

4

Personajes estereotipados del cine turístico

Jorge Nieto Ferrando

4.1. Introducción

El estereotipo tiene una larga tradición como objeto de análisis en las ciencias sociales, la teoría de la literatura o los estudios sobre el discurso, y, dentro de estos últimos, más específicamente en la lingüística y la retórica (*vid.* Amossy y Herschberg-Pierrot, 2001). En las ciencias sociales conviven dos aproximaciones al concepto: una que introduce una valoración peyorativa y otra neutra. La primera podría ser la de Fischer, para quien los estereotipos serían “maneras de pensar mediante clichés, que designan las categorías descriptivas simplificadas basadas en creencias y en imágenes reductoras, por medio de las cuales calificamos a las demás personas o a otros grupos sociales, sujetos a prejuicios” (1990: 133). El autor vincula el estereotipo al cliché y, sin duda, podríamos relacionarlo también con los “lugares comunes” y las “ideas comúnmente compartidas” –que igualmente han sido abordados desde un punto de vista peyorativo y otro neutro–. La segunda concepción no reniega de la simplificación que supone el estereotipo, pero reconoce su papel cognoscitivo, dejando de lado el rol afectivo, que haría derivar el estereotipo hacia el prejuicio –no necesariamente estando ligado uno al otro–. Así, el estereotipo, en tanto que esquema previo y desde su sencillez, puede ser necesario para comprender, ordenar y categorizar la realidad antes de que una aproximación más detallada a esta, o la experiencia de la misma, permitan, tal vez, superarlo (Leyens, Yzerbyt y Schadrón, 1994).

A nadie escapa el papel clave del estereotipo en el cine, más en concreto, en la cooperación interpretativa de los espectadores con el texto fílmico, por su carácter de sencillo esquema previo necesario¹. Por una parte, resulta esencial en el éxito de la narración fílmica, en especial para la transformación de los escasos materiales del relato en una historia con cierto grado de coherencia por parte del espectador. El estereotipo, en tanto que sustrato al que recurrir, limita el tiempo del relato dedicado a la caracterización de un personaje o un ambiente, pues gracias a este se sobrentienden sus particularidades. Al mismo tiempo, contribuye al juego de expectativas –confirmadas, refutadas o replanteadas– que el espectador pone en marcha en el tránsito a la historia, dado que aumenta el grado de previsibilidad de las acciones que los personajes acometen o que padecen y su resultado. Por otra parte, el cine –y en general los medios de comunicación– refuerza, difunde e incluso crea estereotipos –piénsese, por ejemplo, en los géneros cinematográficos–: genera imágenes simplificadas de colectivos o grupos sociales con los cuales los espectadores no tienen un contacto directo frecuente o profundo. Obsérvese, además, que el recurso al estereotipo en la narración requiere su “aplicación práctica” por parte del espectador en su comprensión e interpretación del relato, y con ello sin duda es reforzado y difundido.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, y sobre la base del corpus de películas analizado, nuestro objetivo es aproximarnos a la construcción de imágenes simplificadas sobre los visitantes –turistas y veraneantes– y de aquellos nativos con los que interactúan en el cine turístico español. Nos centramos aquí, por tanto, en los personajes de las películas. Análisis posteriores deberán abordar ambientes, situaciones y acontecimientos estereotipados, así como los motivos visuales cuyo uso en el cine turístico se ha transformado en cliché. También sería necesario comparar lo expuesto con otras imágenes simplificadas relacionadas con el fenómeno turístico constituidas en otros ámbitos, ya sean los medios de comunicación de masas, la cultura popular, la opinión pública, etcétera. Del contraste podría inferirse la aportación específica del cine a la construcción de los estereotipos de los visitantes y de los nativos, así como la manera en que los revierte a la sociedad, por la vía de la recepción. Es posible, por ejemplo, que algunos estereotipos, como el del visitante excéntrico o el de las suecas, hayan germinado en la opinión pública a partir de su uso en otros medios de comunicación. El cine los habría hecho suyos devolviéndolos a la audiencia reforzados y reformulados.

Debemos advertir, por otra parte, que no todos los títulos del corpus analizado recurren a personajes estereotipados. A partir de la transición a la democracia, por ejemplo, las películas de temática turística o que abordan de

¹ En cierta manera, esta cuestión ha sido abordada por Bordwell (1996), siguiendo de cerca las propuestas de Iser (1987) y Eco (1999).