

CONTRAPUNTOS DE MADRID: DESARROLLISMO Y POLÉMICA EN EL DOCUMENTAL INSTITUCIONAL DE INTERÉS TURÍSTICO DURANTE EL BOOM*

LUCÍA RODRÍGUEZ GARCÍA DE HERREROS

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, la historiografía ha relacionado la evolución del cine español durante los años cincuenta con un creciente interés por el realismo. Se ha afirmado que, en esa década, «el cine español sale a la calle y habla con mayor o menor contundencia de lo que rodea al ciudadano medio» (Arocena, 2005: 92). La idea de la cámara en la calle es bastante literal, puesto que en la segunda mitad de esta década aumentaron los rodajes en exteriores, lo que contribuyó al cierre de algunos estudios cinematográficos (Deltell, 2006: 36-37). La elevada concentración de la industria favoreció que muchas de estas películas se rodaran en las calles de Madrid.

No obstante, los historiadores señalan que la concepción predominante de realismo cambió notablemente a lo largo de la década de los cincuenta y, junto con ella, la imagen proyectada de la capital. Así, además de la (en ocasiones cuestio-

nada) influencia del neorrealismo italiano, el cine español de la época incorporó también elementos sainetescos o costumbristas para reflejar la vida cotidiana, para finalmente ceder hacia visiones más edulcoradas de la realidad que alcanzaron un importante éxito en taquilla.

Este artículo centra su interés en la actitud de las instituciones turísticas franquistas en relación con este cambio de imagen. El objetivo es tratar de identificar si estas instituciones fueron precursoras, beneficiarias o indiferentes a esta significativa variación iconográfica y discursiva en torno a la capital de España, dado que a menudo se ha subrayado el relevante impacto del *boom* turístico sobre las comedias desarrollistas. La hipótesis es que las autoridades turísticas fueron por detrás del auge de la comedia desarrollista y su éxito en taquilla, pero que se sirvieron de estos para respaldar nuevos imaginarios y representaciones turísticas de un Madrid más moderno y cosmopolita, incluso en su proyección hacia el exterior.

La investigación se encuadra en la historia del cine, y tiene como fuente principal las películas de no-ficción comisariadas por el propio Ministerio de Información y Turismo para promocionar el turismo en España; concretamente, aquellos documentales centrados en Madrid rodados en los cincuenta. A pesar de lo relevante de los aspectos pragmáticos relacionados con el documental, y de la importancia de los aspectos contextuales según la perspectiva histórica, no se ha querido dejar de lado el análisis del discurso de los films, para no caer en la paradójica marginación de las películas de la que en ocasiones ha adolecido la historiografía del cine español, según algunos autores (Castro de Paz, 2020; Zunzunegui, 2018).

Por este motivo, se ha utilizado una metodología articulada sobre tres patas. En primer lugar, el análisis fílmico, en el cual la segmentación de los elementos visuales, verbales y sonoros de una película permite dar lugar posteriormente a una reconstrucción de la estructura narrativa, temática y discursiva subyacente. En este apartado, se toman elementos de la propuesta clásica de Casetti y Di Chio (2007). Las fuentes audiovisuales necesarias han podido consultarse en la Filmoteca Española y la web del Archivo de RTVE.

En segundo lugar, se ha considerado fundamental subrayar que las películas que se quiere analizar fueron concebidas en relación a su uso: la propaganda turística de España. Por esta razón, resulta útil la propuesta de Elsaesser (2009: 23) en su aproximación al cine de no-ficción. Se trata de una metodología histórico-pragmática en la cual las tres preguntas básicas son: quién comisiona la película, con qué ocasión se produce, y a quién se dirige/con qué objetivo. La necesidad en el ámbito del documental de plantear metodologías cercanas a la pragmática ha sido puesta de relieve por otros teóricos (Plantinga, 2014: 21), y el sistema de Elsaesser ha sido bien recibido por autores que han analizado algunas formas de no-ficción útil, como por ejemplo el cine industrial (Hediger y Vonderau, 2009: 46). Las fuentes documentales necesarias para esta

sección se han obtenido, fundamentalmente, en el Archivo General de la Administración.

En tercer lugar, más allá del acto comunicativo que rodea a un título en concreto, la perspectiva histórica implica siempre una contextualización más amplia, que permita valorar la evolución de los discursos. Existen documentos complementarios que permiten entender las redes de significados en torno a una película, incluyendo algunos textos relativos a su recepción. De nuevo, en el caso que nos ocupa serán de especial relevancia los documentos oficiales consultados en el Archivo General de la Administración.

Para poder atender a esta metodología triembre, ha sido necesario centrar el interés en pocos títulos. Se ha elegido *Contrapunto de Madrid* (José López Clemente, 1957) por tratarse de un cortometraje representativo de la primera hornada de documentales comisariados por las autoridades turísticas del franquismo, tanto en su discurso como en su modelo de producción. Además, se trata de un film que, por su propuesta iconográfica y discursiva, fue objeto de una encendida polémica que ilustra las prioridades, inquietudes y aspiraciones de diferentes actores en el seno del Ministerio de Información y Turismo.

Esa interesante polémica hace que resulte necesario realizar una breve caracterización de la película con la cual las autoridades turísticas reemplazaron al film de López Clemente. Se trata de *Sobre Madrid* (Jorge Grau, 1960).

ESTADO DE LA CUESTIÓN: MADRID Y LOS DISCURSOS TURÍSTICOS EN EL AUDIOVISUAL ESPAÑOL DE LOS AÑOS CINCUENTA

La imagen de Madrid en el cine del franquismo ha sido analizada en numerosas publicaciones, casi siempre partiendo de la dualidad casticismo/desarrollismo (Aubert, 2013). Los años cincuenta son el marco de transición de la hegemonía de la primera tendencia a la segunda. En la primera mitad de la

década, la modernidad y el desarrollo del entorno urbano eran a menudo sinónimos de sordidez, frustración y corrupción física y moral, en la estela del Madrid planteado por *Surcos* (José Antonio Nieves Conde, 1951), también patente en obras de Juan Antonio Bardem o Luis García Berlanga.

La asociación de algunas de estas películas con el neorrealismo italiano fue, en un primer momento, una de las principales vías para su análisis, si bien en los últimos años se ha señalado que esa relación es quizá mucho más indirecta de lo que tradicionalmente se sugirió (Deltell, 2006: 31-32). Incluso, se ha apuntado, el término neorrealista fue, ocasionalmente, una moda «desusubstanciada» antes que una verdadera inspiración (Monterde, 2006: 59). Y es que hasta la sainetesca *Así es Madrid* (Luis Marquina, 1953) llegó a ser anunciada como «una gran superproducción del neorrealismo español» (Gil Vázquez, 2017: 63). Precisamente, destaca en muchas comedias del periodo la herencia de anteriores medios y tradiciones, como el sainete, a través de la cual se realizan aproximaciones alternativas a esa incipiente modernidad. Pese a su mayor estilización, autores como Cerdán y Castro de Paz (2011: 52) o Gil Vázquez (2017: 64) señalan cómo existen en estas películas discursos ambiguos, difíciles de clasificar como estrictamente afines al Régimen.

Como plantea Deltell (2006: 89-100), el realismo de corte sainetesco predominante en la comedia del primer quinquenio de los cincuenta (*Así es Madrid*) fue cediendo paso a un realismo más costumbrista, con ribetes de picaresca (*Los tramposos*, Pedro Lazaga, 1959) o incluso de esperpento (*El pisito*, Marco Ferreri e Isidoro Ferry, 1959). No obstante, a finales de la década estas tendencias también convivieron con un ciclo de comedias románticas, obsesionadas con el progreso y caracterizadas por embellecer sus escenarios, que se han catalogado como comedias desarrollistas: *Las muchachas de azul* (Pedro Lazaga, 1957), *Las chicas de la Cruz Roja* (Rafael Salvia, 1958), *Las aeroguas* (Eduardo Manzanos y Mario Costa, 1958), entre

otras. El Madrid castizo y de tipos, predominante en los ciclos anteriores, se ve aquí sustituido por una capital en la que modernidad es sinónimo de cosmopolitismo, progreso, sofisticación y consumismo. La imagen de Madrid en el cine de este ciclo queda bien ejemplificada en filmografías como la de Pedro Lazaga —analizada en profundidad por Grijalba de la Calle (2016)— o Rafael Salvia.

Los elementos dinamizadores y modernizadores más representativos de la capital quedan concisamente capturados, por ejemplo, en los títulos de crédito de *Las chicas de la Cruz Roja*: se trata de elementos arquitectónicos (Edificio España y Torre de Madrid, Ciudad Universitaria...) o de ocio (el Hipódromo, el estadio Santiago Bernabéu), que conviven con otros cuyo principal sentido puede asociarse con el auge del turismo (la Puerta de Alcalá, el Palacio Real...). Como se ha dicho, el sector turístico y su incipiente *boom* se convirtió muy pronto en uno de los elementos más importantes del discurso desarrollista.

Los discursos turísticos en el cine español han sido abordados en profundidad en la publicación colectiva *La huella del turismo en un siglo de cine español* (Del Rey Reguillo, 2021a). Según Del Rey Reguillo (2021b: 159), en la posguerra el turismo era una actividad que el cine retrataba como propia de las clases aristocráticas. Sin embargo, en los años cincuenta, las películas entrarían en mayor sintonía con el interés del gobierno de expandir una actividad presentada como sinónimo de modernidad y apertura (Del Rey Reguillo, 2021b).

No obstante, esas imágenes de modernidad convivían con el pintoresquismo demandado por los extranjeros, que quedaba patente sobre todo en las representaciones de Andalucía. Como señala Moreno Garrido, en los años cincuenta cerca de un tercio de los carteles oficiales de turismo español tuvieron como elemento central imágenes de flamenco, toros u otras representaciones de la Andalucía folclórica (Moreno Garrido, 2007: 210). Esta preferencia a veces se plasmó en la ficción audiovisual en combinación con el frecuentado tropo de la

luna de miel (Del Rey Reguillo, 2021c), por ejemplo, en la coproducción *Luna de miel* (Michael Powell, 1959); y, ya en los sesenta, aparecerá asociada a una autoconsciencia de su propia inautenticidad que, según se ha dicho, puede asociarse con el pastiche postmoderno (Crumbaugh, 2010: 11).

En definitiva, la representación de Madrid fue punta de lanza para una iconografía desarrollista cuya hegemonía durante el *boom* debe siempre matizarse, por su convivencia con otras imágenes turísticas de aspectos más tradicionales, herederas de una tradición iconográfica de tipos. Esto es válido para una parte destacada (y taquillera) del audiovisual de ficción de finales de los cincuenta, pero, ¿y en el caso del documental? Mucho menos estudiado que la ficción, el documental de los cincuenta ha solido relacionarse sobre todo con la labor de NO-DO. Además de los trabajos de referencia sobre la institución (Tranche y Sánchez-Biosca, 2000), se han hecho monográficos centrados en los documentales de la casa (Matud Juristo, 2007), pero la entidad no detentaba el monopolio en este ámbito, a diferencia de lo que ocurría con el noticiario.

Junto con los temas turísticos y festivos, frecuentes tanto en NO-DO como en las productoras privadas de no-ficción, la imagen de Madrid en el documental de los cincuenta aparece también ligada al mundo del arte. Por ejemplo, Madrid es un elemento clave en muchos documentales sobre Goya, como señalan Lázaro Sebastián y Sanz Ferrerueta (2010: 188).

Un último gran tema ligado a la capital es el de la expansión y el crecimiento urbanístico; se trata de una cuestión muy visitada en el documental de los sesenta (Sanz Ferrerueta y Lázaro Sebastián, 2013) pero que comenzaba a interesar ya a finales de la década anterior. La vida en ese nuevo extrarradio fue uno de los temas que interesaron a los alumnos de la Escuela Oficial de Cinematografía en sus prácticas, con una perspectiva social relativamente inexplorada en el panorama documental de esos años.

DOCUMENTALES DE INTERÉS TURÍSTICO SOBRE MADRID. UN ANÁLISIS EN TRES SECCIONES

Seleccionar un documental de los años cincuenta sobre Madrid al que someter a un análisis en profundidad en función de su interés turístico no es una tarea sencilla. Si se cruza la base de datos de permisos de rodaje del Archivo General de la Administración con la información disponible en los anuarios cinematográficos (del Valle Fernández, 1962) y con el catálogo de Filmoteca Española, se puede constatar que cada año se solicitaban varios permisos para rodar cortometrajes documentales que retrataban Madrid desde un punto de vista artístico (*San Antonio de la Florida*, Santos Núñez, 1957), festivo (*Fiestas de San Isidro*, Julián de la Flor, 1957), estético (*Música para un jardín*, José María Hernández Sanjuán, 1957), etc. Es dudosa la idea de que estos no tuvieran, en el fondo, parecida función a aquellos que buscaban dar una imagen más completa de la capital y se presentaban abiertamente como documentales turísticos.

Si atendemos a ese punto de vista pragmático, y consideramos que la principal prueba de interés turístico es el hecho de que los documentales en cuestión se utilizaran como propaganda turística, cobra especial relevancia el papel en esos años de la Dirección General de Turismo. Ubicada en el seno del Ministerio de Información y Turismo desde la creación de este en 1951, esta dirección general puso en marcha, en 1956, un proyecto de filmoteca de documentales de interés turístico. Los dos principales títulos centrados en Madrid durante los primeros años de esta filmoteca son *Contrapunto de Madrid* y *Sobre Madrid*.

ANÁLISIS DISCURSIVO E ICONOGRÁFICO DE LOS DOCUMENTALES

Contrapunto de Madrid es un cortometraje de José López Clemente de unos doce minutos, rodado en un Gevacolor apenas distinguible en la copia



Imagen 1. Plaza de España, escenario icónico del desarrollismo, en *Contrapunto de Madrid*

conservada. Se trata de un documental expositivo clásico, sin sonido directo: el audio se compone exclusivamente de música y la voz en *off* del locutor, Guillermo Fañanas. Como indica el título, el documental busca presentar Madrid como una ciudad de contrastes entre tradición y modernidad, que se mostrarán en cada uno de los bloques temáticos en que se divide la película: por orden, transportes, alojamientos, urbanismo, compras, sectores productivos, educación y ocio. Generalmente, cada bloque da una visión de lo moderno y sofisticado, que suele ir acompañada de un instrumental sinfónico con predominio de los instrumentos de cuerda, y otra de lo tradicional y popular, habitualmente acompañada de piezas en las que destaca el organillo, el acordeón o los vientos. En general, las partes relacionadas con el Madrid moderno y sofisticado ocupan más tiempo de metraje que las relacionadas con el Madrid tradicional y popular: por ejemplo, en el bloque sobre

transportes, los planos asociados al primero ocupan cerca de un minuto y veinte segundos frente a apenas los cuarenta del segundo.

La locución puede identificarse con el lenguaje pomposo identificado por Tranche y Sánchez-Biosca en la mayoría de producciones de NO-DO (2000: 242), caracterizado por la incorporación de términos engolados, hipérbatos, epítetos, etc. (por ejemplo: «de tiempos pasados guardamos las más bellas reliquias pictóricas»). También destaca el uso reiterado de la primera persona del plural («nuestra ciudad»). Son mayoría abrumadora los planos generales fijos estabilizados, cuya duración sobrepasa con frecuencia los seis segundos, incluso cuando la acción y el movimiento internos son escasamente significativos. Ese ritmo lento apenas se ve roto en la parte de la sección de compras dedicada a los escaparates y neones del Madrid nocturno, en el que se utilizan planos cortos e imágenes superpuestas.

LO CASTIZO Y LO POPULAR SE PRESENTAN COMO VESTIGIO DE OTRO TIEMPO, MIENTRAS QUE LA MODERNIDAD SE CONSTRUYE CON MÁS CLARIDAD EN LAS PRÁCTICAS DE LAS CLASES ACOMODADAS

La organización de los bloques temáticos puede, como ocurre en muchos documentales de interés turístico del periodo, entenderse como cronológica respecto a la experiencia del visitante. Así, primero se aborda la cuestión de la llegada a la ciudad, después la del alojamiento, luego una aproximación urbanística que puede relacionarse con un paseo preliminar, sigue lo relacionado con compras y, quizá al final de un hipotético día de turismo, con el atardecer (marcado por el encendido de farolas) y la noche en el centro. El segundo rollo de film se inicia con los alrededores de la Plaza de la Villa desparezándose, y luego pasa a retratar sectores productivos, cuestiones educativas y, finalmente, actividades de ocio típicamente asociadas a la tarde, como los toros, el fútbol, el hipódromo, etc.

Sin embargo, esta organización temporal no es estricta y no está sujeta al protagonismo de un visitante concreto. En las primeras escenas, una mujer de chaqueta roja desciende de un tren Talgo y, posteriormente, pide un taxi para dirigirse a un hotel, pero su experiencia se diluye después. Así, la principal organización del texto no depende de la experiencia del turista, sino de la idea de contraste. El aeropuerto de Barajas y las autopistas y automóviles contrastan con el «pintoresco» carro, y los trenes populares que llegan a la antigua Estación de Goya, de los que los trabajadores saltan en marcha, con los veloces modelos modernos de ferrocarril. Del mismo modo lo hacen los hoteles de lujo con las posadas; los puestos callejeros con las tiendas elegantes; las callejuelas del Madrid antiguo y sus talleres con las nuevas fábricas, etc.

El motivo central de contraste es la dualidad entre viejo y nuevo, que se hace explícita en la locución a menudo («todavía como vestigio de otra época, nos quedan posadas y masones en los viejos barrios»). Pero, además, existe una asociación explícita entre lo viejo y lo popular («no es fácil hallar talleres tan primitivos y elementales como los que a veces se encuentran en las calles de nuestros barrios populares») y lo nuevo y lo sofisticado y cosmopolita (la Ciudad Universitaria es frecuentada, «además de por los [estudiantes] españoles, por más de 1.500 alumnos extranjeros»).

El urbanismo desarrollista es un tema potencialmente problemático, puesto que se incluyen menciones no solo a los rascacielos o los grandes proyectos insignia, sino también a «la creación de nuevas barriadas, como la de la Concepción o la de San Blas». El plano que acompaña a esta afirmación es el de un descampado poblado por niños con sus madres, en el que se ha instalado un tióvivo; al fondo, nuevos bloques componen un retrato prototípico de barrio de aluvión. Este es un ejemplo de inusual asociación de la modernización de la ciudad con sus clases populares, más allá de algunos otros detalles que sirven para matizar el cosmopolitismo de las clases acomodadas (por ejemplo, la música de fondo en la coctelería del apartado

Imagen 2. Sobreimpresiones y planos aberrantes al mostrar neones en *Contrapunto de Madrid*



de ocio: el estilo *lounge* del piano, muy adecuado al local, está, en realidad, versionando algunos de los chotis más conocidos). Generalmente, lo castizo y lo popular es, por tanto, un vestigio de otro tiempo, mientras que la modernidad se construye con más claridad en las prácticas de las clases acomodadas. Esta es la estrategia de López Clemente para compatibilizar la autenticidad que en teoría el turista busca con los avances de la modernidad. El punto de síntesis, que se ofrece hacia el final del documental, es la hospitalidad de ambos estratos: «Es posible que el secreto del encanto de Madrid lo lleven dentro sus habitantes, inclinados al trato social tanto en los ambientes populares y castizos como en los más distinguidos».

Por otra parte, en *Sobre Madrid* la información sí se organiza alrededor de dos protagonistas en su visita a Madrid. La película, de algo menos de veinte minutos y con problemas de color y audio en la copia conservada en Filmoteca Española, es también un documental esencialmente expositivo

sin sonido directo, pero en este caso la locución está a cargo de Alfredo Mañas, que presenta un punto de vista más impersonal, y Gemma Mañas, cuyos comentarios aportan un punto de vista identificado con el de las turistas, lo que incorpora trazas de performatividad. La voz en *off* de esta última da a entender que se trata de turistas extranjeras («¿a quién se le ocurre preguntar a nadie sin saber una palabra de español?»); no oculta, además, que las forasteras llegan a España con expectativas previas, de tintes orientalistas («Y sueña el organillo. ¡Como en las películas! [...] Pero es tan emocionante estar cerca de un organillero de verdad. De esos que salen en las novelas de Hemingway»), que reafirmarán con su asistencia a un espectáculo flamenco.

Por tanto, la ordenación cronológica es, en este caso, explícita: el recorrido se organiza a lo largo de tres días. Aunque se traten prácticamente los mismos temas que en *Contrapunto de Madrid*, los bloques temáticos están menos remarcados, y la

película se estructura atendiendo principalmente a las andanzas de las turistas. Algunos de los espacios que visitan se conciben como ligados a la tradición castiza (por ejemplo, las zonas aledañas a la Plaza Mayor), y otros a la incipiente modernidad (la Gran Vía), pero, a diferencia de la película de López Clemente, tradición y modernidad nunca se presentan como dos polos opuestos dentro de una misma temática. Al contrario, más bien se propone que la mirada moderna del turista puede sobreimprimir nuevos significados en entornos castizos o tradicionales: así parece ocurrir con la mirada idealizada de las turistas sobre el Rastro, escena que se acompaña con la canción *Cheek to cheek*, de Frank Sinatra; o bien con el montaje alterno de una

Imagen 3. Barriadas en *Contrapunto de Madrid*



corrida de toros, un partido de fútbol y una carrera en el hipódromo, espectáculos que aparecen presentados como perfectamente equivalentes en cada una de sus partes ceremoniales.

Las dos protagonistas no solo visitan los lugares más emblemáticos de Madrid, sino que su experiencia está marcada por circunstancias que van más allá de la mera contemplación. En primer lugar, conocen a un organillero, que recupera el pañuelo que una de ellas pierde y se lo devuelve en una escena posterior, haciendo gala de caballerosidad; además, las turistas encontrarán casualmente a este joven ejerciendo otros oficios callejeros, como, por ejemplo, vender globos en el parque del Retiro. La película terminará con este chico, cuya presencia suele remarcar con música de organillo, contemplando el atardecer desde el Puente de Toledo, mientras las turistas se marchan; el joven representa la pervivencia del Madrid más castizo. Según Fuentes Vega (2017: 177-185), los visitantes extranjeros de los cincuenta plasmaron en sus libros de viaje sobre España una indisimulada fascinación por la pobreza y la mendicidad del país, que vinculaban incluso con iconografías de la pintura barroca (Murillo, etc.). Esta autora explica cómo el régimen, que encontraba intolerable estas imágenes, sustituyó en sus fotografías y folletos la figura del mendigo por la de diferentes profesiones callejeras de aire castizo, como el limpiabotas o, en el caso de Madrid, el organillero o el vendedor de globos.

En segundo lugar, las turistas conocerán a un nativo de clase más acomodada. Mientras recorren la Gran Vía en taxi, la voz en *off* afirma que «un semáforo en rojo puede ser el principio de una nueva aventura». En ese semáforo en rojo, las extranjeras entablan conversación con el joven que conduce el descapotable de al lado. En una escena posterior, las turistas volverán a coincidir con ese mismo descapotable cuando, cruzando imprudentemente, este tenga que frenar a su paso. El joven conductor sale del coche, dispuesto a invitar a las extranjeras al aperitivo del domingo; este conduc-

tor personifica al Madrid moderno, hedonista y desarrollista, y, al igual que en *Contrapunto de Madrid*, se sugiere que la hospitalidad es el elemento común que unifica las costumbres de esta clase privilegiada y las clases populares.

Con esta aproximación más experiencial, es necesario destacar que *Sobre Madrid* incorpora como dignas de contemplación algunas actividades no presentes en *Contrapunto de Madrid*: por ejemplo, la preparación de los aspirantes a torero en la Casa de Campo, un tropo cuya autenticidad queda acreditada por el interés que despertó después en varios documentales de los años sesenta, incluso en propuestas marcadamente autorales (*Torerillos 61*, Basilio Martín Patino, 1962). Todo ello contribuye a reforzar un mensaje presente en la película: que el turismo consiste tanto en buscar la postal, como en darle vida.

En definitiva, *Sobre Madrid* recoge el punto de vista del extranjero y no carga las tintas en la oposición entre tradición y modernidad, si bien explícita la existencia de esas dos caras complementarias de la ciudad.

ANÁLISIS PRAGMÁTICO DE LOS DOCUMENTALES

Las autoridades turísticas españolas habían valorado el uso de documentales con fines de promoción desde los años veinte (Soto Vázquez, 2021). Sin embargo, pese a algunos proyectos pioneros como las series *Estampas Españolas* o *Ciudades Españolas*, la insuficiencia presupuestaria hizo que este medio de atracción de turistas fuera apenas utilizado de forma sistemática hasta la creación del Ministerio de Información y Turismo, en 1951.

En 1956, la Dirección General de Turismo convocó un concurso de guiones de cortometraje para películas turísticas. Uno de los principales motivos para la creación de esta convocatoria eran las necesidades de las Oficinas de Turismo en el Extranjero (OTE), red de diplomacia turística creada antes de la Guerra Civil que, hacia 1955, contaba

ya con sedes en Bruselas, Buenos Aires, Chicago, Estocolmo, Londres, México, Nueva York, Roma o Tánger, después de haber conocido una acudísima decadencia durante el conflicto armado y la posguerra. Según uno de los responsables del Plan Nacional de Turismo, Jesús Romero Gorriá, estas oficinas demandaban de forma «continua y reiterada» films para proyectar en sesiones privadas para agentes de viajes, empresarios y trabajadores, asociaciones o estudiantes de español (AGA (3), 49.001 21/5709, 25-5-54, Carta del director del Departamento de Obras del Plan Nacional de Turismo al ministro de Información y Turismo).

En el concurso de 1956, se premiaron doce propuestas; entre ellas, *Contrapunto de Madrid*, guion presentado por Salvador Vallina y Gonzalo Rodríguez Castillo. La realización de los doce textos seleccionados fue pagada por el Ministerio de Información y Turismo, pero encargada a NO-DO, para así poder crear una filmoteca de cortometraje documental de tema turístico que cumpliera con las necesidades de las OTE. NO-DO asumió esa responsabilidad, pero realizando solo una parte de las obras y subcontratando el resto con pequeñas productoras. La entidad se reservaba para sí la realización de los documentales «más complicados de llevar a efecto y, al propio tiempo, más costosos y difíciles» (AGA (3), 49.001 21/5710, 24-12-55, Carta del director de NO-DO al ministro de Información y Turismo).

Contrapunto de Madrid se encargó al colaborador de NO-DO José López Clemente, que tenía una pequeña productora, Studio Films. Pese al planteamiento de subcontratación, lo cierto es que

LAS PELÍCULAS CIRCULARON POR ESPAÑA, PERO SOBRE TODO LO HICIERON FUERA DEL PAÍS, GRACIAS A LOS PRÉSTAMOS QUE REALIZABAN LAS OFICINAS DE TURISMO EN EL EXTRANJERO



Imagen 4. Viajeros apeándose en la Estación de Goya en *Contrapunto de Madrid*

el equipo técnico de la película coincide en buena medida con figuras habituales de NO-DO, como el director de fotografía Manuel Rojas o el montador Rafael Simancas. El proyecto acumuló sobrecostes hasta superar las 230.000 pesetas de presupuesto (AGA (3), 49.002 9780, 11-4-57, Carta del director de NO-DO al ministro de Información y Turismo).

Para el año 1962, había unas 2000 copias de los doce títulos resultantes del concurso de cortos del Ministerio en circulación, en diferentes idiomas (inglés, francés, alemán, sueco, italiano y español) (AGA (3), 49.010 40063, 15-11-62, *Listado de doce películas en color de 16 mm propiedad de la DGPT*). Las películas circularon por España, pero sobre todo lo hicieron fuera del país, gracias a los préstamos que realizaban las Oficinas de Turismo en el Extranjero a agencias de viajes, empresas, escuelas e incluso televisiones de todo el mundo, que consolidaban por esas fechas sus parrillas y buscaban rellenarlas.

Mientras el circuito se consolidaba, las Oficinas alegaban que eran necesarias películas más adaptadas a la finalidad de atraer turistas. En Madrid, la filmoteca se veía como una herramienta más compleja de relaciones exteriores, pero, aun

así, se atendió a esa petición, canalizando la actividad audiovisual del departamento de turismo hacia compras a productoras privadas, más ágiles que NO-DO a la hora de sintonizar con las nuevas tendencias. Fue en este contexto en el que se adquirió *Sobre Madrid* a la productora Procusa, que fue posteriormente enviada a numerosas OTE, de tal modo que la película empezó a constar en las relaciones de documentales atesorados por estas oficinas (AGA (3), 49.010 40063, 15-12-65, *Relación de las películas existentes en el Almacén en el día de la fecha, con indicación de las que se encuentran prestadas por orden del Servicio de Propaganda Turística*).

EL DESARROLLISMO, GENERADOR DE DEBATE: LA DISCUSIÓN DETRÁS DE LA EVOLUCIÓN DEL DISCURSO

Las comedias desarrollistas se centraron en personajes de los estratos más ricos de Madrid, se ale-

jaron del sainete y viraron de los escenarios más castizos, como las Vistillas, a los más icónicos de la modernidad, como la Plaza de España; además, incorporaron iluminación y colores saturados (Deltell, 2006: 37, 103-104). Ejemplo canónico de todo ello, como ya se ha mencionado, es la exitosa película *Las chicas de la Cruz Roja*, rodada prácticamente a la vez que el documental *Contrapunto de Madrid*. El notable contraste entre la imagen de la capital proyectada en estas dos películas parece, probablemente, la línea de pensamiento que motivó las quejas de diversas OTE. Existen pruebas de estas reticencias desde 1959, año en que el jefe de la oficina de Chicago manifestaba sus primeras reservas respecto a la escena rodada en la Estación de Goya: «Aparecen unos pies de película mostrando un tren destartado, cargado de obreros en los estribos y saltando del tren en marcha, cuya escena, un poco larga, nos parece inoportuna, fea, que se presta a equívocos, y que solicitamos permiso

Imagen 5. Las viejas posadas en *Contrapunto de Madrid*



para suprimirla» (AGA (3), 49.010 40064, 14-1-59, Carta del jefe de la OTE de Chicago al director general de Turismo).

Unos años después, la OTE de Nueva York aseguraba que el documental de López Clemente solía defraudar a su público (AGA (3), 49.010 40065, 21-2-63, Carta del jefe de la OTE de Nueva York al subsecretario de Información y Turismo). La OTE de Puerto Rico lamentaba que, siendo la peor película de la filmoteca, era la más solicitada: «Da la impresión de vieja, los colores son pobres y no logra dar una impresión afortunada de ese pretendido contraste entre el viejo Madrid o el Madrid popular y la parte moderna» (AGA (3), 49.010 40064, 14-2-63, Carta del jefe de la OTE de San Juan de Puerto Rico al subsecretario de Información y Turismo). Por su parte, la oficina de Copenhague explicaba directamente en 1966 que no incluía *Contrapunto de Madrid* en su catálogo porque «su proyección perjudicaría, más que ayudar, a nuestra labor de promoción» (AGA (3), 49.022 45954, 24-2-66, Carta del jefe de la OTE de Copenhague al ministro de Información y Turismo). En su argumentación, el responsable de la oficina rechazaba las imágenes de pobreza dadas en las partes populares de la ciudad: posadas y tabernas, carros, corralas, etc. En ese mismo sentido, la oficina de Marsella destacaba explícitamente que «las secuencias de los barrios humildes, queriendo ser pintorescas, se quedan en sórdidas» (AGA (3), 49.010 40065, 7-12-62, Carta del jefe de la OTE de Marsella al subsecretario de Turismo).

Estas opiniones habían comenzado a llegar por carta a Madrid de forma espontánea, pero, con la reordenación que supuso la llegada de Manuel Fraga al Ministerio, se preguntó explícitamente a las OTE cómo debían ser los documentales de promoción turística. En un documento llamado *Puntos de vista de las Oficinas de Turismo en el Extranjero sobre nuestros documentales* (AGA (3), 49.010 40063, ca. 1963) se resumen algunas de las ideas más repetidas desde las OTE. Las dos más destacadas eran las siguientes:

Las películas deberían realizarse sobre la base de filmar la vida y los acontecimientos que aguardan a los turistas en España, eligiendo precisamente aquello que más les atrae y más les agrada. Conviene enseñarles hoteles lujosos y confortables, los avances técnico-turísticos de nuestro país, escenas de playas, restaurantes, bañistas, piscinas. [...] Conviene compaginar lo artístico con lo típico pero procurando siempre que lo típico, ya sean corridas de toros, danzas gitanas o bailes flamencos se vean encuadrados siempre dentro de un marco de esplendor evitando la miserable choza gitana, o el mísero tablado (sic) flamenco.

De este modo, se optó por utilizar en la filmoteca de la nueva Dirección General de Promoción del Turismo una película como *Sobre Madrid*, que cumplía mejor con estas intenciones y cuyas pinceladas performativas parecían conectar con el imaginario de las comedias desarrollistas. No obstante, ni siquiera este documental suscitó un entusiasmo generalizado en las OTE, que siguieron considerando el film de Grau como insuficiente para dar «una imagen adecuada de la ciudad» (AGA (3), 49.010 40065, 22-2-63, Carta del jefe de la OTE de Toronto al subsecretario de Información y Turismo). Las oficinas deberían esperar a que se asentara este imaginario y se reestableciera la colaboración entre la Dirección General de Promoción del Turismo y NO-DO, años después, para contar con una película que recogiera con mejor calidad de imagen las bondades del Madrid desarrollista: *Madrid y sus alrededores* (José Luis Tarfur, 1969).

CONCLUSIONES

Antes de que existiera siquiera Ministerio de Información y Turismo, NO-DO rodó un documental titulado *Así es Madrid* (Joaquín Soriano, 1949) que se adelantaba en dos años a la ficción homónima. Lo más llamativo del film es que, además de los que seguirían siendo focos de interés habituales diez años después (Gran Vía, el estadio

Santiago Bernabéu, el Retiro, etc.), la ensoñación de un anciano que dormita en un banco justifica un flashback que remite al «Madrid de la verbera», una escenificación folclórica de esa tradición castiza que se apoyará en los chotis más famosos, los trajes populares y demás. En una línea parecida, *El pulso de Madrid* (Santos Núñez, 1945), de la productora Hermic Films, retrata la capital desde la retórica del «caserón manchego».

El gran cambio discursivo de los documentales sobre Madrid en los años cincuenta, década en que se inicia la acción audiovisual sistemática de la Dirección General de Turismo, fue la marginación de todo ese casticismo, hasta convertirse en un discurso solo aceptable cuando se enunciaba sin más aspiraciones costumbristas, folclóricas o pseudoetnográficas que las propias del turista. En general, triunfó la imagen del Madrid desarrollista, moderno, cosmopolita y asociado a las clases más pudientes.

A pesar del papel central del turismo en este cambio, lo cierto es que, en materia audiovisual, las autoridades turísticas fueron a rebufo de las corrientes cinematográficas más exitosas en taquilla. Sin negar la coincidencia casi plena de intereses entre Ministerio y productoras en lo relativo al ciclo de comedia desarrollista, lo cierto es que considerar al régimen como motor primero de la circulación de esos nuevos discursos implica infravalorar la potencia *per se* de determinadas representaciones o tendencias, como el consumismo, y simplifica la red de actores implicados, que incluye entre otras cosas las expectativas de los propios turistas extranjeros. Sin embargo, es justamente sobre ese humus sobre el que se erigieron los éxitos discursivos institucionales del Ministerio de Información y Turismo en los sesenta, donde la proyección hacia el futuro conviviría con una tradición a menudo convertida en pastiche mercantilizado. ■

NOTAS

- * Este artículo se ha realizado con apoyo del proyecto de I+D Cine y televisión en España en la era del cambio digital y la globalización (1993-2008): identidades, consumo y formas de producción, financiado por la Agencia Estatal de Investigación (ref. PID2019-106459GB-I00).

REFERENCIAS

- Arocena Badillos, C. (2005). Luces y sombras. Los largos años cincuenta (1951-1962). En Castro de Paz, Pérez Perucha y Zunzunegui (eds.), *La nueva memoria: historia(s) del cine español (1939-2000)* (pp. 78-129). A Coruña: Vía Láctea.
- Aubert, J.P. (2013). *Madrid à l'écran (1939-2000)*. París: Presses Universitaires de France.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (2007). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós
- Crumbaugh, J. (2010). *Destination: Dictatorship. The Spectacle of Spain's Tourist Boom and the Reinvention of Difference*. Albany: State University of New York Press.
- Castro de Paz, J.L. (2020) Un nuevo canon para el cine español: trayectorias históricas, sabores textuales. *Archivos de la filмотeca: revista de estudios históricos sobre la imagen*, 78, 49-62.
- Cerdán, J. y Castro de Paz, J.L. (2011). Del sainete al eserpento. Relecturas del cine español de los años cincuenta. Madrid: Cátedra.
- Del Rey Reguillo, A. (ed.) (2021a). *La huella del turismo en un siglo de cine español (1916-2015)*. Madrid: Síntesis.
- Del Rey Reguillo, A. (2021b). El turismo en el cine del primer franquismo (1939-1958). En del Rey Reguillo (ed.), *La huella del turismo en un siglo de cine español (1916-2015)* (pp. 143-161). Madrid: Síntesis.
- Del Rey Reguillo, A. (2021c). El viaje de novios, un cliché argumental del cine turístico español de posguerra. En Villaverde y Galant (eds.), *¿El turismo es un gran invento? Usos políticos, identitarios y culturales del turismo en España* (pp. 111-133). Valencia: Institució Alfons el Magnànim.

- Del Valle Fernández, R. (ed.) (1962). *Anuario español de cinematografía (1955-1962)*. Madrid: Sindicato Nacional del Espectáculo.
- Deltell, L. (2006). *Madrid en el cine de la década de los cincuenta*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- Elsaesser, T. (2009). Archives and Archaeologies. The Place of Non-Fiction Film in Contemporary Media. En Hediger y Vonderau (eds.), *Films That Work. Industrial Film and the Productivity of Media* (pp. 19-34). Ámsterdam: Amsterdam University Press.
- Fuentes Vega, A. (2017). *Bienvenido, Mr. Turismo: Cultura visual del «boom» en España*. Madrid: Cátedra.
- Gil Vázquez, A. (2017) Arniches va al cine: conservadurismo y elementos disruptivos en la comedia asainetada *Así es Madrid* (Marquina, 1953). *Cuadernos de Aleph*, 9, 61-77.
- Grijalba de la Calle, N. (2016). *La imagen de Madrid en el cine español*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid [Tesis doctoral].
- Hediger, V. y Vonderau, P. (2009). Record, Rhetoric, Rationalization. *Industrial Organization and Film*. En Hediger y Vonderau (eds.), *Films that work. Industrial film and the productivity of media* (pp. 35-50). Ámsterdam: Amsterdam University Press.
- Lázaro Sebastián, F.J. y Sanz Ferreruela, F. (2010). Goya en el cine documental español entre las décadas de los cuarenta y los ochenta: tratamientos sociológicos, ideológicos y estéticos. *Artígrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza*, 25, 185-208.
- Matud Juristo, A. (2007). *El cine documental de NO-DO*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid [Tesis doctoral].
- Monterde, J.E. (2006). Del neorrealismo y el cine español. En Nieto y Company (eds.), *Por un cine de lo real: cincuenta años después de las Conversaciones de Salamanca* (pp. 51-60). Valencia: La Filmoteca.
- Moreno Garrido, A. (2007). *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid: Síntesis.
- Plantinga, C. (2014). *Retórica y representación en el cine de no ficción*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sanz Ferreruela, F. y Lázaro Sebastián, F.J. (2013). El desarrollo urbanístico como expresión de modernidad en el género cinematográfico documental del tardofranquismo. *Arte y Ciudad: Revista de Investigación*, 3, 69-84. <http://dx.doi.org/10.22530/ayc.2013.N3.1.269>
- Soto Vázquez, B. (2022). Un proyecto de construcción de imagen cinematográfica de España (1923-1929): de la propaganda turística al catálogo patrimonial. En Cánovas y Aliaga (eds.), *El documental de arte en España* (pp. 19-29). Madrid: Akal.
- Tranche, R. y Sánchez-Biosca, V. (2000). *NO-DO: el tiempo y la memoria*. Madrid: Cátedra.
- Zunzunegui, Santos (2018). *Historias de España. De qué hablamos cuando hablamos de cine español*. Valencia: Shangrila.

CONTRAPUNTOS DE MADRID: DESARROLLISMO Y POLÉMICA EN EL DOCUMENTAL INSTITUCIONAL DE INTERÉS TURÍSTICO DURANTE EL BOOM

Resumen

La Dirección General de Turismo comenzó, en los años cincuenta, a utilizar documentales de cortometraje de forma sistemática con fines de promoción turística. La imagen de Madrid en estas películas pronto dejó definitivamente atrás el casticismo imperante en el cine del primer quinquenio de la década para acercarse más a los iconos, discursos y propuestas del desarrollismo, al igual que sucedió en el cine de ficción. Se propone el análisis de las dos primeras películas sobre la capital utilizadas profusamente por esta institución, *Contrapunto de Madrid* (José López Clemente, 1957) y *Sobre Madrid* (Jorge Grau, 1960), con el fin de detectar cuál fue la postura de las autoridades turísticas en este cambio (patrocinadores, beneficiarios, opositores...). Además del análisis discursivo de los films, se realiza un estudio pragmático de los documentales, atendiendo a sus usos y los motivos de su realización, y un estudio contextual, en el que se explican los términos de la discusión que terminó por marginar las iconografías y discursos más casticistas sobre la capital en el ámbito turístico.

Palabras clave

Documental; Madrid; Boom turístico; Desarrollismo; Casticismo.

Autora

Lucía Rodríguez García de Herreros (Alicante, 1991) es graduada en Periodismo y Comunicación Audiovisual por la Universidad Carlos III de Madrid, en cuyo departamento de Comunicación disfrutó de un contrato predoctoral de Formación del Profesorado Universitario y desarrolló la tesis *Turismo y documental en la España contemporánea*. Forma parte del proyecto de I+D *El cine y la televisión en España en la era del cambio digital y la globalización (1993-2008): identidades, consumos y formas de producción*. Ha publicado en revistas como *Doxa Comunicación* o la *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*. Contacto: lucrodri@hum.uc3m.es

Referencia de este artículo

Rodríguez García de Herreros, L. (2023). Contrapuntos de Madrid: desarrollismo y polémica en el documental institucional de interés turístico durante el boom. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 36, 67-80.

CONTRASTS OF MADRID: DEVELOPMENTALISM AND CONTROVERSY IN INSTITUTIONAL DOCUMENTARIES OF INTEREST TO TOURISTS DURING THE BOOM

Abstract

In the 1950s, the General Directorate of Tourism began systematically using short documentaries for tourist promotion purposes. The image of Madrid in these films soon left behind the traditional nativist stereotypes of Spain characteristic of the first half of the decade to embrace the icons, discourses and notions of developmentalism, as was the case in Spanish fiction films. This article analyses the first two documentaries about the Spanish capital that were widely used by the tourist authorities, *Contrapunto de Madrid* (José López Clemente, 1957) and *Sobre Madrid* (Jorge Grau, 1960) with the aim of identifying the official stance in relation to this change (promoters, beneficiaries, opponents, etc.). In addition to a discursive analysis of the films, the article presents a pragmatic study of the documentaries, considering how they were used and the reasons for their production, as well as a contextual analysis, which seeks to explain the terms of the controversy that led to the withdrawal of more traditional iconographies and discourses of Madrid in tourism promotion.

Key words

Documentary; Madrid; Tourism Boom; Developmentalism; Traditionalism.

Author

Lucía Rodríguez García de Herreros holds a BA in Journalism and Film, TV & Media Studies from Universidad Carlos III de Madrid. She worked under a pre-doctoral University Teacher Training (FPU) contract in the Communication Department of the same university, where she developed the PhD project "Tourism and Documentary in Contemporary Spain". She is a member of the R&D project "Cinema and TV in Spain in the Age of Digital Change and Globalisation (1993-2008): Identities, Reception and Forms of Production", and she has published in journals such as *Doxa Comunicación* and *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*. Contact: lucrodri@hum.uc3m.es

Article reference

Rodríguez García de Herreros, L. (2023). Contrasts of Madrid: Developmentalism and Controversy in Institutional Documentaries of Interest to Tourists during the Boom. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 36, 67-80.

recibido/received: 23.11.2022 | aceptado/accepted: 30.05.2023

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB www.revistaatalante.com MAIL info@revistaatalante.com