



Universidad de Valladolid

CURSO 2021-2022

Facultad De Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Grado en Turismo

Turismo y Cine en la España de los años 60

Alumna: Silvia Sanz Mediavilla

Tutor: Enrique Berzal de la Rosa

Departamento: Historia Contemporánea

Convocatoria: Primera. Junio 2022



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

Universidad de Valladolid

Turismo y Cine en la España de los años 60

AUTORA

Silvia Sanz Mediavilla

TUTOR

Enrique Berzal de la Rosa

RESUMEN:

El turismo ha sido desde hace décadas uno de los principales protagonistas no sólo en la historia de España sino también en la del cine a través de diferentes géneros. Con un panorama sociopolítico complicado y cambiante, estos diversos campos han ido adaptándose a la situación pero a la vez han sido grandes impulsores del desarrollo. El presente estudio parte de estas ideas para recoger información acerca de lo que supuso el auge del turismo de los años 60 en España y su forma de representación con el cine como herramienta propagandística.

PALABRAS CLAVE:

Turismo; Cine; Panorama sociopolítico; Desarrollo; Años 60; Herramienta propagandística.

ABSTRACT:

Tourism has been for decades one of the main protagonists not only in the history of Spain but also in the history of cinema through different genres. With a complicated and changing socio-political atmosphere these various fields have been adapting to the situation but at the same time have been great drivers of development. This study is based on these ideas to collect information about what the tourism boom of the 1960s meant in Spain and its form of representation with cinema as a propaganda tool.

KEY WORDS:

Tourism; Cinema; Socio-political atmosphere; Development; 1960s; Propaganda tool.

ÍNDICE

<i>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</i>	5
1.1. Justificación	6
1.2. Objetivos	7
<i>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</i>	9
2.1. Contexto de los hechos	10
2.1.1. Antecedentes.....	10
2.1.2. El desarrollo económico de los años 60.....	13
2.1.3. Los grandes cambios de la sociedad de la década de los 60.....	15
2.1.4. La sociedad de consumo.....	16
2.2. El turismo en la España de los años 60	16
2.2.1. Turismo, balanza de pagos y desarrollo.....	16
2.3. La política cinematográfica española en los años 60	24
2.3.1. La estrategia de propaganda de Fraga.....	24
3. El Nuevo Cine Español	26
3.1. El camino hacia la apertura	29
3.2. Recibimiento del ocio y consumo mediante el cine español de los 60	32
3.2.1. La imagen del turismo.....	32
3.2.2. El turismo como catalizador del progreso.....	33
3.2.3. El turismo con un subtono pícaro.....	35
3.2.4. El turismo hacia la liberación.....	36
3.2.5. El turismo, una fachada del horror.....	38
3.2.6. El turismo como medio de socialización.....	38
<i>CAPÍTULO III. CONCLUSIONES FINALES</i>	41
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Capítulo II: Crecimiento de la economía española.....	14
Figura 2: Capítulo II: Crecimiento de la economía española.....	15
Figura 3: Capítulo II. Aportación del turismo al PIB español, 1950-1998.	22
Figura 4: Capítulo II. Visitantes procedentes del extranjero que han entrado en España.	23

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

Europa poco a poco se iba recuperando de la oleada de conflictos bélicos que había estado sufriendo gracias en gran medida a las ayudas del Plan Marshall; una iniciativa de Estados Unidos mediante la cual trató de contribuir a la recuperación del continente europeo tras la II Guerra Mundial. A la vez se fomentó la creatividad, reflejándose en la gran pantalla y surgió lo que se conoce como Cine Independiente.

Paralelamente, en España la década de los 60 se caracterizó por el desarrollo económico. El Gobierno promovió el crecimiento de la economía mediante la aprobación en 1959 del Plan de Estabilización. El desarrollo económico se sustentaba principalmente en la industria y en el turismo de sol y playa, el cual fue explotado por la dictadura de Franco con la declaración de Zonas de Interés Turístico Nacional.

Entretanto en España seguía teniendo lugar el “cine de la disidencia” nacido en la década de los cincuenta y cuyos principales referentes fueron Luis García Berlanga y Juan Antonio Bardem, quienes utilizaban el cine como campo de batalla para combatir la censura impuesta en plena dictadura franquista y que tanta controversia causaba. En el año 1962 Manuel Fraga Iribarne se pone al frente del Ministerio de Información y Turismo y José María García Escudero regresó a la Dirección General de Cinematografía y Teatro impulsando la apertura del cine o lo que se ha denominado “Nuevo Cine Español” con la creación de la Escuela Oficial de Cine. Ambos fueron partícipes del crecimiento tan espectacular que se estaba viviendo en el país durante esa segunda etapa de la dictadura y que dio lugar a una importante y “milagrosa” transformación social pero que no estuvo seguida de cambios políticos. Por eso, cuando todos creían que la censura iría desapareciendo gradualmente hasta alcanzar la libertad, estaban en realidad equivocados puesto que la censura se reguló y en 1963 se dictaminaron las Normas de Censura Cinematográfica. Pese a las circunstancias del momento el cine español no decayó, dejando grandes joyas.

A través de la siguiente investigación se pretende esbozar, mediante el análisis de diversas producciones cinematográficas realizadas en los años sesenta, un reflejo de lo que era la situación turística en España en un periodo en el que las industrias de ocio y consumo empezaban a adquirir una gran influencia.

Este proyecto surge como iniciativa para analizar la evolución del cine español,

precursor del cine que hoy en día conocemos, durante la década de los 60; una década cambiante y caracterizada por cambios sociales que se vieron reflejados en la pantalla a través de las diferentes corrientes cinematográficas que surgieron. También se analiza el uso del cine como vehículo propagandístico y, simultáneamente, como herramienta de reivindicación.

1.2. Objetivos

El objetivo general de esta investigación es analizar el tratamiento del cine durante la década de los 60 en España.

Los objetivos secundarios del presente estudio son los siguientes:

- Conocer la situación de España que propició el nacimiento del Nuevo Cine Español.
- Estudiar el enfoque del turismo a través del cine de los años 60.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Contexto de los hechos

2.1.1. Antecedentes

La Real Academia Española define el concepto de “desarrollismo” de la siguiente forma: “Ideología que propugna el desarrollo meramente económico como objetivo prioritario”.

Según Huertas y Sánchez (2014), al finalizar la Guerra Civil, Franco comenzó a unificar en España un modelo económico que conservaba la soberanía nacional adhiriéndose al nacionalsocialismo alemán y al fascismo italiano, consiguiendo de esta forma la independencia económica en el mercado exterior. De esta forma, el también llamado modelo autárquico tenía como objetivo un sistema productivo basado en la autosuficiencia.

España no sólo se consideraba rica en materias primas y capital, sino que para Franco la independencia económica significaba un elemento muy importante para conseguir la libertad política, y esto era lo que quería lograr en primera instancia.

Todas las leyes agrarias de la posguerra, en especial las de colonización, indican la importancia del sector agrario durante los primeros años y de la íntegra intromisión del Estado, pues este tenía efectos en la fijación de las zonas de cultivo (a nivel nacional, regional y regional), en la determinación de los precios, en el comercio, en el consumo, etc. Pero, sin duda, un área de especial interés para Franco fue el sector industrial y, en concreto, la siderurgia. Con ella, el dictador también prestaba atención a la industria de armamentos, la cual jugaba un importante papel en la consolidación del Régimen.

De acuerdo con Sánchez (2014), las ideas y bases del nuevo Estado fueron plasmadas a la perfección en el Boletín Oficial del Estado, en la ley de 25 de septiembre de 1941 por la que se creaba el INI (Instituto Nacional de Industria) y cuya finalidad era la de fomentar el desarrollo de nuevas empresas industriales en un ámbito económico autárquico. Sin embargo, la implementación de todas estas políticas no cumplió con los objetivos marcados y la realidad fue muy distinta. El intervencionismo estatal en la explotación agropecuaria no respondió a las reformas necesarias en el sector, reduciéndose a apoyar el abastecimiento de productos básicos para evitar la hambruna, por lo que no se logró deshacer los estratos más pobres de la

sociedad, enfrentando un fuerte mercado negro de altos ingresos donde, a pesar de la intervención del gobierno, el control lo tenían las clases ricas, quienes tenían acceso a todos los alimentos y artículos.

Por otro lado, a pesar de la colaboración del INI en la estructuración del sector de la industria y en el aumento de la producción, los objetivos derivados de establecer una autarquía eran opuestos, en general, a los demás de racionalidad económica. Estos primeros conllevaban deducciones fiscales y estimulaban la producción de determinados productos nacionales, independientemente de sus costos o de su precio final. A esto hay que sumar no sólo el atraso de las tecnologías y de los diversos equipos industriales utilizados, sino también su obsolescencia en comparación con los países industrializados predominantes del entorno.

En los años 50, España contaba con uno de los niveles de consumo energético más bajos del continente, dando lugar a datos como, por ejemplo, que el 20,5% de la población no tenía electricidad, el 97,4% no tenía calefacción y solo el 33,7% tenía agua (Huertas & Sánchez, 2014). Al mismo tiempo, en Europa, arrasada por la guerra, la canalización de alrededor de trece mil millones de dólares americanos inyectados con el Plan Marshall, consiguió estimular de nuevo la economía de manera creciente y próspera.

Franco, quien no quería escuchar nada sobre los modelos económicos liberales por vincularlos a una doctrina política liberal, a la que acusaba como la causante de las desgracias de España, seguía obcecado en mantener el modelo autárquico, a pesar de su clara falta de éxito.

Pero en plena Guerra Fría, después de la Segunda Guerra Mundial, España suscita un interés para los Estados Unidos cuyo objetivo es el de integrarla en el sistema capitalista internacional. España, debido a su localización geográfica, es muy valorada para llevar a cabo una disposición de las tropas norteamericanas en su despliegue por Europa.

En enero del año 1950, exactamente el día 18, el Secretario del Estado de los Estados Unidos anunció que las siguientes relaciones diplomáticas que se restablecerían con España -el 1 de marzo de 1951 Stanton Griffis se acreditaría como embajador de su país en España- a la vez que presentó su defensa para que España pasase a formar parte de los organismos que integraban las Naciones Unidas. En octubre de 1950, este apoyo norteamericano incentivó a la ONU a dar tregua al Régimen. De esta forma, según

Huertas (2014), España pudo entrar en 1951 en la FAO, en 1953 en la UNESCO y en la propia ONU en 1955. Sin embargo, sería en 1953 cuando la diplomacia española sembraría destacables éxitos, como:

El concordato entre el Estado español y la Santa Sede de 1953 en la Ciudad del Vaticano, con la aprobación del mismo, para regular así las relaciones entre ambos, de manera que los dos saliesen privilegiados. Con este acuerdo, el Régimen consiguió a cambio más derechos y privilegios para la Iglesia.

Los Pactos de Madrid o los Acuerdos con los Estados Unidos, que consistían en tres «acuerdos ejecutivos» (con sus respectivas cláusulas secretas): de índole económica, que proporcionaba una ligera ayuda en dicha materia que supondría la modernización del antiguo ejército español; otro de defensa para ambas partes; y un acuerdo de defensa, sin duda el de mayor importancia y ayuda de los dos anteriores, en virtud del cual la bandera estrellada norteamericana ondearía en Zaragoza; en Torrejón de Ardoz, en Madrid; y en Morón de la Frontera, en Sevilla. Además de estas bases militares, los EE.UU también asentarían la base aeronaval de Rota, en Cádiz, con la que tomarían el poder del Estrecho y, con ello, del Mediterráneo (Huertas & Sánchez, 2014).

Tras este aparente empujón de la comunidad internacional al gobierno de Franco, el Régimen comienza a liberalizar poco a poco la economía, permitiendo así el ingreso de capitales extranjeros -principalmente de América del Norte-, lo que paliaría de cierto modo la falta de dinamismo económico nacional. Por el contrario, la estricta disciplina de la autarquía en realidad iba en contra del papel dinámico que el mercado había comenzado a desempeñar, lo que resultó en una grave acumulación de deuda externa -principalmente debido a las elevadas tasas de importación-, grandes déficits comerciales y fiscales, y la alta inflación.

Se hacía preciso un cambio en el modelo económico que corrigiera los desequilibrios generados -razones políticas, además de las económicas, impedían reimplantar en toda su pureza el modelo autárquico-. En julio de 1959 el Instituto Español de Moneda Extranjera estaba a punto de suspender pagos, en tanto el ministro de Economía, Alberto Ullastres, conseguía un préstamo de 544 millones de dólares por parte de los EE.UU. En el mismo mes se publicaba el denominado Plan de Estabilización Interna y Externa de la Economía, que se había venido gestando por el equipo económico del séptimo gobierno de Franco y que estuvo precedido por una serie de medidas

económicas de urgencia destinadas a disciplinar el sector financiero y por una reforma tributaria encaminada a equilibrar las finanzas estatales que, si bien no representaron una profunda renovación del sistema impositivo ni lo dotó de la necesaria elasticidad y equidad, si consiguió otros resultados.

Era necesaria una transformación del modelo económico para corregir la asimetría resultante - además de razones económicas, había razones políticas que impedían que el modelo de autosuficiencia se implantase en su más pura esencia-. En julio de 1959, el Instituto Español de Moneda Extranjera se disponía a suspender los pagos, mientras los Estados Unidos daban un préstamo de 544 millones de dólares a Alberto Ullastres, ministro de Economía. Ese mismo mes se llevó a cabo la publicación de lo que denominaron como “Plan de Estabilización Interna y Externa de la Economía”, el cual llevaba un tiempo siendo planeado por el equipo de profesionales de la economía del séptimo gobierno franquista y que lo precedían varias medidas elaboradas con urgencia y dirigidas a corregir el sector financiero y una reforma fiscal destinada equiparar las finanzas del Estado que, a pesar de que no dieron lugar a una revisión integral del sistema impositivo ni lo concedió la flexibilidad y equidad necesarias, sí dio resultados en el sector presupuestario, lo que redujo significativamente el déficit público.

Desde ese momento se sentaron las bases y fue entonces cuando se abrió paso una nueva etapa en la trayectoria del Régimen, en la que se llevaría a cabo un esfuerzo por distender las graves tensiones políticas y económicas interiores que se habían ido desarrollando y que cambiarían el rumbo de la economía española hacia el exterior. Los resultados, rápidos y favorables, llevaron a identificar este período como el período del “milagro económico español de los años 60” (Huertas & Sánchez, 2014).

2.1.2. El desarrollo económico de los años 60

De acuerdo con el profesor Ocaña (2005), los años 1961-1973 estuvieron definidos por el rápido desarrollo de la industria y los servicios. La apertura al exterior de la economía ocasionó una gran avalancha extranjera de inversiones atraída por los indigentes salarios.

El desarrollo industrial condujo a la migración de mano de obra campesina a las ciudades y otras partes de Europa. Al mismo tiempo que se modernizaba la agricultura, se abandonaban amplias zonas del interior.

En el ámbito comercial, España logró un superávit en la balanza de pagos. El déficit tradicional de la balanza de comercio se equilibró por las ganancias de un aumento asombroso en el sector del turismo, la inversión extranjera y las remesas de los inmigrantes europeos.

Para hacer posible el impulso del crecimiento de la economía, el gobierno aprobó varios Planes de Desarrollo a partir de 1963, que se realizaron sobre la base de incentivos fiscales y ayudas estatales, pero con resultados muy inferiores a los esperados. La economía continuó en progreso, pero el plan no funcionó. Lo ocurrido se pudo comprobar en el paulatino desequilibrio entre las distintas partes del país.

Con todo, en el marco común de la expansión europea y mundial, el período 1961-1973 fue de notable desarrollo económico. Dicho entorno externo favorable dio como resultado la inversión extranjera en abundancia, el turismo en masa y la eliminación del desempleo con la migración a Europa (Ocaña, 2005).



Figura 1: Capítulo II: Crecimiento de la economía española.

Fuente: BdE, contabilidad nacional.

2.1.3. Los grandes cambios de la sociedad de la década de los 60

Después de los duros años que sucedieron a la guerra, en los que la población española se había quedado obsoleta, la década de los sesenta supuso el auge del cambio social. Estas fueron algunas de sus características:

Tuvieron lugar grandes salidas rurales hacia las grandes ciudades y al occidente de Europa: alrededor de un millón de españoles emigraron a países entre los que se encontraban Francia, Alemania, Bélgica, Suiza y otros, para trabajar en aquellas profesiones en las que los locales no querían (Ocaña, 2005).

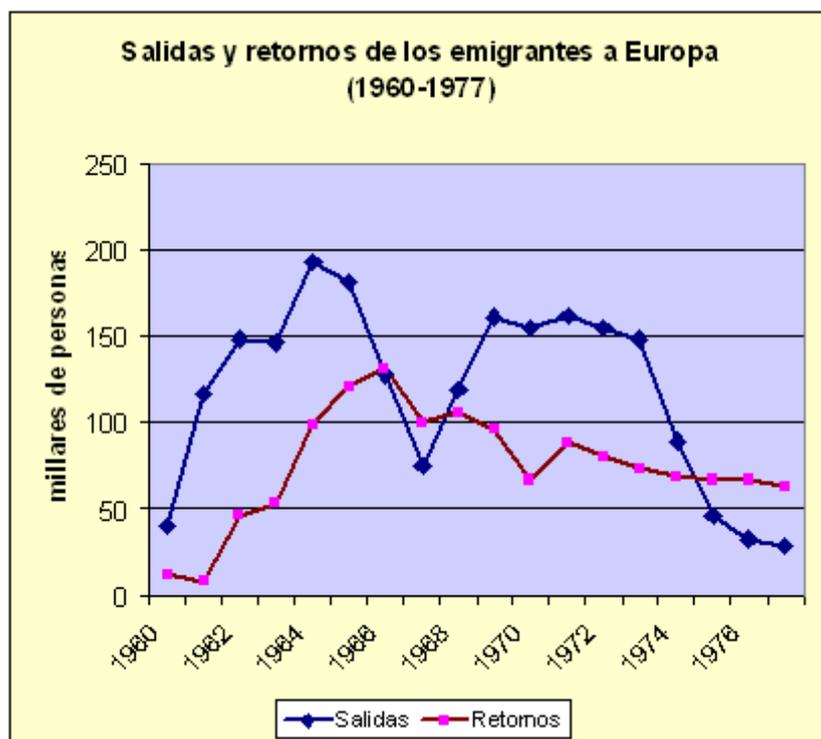


Figura 2: Capítulo II: Crecimiento de la economía española.

Fuente: Instituto Español de Emigración.

La migración tuvo resultados positivos, como una menor tasa de desempleo o ingresos por parte de las abundantes remesas que hacían llegar los emigrantes, pero también supuso lo que toda emigración implica, como es el desarraigo de las personas y el agravamiento del contraste de riqueza entre las diversas zonas del país.

Asimismo, se produjo un fuerte crecimiento demográfico. De manera simultánea con la disminución de la tasa de mortalidad, la tasa de natalidad se mantuvo en un nivel muy alto e incluso se incrementó.

Para satisfacer las necesidades de esta creciente población, el gobierno no aumentó el gasto público, lo que provocó una clara escasez de servicios públicos:

En el campo de la educación, el número de colegios e institutos se encontraba muy por debajo de las necesidades de un número cada vez mayor de niños y jóvenes.

A pesar de la construcción de diversos y grandes hospitales y del aumento de las prestaciones sanitarias y de los sistemas de pensiones desde 1963, el nivel de cobertura sanitaria aún estaba lejos de lo que debería ser una sociedad moderna.

El desarrollo demográfico dio lugar a un gran déficit habitacional, que se intentó abordar mediante distintas y estudiadas operaciones inmobiliarias en las ciudades de España. Estos nuevos barrios en ocasiones nacían sin equipamientos sociales ni urbanos básicos.

2.1.4. La sociedad de consumo

Conforme a Ocaña (2005), a pesar de sus limitaciones, el avance de la economía fomentó el surgimiento de una sociedad de consumo en España. Esta nueva sociedad se caracterizaba por la expansión del uso de electrodomésticos, la incorporación de los televisores (en 1969 dos tercios de las familias españolas poseían uno) y la propiedad de un automóvil por una cuarta parte de los hogares, como ejemplos principales.

La sociedad de consumo contaba con una mayor accesibilidad a la información y una mayor movilidad que produjo, especialmente entre los jóvenes, una nueva mentalidad que era contradictoria con las tradiciones del sistema:

- Pérdida de la influencia de la Iglesia en la cultura española.
- Nuevas formas de relación social y de relación entre ambos géneros.
- Introducción de tendencias, hábitos e indumentarias con la llegada del turismo.

2.2. El turismo en la España de los años 60

2.2.1. Turismo, balanza de pagos y desarrollo

Según el profesor Aragüez Rubio (2006), independientemente de las consecuencias de la migración en la transformación social en la década de 1960, sus aportaciones a la

economía condujeron a la importancia del capital a causa de efectos ya anteriormente abordados como la disminución del número de desempleados, la reducción del gasto social o, especialmente, la entrada de partidas permanente, los cuales contribuyeron a compensar las cifras de la macroeconomía nacional. Durante este periodo, clave para que se diese el desarrollo que había tenido comienzo en 1959, la moneda proporcionada por los inmigrantes españoles, tanto desde el continente americano como el europeo, generaron una inyección de fondos del Estado de, aproximadamente, 3.000 millones de dólares americanos.

Sin embargo, esta contribución no fue la única que resultó de un fenómeno impulsado por el desarrollo. Otra referencia importante de ese periodo fue el sector turístico, que siguió con datos aún más sorprendentes, puesto que, en lo relativo al equilibrio de la balanza de pagos, superó el impacto de la migración y, además, otro importante impulsor de los bienes monetarios de la España de los sesenta, la inversión del extranjero.

Aunque España ya recibía turistas con anterioridad al surgimiento del llamado “milagro económico”, la realidad es que el Plan de Estabilización y todas las políticas que se configuraron en los Planes de Desarrollo precisaban de unas bases económicas como era la llegada, a través de importaciones, de bienes materiales para el avance de la industrialización española.

Si los ingresos de la exportación son iguales o superiores a los gastos de importación, la balanza comercial se sostiene equilibrada o con un excedente, de otro modo se generaría un descubierto que necesitaría ser compensado para no alterar dicha balanza.

Como era de suponer en un país que emprende planes de para intentar revertir su situación económica, España no fue capaz de mantener el nivel de exportaciones requerido para lograr el equilibrio comercial y económico, debiendo depender principalmente de otras aportaciones como la del turismo. Para evitar endeudarse demasiado y poner en peligro el desarrollo económico, tal y como lo plantearon los tecnócratas del Régimen (Aragüez, 2006).

Ciertamente, la liberalización de la economía neutralizó cualquier entusiasmo que el franquismo hubiera dedicado a la evasión de la dependencia exterior. Además, también fue un intento fallido su propuesta de mantener al margen de las influencias extranjeras, todos los valores que habían surgido desde el nacimiento de la España moderna y que

influyeron, entre otras cosas, en la moral y las costumbres, y sobre los que la Iglesia había tenido mucha influencia.

La afluencia masiva de inmigrantes hacia otros países de Europa, y el hecho de que España se posicionara en la cabeza de los países receptores de turismo, expuso a los españoles a una realidad hasta ese momento desconocida y que, con el tiempo, fue instaurándose de manera natural conviviendo con la anterior hasta, finalmente, sustituirla totalmente.

Este rejuvenecimiento de la comunidad española, que nació de la exposición a esa Europa tan criticada negativamente por los ideólogos de la autarquía sirvió para, poco a poco, distanciarse de la dictadura y alcanzar los conceptos democráticos de su alrededor, difundiéndose, de alguna forma, el discurso transgresor que se venía reivindicando como alternativa al totalitarismo de Franco.

Dado su peso en la economía española, el gobierno dio vital importancia a la promoción del turismo en sus políticas de desarrollo. De lo contrario, no haberlo hecho hubiese carecido de sentido dado su crecimiento durante la década de 1950, con una evolución de 457.000 visitantes en ese mismo año a un total de 2.018.000 en 1957 y a 4.332.400 en 1960 (Aragüez, 2006). Esto es, en una década se había aumentado casi diez veces (9,48) las cifras de turistas receptores, lo cual reflejaba su consolidación como un fenómeno de masas al que no había otra opción que darle la importancia que merecía.

La incorporación en el ministerio de Información y Turismo de Manuel Fraga Iribarne en 1962 incrementó el interés del gobierno por impulsar la actividad turística, cuya favorable efectividad ya había quedado retratada en periodos anteriores. No se debe olvidar que fue en 1951 cuando, de acuerdo al Decreto de la ley del 19 de julio, se creó un nuevo departamento en el Ministerio que, por primera vez, concentró las competencias relativas a la información y al turismo. Este decreto sumaba relevancia a dichos campos, que en el caso del turismo había estado respaldado desde 1938 bajo la Dirección General, cuando se originó el gobierno franquista.

Una de las primeras tomas de decisión del ministro Fraga relacionadas con el turismo fue la creación del Instituto de Estudios Turísticos (IET) el 8 de septiembre de 1962, el cual fue diseñado como un centro de investigación, de formación y de control académico de los colegios privados.

Unos días más tarde, el día 14 de septiembre, se puso en marcha la reordenación de la estructura ministerial a través de la realización, según el Real Decreto 2298/1962, de la Subsecretaría de Turismo, la Dirección General del Turismo y la Dirección General de Empresas y Actividades Turísticas, haciendo énfasis en la exponencial evolución del turismo.

Un año después, y atendiendo al Decreto 2427/1963, de 7 de septiembre, se fundó la Escuela Oficial de Turismo, cuya responsabilidad quedaba subordinada a la dirección académica y administrativa del Instituto de Estudios Turísticos.

En el último periodo de 1963, la congestión de algunas zonas turísticas significaba ya un problema de primer grado para el gobierno. Los lugares de interés del país, en donde el clima ya había encabezado uno de los primeros puestos, combinados con campañas de promoción y un mayor nivel económico de la población europea, promovieron un flujo constante de turistas, que contribuyeron al crecimiento y renovación de las infraestructuras del sector y que, como ya venían avisando desde el ministerio, podía provocar un efecto coactivo a la hora de elegir España como destino, conforme así lo asegura el profesor Aragüez Rubio (2006).

Se hablaba de insuficiencias en el suministro de agua, urbanización o saneamiento, lo que creaba un escenario deprimente dado que el auge del turismo no parecía haber tocado fondo, sino que, por el contrario, se acercaba a un nivel similar al de las principales naciones receptoras del turismo.

Teniendo presente esta situación, en la fecha del 31 de diciembre de 1963 se publicó en el Boletín Oficial del Estado la Ley N° 197/1963, de 28 de diciembre, sobre Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional.

En definitiva, lo que se pretendía era definir ciertas zonas, las cuales, dado su potencial en la calidad del turismo, fuesen propensas a inversiones públicas para hacer frente, en un estado óptimo de infraestructura y servicios, al boom turístico de los siguientes años.

Un determinado espacio, para ser reconocido como Centro de Interés Turístico Nacional, tenía que cumplir ciertas condiciones, la primera de ellas, como era lógico, que poseyera cualidades que resultaran atractivas para el turismo. Igualmente, el espacio mínimo susceptible de acogerse a este tipo de implantación debería ser de diez hectáreas y disponer de instalaciones con una capacidad de al menos quinientas plazas.

En cuanto a las áreas de Interés Turístico Nacional, los requisitos establecidos hacían referencia a dos o más Centros de Interés Turístico y con hasta cinco mil alojamientos.

Cuando los Centros y las Zonas se ajustaban a la legislación, eran "ordenadas racionalmente en cuanto a la urbanización, servicios e instalaciones precisas para su mejor aprovechamiento", en relación con los Centros, y "la realización de obras y servicios de infraestructuras que requieran y una actuación coordinada de la Administración pública en sus diversas esferas", en el caso de las Zonas (BOE, 1964)

Una nueva idea, esta vez pensada para potenciar los puntos fuertes de España como destino, fue la formulación de seguros de viaje, parte esencial del flujo turístico que en 1964, cuando se diseñó, alcanzaba los 12 millones de turistas.

Articulado por el Presidente del Gobierno, el Decreto 3404/1964 de 22 de octubre, se apoyaba, como ya había sucedido con anterioridad con todas las leyes relacionadas aprobadas a lo largo de la década de los sesenta, en la subida de turistas y la rentabilidad que ello reportaba a los ingresos nacionales, además de como pilar fundamental de política turística que debe ayudar a hacer de la estancia en el país una experiencia atractiva para los visitantes extranjeros. De hecho, radicaba en un acuerdo conjunto del Ministerio de Hacienda, del Ministerio de la Gobernación, del Ministerio de Comercio e Información y del Ministerio de Turismo, con el que se trataba de fomentar la instauración de una Agrupación de Entidades Aseguradoras que agrupasen y estimularan las agencias de seguros y los trámites para el pago de las compensaciones pertinentes (Aragüez, 2006).

Como así lo establecía el Real Decreto 3404/1964 de 22 de octubre, el Seguro Turístico se constituye como algo voluntario, teniendo efecto, de acuerdo al segundo artículo que lo recoge, sobre los siguientes riesgos personales: accidentes individuales, enfermedades y asistencia sanitaria, defensa jurídica, repatriación de vehículos y ocupantes y equipajes (BOE, 1964). Se ofrecía también al contratante la opción de un contrato mixto de la persona la cual incluía todos los riesgos presentados anteriormente o la inscripción a una póliza individual para cada uno de ellos.

Para el fomento del Seguro Turístico se dispuso, en el artículo noveno del citado decreto, la constitución de una Comisión integrada por los directores generales de Turismo Sanidad, Empresas y Actividades Turísticas e Instituto Español de Moneda Extranjera; por los presidentes del Sindicato Nacional del Seguro y del Consejo General

de los Colegios Médicos y por un inspector técnico de Seguros y Ahorro del ministerio de Hacienda.

Para promover dicho producto asegurador, deducir la experiencia y asesorar al Gobierno sobre las medidas, se constituyeron Departamentos ministeriales y, como vehículo de colaboración entre ellos, una Comisión de Fomento de Seguros Turísticos. Estos estaban dirigidos por el Director general de Seguros y a su vez integrada por los directores generales de Turismo de Sanidad, Empresas y Actividades Turísticas e Instituto Español de Moneda Extranjera, así como por los presidentes del Sindicato Nacional del Seguro y del Consejo General de Los Colegios Médicos y por un Inspector técnico de Seguros y Ahorro del ministerio de Hacienda, con competencia de Secretario.

El hecho de que las cifras de visitantes extranjeros de un año para otro aumentasen no era simple propaganda política, pues así lo acreditaban las estadísticas, de igual manera que la trascendencia que la actividad turística estaba provocando en la economía y que podía medirse por su evidencia en el PIB o por su aportación a la balanza de pagos:

En relación con el PIB, según el profesor Vallejo (2002), tal y como se puede ver en la figura nº, los ingresos generados por el turismo experimentaron un crecimiento gradual a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, pasando del 2,3 por 100 en 1950 al 8,4 por 100 de 1970 y a un 11,1 por 100 en 1985, logrando cifras récord en turistas.

Aportación del turismo al PIB español, 1950-1998

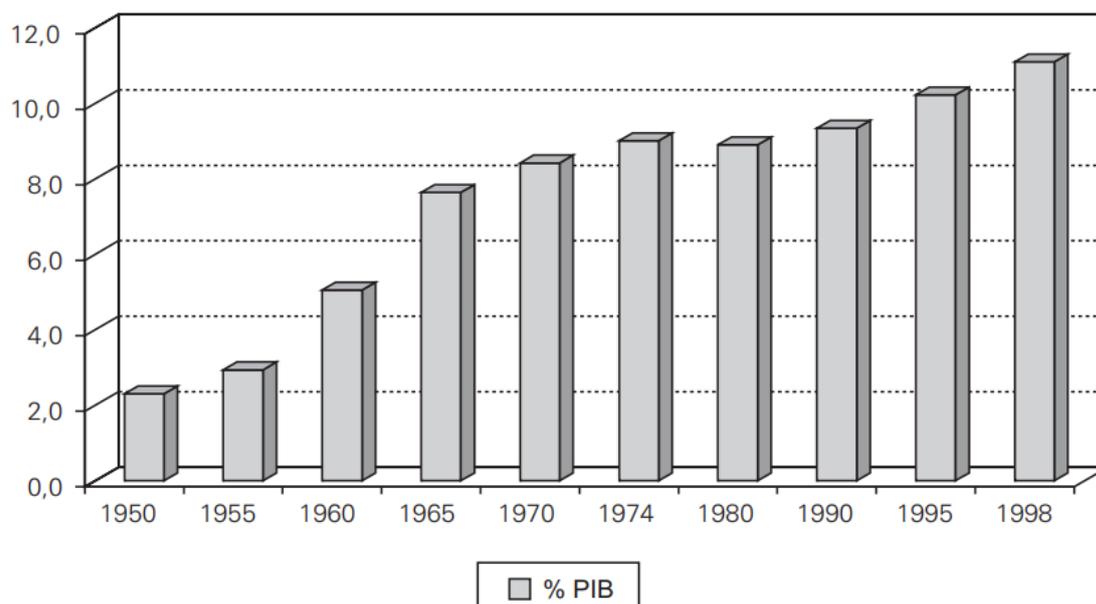


Figura 3: Capítulo II. Aportación del turismo al PIB español, 1950-1998.

Fuente: Rafael Vallejo Pousada, 2002.

Continuando con los estudios del profesor Aragüez (2006), lo que permaneció constante fue la progresión de la cantidad de turistas que llegaban al país. De la misma manera que en los indicadores correspondientes a la repercusión de los ingresos por la actividad turística en el PIB, el año 1974 resulta de gran relevancia al tratarse de la fecha en la que se comienza a responder ante la crisis del petróleo, acontecida un año antes por parte de la Organización de Países Exportadores de Petróleo en contra del apoyo brindado a Israel en la guerra del Yom Kippur.

La incidencia del bloqueo de las exportaciones de crudo a los países de occidente supusieron una importante regresión en la economía que, junto con una subida de la inflación, alteraron los planes de crecimiento y expansión de las grandes fuerzas industriales y, por consiguiente, de las economías que giraban a su alrededor.

De este modo, de la misma forma que en el año 1973 la Península había contabilizado 31.606.000 turistas, el año siguiente el número había bajado más de cuatro millones hasta los 27.365.00 en un panorama en el que desde la guerra civil y la Segunda Guerra Mundial, la cifra de visitantes extranjeros no había dejado de crecer exponencialmente.

La tendencia desde los sesenta anotaba un crecimiento medio al año del 16,89% en el volumen de turistas, alcanzando máximos de 32,31% en 1964 o de 26,86 en 1961. Por

el contrario, hubo años de escaso desarrollo, como los periodos de 1967, 1968 y 1973, con porcentajes de 2,54%, 9,64% y 7,35%, respectivamente.

Sin embargo, en líneas generales, en el periodo transcurrido entre 1960 y 1973, España acogió a una avalancha de turistas que alcanzó un total de 216.168.000 visitantes extranjeros, los cuales dejaron ingresos de, aproximadamente, 297 millones de dólares en 1960, 1.103 millones en 1965, 1.950 millones en 1970 y 3.159 millones en 1973.

Años	Visitantes	Años	Visitantes
1931	276300	1970	24105312
1932	278605	1971	26758156
1933	261465	1972	32506591
1934	275611	1973	34558943
1946	83568	1974	30342871
1947	136779	1975	30122478
1948	175892	1976	30014087
1949	283890	1977	34266755
1950	749544	1978	39970491
1951	1263197	1979	38902476
1952	1485248	1980	38026816
1953	1710273	1981	40129323
1954	1952266	1982	42011141
1955	2522402	1983	41263334
1956	2728002	1984	42931658
1957	3187015	1985	43235363
1958	3593867	1986	47388793
1959	4194686	1987	50544874
1960	6113255	1988	54178150
1961	7455262	1989	54057562
1962	8668722	1990	52044056
1963	10931626	1991	53494964
1964	14102888	1992	55330716
1965	14251428	1993	57263351
1966	17251746		
1967	17858555		
1968	19183973		
1969	21682091		

Figura 4: Capítulo II. Visitantes procedentes del extranjero que han entrado en España.

Fuente: Ministerio de Comercio y Turismo (1993). Anuario de Estadísticas de Turismo.

Dichas entradas de dinero, en 1962 significaron el 79,8% del déficit de la balanza y el 61,1% de todas las exportaciones, dando lugar a una media , durante el periodo de que abarca los años 1960 a 1973, de 87,35% para el primer asunto y de 73,70% para el segundo (Aragüez, 2006).

Los picos se lograron en 1961, siendo de un 139,9% el del déficit comercial y, en 1965, de un 108,3% en lo que tiene que ver con las exportaciones. Igualmente, los mínimos para cada uno de ellos se registraron en 1965 con un 62,7% para el primero de los casos y en 1960, con un 39,8% para el segundo.

Pese a los favorables resultados obtenidos, en ocasiones no esperados por su magnitud, la política turística no contaba con suficientes recursos financieros para su desarrollo, enfocando sus partidas económicas en incrementar la oferta, esto es, controlar los precios, mejorar la calidad de los servicios, el número de alojamientos, etc., más que incluso promover la demanda.

En ese momento, el ministerio de Información y Turismo (1951) tuvo a su mando como ministros a Gabriel Arias Salgado de 1951 a 1962, Manuel Fraga Iribarne de 1962-1969, Alfredo Sánchez Bella de 1969 a 1973, Fernando de Liñán de 1973 a 1974, Pío Cabanillas de 1974 a 1975 y León Herrera Esteban de 1974 a 1975, en ese orden.

2.3. La política cinematográfica española en los años 60

2.3.1. La estrategia de propaganda de Fraga

Cuando Manuel Fraga Iribarne sucedió a Gabriel Arias Salgado como Ministro de Información y Turismo en 1962, la situación política española estaba en un momento decisivo y el país debía continuar con su curso natural tras los hechos sucedidos con anterioridad. En 1957, se habían firmado los Tratados de Roma que establecían la nueva Comunidad Económica Europea, y enseguida quedó claro para algunos de los analistas políticos más cercanos a Franco el camino que España debía seguir para fortalecer su poder fuera. El ingreso a la CEE significaría que, además de las posibles ventajas económicas, la legalización del Régimen en el exterior también llegaría a su recta final. Pero, de hecho, la falta de democracia se había convertido en un impedimento insuperable en el camino hacia la adhesión europea. Por eso, cuando el informe de Castiella fue rechazado por el máximo órgano de la Comunidad Económica Europea en 1962, se empezó a gestar un cambio de estrategia que pasaba por demostrar a la comunidad internacional que España estaba preparada para la modernización y que el país culturalmente podía tener competitividad con el resto de Europa. Este fue el quid de la nueva política que Fraga trataría de llevar a cabo y que se resumía en una sola

palabra que los españoles empezarían a escuchar a menudo: la apertura (Aragüez, 2006).

A partir de entonces, la palabra "apertura" sería empleada por el Régimen como consigna propagandística para compensar la falta de libertad que se había impuesto a sí mismo. Poco después, la apertura comenzaría a asociarse con ciertos signos, no únicamente de desarrollo económico y social, sino de modernización cultural también. Fue en ese momento cuando se empezaron a desarrollar medidas en diversos ámbitos para crear una imagen de progreso político y social y de aumento de libertades internas y externas. En resumen, una imagen de apertura. Así que defenderse en el nuevo mapa europeo y legitimarse externamente era una evidente estrategia de propaganda del Régimen.

Cuando se hace referencia a la política de apertura del ya ministro Manuel Fraga, uno de los hitos más destacables de ésta fue la Ley de Prensa de 1966. Dicha ley simbolizaría el nuevo curso del Ministerio y de una propaganda con una imagen más libre a nivel social y cultural. Pero lo más importante, sería un punto crucial para los medios de comunicación, que en ese momento parecían estar comenzando a reinventarse. Podría decirse que fue la cúspide de la política del popular ministro gallego y, por tanto, de su apertura. Aunque éste ya había empezado antes, más o menos desde su investidura en 1962, definiendo un nuevo rumbo político que comenzó a dar sus frutos unos meses después con el cine como actor principal. La Ley de Prensa se llevó todos los méritos por su enorme trascendencia, pero la política de apertura tuvo su éxito antes incluso, en otros terrenos entre los que se debe destacar el cine por su repercusión social y cultural.

En un panorama de búsqueda del Régimen para afirmarse culturalmente en Europa, el mundo del cine, debido a su repercusión, adquiriría una particular magnitud en la política del Ministerio. Esto no era nada nuevo, ya que tal estrategia se había planteado desde principios de la década, pero sería a partir de ese momento cuando se dedicarían mecanismos especiales para ello. En ese sentido, probablemente el primer caso se dio en 1960 cuando el Gobierno de España, al contemplar el enorme triunfo de Luis Buñuel, director de cine español, a nivel europeo y mundial, decidió invitarle al rodaje de su último trabajo. Todo ello con el propósito de adoptar en España a uno de los principales representantes de la cultura del momento en Europa.

Según Aragüez Rubio (2006), Buñuel dijo que sí a la oferta con la condición de coproducir con México y realizó obras maestras como *Viridiana* (1961), la cual se proyectó por primera vez en el Festival Internacional de Cine de Cannes, donde obtuvo un gran éxito, ganando la prestigiosa Palma de Oro. Pero estalló un escándalo cuando las autoridades nacionales observaron que el film estaba causando un revuelo internacional a causa de su irreverencia hacia la Iglesia y sus burlas a la censura franquista. Desde entonces, la obra de Buñuel fue prohibida en España, y lo que debería haber sido una señal del *laissez-faire* del Régimen, terminó siendo otro ejemplo de falta de libertades. Además, el asunto terminó con la destitución del, en ese momento, Director General de Cine, José Muñoz Fontán, y puso en aprietos al ministro Arias Salgado, quién mandó destruir todas las copias de la película después de que el diario del Vaticano, *L'Osservatore Romano*, la tachara de blasfema.

Dadas estas premisas, la política de apertura del Ministerio de Información y Turismo debía ser planificada de manera muy equilibrada, ya que debía proyectar una percepción de progreso sin comprometer los fundamentos en los que se apoyaba el Régimen. Desde una perspectiva cinematográfica, la finalidad era producir un cine modernizado, capaz de enfrentarse con el cine europeo pero bajo control estatal. Pero para hacerlo posible, era necesario cambiar el funcionamiento del cine nacional y crear nuevas formas y técnicas de trabajo. En suma, un nuevo enfoque que debía ser abordado por personas fieles y, sobre todo, conocedoras de este nuevo concepto y del ámbito artístico. Para ello, Fraga, para sorpresa de muchos, confiaba en José María García Escudero como Director General de Cinematografía y Teatro, un prestigioso erudito del cine quien ya había ejercido anteriormente el puesto.

3. El Nuevo Cine Español

José María García Escudero, periodista, escritor, Doctor en Derecho, militar del bando falangista, licenciado en Ciencias Políticas y Económicas e historiador de cine, son solo algunos de sus logros antes de ocupar el puesto de Director General de Cinematografía en el año 1951 por primera vez y, una segunda, en julio de 1962 designado por el Ministro Gabriel Arias Salgado. En esa primera toma de contacto, García Escudero dimitió por sus discrepancias en torno a la censura. La razón de la polémica fue su postura ante *Surcos* (1951), una película de José Antonio Nieves Conde, que había sido

motivo de críticas desde sus inicios. Eran los primeros años del final de la autarquía y el principio del desarrollo industrial, donde la migración rural comienza a convertirse en una realidad apremiante en las grandes ciudades y la película de Nieves Conde se hizo eco de la situación. Con este film el director quiso llevar a la gran pantalla la dura realidad de una familia que se vio obligada a abandonar el campo en busca de trabajo en los grandes núcleos. Las dificultades de vivir al margen, la pobreza, el mercado negro y la prostitución se representan en esta película, cuya calidad cinematográfica sorprende en el panorama general por el que estaba atravesando la industria (Aragüez, 2006)

Desde el principio García Escudero, estrenándose como director, apostó por dotar a *Surcos* (1951) de Interés Nacional, pues representaba una calidad excepcional y un enorme avance cinematográfico. Pero poco después se manifestaron opiniones disonantes por parte de la Junta de Calificación y Censura, que consideraban inconcebible galardonar un film que mostraba de manera tan clara los trapos sucios del Régimen.

Al mismo tiempo, el Director General estuvo sometido a una intensa presión interna por no haber premiado la película *Alba de América* (1951) de Juan de Orduña, de la productora CIFESA y más políticamente correcta. A pesar de llevar sólo unos meses en el cargo, en febrero de 1952, García Escudero renunció al ser testigo de la gran tensión que el puesto conllevaba y al comprobar la baja calidad cinematográfica en perjuicio de los asuntos políticos del momento. El abandono fue anunciado el 3 de marzo, y no fue sorpresa que el 15 de ese mismo mes se le reconociera a *Alba de América* el Interés Nacional.

Tras un breve paso por la Dirección General, García Escudero amplió su porfolio como teórico del cine, publicando hasta cuatro monográficos sobre cine en los años siguientes, culminando con la creación de Cine Español cuando, de nuevo, fue nombrado en la Dirección por Fraga en 1962. Pero, sin duda, un momento clave que le posicionó en su carrera como Director fue su participación en las Primeras Conversaciones sobre Cine Español organizadas por el Cine Club Universitario de Salamanca en 1955. Éstas serían las primeras jornadas en las que la industria del cine se reuniría para reflexionar sobre su funcionamiento y estructura, preocupados por la situación en la que se encontraba y que afectaba a la cultura española. Esta manifestación atrajo en grupo a bastantes figuras de distintos ámbitos, ideologías e

incluso generaciones: Juan Antonio Bardem Muñoz, director de cine; Eduardo Ducay Berdejo, productor de cine; Ricardo Muñoz Suay, cineasta; Fernando Vizcaíno Casas, periodista; José Luis Sáenz de Heredia, director y guionista de cine...

Por todo lo anterior, no es ninguna sorpresa la alentadora reacción que causó el anuncio del renombramiento de García Escudero, pues sus acciones pasadas le habían llevado a simbolizar dedicación y compromiso en el mundo del cine español. Y no sólo eso, sino que, además, se le relacionaba con calidad y modernidad. De esta forma, se entiende las innumerables cartas de apoyo y elogio que recibió el recién nombrado Director General durante sus primeras semanas en el cargo, no únicamente de personas afines con su manera de pensar sino también de otros representantes del área que, como él, estaban muy politizados como Juan Antonio Bardem o Ricardo Muñoz Suay.

Atendiendo a estos precedentes, y especialmente teniendo en cuenta la pronta dimisión en 1952 de García Escudero, a muchos les extrañó que Fraga volviera a apostar por él. Pero si se estudia en detalle, se puede llegar a comprender que en realidad se trataba de otro componente del eslabón hacia el aperturismo, ya que la figura del nuevo Director era la de un profesional entregado con el desarrollo del cine español y empeñado en trabajar por un escenario cinematográfico más serio, más moderno y con una estética similar a las tendencias que se habían establecido en el cine europeo. Aparte, el haber dimitido en un primer momento y su aportación en las Conversaciones de Salamanca, suscitaban una sensación de confianza a ese segmento más crítico de la cinematografía española que ahora cambiaba su concepción. De nuevo, esto sería un complemento a una política de apertura, una imagen que se antepone a la realidad de los hechos que ocurrirían más adelante y que no cumplía del todo con las promesas de modernización y libertad prometidas por el Ministerio (Aragüez, 2006).

De este modo, Fraga sentaba las primeras bases de la propaganda de aperturismo, un profesional comprometido con el cine cuya designación significaba esa apertura que tanto se esperaba de alguien como él y en su posición. El pistoletazo de salida se había dado y el sentimiento de esperanza se respiraba en el mundo del séptimo arte, pero internamente era necesario preparar el terreno para el nuevo planteamiento. Éste debía comenzar con la promoción de la producción de nuevas películas, que no reemplazaran a las que ya había pero sí que otorgase más calidad técnica para poder lanzarlo al exterior, además de crear nuevas temáticas, siempre bajo la supervisión del Estado. Para que todo esto fuera posible, la nueva estrategia se fundamentaría en cuatro puntos clave:

personal formado, propaganda de lanzamiento, control financiero y una censura reformulada.

3.1. El camino hacia la apertura

Cuando José María García Escudero fue nombrado Director General de Cinematografía y Teatro por segunda vez en julio de 1962, el programa de trabajo ya estaba formulado y se debía empezar a desarrollar. De los cuatro puntos que daban forma al proyecto, el primero en levantar vuelo fue el relativo a la instrucción del personal del sector. Desde la década de los cincuenta, en Madrid se había creado el Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (IIEC), una escuela oficial destinada a la enseñanza de los profesionales del cine. Desde entonces, la escuela sería remodelada y acondicionada hacia una estética más moderna, incorporando un profesorado dedicado a instruir a los nuevos cineastas de acuerdo a los nuevos estándares que eran tendencia en el mundo celuloide europeo. El objetivo era formar profesionales que fueran capaces de crear un cine de calidad a partir de sus conocimientos técnicos y que estuviese al nivel de los trabajos internacionales, pues la producción del país estaba muy alejada de la creada en otros países como Italia o Francia, entre otros y siendo éstos los más representativos. La reforma del Instituto concluyó con su renombramiento en 1961: Escuela Oficial de Cinematografía (EOC).

La Escuela Oficial de Cinematografía se dio a conocer como la institución donde nacerían los futuros cineastas que el Régimen tanto esperaba y cuyos trabajos darían un giro al sector con novedosas producciones en los cines de España. El resultado de este gran centro sería lo que ya se empezaba a conocer como Nuevo Cine Español. Una denominación que más adelante pasaría a ser el eslogan de la propaganda de la apertura de esta industria tanto nacional como internacional. Conforme a esas premisas, fueron surgiendo nombres que conformarían la primera promoción de jóvenes cineastas representantes del cine moderno. Algunos de ellos fueron Jorge Grau, Miguel Picazo, Francisco Regueiro, Antonio Mercero, Manuel Summers o Mario Camus, entre otros. Otras figuras también participaron en el nuevo desarrollo, como por ejemplo Carlos Saura, quien fue profesor de la EOC (Aragüez, 2006)

El primer fruto de este engranaje, como así lo afirmó años después el famoso crítico de la época Cesar Santos Fontenla, sería *Los Golfos* (1962), dirigida por Carlos Saura y prohibida durante la censura hasta la nueva Dirección General.

La política de García Escudero ya había echado a andar. Los medios y el fin estaban claros, pero para su óptimo rendimiento había que revisar tres aspectos legislativos que limitaban el panorama fílmico del país: los de protección, censura y económicos.

Respecto a la protección del cine, se debía tener en cuenta que desde el año 1944 existía una normativa de protección para el cine español frente a las producciones extranjeras. Esta ley obligaba a emitir una semana de cine español por cada tres, cuatro, cinco o seis, dependiendo de algunos factores como la estación, de cine extranjero. Con la llegada del nuevo equipo directivo, este reglamento fue sustituido por la Orden Ministerial de 19 de agosto de 1964 que determinaba una cuota de pantalla de una semana de cine español por cada cuatro de cine extranjero (BOE, 1964). Más adelante, se continuaron los acuerdos con distintos distribuidores para conseguir un nuevo decreto, el de 20 de enero de 1967, que establecía una exhibición en una cuota de 1 por 3. Este asunto puede no parecer importante, sin embargo, lo era y mucho ya que de esos valores en vigencia dependerían los ingresos económicos y el aumento o disminución de las oportunidades para la industria del cine español.

En lo que respecta a la legislación en materia de censura que, aparentemente era el foco de todos los problemas que envolvían al cine, las normas vigentes en 1962 eran esencialmente las mismas que se habían instaurado al terminar la Guerra, en las primeras actuaciones políticas del Régimen. Había que reconsiderarlo urgentemente puesto que la nueva política cinematográfica requería un nuevo marco legal en ese aspecto. La finalidad era realizar películas con menos cortes, reflejando así la apertura pero sin terminar de aceptar la total libertad de expresión.

Sin embargo, dicho asunto no era tan fácil, puesto que en primer lugar se debía reorganizar la Junta de Calificación y Censura para así lograr un grupo consistente que se pudiera controlar y que compartiera un enfoque parecido. José María García Escudero elige a Florentino Soria, con quien había trabajado en la revista *Film Ideal*, como Subdirector de Cinematografía además de Vicepresidente de la Junta de Calificación y Censura. También incorporó a la Junta a otros académicos con ideas similares como Marcelo Arroita-Jaúregui o Pascual Cebollada, quienes acudirían a las

juntas censoras con frecuencia a la vez que desempeñaban su labor como críticos en revistas como *Film Ideal* o *Reseña*. De esa manera, la Junta fue rediseñada y pasó a tener una estructura relativamente uniforme en lo que respecta a la censura, con arreglo a la documentación de la época. Así pues, en ese tiempo, muchas de las resoluciones se aprobarían, con excepciones, con la mayoría de los votos.

Pero para resolver completamente el desafío correspondiente a la censura, la nueva política se coronó con la Orden de 9 de febrero de 1963 por la que se aprobaba una nueva versión de las «Normas de censura cinematográfica», conforme así lo asegura el profesor Carlos Aragüez Rubio (2006). Esta nueva reglamentación también sería considerada como otra medida de apertura, ya que representaba un paso adelante sobre la situación anterior. Esta era la primera ocasión en 25 años que se realizaba un documento el cual recogía aquello que debía o no ser sancionado.

Con estas cosas en mente, la Junta de Calificación y Censura empezó a trabajar en una dirección clara. Sus integrantes buscaron fijar un estándar que, aunque las pautas básicas no modificaran lo anterior, sí tuviese más en cuenta la calidad técnica de las producciones, fomentando así la creación de películas que pudiesen estar a la altura para participar en Festivales Internacionales y enfrentarse a los trabajos presentados por otros países europeos. Por supuesto, cualquier crítica a la política nacional, referencia a la figura del Jefe del Estado o emisión de contenidos audiovisuales que tratasen temas delicados, ofensivos u obscenos que pudiesen ser catalogados como un delito contra las buenas costumbres, seguía estando completamente prohibido. Pero exceptuando dichas cuestiones, por otro lado se confería una mayor libertad para abordar con más espesor y realismo algunos problemas sociales y humanos. Este criterio se apoyaba, además, de la noción popular de que una cantidad justa de criterio intelectual en determinadas películas las fortalecería con una coraza con vistas al exterior, mientras que su influencia interna solo llegaría a un grupo límite, no resultando peligroso para el sistema. Un vívido ejemplo se puede observar en el archivo de la obra de Carlos Saura: *La Caza* (1966), donde aparece redactado que el largometraje posee una gran cantidad de malas intenciones pero que no hay motivo para censurarlo, puesto que no mucha gente lo notaría. Esas anotaciones plasman el proteccionismo de las normas de autoridad culturales de aquel tiempo y las ideas propias de los predicadores católicos y del Opus Dei, que eran mayoría en la Junta.

A grandes rasgos, lo que se buscaba era establecer un equilibrio entre lo que era inadmisibles y lo que era deseable para el Régimen. Y, para ello, era indispensable emplear la publicidad como herramienta puesto que esta etapa de apertura se basaba principalmente en la propaganda.

Con los resultados conseguidos, el Nuevo Cine Español ya podía emprender su camino. Pero aún faltaba algo. Había que ultimar detalles. En concreto, había que asegurar un control a todo ese proyecto en el que se había estado tanto tiempo trabajando para que saliese a la luz de acuerdo a lo planeado. Para ello, se impulsó la Ley de Control en las Taquillas (1964), cuyo objetivo era registrar el impacto real de la política en la industria del cine y si ésta se ceñía a la cuota 1 por 4 que se había reestablecido ese mismo año. Hasta entonces solamente se había podido analizar según el número de semanas que una película se había proyectado en los cines. Cualquier película que hubiese sido expuesta en los cines de Madrid durante más de seis semanas, era calificada como “película de éxito” (Pérez, 2017). Esta nueva Orden, la cual enfrentó al Sindicato de Exhibición con los distribuidores, logró implementarse en último término, pero dejó a García Escudero bastante agotado. Es difícil saber si finalmente prosperó o si no tuvo el efecto que esperaban, pues no es posible comparar las cifras oficiales con otras. Por tanto, la única constancia que se tiene de su aplicación es el informe publicado por la Dirección General de Cultura y Espectáculos del Ministerio de Información y Turismo en 1968, el cual alberga toda la información detallada año por año desde 1965. Naturalmente, el mismo Ministerio de nuevo anunció la novedad de esta nueva actuación que fomentaba la apertura.

3.2. Recibimiento del ocio y consumo mediante el cine español de los 60

3.2.1. La imagen del turismo

De acuerdo con el profesor Gómez (2006), existió un cine que presentaba el turismo como herramienta de entretenimiento y cultura el cual comenzó con el desarrollo de las industrias culturales y éste, en el caso de España, empezó a adquirir un cariz un tanto reiterativo con algunas pinceladas cómicas propias de los años sesenta, periodo coincidente con la apertura de España al exterior. En esa misma década se da el surgimiento de las ofertas turísticas. Las empresas pertenecientes a esta industria

aprovecharían la variedad de la oferta de entretenimiento. En ese marco, empieza a ser una tendencia el boom del sector servicios el cual pone en marcha estrategias para promover el ocio en las zonas costeras.

De esta forma, la población, especialmente los residentes de las zonas urbanas, optaban por ir a los destinos de sol y playa antes que a los espacios rurales, de donde procedía una alta proporción de la gente. Además de este sector, el incremento de vehículos en posesión propia fomentaría los movimientos a los lugares turísticos.

Visualizar lugares susceptibles de intentar generar turismo dio lugar a espacios los cuales fueron apodados como “ciudades de mentira” en los que el turista forma parte del reparto de una simulación donde las empresas y las actividades sociales y políticas definen espacios que desvirtúan su esencia, alterando sus entornos naturales y desconfigurando su identidad social. Para ilustrar los contextos en los que se daba esa discordancia de percepciones de lo forastero frente a lo local, de lo moderno frente a lo clásico, etc., se han escogido algunos ejemplos de casos en los que el turismo obtiene diferentes tonalidades según denote avance, encubrimiento, atracción, proyección u otras ideas.

3.2.2. El turismo como catalizador del progreso

Tal vez, la referencia fílmica más representativa y clara de lo que era el turismo en la década de 1960 es la película de *El turismo es un gran invento* (1967), del director catalán Pedro Lazaga. Desde el principio de la película, ya en los primeros planos se puede observar la estrategia de promoción de los destinos de playa como si fuese un anuncio comercial de una agencia de viajes, muy parecido a lo que se sugería en los anuncios de televisión y cine de la época para publicitar una oferta de ocio. En esas primeras escenas, como preámbulo de la trama, se narra una introducción cómica en la que se exponen las ventajas del turismo, concepto antes más desconocido, y por qué es necesario. Durante unos minutos se anima a viajar y aprovechar la oportunidad mediante los diferentes transportes para conocer cosas nuevas: descubrir la gastronomía del lugar, descansar, socializar, etc., para después continuar con el auténtico relato del filme ubicado en Valdemorillo del Moncayo. Éste es un pequeño pueblo aislado (ficticio) de Aragón donde el alcalde, Benito Requejo (interpretado por Paco Martínez Soria) pretende el progreso del lugar gracias al turismo. Para lograrlo irá a la Costa del Sol para captar ideas, a Madrid a pedir ayuda al Ministro y hasta llevará una atracción

internacional al pueblo. Cualquier cosa con tal de demostrar que el turismo es un gran invento. Este arranque de la comedia alude al periodo en el que se encontraba España, dividida entre el tradicionalismo clásico de un país con zonas rurales aún hundidas en la miseria del abandono, apartadas y atrasadas, frente a una España más moderna y abierta a lo exótico, que a su vez aporta ganancias a los residentes del destino. Así pues, coexisten simultáneamente dos contextos geográficos muy opuestos el uno del otro debido a las desigualdades económicas, culturales, sociales, etc., al nivel de desarrollo o teniendo en cuenta el liberalismo frente al conservacionismo de cada uno de ellos (Gómez, 2006).

El tema central que trata el filme son los beneficios que el turismo puede aportar como sustancial fuente de ingresos en el aprovechamiento de espacios rurales que puedan atraer el interés de culturas fuera de esas áreas, o sea, en la adhesión de la “cultura” costera a la rural para así erradicar el tradicionalismo que ya quedaba anticuado. La película aún los atributos que brindan los lugares costeros con respecto a las aldeas rurales, sus desemejanzas tecnológicas y recreativas, y las personas que allí residen. En este sentido, se crean escenas humorísticas sobre las distintas visiones que tienen los personajes. De esta forma, en el pueblo, las mujeres conciben el turismo como algo perjudicial mientras que los hombres lo ven como una fuente de ingresos y como un catalizador de inmigrantes de los pueblos a la ciudad que quieran volver para una mayor tranquilidad, como de turistas de otros países, incluyendo mujeres guapas y exóticas como las que el alcalde y su secretario municipal descubrieron en la playa.

Pero *El Turismo es un gran invento* también muestra los impedimentos para que cualquier sitio pueda convertirse en un destino turístico; por ejemplo, en la escena en la que Don Benito regala un traje de baño a su sobrina sin ser consciente de que en el pueblo no lo va a poder usar puesto que no tiene nada que ver con la playa. En otra secuencia se reflejan las dificultades económicas que tiene conseguir medios financieros para llevar a cabo proyectos para renovar el lugar. Dicho juicio ya se había planteado anteriormente en la obra *Bienvenido, Mister Marshall* (1953), una comedia del director Luis García Berlanga lanzada, entre otras cosas, como instrumento para satirizar la censura impuesta por el franquismo, el cual se encontraba en pleno auge. En esta película ya se sugería la idea de la magnitud económica que podía significar para el turismo nacional la recepción de los turistas estadounidenses. En la historia, los habitantes de Villar del Río, un pueblo de Castilla, han de acondicionar el lugar para

convertirlo en un escenario turístico. Para ello, tienen que hipotecar sus bienes de manera directa o indirecta sin que éstos les sean devueltos, por lo que su deuda aumentará y sus vidas no volverán a ser las mismas, sino que se complicarán por el embargo en el que se ven envueltos. Un abordaje distinto al que se trata en *El Turismo es un gran invento*, en cuyo argumento, a pesar de no lograr los objetivos originales acusados de ser excesivamente surrealistas, sí cuentan con ayuda para desempeñar algunos de sus deseos con la instauración de un parador, según Gómez Alonso (2006).

El mensaje que busca transmitir la comedia de Lazaga es que es posible simular centros turísticos en las zonas de interior mediante el acondicionamiento del lugar con edificaciones como paradores y levantamiento de zonas de actividad para promocionar la cultura popular como una vía de escape y un instrumento para obtener la comodidad y el bienestar que los medios rurales brindan. Para representarlo, la obra culmina con una interpretación de una típica jota aragonesa. Asimismo, el personaje que interpreta Paco Martínez Soria ofrece un diálogo en el que concientiza de que “hay que estar preparado para el progreso”.

3.2.3. El turismo con un subtono pícaro

También de la colección de Pedro Lazaga, a principios de los sesenta se estrena en los cines *Los tramposos* (1959), una comedia en la que dos estafadores llevan a cabo todo tipo de astucias para timar a los ciudadanos que habitan las calles de Madrid, para después vender viajes turísticos con los que engañar a los turistas extranjeros que llegan a la capital y alrededores.

Los personajes que dan sentido a la película describen una imagen picaresca cuando, por su condición social y económica, efectúan cualquier argucia para engañar y así obtener beneficio económico. El relato alberga una moraleja que viene a dar a entender que, en una estrategia comercial, cuando no se pueda competir con el enemigo es mejor unirse a él. Pero además de esta idea, también se refleja la situación de los turistas extranjeros que visitan Madrid; éstos son retratados como analfabetos culturalmente hablando. De esta manera, se teatraliza de un modo original las idas y venidas de los personajes para cambiar el absurdo estereotipo de los extranjeros. Un tema que claramente no concuerda con las otras películas en las que los turistas de las zonas de interior que viajan a la costa se encuentran muy atrasados con respecto de los extranjeros, tanto en la manera de comportarse como en cuestiones de protocolo o la

simple manera de pensar. Algo parecido ocurre en las películas protagonizadas por Paco Martínez Soria, donde la modestia y la incultura de los habitantes de los pueblos deja mucho que desear si se compara con las conductas y actitudes de los que viven en las grandes ciudades o las personas de otros países (Gómez, 2006).

La película muestra cómo los extranjeros ven extraño cualquier hecho inocuo y lo ven como si fuera un ritual propio de la cultura popular: desde ir a un funeral, a beber alcohol en un pub, pasando por tener que empujar el autobús en el que se encontraban viajando..., creyendo desde la ignorancia que eso era algo que formaba parte de las costumbres españolas. De esta forma, el engaño se convierte en una herramienta clave a la hora de hacer marketing que se usa para relacionar aquello que pueda resultar ridículo o inútil con rutinas que hay que conocer.

3.2.4. El turismo hacia la liberación

La película de 1969 *Vivan los novios*, dirigida por Luis García-Berlanga Martí, trata sobre la visión que se tiene del turismo a través de la percepción personal del personaje principal, Leonardo, interpretado por el actor José Luís López Vázquez. La película plantea los cambios que experimenta el protagonista a la hora de contraer matrimonio, su obsesión por tratar con turistas extranjeras y mantener con ellas una relación “exótica” a causa de la notoria ausencia de una relación prematrimonial. En algunas escenas se expone el voyeurismo de Leonardo: en algún momento dado mira a escondidas por la ventana. Esta conducta, a medida que avanza la película, se convertirá en una obsesión. La obsesión involucra a su vez al jefe, quien llega de visita también desde Burgos; un entorno ajeno al turismo. De esta forma, se crea una atmósfera de seducción, en la que lo desconocido se convierte en afrodisíaco.

Las localizaciones presentan los distintos espacios clave del municipio catalán de Sitges: la playa, los alojamientos turísticos, la Iglesia... Esta pieza del cineasta Berlanga refleja cómo la vida del personaje se ve condicionada, algo parecido a lo que ocurría en *El verdugo* (1963), otra creación de Berlanga. El hecho de querer aparentar un estatus social determinado se refleja cuando, por ejemplo, Leonardo opta por aplazar el entierro de su madre para después de la ceremonia con tal de no tener que prorrogarla un año.

También en la obra se incluye el exotismo con el que los turistas extranjeros perciben la manera en que se asimilaba la muerte y se guardaba luto en España y que tanto

caracterizaba al país en la época. La película construye un discurso similar al de *El verdugo*, en la cual el duelo se celebra con una fiesta.

Leo intenta evadirse de la frustración producida al no poder satisfacer su deseo de mantener una relación con alguna turista de otra nacionalidad y en la escena final aparece perseguido por una araña que intenta atraparlo formada por todas las personas que velaban en el funeral. Los personajes quedan siempre atrapados de alguna forma, ya sea por las normas sociales, las adscritas o lugares de los que escapar les resulta una misión imposible. Por otro lado, la idea de fragmentar el entierro nace como un signo de posmodernidad en donde converge la contradicción entre lo tradicional y lo aperturista, lo cómico y el humor negro, y lo convencional contra lo exótico (Gómez, 2006).

En *Vivan los novios* se puede ver también algunas partes que relatan la transformación interna del país con la comercialización de souvenirs: la tienda de la que es dueña Loli (Lali Soldevilla) ofrece al público una amplia variedad de productos de recuerdo para los extranjeros. Esta idea se relaciona con lo que advirtió el investigador García Canclini acerca del término “boutique” como un pseudomuseo, un espacio para quienes quieren tener acceso a recuerdos que luego formarán parte de la decoración del hogar. Por lo tanto, se crea la necesidad de conservar los recuerdos, objetos materiales o consumibles, producidos en las regiones donde tuvieron lugar las vacaciones.

En algunas partes de la película se describe cómo a los visitantes extranjeros les parecen algo conservadoras las costumbres españolas en algunas cuestiones como la libertad sexual, el matrimonio o el luto. En la escena final, la cual es acompañada por una melodía propia de un festejo taurino, la idea de huida o evasión que desea Alfredo Landa cuando trata de escapar del entierro es semejante a la que presenta Berlanga en *El verdugo*, aunque en grados muy distintos. Mientras que la idea de escape, en *Vivan los novios*, está asociada al rechazo del arraigo de las costumbres españolas, como por ejemplo el guardar luto, y hacer frente a una nueva vida simbolizado con el hecho de irse en este caso con una mujer extranjera, en *El verdugo* cuando el personaje intenta escapar trae consigo el significado de que no está bien cometer actos que impliquen la pena de muerte y de no apoyar la ideología franquista.

3.2.5. El turismo, una fachada del horror

Volviendo a analizar la tragicomedia de *El verdugo*, en ella se observa un nuevo concepto del turismo, esta vez en el paisaje de Mallorca. Allí José Luis, empleado de una funeraria, se queda atónito al ver a las mujeres extranjeras pues le resulta exótico y novedoso. Al mismo tiempo, la ubicación elegida caracterizada por ser un destino destacable por el turismo y el ocio, juega ahora un papel donde tendrá lugar el horror de la pena de muerte, cuyo trasfondo es la supresión de ciertas actitudes y situaciones. La excursión a las Cuevas del Drac, atractivo turístico de la ciudad de referencia, se ve frenada cuando la Guardia Civil irrumpe en busca de Amodeo, un verdugo de la Audiencia de Madrid. Sin embargo, la entrada de éstos parece ser parte del espectáculo del turismo, como si de un acto lúdico se tratase. Por otra parte, la adquisición de una gorra típica de los puestos costeros que comienza a impulsar el “beach marketing” se afianza con el valor que cobra el complemento del que no se deshace el protagonista ni siquiera cuando está a punto de producirse la ejecución, la cual integraba ese “turismo irónico”; recurso cultural de la dictadura en la que se encontraba España y que disimulaba políticas que operaban durante el franquismo como la pena de muerte (Gómez, 2006).

3.2.6. El turismo como medio de socialización

En la película de Fernando Merino *Amor a la Española* (1966), se cuentan las aventuras de tres amigos que se dedican a cortejar a las esculturales y jóvenes turistas extranjeras que veranean en la playa de Torremolinos durante el boom turístico. Para ello, ponen en práctica ridículas tácticas y artimañas que constantemente caen en el fracaso, como por ejemplo cuando uno de los huéspedes del hotel en el que se alojan confunde la nacionalidad de las turistas al pensar que la mujer sueca era francesa y la noruega, sueca.

En realidad la trama no era ninguna novedad con respecto a las de otras películas de contexto similar en el género de la comedia ni tampoco en el mundo del cine en general durante esta década. Sin embargo, cabe destacar el trasfondo del filme que comparte un mensaje de lo que el público se puede encontrar al hacer turismo en los destinos de sol y playa a través de lujosos hoteles y apartamentos, mujeres guapas con cuerpos de modelos y todo el ambiente que en ellos se respira, y otros elementos que se presentan.

Dicha maniobra sirvió como estrategia de marketing para fomentar el turismo incitando a la gente a viajar para así descubrir nuevos sitios, disfrutar y socializar en ellos.

La película, como otras de temática similar, se estructura con una puesta en escena en donde se presenta la idea del turismo como una posible actividad recreativa sexual a través de las relaciones que se establecen entre los personajes masculinos y las extranjeras. En ocasiones, ese juego se conjuga con el concepto del estereotipo español, como si formase parte del prototipo de turismo que se quiere vender de España. Esto se escenifica, por ejemplo, cuando uno de los protagonistas, Patricio (Manolo Gómez Bur), explica a una turista que está ojeando en el puesto de souvenirs qué son las castañuelas con una montera de torero en la cabeza, personificando algunos de los elementos claves que simbolizan la cultura española. Además, Patricio regala a la mujer el instrumento haciéndola ver que la generosidad que tienen los hombres españoles con las mujeres. Con ello, se plasman distintos elementos que forman una cultura; no sólo materiales, como el patrimonio, sino también inmateriales, como los valores o las costumbres de los habitantes. Todo esto con el objetivo de vender a los espectadores extranjeros una imagen favorable de un país que, además de contar con lugares de lo más confortables y con un buen clima, su gente es bondadosa, cercana y fiestera.

Conforme al profesor Rafael Gómez Alonso (2006), el tipo de argumento que se desarrolla en estas películas de género cómico y adornadas con ciertos matices eróticos dio lugar a un nuevo fenómeno del cine español en la década de los setenta denominado “landismo”. Esta serie de películas fueron protagonizadas por el actor Alfredo Landa durante buena parte de su carrera; periodo que abarcó desde 1969 hasta el año 1978. Esta corriente se enmarca dentro del género de la comedia de situación y sucede a las revistas teatrales de la época. En el landismo se genera un conflicto o enredo entre parejas en lo que tiene que ver con las relaciones sexuales. Éste, más adelante, con el fin de la censura franquista, daría lugar a otros nuevos géneros cinematográficos como el acuñado “cine de destape” o el mayormente protagonizado por Paco Martínez Soria, en el que se contrasta la “España rural” frente a la “España urbana” y la “mujer tradicional” frente a la “mujer cosmopolita”. En ellos se dan todo tipo de disyuntivas a través de los personajes y su afán por imaginar y desear otras formas de vida distintas a la que ellos conciben como tradicional.

La manera de establecer relaciones normalmente van ligadas a la fiesta, y más concretamente al consumo de bebidas alcohólicas, pues en esas situaciones es cuando

los personajes masculinos se aprovechan del estado de embriaguez en el que se encuentran los personajes femeninos extranjeros. Adicionalmente, los hombres llevan a cabo otra serie de prácticas de seducción como comportamientos insinuantes mediante miradas, invitaciones, regalos o halagos que usualmente no funcionan debido a su desfachatez y ordinariez.

CAPÍTULO III. CONCLUSIONES FINALES

Existen grandes diferencias entre la identidad española y la extranjera pero también, sin ir más lejos, hay un buen trecho entre la España rural, la urbana y la costera. Mundos muy alejados en todos los sentidos cuyas características y vida social que en ellos se desarrolla se han estereotipado en las películas de promoción turística como si de obras teatrales o historietas de cómic se tratara. En ellas, a la mujer española se la presenta con un perfil autoritario y convencional que abandona al personaje masculino pero que queda en un segundo plano en comparación con la novedad que suponen las relaciones que se pueden dar con turistas extranjeras. De manera que se contrasta lo foráneo como algo exótico y modelos ideales de belleza frente a lo tradicional, arraigado a las clásicas costumbres religiosas con el matrimonio como máxima aspiración.

Las disparidades entre culturas permiten identificar disyuntivas que aparecen entre lo común frente a lo exótico, o sea, dan lugar a una alteración de valores estableciéndose una contraposición de apariencias entre las reales y las ideales.

La representación que se lleva a cabo de la manera en que se percibe lo extranjero viene definida por los estereotipos que caracterizan la cultura española de esa época que aún permanece como signo del turismo en los destinos característicos de ese tipo de actividad recreativa, como son las discotecas, los festejos taurinos, la música, las bebidas alcohólicas y aquellos otros que puedan ser motivo de celebración aunque no sea su principal cometido, como por ejemplo ocurre en algunas películas como en *Vivan los novios*, donde asistir a un funeral se convierte en algo típico español.

Las estrategias para camuflar la promoción turística constan de multitud de tácticas para exponer las tendencias que tienen lugar en los escenarios turísticos y que empiezan a mutar con las nuevas ofertas de consumo para la población española que vive atrasada con respecto al avance cada día más progresivo que experimentan otras naciones europeas, pero que comienza a asomar a través de las visitas concurrentes a los lugares costeros. Se trata entonces de un cine que propicia la cultura mediante las ventajas de viajar, de hacerse con un automóvil, de disfrutar, descansar y descubrir y de festejar lo que se presiente como el último aliento de la dictadura que regía.

Parece oportuno destacar la naturaleza cómica, reiterativa y caricaturesca que poseen muchas de las secuencias referenciadas, sobre todo en las escenas donde se advierten toda clase de nexos entre apariencias y atracción. El hecho de que se establezca esa distancia entre mentalidades, culturas e incluso sexos, posibilita el poder investigar los

rasgos antropológicos y sociales de las distintas identidades que conviven en los espacios en los que se desarrolla la acción; contrastes que si bien pueden parecer exagerados, fueron los pilares de lo que sería el inicio de un período de transición que, con sus consiguientes periodos de altibajos, lograría afianzar lo extranjero como algo normal que forma parte de la adecuada evolución de la sociedad y la cultura en países en vías de democratización.

De lo estudiado hasta aquí, se pueden extraer dos conclusiones clave: la primera tiene relación con el cine de la década de los cincuenta y de los sesenta en el que un gran porcentaje de las producciones de temática turística funcionaban en esencia como instrumentos de promoción turística nacional. La segunda, según los ejemplos que se han ido referenciando, tiene que ver con la relación que existió entre los intereses de la industria cinematográfica y los institucionales los cuales se reflejaban con los numerosos premios, privilegios y alicientes que los trabajos fílmicos recibían por parte de la administración y que promovieron esa especial atención de las productoras hacia el turismo. Éste se enfocaba bajo el esquema y los intereses del Gobierno, lo cual provocó críticas que irían adquiriendo una mayor visibilidad a partir de los años sesenta, con Berlanga haciendo ruido ya en la década anterior. A pesar de no recibir mucha atención a corto plazo, a largo plazo esas voces sacaron a la luz todas las incongruencias de las políticas del Régimen y plantaron la semilla para el cambio social y político que se había estado propiciando todo este tiempo y que finalmente, con la muerte de Francisco Franco en 1975, se emprendería rumbo hacia el periodo histórico que hoy se conoce como “Transición Española”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Autor desconocido. (2020). *El Nuevo Cine Español en los Años Sesenta*. Aragón Cultura. Recuperado de <https://www.cartv.es/aragoncultura/nuestra-cultura/el-nuevo-cine-espanol-en-los-anos-sesenta-2971>
- Aragüez, C. (2006). *La Política Cinematográfica Española en los Años Sesenta: La Propaganda del Régimen a Través del Nuevo Cine Español (1962-1967)*. Revista Sociedad y utopía: Revista de ciencias sociales, N ° 27, Universidad de Alicante. Recuperado de http://www.represa.es/represa_3_mayo_2007_articulo8.html
- BOE. Recuperado de <https://www.boe.es/>
- Gómez, R. (2006). *El Turismo No es un Gran Invento: Aperturismo y Recepción del Ocio y Consumo a Través del Cine Español de los 60*. Área Abierta, Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB0606330004A/4164>
- Huertas, P.; Sánchez, A. (2014). *El Desarrollismo en la España de los 60*. España: CVG.
- Molina, J. (s.f.). *El Cine de los 60'*. Plusesmas.com. Recuperado de <https://www.plusesmas.com/nostalgia/queridos-recuerdos/radio-tv-y-cine/el-cine-de-los-60.html>
- Muñoz, M.; Padrós, C. (2006). *Efectos Económicos de la Normativa de Protección y Fomento de la Cinematografía en España*. Revista de Administración Pública, Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet/EfectosEconomicosDeLaNormativaDeProteccionYFomento-2202980.pdf>
- Navarro, A. (2018). *Las Conversaciones de Salamanca en 1955: Una Reflexión Sobre el Cine Español*. Industrias del Cine. Recuperado de <http://industriasdelcine.com/2018/01/09/las-conversaciones-de-salamanca-en-1955-reflexion-sobre-el-cine-espanol/>

- Ocaña, J.C (2005) *La consolidación del régimen franquista. Las transformaciones económicas: de la autarquía al desarrollismo. Los cambios sociales.* Historiasiglo20.org. Recuperado de <http://www.historiasiglo20.org/HE/15-2.htm>
- Pérez, J. (2017). *Confessional Cinema: Religion, Film, and Modernity in Spain's Development Years, 1960-1975.* Canadá: University of Toronto Press.
- Pellejero, C. (s.f.). *Evolución de los Movimientos Turísticos Fronterizos y de las Demandas Hotelera y Extrahotelera en España a lo Largo del Siglo XX.* Departamento de Teoría e Historia Económica, Universidad de Málaga. Recuperado de http://www.usc.es/estaticos/congresos/histec05/b15_pellejero.pdf
- Pousada, R. (2002). *Economía e Historia del Turismo Español del Siglo XX.* Historia Contemporánea N° 25, Universidad de Vigo. Recuperado de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/5934-229-21778-1-10-20120424.pdf>
- Sardá, J. (2011). *Viridiana, 50 Años del Escándalo.* El Español. Recuperado de https://www.elespanol.com/el-cultural/cine/20110518/viridiana-anos-escandalo/1750342_0.html