility

Sasha Pack (*University of Buffalo*)

Disciplines of hospitality and colonial discourse on George Sand's trip to Mallorca (1838-42)

Antoni Vives (*Universitat de Barcelona*)

Women, Whiteness and Sex Tourism

Donna Chambers (*Sunderland University*)

18:00 - 19:30 Debate

A través del siguiente enlace zoom: <https://zoom.us/j/92052028584>
ID de reunión: 920 5202 8584

Lunes 22 de Junio

Mesa 2: *Turismo y nación española: De la II República al Franquismo*

Modera: Saida Palou (*Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural*)

16:00 - 18:00 Ponencias

Los orígenes republicanos de un eslogan determinante: Spain is different

Jorge Villaverde (*Sorbonne Université*)

Turismo e identidad nacional en el primer franquismo: unidad en la diversidad.

Beatriz Correyero (*Universidad Católica de Murcia*)

Colonialidad interior: Estado y turismo en la modernización cultural franquista (1960-1970)

Brice Chamouveau (*Université Paris 8*)

Una consagración turística: los ritos desarrollistas de la Semana Santa

Eugenia Afinoguénova (*Marquette University*)

18:00 - 19:30 Debate

A través del siguiente enlace zoom: <https://zoom.us/j/95747015965>
ID de reunión: 957 4701 5965

Jueves 18 de Junio

16:00 - 16:45 Ponencia dialogada:

Presenta: Antoni Vives (*Universitat de Barcelona*)

Nación, Género y vida cotidiana en la Europa del Sur

Alex Quiroga (*Universidad Complutense de Madrid*) Kostis Kornetis (*Sheffield University*)

17:00 - 18:00

Mesa 3: *Turismo, género e imagen*

Modera: Mary Nash (*Universitat de Barcelona*)

Colonialismo y género en la imagen turística de la Costa Blanca (1834-1960)

Lola Fernández Poyatos (*Universitat d'Alacant*)

Conductoras, fotógrafas, nadadoras. Construyendo la imagen turística de la nación

Alicia Fuentes Vega (*Universidad Complutense de Madrid*)

18:00 - 19:30 Debate

A través del siguiente enlace zoom: <https://zoom.us/j/96920745391>
ID de reunión: 969 2074 5391

Viernes 26 de Junio

Mesa 2: *Turismo, arquitectura y paisaje*

Modera: Gemma Torres (*Universitat de Barcelona*)

16:00 - 18:00 Ponencias

Turismo, arquitectura regionalista y el anhelo de una vida más auténtica

Eric Storm (*Universiteit Leiden*)

La otra casa mediterránea. La arquitectura del turismo y referentes tradicionales

Maribel Rosselló (*Universitat Politècnica de Catalunya*)

El teatro, el director, los actores y los espectadores: S'Agaró, Costa Brava.

Nadia Fava (*Universitat de Girona*)

Una peculiar forma de colonizar el territorio: arquitectura, turismo y paisaje en el primer Franquismo

Carmen Gil de Arriba (*Universidad de Cantabria*)

18:00 - 19:30 Debate

19:30 - 20:00 Palabras de cierre y recapitulación

Mary Nash y Antoni Vives

A través del siguiente enlace zoom: <https://zoom.us/j/98282780407>
ID de reunión: 982 8278 0407

II Jornadas Internacionales sobre “Turismo, Género y Nación: una perspectiva postcolonial” / II Conference on "Tourism, Gender and Nation: A postcolonial perspective" / II Jornades sobre “Turisme, Gènere i Nació: una perspectiva postcolonial”

Barcelona, 15 ,18 ,22 ,26 de junio del 2020

Las sesiones se realizarán a través de la plataforma virtual Zoom

Eugenia Afinoguénova

Una consagración turística: los ritos desarrollistas de la Semana Santa

En 2017, la Semana Santa de España fue declarada "Manifestación representativa del patrimonio cultural inmaterial" (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte). Facilitando la interacción entre locales y visitantes y confirmando el sentido de pertenencia de los locales, las Semanas Santas parecen ser tan importantes para la elaboración de marcas locales como para su circulación en los mercados nacionales e internacionales.

Sin embargo, ¿qué tipo de marca se basa en los recuerdos de figuras encapuchadas, heridas autoinfligidas y una escenificación realista del juicio, el sufrimiento y la crucifixión de Jesús? Los diversos elementos que componen las celebraciones actuales pueden tener cada uno su propia y larga tradición, pero su historia colectiva como producto patrimonial localizado apoyado por el Estado central comenzó en 1964, año en que, bajo la dirección de Manuel Fraga Iribarne, el Ministerio de Información y Turismo dio a cada localidad la oportunidad de que sus fiestas más apreciadas fueran certificadas como "celebración de interés turístico". Como se argumentará aquí, una perspectiva histórica revela que las Semanas Sagradas surgieron como un producto turístico muy particular, adaptado para facilitar la salida de España a la arena política mundial en la época de la Guerra Fría.

Eugenia Afinoguénova es catedrática de Literatura e Historia Cultural españolas en la Universidad Marquette (Milwaukee, Wisconsin, EE.UU). Su último libro es *El Prado: la*

cultura y el ocio (1819-1939) (Cátedra, 2019), cuya versión original en inglés fue ganadora de Eleanor Tufts Award para el mejor libro sobre arte y arquitectura peninsulares. Autora de docenas de publicaciones sobre ocio, turismo, museos, cine y comida tradicional, participa en tres proyectos de investigación, financiados por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y coordina dos proyectos digitales: una reconstrucción en realidad virtual de la Sala de la Reina Isabel en el Prado (<http://prado.nfshost.com>) y un mapa interactivo de los libros de viajes decimonónicos por España (www.spanishtravelers.com).

Beatriz Correyero

Turismo e identidad nacional en el primer franquismo: unidad en la diversidad

El periodo comprendido entre el final de la Guerra Civil 1939 y el Plan de Estabilización Económica de 1959 fue de especial trascendencia para la consolidación de España como destino turístico de masas. Durante estos 20 años la Dirección General del Turismo (DGT) asumió la tarea de definir las claves de la promoción turística española. El discurso turístico oficial se construyó a partir del imaginario de identidad nacional promovido por el régimen franquista basado en la identificación de la “diferencia” española y el elogio de su diversidad. Este trabajo indaga en el concepto de identidad nacional y en la importancia de los valores simbólicos de carácter identitario puestos en valor en el discurso turístico de la época que demuestran la preferencia por ciertas regiones y el desplazamiento del turismo regional a un segundo plano. Durante el periodo objeto de estudio fueron las Juntas Provinciales y locales de Turismo y los Sindicatos de Iniciativas y Turismo quienes lucharon por fomentar el turismo de su región aunque el contexto político les obligara a hacer propuestas que redundasen en beneficio de la nación. Estos mismos organismos, con escaso poder de acción, criticaban a finales de la década de los 50 el tipismo en el que se estaba cayendo con el fin de atraer turistas sin respetar la verdadera identidad de los diferentes territorios.

Beatriz Correyero Ruiz es Doctora en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Vicedecana del Grado en Periodismo de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM). Además de la radio y el periodismo multimedia, una de sus líneas de

investigación es la historia del turismo y, más concretamente, el fenómeno de la propaganda turística en los años del franquismo. Es autora, junto con Rosa Cal Martínez, del libro *Turismo, la mayor propaganda de Estado: España desde sus inicios hasta 1951*. En la actualidad es miembro del Grupo de investigación en Historia del Turismo (TURHIS). Ha participado en tres proyectos I+D financiados centrados en el análisis de la evolución del sector turístico español. Es también profesora del Master Universitario en Innovación y Marketing Turístico de la UCAM donde imparte la asignatura de “Innovación y Dirección de Marketing Turístico” en sus dos modalidades: online y presencial en inglés. En cuanto a su producción científica relacionada con el turismo destacan varios artículos publicados en revistas, como *Estudios Turísticos*, *Historia y Comunicación Social*, *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa* o la revista *Transportes, Servicios y Comunicaciones*, además de la publicación de capítulos de libro en editoriales como Palgrave, Síntesis, Comunicación Social o Fragua. Es también evaluadora externa de revistas como *Ayer*, *Storia del Turismo*, *Investigaciones turísticas* o la *Revista de Historia Contemporánea*.

Donna Chambers

Women, Whiteness and sex tourism

In this presentation I am concerned with the intersection between gender and race focusing on white female privilege rather than the traditional black female disadvantage. I do this through the prisms of black feminist theory and critical race theory and, specifically regarding the latter, the study of ‘whiteness’. I suggest that the theorisation of whiteness represents a plausible interpretation of gendered power relationships in a postcolonial tourism context and I support this contention with an analysis of two films about white female sex tourism to countries in the Global South.

Donna Chambers is Professor of Tourism and the Head of the Faculty of Business, Law and Tourism Research Institute at the University of Sunderland, UK. She is a Managing Editor of *Leisure Studies*, an Associate Editor of *Annals of Tourism Research* and a member of the editorial board for the new journal *Tourism Critiques*. Her research is interdisciplinary and involve issues to do with cultural and heritage tourism,

postcolonial/decolonial approaches to tourism, gender intersectionality within tourism contexts and critical approaches to research.

Brice Chamoleau

Colonialidad interior: Estado y turismo en la modernización cultural franquista (1960-1970)

En esta comunicación, partiendo del postulado que el turismo es un eje central de la modernización cultural y económica de la España franquista (remito a los trabajos de Sasha Pack), me interesará cuestionar la articulación entre colonialismo y turismo, enfocándolo desde el concepto de “colonialidad interior”, desarrollado por Jesús Izquierdo Martín¹ y otrxs. En particular, la ponencia se apoyará en los relatos historiográficos sobre espacios de modernización de las normas sexogenéricas catalanes (la Barcelona de los 70, Lloret de Mar) y más allá, españoles (Torremolinos), donde se naturaliza la experiencia modernizadora del turismo sin inscribirla en los aportes de la sociología histórica sobre el poder infraestructural del Estado (Michael Mann), en particular si se lo inserta en las reconfiguraciones conceptuales europeas que afectan la descripción de lo social en los años 1960 (Rosanvallon, *Le capitalisme utopique*, 1979).

Brice Chamouleau es maître de conférences en la Universidad París 8 Vincennes-Saint-Denis. Se interesa por la construcción de una ciudadanía civil en la Europa del Sur en el tiempo presente, en clave poscolonial, a la luz del caso español y de los desarrollos de la historia del derecho sobre la antropología jurídica del Estado español. Es autor de *Tiran al maricón, los fantasmas queer de la democracia (1970-1988)*, Tres Cantos, Akal, 2017 ; coordinador de *De colonialidad. Perspectivas sobre sujetos y género en la historia contemporánea española*, Madrid, Postmetropolis Editorial, 2017, y acaba de publicarse un dossier de los *Mélanges de la Casa de Velázquez (04/2020)* que ha coordinado: “Género, sexualidades y democracia: el surgimiento de lo público y de lo privado en contexto posdictatorial” (<https://journals.openedition.org/mcv/>).

Nadia Fava

El teatro, el director, los actores y los espectadores: S'Agaró, Costa Brava.

La intención de esta comunicación es establecer un paralelismo entre la construcción del imaginario simbólico construido para promocionar el pueblo turístico de S'Agaró (1924) en la Costa Brava y la naciente promoción de la «ciudad del consumo», donde enfatizan conceptos como homologación, diferenciación y barreras.

En el municipio de Castell d'Aro, la construcción del primer «pueblo» turístico de la Costa Brava fue promovida en 1924 por Josep Ensesa i Pujades, un empresario gerundense. Él es el creador no sólo del pueblo, sino también de su escenografía, de los copiones de los actores, las comparsas y de los espectadores. La Revista S'Agaró (1935-1974) será una de las iniciativas para construir la escenografía y el espacio simbólico ligado a los valores representativos de la clase dominante catalana y de la élite europea. Revista que puede ser parangonada a las contemporáneas revistas de los Grandes Magazines de Barcelona o Paris que atañían la mercadería con su prestigio social y cultural.

Dra. Nadia Fava es profesora de urbanismo de la Escuela Politécnica Superior de la Universidad de Girona y responsable del Grupo de Investigación Arquitectura y Territorio, que investiga las relaciones entre la arquitectura, el urbanismo, el patrimonio y el turismo y el movimiento social.

Lola Fernández Poyatos

Colonialismo y género en la imagen turística de la Costa Blanca (1834-1960)

Entre 1834 y 1960 se fue configurando la imagen de la Costa Blanca (marca turística de la provincia de Alicante) desde tres perspectivas: la de los viajeros franceses en siglo XIX; la que promocionó Alicante a través de las Hogueras de San Juan y la impuesta por el franquismo en la promoción de Benidorm. Se constatan elementos colonialistas y arquetipos tradicionales, así como la doble moral franquista que, centrada sobre todo en la mujer, promovió jerarquías artificiales de género.

Dra. M^a Dolores Fernández Poyatos es profesora titular de la Universidad de Alicante y miembro de Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas y del Instituto Universitario de Economía Internacional. Sus líneas de investigación se centran en la historia de la publicidad, el turismo y la gastronomía, lo que se ha ido concretando en artículos en publicaciones de reconocido prestigio y en congresos de carácter internacional y nacional. Desarrolla su actividad docente en diversos grados y másteres de Turismo, Gastronomía y Publicidad y Relaciones públicas.

Alicia Fuentes Vega

Conductoras, fotógrafas, nadadoras. Construyendo la imagen turística de la nación

Una mujer en tirantes, apoyada relajadamente en su descapotable, contempla la cala en la que se dispone a bañarse. Reproducida en una de las primeras publicaciones de la Dirección General de Turismo franquista, esta fotografía llama la atención por la modernidad de sus códigos visuales. Rastrear su origen nos lleva a hablar de dos fotógrafas alemanas que colaboraron con el Patronato Nacional de Turismo en los años treinta, en un momento en que el Estado estaba intentando renovar la imagen turística de España. ¿Qué implica que para esa tarea se contase con la mirada de mujeres envueltas, a la vez, en su propia autorrepresentación como viajeras y fotógrafas? ¿Cómo se resignifican esos imaginarios en la promoción turística de posguerra?

Alicia Fuentes Vega es Doctora en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid, ha trabajado sobre cuestiones de identidad y representación nacional, desde la metodología de los estudios visuales. Su libro *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura visual del boom* (Cátedra, 2017) recoge los resultados de su investigación doctoral sobre el imaginario turístico de España durante la dictadura franquista. Tras una beca posdoctoral de la Fundación Alexander von Humboldt en la Technische Universität de Berlín, en 2018 se incorporó al Departamento de Historia del Arte de la UCM, con el programa de Atracción del Talento de la Comunidad de Madrid.

Carmen Gil de Arriba

Una peculiar forma de colonizar el territorio: arquitectura, turismo y paisaje, nexos en las primeras décadas de Franquismo.

La España de los años 40' del siglo XX se había vuelto rural y autárquica. Hasta la década de los 50' la industria turística no iniciaría el vertiginoso despegue que condujo al turismo de masas. A pesar de ello, no debe pasarse por alto la relevancia de los precedentes turísticos ya establecidos en las primeras décadas de siglo, ni tampoco el temprano interés de algunos miembros destacados del régimen franquista, manifestado incluso durante la propia contienda, por las posibilidades propagandísticas y de obtención de divisas que aportaba el turismo. En este contexto, la arquitectura y el paisaje fueron pronto utilizados para el fomento turístico.

Esta comunicación pretende analizar las relaciones que se establecen entre estos tres elementos durante las dos primeras décadas del Franquismo, esto es: años 40' y 50', previas al inicio de la etapa desarrollista. Las principales fuentes de análisis elegidas serán las publicaciones de la Dirección General de Arquitectura (DGA) y entre ellas, principalmente, la Revista Nacional de Arquitectura.

Carmen Gil de Arriba es profesora titular del área de Geografía Humana en la Universidad de Cantabria, adscrita al Departamento de Geografía, Urbanismo y Ordenación del Territorio. Entre sus líneas de investigación se encuentran el estudio del turismo y de las actividades de ocio en sus procesos evolutivos e históricos, así como la creación de representaciones sociales e imágenes territoriales. También ha trabajado sobre otros temas que se podrían incluir dentro de la Geografía Social, como los espacios de control y de reclusión o las relaciones históricas entre higienismo y urbanismo. Actualmente colabora en el proyecto *El turismo durante la Guerra Civil y el primer franquismo, 1936-1959*. HAR2017-82679-C-1-P, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y Fondos FEDER para el período 2018-2021.

Sasha Pack

Turismo y el auge de la ideología internacional de la movilidad libre

Esta ponencia pretende considerar el papel del turismo en el universo histórico-historiográfico de la movilidad contemporánea. Queda evidente que el turismo constituye un elemento principal del orden mundial liberal-tecnocrático como iba desarrollándose a partir de los años 1930. Asimismo integral a dicho orden fueron otras movi­lidades, entre ellos el derecho de inmigración para sujetos pos-coloniales, la obligación pos-Holocausto de ofrecer hospedaje a poblaciones perseguidas, o la tendencia europea de suavizar protocolos fronteras para trabajadores y comerciantes. Todas han contribuido al auge de la ideología de “libre movilidad” que ha tocado de alguna u otra manera todo régimen y movimiento político del globo. Se explorarán algunas aproximaciones a la cuestión del papel del turismo en este proceso global.

Sasha D. Pack is Professor of History at the State University of New York, Buffalo. His most recent book is *The Deepest Border: The Strait of Gibraltar and the Making of the Modern Hispano-African Borderland* (Stanford, 2019). He is also author of *La invasion pacífica. Los turistas en la España de Franco* (Turner, 2009), along with several articles and book chapters on modern Spain and the history of tourism.

Maribel Rosselló

La otra casa mediterránea. La arquitectura del turismo y la apropiación acrítica y descontextualizada de los referentes tradicionales.

Nos planteamos como surge la identificación de un territorio (más allá de sus vinculaciones geográficas y culturales) con una arquitectura que la defiende y reconoce como propia y auténtica. A lo largo de la costa del levante peninsular y de las islas Baleares se reproducen durante todo el siglo XX numerosas arquitecturas, principalmente casas unifamiliares de segunda residencia o veraneo, que se las define y reconoce como arquitectura mediterránea. Casitas con cubiertas de tejas árabes y pequeños torreones, casas de formas cúbicas revestidas por gruesos revocos blancos o casas con balaustradas, arcos y aleros, se prodigan por doquier y se identifican, en muchos casos, por parte de arquitectos, clientes y promotores como propias. De aquí

que nos planteamos indagar cual es el origen de este reconocimiento y cómo ha llegado a su vulgarización. Un proceso que, en muchas ocasiones, se origina a partir de la mirada del de fuera, la alteridad como factor fundamental en su reconocimiento, apropiación y transformación.

La apropiación de esta arquitectura tiene diferentes orígenes y razones que se trazan desde inicios del siglo XX y transitan a lo largo del siglo desvinculándose de los motivos originales deviniendo recursos formales usados acríticamente y, en algunos casos, con una cierta frivolidad.

Maribel Rosselló Nicolau es arquitecta técnica, historiadora del arte y doctora en arquitectura. Profesora titular del Departamento de Teoría e Historia de la Arquitectura y Técnicas de Comunicación de la UPC. Su actividad investigadora se centra actualmente en la historia de la arquitectura y la construcción en Catalunya durante los siglos XIX y XX, dedicando especial atención al estudio de la arquitectura de la vivienda y al análisis y la valoración de sus interiores. También se ha dedicado al estudio de las técnicas tradicionales de revestimiento. En estas líneas ha publicado diversos trabajos. Actualmente, además de participar en el proyecto que nos ha convocado (HAR2017-83005-R "Turismo y performatividad de la identidad local: Nación y región desde una perspectiva postcolonial y de género") trabaja en el proyecto "La revolución del entorno cotidiano obrero y popular, vivienda y espacio urbano en el distrito de Nou Barris de Barcelona, 1950 a 1975" de la Universidad Politécnica de Catalunya (HAR2017-82965-R).

Eric Storm

Turismo, arquitectura regionalista y el anhelo de una vida más auténtica

La arquitectura regionalista era muy popular en zonas turísticas, reforzando así su carácter regional. Muchas casas de verano y segundas residencias fueron construidas en un estilo regionalista, sobre todo a partir de 1890. Estas casas formaban parte de un proyecto reformista que en Alemania se conoce como Lebensreform. Muchos aspectos de este programa reformador también se encuentran en la arquitectura regionalista en Francia y España, aunque la clientela probablemente era más restringida y

conservadora. Los defensores del regionalismo arquitectónico querían fomentar el uso de materiales naturales, la conexión con el jardín y la naturaleza circundante, una vida familiar sencilla en el campo, con una clara separación de género y de clase, y la adopción de tradiciones artesanales.

Eric Storm es profesor de Historia Contemporánea en la Universidad de Leiden, Países Bajos. Es un especialista de la historia cultural de España y ha publicado extensamente sobre regionalismo y nacionalismo desde una perspectiva comparada. Recientemente ha publicado *La construcción de identidades regionales en España, Francia y Alemania, 1890-1939* (2019) y varios artículos sobre la nacionalización de la esfera doméstica; además es co-editor (con Xosé-Manoel Núñez Seixas) de *Regionalism and Modern Europe: Identity Construction and Movements from 1890 to the Present Day* (2018) y (con Stefan Berger) de *Writing the History of Nationalism* (2019).

Jorge Villaverde

Los orígenes republicanos de un eslogan determinante: Spain is different

Un eslogan turístico acabó convirtiéndose en lema de todo un país, primero como motto de una dictadura buscando su sitio en el nuevo orden mundial y después como subversión cotidiana de una población cada vez más distanciada de un régimen caduco. Atribuido popularmente a los años del boom turístico y al aperturismo de Manuel Fraga, o ya desde la academia a las agencias turísticas estatales del primer franquismo o de Primo de Rivera, su origen se encuentra en realidad en los años republicanos del Patronato Nacional de Turismo. Se mostrará el nacimiento de este eslogan en conexión con la desconocida iconografía turística republicana, procediendo a una desmitificación de la bibliografía al respecto y a una discusión de su significado en la larga historia de instrumentalización del fenómeno turístico para negociar caracterizaciones e imaginarios nacionales.

Jorge Villaverde es un historiador formado en las Universidades de Valladolid, Montpellier, Madison-Wisconsin y el Instituto Universitario Europeo de Florencia. Actualmente es profesor investigador ATER en la Sorbona de Paris y miembro asociado

del Centre de Recherches Interdisciplinaires sur les Mondes Ibériques Contemporains (CRIMIC). Especialista en la construcción de imaginarios e identidades (trans) nacionales, se interesa por los procesos de patrimonialización, la historia del turismo y las exposiciones internacionales.

Toni Vives

Disciplines of hospitality and colonial discourse on George Sand's trip to Mallorca (1838-42)

The paper deals with the historical configuration of Mallorca's identity as a tourist destination in the mid-19th century from the publication of the book by George Sand *Un Hiver a Majorque*. It not only shows how the image of the island has been built historically through the text in a colonial discourse of orientalist and Mediterraneanizing otherness. It also explains this phenomenon as a result of the bitter travel experience in which the tourist and political disagreement with the local host population took place. The clash between guests and hosts came at a time of transition in the tourist practice of the old hospitality codes of the Grand Tour to the growing demand for trips to retirement and rest destinations in search of views and exoticism. Following this moving tourist attitude, Sand despised the hospitality offered by the island aristocracy according to previous tradition. In his retirement to the mountains of Mallorca, he met instead a peasant population hostile to his presence for political reasons. In the middle of the civil war between the liberal revolution and the Carlist reaction, the French writer and her family were identified with the liberal enemy. As a result, her presence was boycotted within the framework of the rural community. As a reaction to local hostility, Sand chose to deepen the previous colonial discourse on Mallorca to delegitimize as cultural underdevelopment the political options of their hosts. At the same time, she disciplined their behaviors and demand a more pleasant and servile hospitality through a representation repertoire of colonial otherness. Thus, the tourist meeting experience preceded the colonial discourse in the configuration of the tourist identity of Mallorca. The colonial connotations of global tourist culture in the mid-nineteenth century can be explained as tool of discipline to local populations not always willing to act as hospitable hosts.

Antoni Vives-Riera is lecturer in Contemporary History at the University of Barcelona. Antoni's interests are the historical interrelationship between tourism, gender and national-regional identities since the end of the nineteenth century, and the role of tourism in the construction of local identities in the current globalized world.