UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II

EL CARTEL DE CINE EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA. REALIDAD Y CAMBIO SOCIAL

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

Rocío Collado Alonso

Bajo la dirección del doctor
Raúl Eguizábal Maza

Madrid, 2012

©Rocío Collado Alonso, 2012

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II

EL CARTEL DE CINE EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA. REALIDAD Y CAMBIO SOCIAL.

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Rocío Collado Alonso

Bajo la dirección del doctor

Raúl Eguizábal Maza

Madrid, 2012

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
AÑO 2012

Tesis doctoral:

EL CARTEL DE CINE EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA. REALIDAD Y CAMBIO SOCIAL.

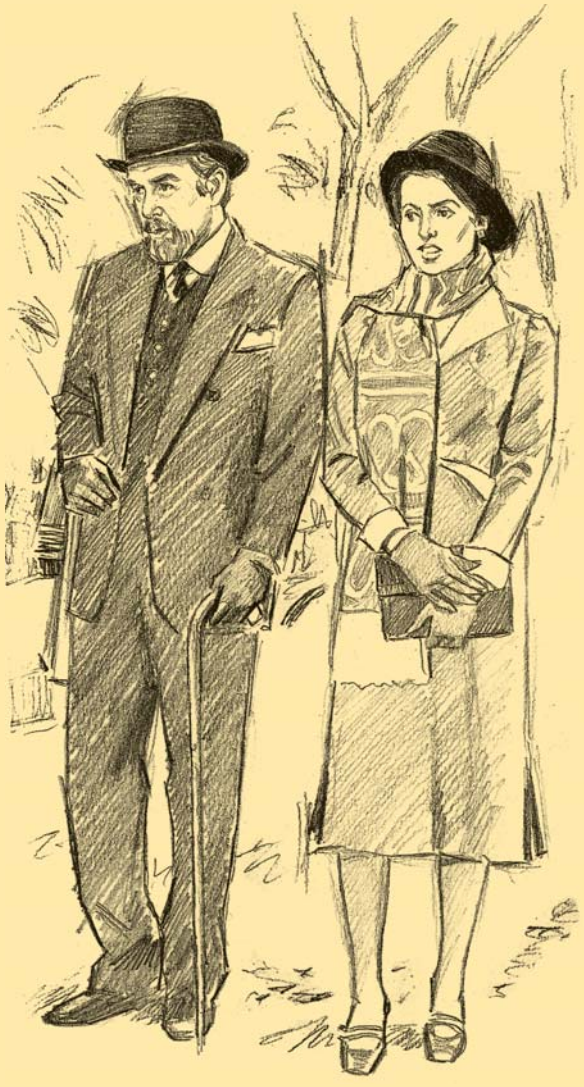
Autor: Rocío Collado Alonso
Director: Dr. Raúl Eguizábal Maza

A lo largo de las páginas que componen esta tesis se irán presentando una serie de dibujos de actores y actrices españoles vinculados a sus películas más representativas y realizados por Francisco Fernández-Zarza Pérez, *Jano*, uno de los cartelistas más prolíficos y geniales de la época estudiada en este trabajo.

Todos ellos han sido extraídos del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano*, editado por Antonio García-Rayo, y que recoge una serie de 102 dibujos diseñados por *Jano* para Enrique Cerezo Torres.

Sirva entonces este proyecto como homenaje y consideración al trabajo y la dedicación de este sobresaliente cartelista.

Autorretrato. Dibujo extraído de la cubierta del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano.*



Índice

Dibujo de Fernando Rey, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.83.*

ÍNDICE

CAPÍTULO I

Introducción metodológica.

1.1.- Ámbito de estudio. 3

1.2.- Formulación de la hipótesis central y los objetivos generales de la tesis. 6

1.2.1.- Objetivos generales. 7

1.3.- Procedimiento de trabajo y estructura. 8

1.4.- Bibliografía y documentación del capítulo. 11

CAPÍTULO II

El cartel. Aproximación conceptual.

2.1.- El cartel. 15

2.1.1.- Concepto. 15

2.1.2.- Funciones. 21

2.1.3.- Características. 23

2.1.4.- Tipología. 24

2.2- El cartel publicitario. Aproximación histórica. 26

2.2.1.- Nacimiento del cartel moderno. 29

2.2.2.- Vanguardias artísticas en el cartel. 41

2.3.- El cartel español. 45

2.4.- Referencias bibliográficas. 48

2.5.- Bibliografía y documentación del capítulo. 51

CAPÍTULO III

El cartel de cine.

3.1.- Orígenes. 59

3.2.- Definición. 64

3.3.- Funciones y características. 66

3.4.- Lenguaje. 67

3.4.1.- Código textual. 67

3.4.1.1.- Elementos textuales en el cartel cinematográfico. 69

3.4.1.1.a.- Título. 73

3.4.1.1.b.- Protagonistas. 75

3.4.2.- Código visual. 77

3.4.3.- Interrelaciones entre ambos códigos. 84

3.5.- Aproximación diacrónica al cartel de cine español. 86

3.5.1.- Desde los orígenes del cinematógrafo hasta 1930. 86

3.5.1.1.- Los años 20. 92

3.5.2.- La Segunda República y la guerra civil. Desde 1930 hasta 1939. 98

3.5.3.- La posguerra y el régimen de Franco. De 1940 a 1970. 112

3.6.- Referencias bibliográficas. 126

3.7.- Bibliografía y documentación del capítulo. 131

CAPÍTULO IV

Cine y sociedad en la transición española.

4.1.- La sociedad en la transición democrática española. 143

4.1.1.- Introducción. 143

4.1.2.- Contexto político. 144

4.1.3.- Contexto económico. 153

4.2.3.1.- Crisis económica. 157

4.1.4.- Contexto social. 160

4.1.4.1.- Cambios en la estructura social. 162

4.1.4.2.- Cambios en el concepto de familia. 166

4.1.4.3.- Cambios en el papel de la mujer. 170

4.1.4.4.- Cambios en la juventud. 174

4.1.4.5.- Cambios en la expresión sexual. 176

4.1.4.6.- Secularización de la sociedad. 179

4.1.4.7.- Panorama social ante el cambio político. 181

4.1.4.8.- Conductas delictivas. 183

4.1.5.- Referencias bibliográficas. 187

4.2.- El cine español en la transición democrática española. 193

4.2.1- Introducción. 193

4.2.2- La industria cinematográfica española. Años de crisis. 196

4.2.3- Años de censura. 204

4.2.4- La producción cinematográfica de la transición. 215

4.2.4.1.-Panorama cinematográfico. 215

4.2.4.2.- El cine del tardofranquismo (1973-1976). 218

4.2.4.2.a.- Cine comercial y de subgéneros. 218

4.2.4.2.b.- Cine metafórico. 222

4.2.4.2.c.- El cine de la "tercera vía". 223

4.2.4.3.- El cine de la reforma (1977-1982). 225

4.2.5.- Referencias bibliográficas. 232

4.3.- Bibliografía y documentación del capítulo. 235

CAPÍTULO V

Principales artífices del cartel cinematográfico en este período.

5.1.- Introducción. 249

5.2.- El eficaz eclecticismo del Estudio Esquema. 250

5.3.- El juego intelectual de Cruz Novillo. 258

5.4.- El prolífico *Jano*. 269

5.5.- El exquisito *Mac*. 280

5.6.- El genial Zulueta. 289

5.7.- Otros creadores. 297

5.8.- Referencias bibliográficas. 305

5.9.- Bibliografía y documentación del capítulo 307

CAPÍTULO VI

Diseño del análisis de la investigación.

6.1.- Planteamiento general. 315

6.2.- Acotación del período de estudio. 318

6.3.- Definición del universo documental. 322

6.4.- Definición del corpus de análisis.
Criterios prácticos de selección. 324

6.5.- Modelo de análisis. 328

6.5.1.- Sistema de categorías. 331

6.5.1.1.- A.- Vínculos y estructuras familiares. 337

6.5.1.2.- B.- Expresiones sexuales. 339

6.5.1.3.- C.- Conductas asociales. 341

6.5.1.4.- D.- Contenidos ideológicos. 342

6.5.1.5.- E.- Otros. 344

6.5.2.- Ficha de análisis. 344

6.6.- Resultados del análisis. 351

6.6.1.- Resultados del análisis de cada categoría. 351

6.6.2.- Resultados de la relación entre categorías. 384

6.7.- Referencias bibliográficas. 390

6.8.- Bibliografía y documentación del capítulo. 393

CAPÍTULO VII

Conclusiones 399

DOCUMENTACIÓN COMPLETA DE LA TESIS

Documentación completa de la tesis 411

COMPILACIÓN DOCUMENTAL

1. Revisión diacrónica de los carteles de cine español.

1.1.- Índice de películas. .....Compilación Doc. 2
1.2.- Índice de autores. .....Compilación Doc. 35
1.3.- Carteles. .....Compilación Doc. 55

2. Corpus de análisis iconográfico.

2.1.- Índice de películas. .....Compilación Doc. 103
2.2.- Índice de autores. .....Compilación Doc. 137
2.3.- Carteles. .....Compilación Doc. 153

ANEXO

CAP. I

Introducción metodológica

Dibujo de Antonio Ferrandis, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.188.*

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

1.1 Ámbito de estudio

Este trabajo de investigación se plantea el estudio de las eventuales relaciones existentes entre el cartel cinematográfico español y el cambio socio-político experimentado por la sociedad española en el denominado período de Transición democrática, por lo que tratamos de dar un enfoque interaccionista para conectar ambas variables y así llegar a una comprensión y un mejor entendimiento de sus analogías y diferencias.

El cartel cinematográfico es una variante o tipo específico de cartel comercial que se ha vinculado al mundo del cine prácticamente desde los orígenes del cinematógrafo. Por supuesto que la publicidad es una forma de comunicación que exhibe y exterioriza todo lo que coexiste a su alrededor, y el cartel, como medio de comunicación publicitario, interviene en ese reflejo de la realidad. Como bien expresa EGUIZÁBAL MAZA (2010:138), es una magnífica herramienta para dar fe de la historia moderna, pues adapta sus mensajes a la realidad de la sociedad a la que se

dirige. El autor escribe sobre la historia del cartel como forma de historia cultural, y continúa diciendo que *"la historia del cartel supone dar cuenta de las transformaciones producidas en su seno así como de la evolución de sus relaciones con otros fenómenos (políticos, económicos, etc.). Su objetivo es descubrir tanto las modificaciones como las regularidades manifestadas desde una perspectiva diacrónica. (…) La ventaja del método iconográfico, para mis objetivos, es, a mi entender, su contrastada validez para trabajar sobre un contexto histórico y para buscar significados a las obras en una dimensión temporal"*.

Tenemos que señalar también que el cartel de cine debe su existencia al propio espectáculo cinematográfico, y del mismo modo es éste un medio de comunicación que recoge los cánones y principios que presiden un determinado contexto social, estableciéndose entre ambos, cine y sociedad, una relación de interdependencia, en la medida en que el primero evidencia la realidad en la que nace, y el segundo recoge y hace suyas las iniciativas por el otro planteadas.

Por otro lado, nuestro estudio se delimita espacial y temporalmente con el objetivo básico de limitar la extensión del campo de nuestra investigación. Por ello, se centra en el caso de España por evidentes razones de cercanía, y se escoge el período de la Transición democrática porque supone una etapa en la historia de la sociedad española de enormes y profundos cambios políticos, económicos y sociales.

Con todo ello, podemos decir que estas tres dimensiones: cartel, cine y realidad social, están interrelacionadas de manera que la propia configuración y existencia de cada una se ve condicionada por las demás.

Y este trabajo se plantea el estudio de las relaciones de interdependencia entre el cartel cinematográfico y la realidad social, aún a riesgo de convertirse en una disertación con resultados más cognoscitivos que pragmáticos de cara a la publicidad, pero en un paso más para la historia del cartel.

Las investigaciones y estudios realizados sobre cada una de estas dos dimensiones han sido afrontados por distintos autores y metodologías. El área de cambios sociales y culturales siempre ha sido de gran interés y lo seguirá siendo. Desde las Ciencias Sociales, la Sociología, la Psicología, la Historia, etc., pero también las Ciencias Políticas o la Economía, se han llevado a cabo proyectos que han contribuido enormemente a su estudio y conocimiento. Y también el cartel cinematográfico español

es un tema relativamente estudiado. Precisamente en los años setenta y, sobre todo en los ochenta, se multiplican las monografías o colecciones generales. No obstante, existe un vacío importante en cuanto a estudios que relacionen ambas cuestiones.

Por otro lado, nuestro planteamiento de investigación basado en establecer las posibles relaciones, si las hay, entre el cartel cinematográfico y el cambio político-social, nos exige un tratamiento multidisciplinar que nos proporcione una visión global de los fenómenos estudiados. Además, el tratamiento científico del conocimiento exige la utilización de teorías científicas que le asignen una base epistemológica según la lógica que impone todo procedimiento científico. Así, recurriremos a las Ciencias de la Comunicación, especialmente a la Publicidad, a la Sociología, a la Historia, a la Historia social, a la Historia de la Comunicación Social, a la Historia del Arte, al Marketing, al Marketing cinematográfico y a las Bellas Artes.

Pero como en todas las tesis, el punto de partida comienza con la identificación de problemas o lagunas de estudio que incitan a la reflexión y que tendremos en consideración en la medida en que pueden condicionar nuestro trabajo. Mostramos a continuación los principales inconvenientes que hemos detectado:

- Inexistencia de estudios que propongan la relación entre cambio social y cartel cinematográfico.
- Insuficientes estudios centrados en los efectos de la publicidad sobre el contexto cultural y social de los individuos, que no sean tratados desde el punto de vista del consumo.
- Escasez de estudios que reflexionen sobre las posibles implicaciones sociales y psicológicas que tiene el cartel cinematográfico en los espectadores.
- Escasa bibliografía referente a la catalogación y estudio de los filmes españoles cuya temática o argumento refleje el cambio social de la época.
- Se encuentran monografías y catálogos que recogen distintas figuras del cartelismo cinematográfico español, pero ninguna que se refiera exclusivamente a nuestro período de estudio y abarque la totalidad de la producción gráfica de esta época.

- La mayor parte de los estudios existentes sobre cartel cinematográfico español son catálogos elementales de exhibición de los propios carteles, sin fundamento teórico ni metodológico.

Con todo ello, nuestro trabajo se centra entonces en la elaboración, con el máximo rigor posible, de un estudio que pueda demostrar o refutar nuestra hipótesis de partida y sirva de base para futuras investigaciones.

1.2 Formulación de la hipótesis central y los objetivos generales de la tesis

Una vez que hemos definido nuestro ámbito de estudio y hemos identificado sus marcos de referencia y teórico-prácticos, obteniendo todos los datos pertinentes sobre el problema específico que pretendemos abordar, planteamos la siguiente hipótesis, que pretendemos contrastar con nuestra investigación:

> *El cartel de cine es una expresión gráfica del cambio social y del consiguiente sistema de valores de la España de la transición.*

La hipótesis de este trabajo se formula tras una primera aproximación a la historia del cartel cinematográfico español en general, y al cartel cinematográfico español de los años sesenta, setenta y ochenta en particular, además de la observación e indagación de la problemática planteada por el contexto histórico, socio-político y cinematográfico del período analizado, intentando encontrar las relaciones específicas entre las variables planteadas.

A continuación se definen los objetivos generales de nuestra investigación.

1.2.1 Objetivos generales.

De acuerdo con nuestra hipótesis de partida, podemos señalar una serie de objetivos generales y otros más particulares, en la medida en que tratamos de concretar nuestro campo de trabajo y así ejecutar con rigor y sistematicidad nuestra investigación.

Desde el punto de vista genérico, enunciamos los siguientes objetivos:

- Confeccionar una base de datos de carteles cinematográficos de cine español que sirva como legado para futuras investigaciones.
- Identificar y definir las características del cartel cinematográfico como medio de comunicación.
- Acercarnos a las relaciones existentes entre cine y cartel cinematográfico.
- Estudiar el concepto de cambio social.
- Delimitar los cambios sociales de los que se hace eco la comunicación publicitaria y, por ende, el cartel cinematográfico.
- Revelar el interés del cartel como documento histórico.
- Realizar una revisión diacrónica del cartel de cine español que nos permita conocer su evolución y características.

Como objetivos más específicos de nuestro estudio de investigación, formulamos los siguientes:

- Conocer los cambios socio-políticos soportados en nuestro período de estudio por la sociedad española.
- Examinar la evolución sufrida por el cine y el cartel cinematográfico en el lapso de tiempo definido para la investigación.
- Descubrir el papel que desempeña el cartel cinematográfico como reflejo y motor del cambio social.

1.3 Procedimiento de trabajo y estructura

Esta tesis se presenta como un trabajo de investigación documental, teórico conceptual y empírico, en la medida que necesitamos comprobar la hipótesis señalada como punto de partida y con la finalidad de producir nuevos conocimientos sobre el ámbito de estudio planteado.

Las etapas fundamentales que ha seguido nuestro proceso de trabajo pueden sintetizarse de la siguiente forma:

- Definición del ámbito de estudio.
- Lectura de la bibliografía pertinente, así como elaboración de la base de datos que constituye el corpus de trabajo para la fase empírica.
- Elaboración del marco teórico y conceptual.
- Formulación de la hipótesis.
- Diseño del modelo de análisis.
- Análisis de la muestra empírica seleccionada que nos lleva a aceptar o rechazar la verificación de la hipótesis.
- Elaboración de los resultados del análisis.
- Redacción de las conclusiones generales a la tesis.

Por otro lado, la investigación se desarrolla siguiendo un diseño de progresión temática lógica: partimos de lo más general, para posteriormente abordar el objeto de estudio específico de este trabajo. En consecuencia, este trabajo se estructura en dos fases: la primera, que podemos definir como “Marco contextual y teórico”, y que trata de acotar y delimitar teóricamente el objeto de estudio; y la segunda, posicionada como “Marco empírico”, supone el tratamiento empírico de los datos para el cotejo de la hipótesis.

Según ello, tras este primer capítulo, cuya finalidad es determinar el ámbito de estudio de esta investigación, se plantea el desarrollo de la tesis en la consecución de dos fases interrelacionadas, de manera que cada una no tiene razón de ser sin la otra.

Por lo tanto, la primera fase engloba los capítulos 2, 3, 4 y 5, que describimos brevemente a continuación.

Los capítulos 2 y 3 tratan de establecer una aclaración teórica y conceptual del cartel en primer lugar, seguida del cartel cinematográfico. Se plantea entonces en ellos un estudio histórico y evolutivo tanto del cartel publicitario como del cartel cinematográfico hasta el momento de nuestro análisis, con el objetivo de establecer semejanzas y diferencias entre ellos y con otros tipos de comunicación.

Los capítulos 4 y 5 constituyen un trabajo histórico y de contextualización, norma de método por otro lado en cualquier investigación. Esta tesis se plantea el estudio de los carteles cinematográficos correspondientes al cine español del período de la Transición democrática, por lo que el objetivo del Capítulo 4 no es otro que conocer el contexto socio-político de España en ese período de tiempo, al mismo tiempo que la situación de la industria y producción cinematográfica española. Y todo ello para valorar la importancia del cartel cinematográfico en relación con ambas cuestiones.

Por otro lado, el capítulo 5 trata de recoger las aportaciones de los principales cartelistas de cine que trabajan en nuestro período de estudio con el objetivo de aproximarnos a las cualidades estéticas y artísticas de los carteles del período de estudio de esta investigación.

Con todo ello, en esta primera fase de nuestro trabajo, pretendemos obtener una visión general de nuestro ámbito de estudio que nos permita poner límites a nuestro trabajo y poder llegar así al cumplimiento de los objetivos marcados.

La segunda fase, que se posiciona como la parte empírica de esta tesis, se enmarca en los capítulos 6 y 7, y en los que se desarrolla el análisis de los datos propiamente dicho y la presentación de las conclusiones obtenidas.

El capítulo 6 corresponde al apartado específicamente metodológico, y en el que queda definida la técnica de análisis utilizada, la selección de la muestra de estudio, el diseño de las categorías de análisis y se muestran los resultados que nos van a permitir verificar o refutar nuestra hipótesis de partida. El tipo de análisis ejecutado, cuantitativo y cualitativo, nos ofrece unos resultados sobre los que elaboramos la tarea de correlación y deducción de inferencias.

Por último, el capítulo 7, muestra las conclusiones finales obtenidas tras la fase de deducción de los datos obtenidos en el análisis, llegando a verificar o refutar nuestra hipótesis inicial, así como el nivel de cumplimiento de los objetivos propuestos.

Y para terminar, tenemos que señalar las fuentes documentales utilizadas para la elaboración de esta tesis. Las fuentes principales o primarias han sido textos bibliográficos y revistas científicas del ámbito de la comunicación, la publicidad, el cartel, la historia, la sociología, la cultura, el arte, el cine y el método científico. Y, por supuesto, los carteles cinematográficos del cine español. Pero también se han utilizado fuentes secundarias, especialmente revistas de divulgación e Internet, centrados básicamente en el cine y el cartelismo cinematográfico, y que tanto han proliferado en los últimos años debido al creciente afán de coleccionismo.

1.4 Bibliografía y documentación del capítulo

- BARDIN, L. (2002) (3ª Ed): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BUNGE, M. (1983) (1ª Ed. 1969): *La investigación científica*, Barcelona, Ariel Métodos.
- COHEN, L. y MANION, L. (1990): *Métodos de investigación educativa*. Madrid, La Muralla, S.A.
- COSTA, J. (1993): *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*, Madrid, FUNDESCO.
- CRITTO, A. (1982): *El método científico en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Paidós.
- ECO, U. (2001): *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. [traducción: Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibañez]. Barcelona, Gedisa.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1990): *El análisis del mensaje publicitario*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
  - (2007): *Teoría de la Publicidad*. Madrid, Cátedra.
  - (2010): "La historia del cartel como forma de Historia Cultural", en DE ANDRÉS DEL CAMPO, S., (Coord), *Otros fines de la Publicidad*. Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- GARCÍA DE LA FUENTE, O. (1994): Metodología de la investigación científica: cómo hacer una tesis en la era de la informática. Madrid, Editorial CEES, D.L.
- GONZÁLEZ MARTÍN, J. A. (1982): *Fundamentos para la teoría del mensaje publicitario*, Madrid, Forja.
  - (1996): *Teoría General de la Publicidad*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- MARCOS RECIO, J.C. (2007): "Las fuentes de la información al servicio de la publicidad. investigación y Planificación", en MARTÍN REQUERO, Mª I. [et al]: *Nuevas Tendencias en la Publicidad del siglo XXI*. Sevilla, Zamora, Comunicación Social.
- MERCADO, S. (1990): *Cómo hacer una tesis, tesinas, informes, memorias, seminarios de investigación y monografías.* México, Limusa.

CAP. II

El cartel: aproximación conceptual

Dibujo de Florinda Chico, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.166.*

CAPÍTULO II

EL CARTEL. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL

2.1 El cartel

2.1.1 Concepto.

El cartel[1] es un medio publicitario que, mediante su organización gráfica, trata de atraer la atención de los públicos y comunicar un mensaje. Muchos han sido los teóricos, historiadores y artistas que han tratado de definir lo que es un cartel. Veamos algunos de ellos:

[1] "Cartel" es un término español que puede tener distintas acepciones en función del contexto en el que se use. También se utiliza la locución *afiche*, del francés *Affiche*, aceptada por la Real Academia Española, aunque debe utilizarse cuando el cartel utiliza un discurso figurativo, plástico o fotográfico, además del literario, pero se utiliza únicamente en el habla cotidiana para referirse al cartel cinematográfico. Por último, la palabra *Poster*, también aceptada por la Real Academia Española, pero que si bien en inglés se refiere a cartel, su uso en nuestro idioma es sólo para aquel cartel que se fija en la pared sin finalidad publicitaria o cuando ya ha perdido ese carácter, casi siempre por motivos decorativos.

CARULLA (1995:14) nos ofrece un repertorio de antiguas definiciones que refleja el histórico intento por contestar a la pregunta de qué es y qué no es un cartel y que reproducimos a continuación:

"*Cartel es el escrito que se pone en tiempo de fiestas por los que han de ser mantenedores de justas o torneos, o juegos de sortijas, al pie del cual firman los aventureros*". Diccionario de la lengua castellana, 1611.

"*Cartel suele llamarse al libelo infamatorio que se fixa secretamente en los cantones*". Diccionario de la lengua castellana, 1611.

"*Cartel. El papel impreso o manifiesto, que se fija en un paraje público para hacer saber alguna cosa*". Real Academia. Diccionario 1869.

"*El cartel de toros es el papel que sirve para anunciar las corridas y sus circunstancias*". José María de Cossío (s.f.).

"*El cartel es una manifestación democrática y popular, que sirve de identificador de la cultura nacional y contribuye a educar el gusto y dirigir las aficiones del pueblo*". Blanco y Negro, 1902.

El mismo autor continúa con una serie de definiciones no fechadas atribuidas a diferentes autores de la historiografía del cartel:

"*El cartel es un mensaje gráficamente expresado y realzado, cuyo ámbito propio es un lugar público*". Tierno Galván.

"*El cartel es un medio de comunicación visual que aúna dos lenguajes: icónico y literario*". M.S. García Fernández.

"*El cartel es un barómetro de los acontecimientos sociales, económicos y culturales y es un espejo en el que se reflejan las actividades intelectuales y espirituales de un país*". Director del Centro Cultural Conde Duque.

"*El cartel es un mensaje escrito que se sirve de la imagen para impactar visualmente al observador*".

"*El cartel es la página vibrante del diario de la humanidad*".

"*El cartel es una idea convertida en arte*". Artigas.

"*El cartel es el arte de dibujar palabras, conjugando poesía, pintura y música en un solo y eficaz mensaje*". Rafael Alberti.

"*El cartel es una integración artística de texto e imagen con el objetivo de comunicar públicamente un mensaje*". Jordi Carulla.

"*El cartel es un grito pegado a la pared*".

Y podemos seguir añadiendo definiciones a las ya expuestas por Carulla:

JOSEP RENAU (1976:79): "*Alguien dijo que el cartel 'es un grito pegado a la pared'. Y un grito estridente lo oye todo el mundo, quiera o no quiera. Por lo cual el cartel artístico es la más popular de todas las artes y el más genuino arte de masas*".

ROMÁN GUBERN (1992:183): "*El cartel es un 'medio impreso escripto-icónico', que se diferencia de su antecesor, el libro ilustrado, en por lo menos tres rasgos: en el protagonismo de la imagen y la complementariedad del texto escrito, en su emplazamiento estable en un soporte inmovilizado y en su fruición pública en espacios comunitarios*".

ALCÁCER GARMENDIA (1991:11): "*Un cartel es una comunicación visual, un mensaje expresado gráficamente*".

ABRAHAM MOLES[2]: "*Cartel. Una imagen generalmente coloreada, portadora, las más de las veces, de un único tema, y acompañada de un texto 'leader' que excede rara vez las veinte palabras, y esgrime un único argumento. Está hecho para ser pegado y expuesto a la vista del transeúnte*".

JOAN COSTA (2002:3): *"Un Cartel es un mensaje 'bi-media' (Imagen-texto), que es el fruto de un trabajo de diseño gráfico, es decir, de una síntesis mental, de abstracción creativa para transmitir una información concentrada, de modo 'instantáneo' y con la misma eficacia, esto es: 'la mayor expresividad, impacto e inteligibilidad con el menor número de elementos y en el mínimo tiempo de contacto con el receptor'. En su esencia, el Cartel es exactamente lo contrario de 'ruido' (en el sentido de la teoría matemática de la comunicación. 'Es información pura'".*

Sin embargo, estoy de acuerdo con RAÚL EGUIZÁBAL (2002:85) cuando afirma que *"su definición no resulta tan evidente como podría pensarse en un principio, al existir otra serie de soportes de parecidas características".*

Se refiere, evidentemente, a la valla publicitaria, a los anuncios gráficos, a las chapas esmaltadas y murales pintados, entre otros. Todos ellos pueden haber mostrado,

[2] Citado por ENEL, 1974, pp. 18.

en algún momento, el mismo mensaje que un determinado cartel, pero difieren en dimensiones, tamaño, soporte –en el caso del cartel es un soporte perecedero, como papel, cartón, tela o lienzo- y, sobre todo, en la situación comunicativa.

El contexto en el que se produce el acto comunicativo va a determinar en gran medida el efecto conseguido con ese mensaje y los códigos a utilizar en cada caso. Un anuncio gráfico, la mayoría de las veces, se lee, se observa con detenimiento en los hogares. Por esta razón, la cantidad de información aportada en un anuncio gráfico es mayor que en el caso del cartel, puesto que el receptor del mensaje dispone de más tiempo para entender y descifrar el contenido del mensaje.

Por otra parte, el cartel es un mensaje instantáneo, que se ve y se lee de un simple vistazo por los transeúntes. Y es por este motivo, porque se trata de un mensaje que tiene que descifrarse rápidamente –al paso de los transeúntes por delante de una fachada- y porque tiene que ser capaz de captar la atención de los receptores del mensaje y sobresalir del resto de mensajes que compiten con él en la calle, por lo que EGUIZÁBAL (2002:88) afirma que "*emplea textos más elípticos, colores más llamativos, imágenes más contundentes y una mayor preocupación por la legibilidad. El cartel exige un tipo de mensaje de una comprensión mucho más rápida que surge a partir de la percepción global del mensaje*". También JOAN COSTA (2002:3) pone de manifiesto la especificidad del mensaje del cartel, erróneamente pensado éste como medio útil para repetir el mensaje concebido para la televisión o la revista gráfica, por ejemplo. Pero cada medio tiene su propio lenguaje y afirma que *"…el lenguaje gráfico del Cartel es instantáneo y 'gestáltico': se percibe totalmente de una sola vez. Se desarrolla en el 'espacio'. Es estático y mudo. El tiempo de contacto se lo dedica el espectador en función de su interés, de su motivación, o de la capacidad de seducción del Cartel. Los carteles aparecen en el entorno urbano simultáneamente, y son confrontados unos con otros y todos con todos. El espectador es un transeúnte"*.

Y en el caso de la valla publicitaria, de formato horizontal, se sintetiza mucho más todavía el contenido del mensaje, puesto que el receptor de dicha información se mueve generalmente en automóvil y no puede detenerse para descifrar el mensaje. La valla busca una percepción prácticamente instantánea.

EGUIZÁBAL (2002:85) sostiene que "*la particularidad del cartel reside, en realidad, más en las características del soporte que en las del mensaje, que puede ser*

muy variopinto tanto por su discurso, como por sus objetivos o por el tipo de códigos que maneje".

Por tanto, podemos hablar de carteles políticos, comerciales, culturales, taurinos, de espectáculos, sociales, etcétera. De igual forma, encontramos carteles informativos o carteles persuasivos, o ambas cosas a la vez. Y en cuanto a los códigos utilizados, lo más común son los carteles en los que se integran dos lenguajes: el icónico y el textual. Ahora bien, en el menor de los casos, se dan situaciones en las que el cartel lo compone exclusivamente la imagen; y del mismo modo, podemos hablar de carteles únicamente tipográficos, sin imágenes. En este último caso el diseñador debe jugar sabiamente con la tipografía, la composición y el color para que el cartel no se convierta en un simple letrero.

De esta forma, EGUIZÁBAL (2002:89) entiende por cartel "*un anuncio*[3] *de carácter oficial o privado, impreso sobre papel o tela que se fija o expone en un lugar público abierto o cerrado*". Y, a juicio del mismo autor (2002:85-89), sus propiedades más concluyentes serían:

- Dimensión: el cartel utiliza justamente un soporte de dos dimensiones, y no se puede considerar como cartel a otros formatos publicitarios como displays, marquesinas, vallas, etc.
- Tamaño: las dimensiones del cartel pueden ser muy variables, desde pequeños a grandes formatos, especialmente debido a la llegada de nuevos sistemas de impresión que permitían mayores tamaños, pero también por otros motivos, como la necesidad de llamar más la atención con carteles de dimensiones superiores.
- Soporte: el cartel se crea para un mensaje ocasional, como pieza propia de una campaña publicitaria, que deja de tener sentido una vez finalizada ésta. Es por ello que se realiza sobre un soporte caduco y frágil, generalmente papel o sus derivados, pero también en tela o lienzo, materiales que se desgastan y padecen las inclemencias del tiempo: luz, calor, humedad, etc.
- Dimensión pública: lo específico de un cartel es que sea expuesto en un lugar público, pegado, colgado, fijado a la pared con algún mecanismo, etc. Al igual

3 *"Un anuncio es una comunicación publicitaria pagada por un anunciante para hacer llegar un mensaje a su público objetivo por cualquier medio de comunicación"*. Definición recogida en el Diccionario LID de Comunicación y Marketing. Madrid, LID Editorial Empresarial, 2004.

que Eguizábal, también RENAU (1976:79) hace referencia a esta característica, no sólo porque el cartel se exponga en un lugar público, sino porque necesita buscar al espectador: *"El cartel artístico, sin embargo, es el único hecho cultural que no exige del usuario esfuerzo ni propósito alguno, y ello por la sencilla razón de que forma parte integrante de nuestra vida diaria. El cartel va en busca del público, situándose estratégicamente en los puntos en que las gentes se aglomeran, viven o circulan…"*.

- Mensaje: los carteles pueden difundir infinidad de mensajes, pero en función del tipo de interés que respalden se pueden agrupar en dos grandes apartados, públicos y privados, y siempre cumpliendo la doble función de informar y persuadir.
- Códigos: los elementos que conforman un cartel pueden ser textuales y/o visuales, y lo característico de él va a ser el uso económico y seductor de estos códigos, su capacidad para combinar, en cada época, estética y acto comunicativo y, sobre todo, conseguir ser la expresión de un idioma visual público.
- Situación comunicativa, es decir, el contexto inmediato en el que se produce el hecho comunicativo. El diseño del cartel tiene que provocar una lectura global del mensaje, ya que ha de leerse y comprenderse rápidamente. Es lo que diferencia el cartel, por ejemplo, de un anuncio gráfico o una valla. En el primer caso, la situación comunicativa cambia porque puede leerse en el hogar y se dispone de un mayor tiempo de lectura para la decodificación del mensaje. En el caso de la valla, ésta se elabora para ser vista y leída rápidamente desde un automóvil por lo que adopta formatos horizontales y posee menos información que el cartel, el cual ha heredado su formato vertical del hecho de aparecer en una época en la que la gente se desplazaba a pie y se detenía ante un escaparate o un cartel pegado en la pared.
- Medio de comunicación de masas: el carácter masivo de la comunicación se refiere al carácter institucional de la comunicación, a la existencia de mediación técnica, al hecho de producir un cierto número de mensajes idénticos y a la naturaleza difusa y anónima de su receptor.

2.1.2 Funciones.

Las funciones desempeñadas por el cartel, y de acuerdo con FRANÇOIS ENEL (1974:30-48) son las siguientes:

El autor establece siete funciones, divididas en dos niveles diferentes. El primero, más explícito se refiere a los propósitos inmediatos y evidentes de todo cartel, por lo que se inscriben aquí las funciones de información, seducción y económica. Sin embargo, el segundo nivel es más impreciso y difícil de medir puesto que recoge aquellas funciones que promueven dispositivos psicosociológicos en el público al que van dirigidos, y son la función aseguradora, ambiental, estética y creadora.

En cuanto a la función de información, afirma Enel que el cartel es un medio de comunicación que pone en contacto a un emisor con un receptor, para que éste conozca los productos o servicios anunciados por el primero y, en última instancia, se vea motivado a su compra.

Esta función, entonces, se consigue principalmente con los elementos textuales del cartel, ya que la imagen tiene mayor poder de connotación y resulta mucho más ambigua, sobretodo en aquellos casos en los que la parte visual del cartel tiene un mayor nivel de abstracción y por eso necesita del texto para concretar el mensaje. Sin embargo, en los carteles que presentan un nivel de iconicidad elevado, el texto puede resultar redundante, pues sólo la imagen permite comprender el mensaje anunciado.

Respecto a la función de persuasión Enel alega que el cartel no debe limitarse a describir o alabar el producto publicitado, sino a sugerir y convencer al consumidor potencial a través de la argumentación y de mecanismos de persuasión: ya sean textuales, donde el artista dispone de un amplio repertorio de procedimientos retóricos, o bien específicos de la parte visual, como la elección de una composición adecuada, su dinamismo, el color, o las formas utilizadas.

La función económica está más que justificada. El cartel siempre tiene que ser eficaz y toda su retórica y estética está subordinada a esta eficacia, debe vender un producto, exaltar un servicio o propagar un mensaje, por ejemplo. Y para ello tiene que tener en cuenta la psicología del consumidor y el simbolismo del producto y así acelerar la dinámica comercial.

La función de seguridad hace referencia a la necesidad que cada vez más sienten los individuos de satisfacer necesidades psicológicas, como prestigio o placer, seguridad o afecto, por ejemplo. Por eso el cartel debe mostrar una realidad perfectamente alcanzable por el público al que se dirige, y además mostrarla de manera estable y segura, como un paraíso para que el consumidor se evada de sus tensiones y a su vez refuerce la imagen que tiene de sí mismo.

En lo tocante a la función educadora, Enel afirma que el cartel es capaz de modificar nuestra sensibilidad y nuestro modo de reaccionar ante el entorno, pues crea nuevos hábitos perceptivos. Se compone de signos gráficos, icónicos y tipográficos dispuestos a lo largo y ancho de la superficie del cartel provocando una lectura global que exige una entrega total por parte del individuo, quien no puede quedarse indiferente, no puede escapar de ellos y ve cómo sus hábitos sensitivos y cognoscitivos se reestructuran.

La función ambiental tiene que ver con el embellecimiento de las ciudades cuando el cartel llena sus muros y fachadas. No obstante, puede ser peligroso si se alcanza un elevado grado de saturación y en tal caso se produce el efecto contrario: genera caos y fealdad, aparte del rechazo por parte de los consumidores. Es necesario, entonces, planificar y gestionar los espacios en los que poder ubicar los carteles, así como exigir una cierta calidad estética en el cartel.

Esto nos lleva a la función estética, despreciada por muchos por tratarse de un medio cuya única finalidad puede parecer que sea únicamente la comercial. Sin embargo, el cartel puede tener un alto valor estético, como demuestra la existencia de verdaderas obras de arte en el ámbito del cartelismo. El cartel artístico deja una impronta más profunda y duradera en los individuos mientras que el cartel vulgar provoca rechazo y contrapublicidad.

Directamente relacionada con la función anterior está la creativa por la cual el cartel, igual que cualquier otra forma de comunicación publicitaria, necesita utilizar constantemente procedimientos inéditos para no perder su poder de impacto y eficacia. Y más aún el cartel, ligado inevitablemente a la repetición del estímulo y a la familiarización progresiva del receptor.

2.1.3 Características.

SERRANO MORA (2009:41-47) defiende que el cartel tiene que ser sobre todo claro e inteligible y relata una serie de factores que tiene que cumplir para conseguirlo, que son:

- Iconicidad: El grado de iconicidad viene definido por la semejanza que la imagen del cartel presenta con el elemento que tiene que mencionar. El cartel no puede tener un porcentaje de abstracción fuerte porque requiere un gran esfuerzo de su destinatario final. Sólo en aquellos casos en los que se dirige a un público concreto o especializado en el tema puede utilizar elementos menos figurativos pero cuando se dirige a una gran mayoría el cartel tiene que tener una lectura sencilla.
- Accesibilidad: El cartel debe ser fácil y legible para todos sus públicos. No obstante, es conveniente buscar un equilibrio entre aquellos carteles altamente descriptivos, de fácil lectura y comprensión, que no requieren ninguna participación de los individuos que reciben su mensaje, y aquellos otros más complicados que precisan del receptor para su descodificación. Es necesario, por tanto, encontrar una solución intermedia pues cuando el destinatario del cartel participa lo recuerda mucho mejor.
- Originalidad: El cartel tiene que ser novedoso y diferente, provocar sorpresa, para que impacte con mayor fuerza en sus destinatarios y éstos lo recuerden mejor. Sin embargo, si el grado de originalidad es muy elevado, posiblemente sea totalmente ininteligible para el receptor por lo que de nuevo se trata de buscar un equilibrio: en este caso, entre la originalidad y la inteligibilidad.
- Coherencia: Todos los elementos que componen un cartel, visuales y/o textuales, deben estar coherentemente relacionados entre sí. La falta de coherencia entre ellos hace que no exista eficacia visual y que el mensaje no se entienda.
- Dinamismo: El porcentaje de dinamismo de un cartel, generado por el uso de los colores, las líneas, las formas y los distintos planos de composición, además de la organización medida de sus elementos compositivos, son dos cuestiones

fundamentales para llamar la atención e impactar en el posible espectador del cartel, pues son el estímulo necesario para que su memoria lo recuerde.

2.1.4 Tipología del cartel.

Varios son los teóricos que se han atrevido a realizar distintas clasificaciones de carteles, como Josep Renau, François Enel, Müller-Brockman o Raúl Eguizábal, por ejemplo. No obstante, las categorizaciones realizadas por los tres primeros no nos resultan del todo convincentes por seguir un criterio demasiado general y no quedar muy bien definidos los límites entre una y otra categoría por lo que no son muy excluyentes entre ellas. RENAU (1976) habla únicamente de dos grandes grupos de carteles: comerciales o publicitarios y políticos. ENEL (1974) establece tres grupos o categorías: al igual que el autor anterior, establece una separación entre el cartel comercial y el de propaganda y añade un tercer grupo, el cartel cultural. Por su parte, el diseñador y teórico MÜLLER-BROCKMAN (1971) quizá sea el que realiza la división más imprecisa pues habla de cartel ilustrado, cartel objetivo-informativo, cartel constructivista y cartel experimental.

No obstante, va a ser el profesor EGUIZÁBAL MAZA (2003:29-32) quien realmente hace una verdadera tipología ateniéndose a criterios mucho más significativos: criterio tecnológico, estético, por las características del emisor o por el tipo de contenido.

- Tecnología: A lo largo de la historia, la aparición y mejora de nuevos sistemas de impresión ha afectado no sólo a las facultades expresivas del cartel y a sus posibilidades estéticas, sino también a su lenguaje. Principalmente pueden establecerse así cuatro grupos, atendiendo al sistema de impresión utilizado para su reproducción: carteles xilográficos, tipográficos, litográficos y fotomecánicos. La xilografía es el sistema más antiguo, se introduce en Occidente en la Edad Media, y parece ser que se utiliza entonces para reproducir carteles usando planchas de madera talladas. La tipografía, utilizada desde el siglo XIV hasta hace relativamente pocos años, es el invento de tipos móviles metálicos de Gutenberg. Posteriormente, la litografía, sistema planográfico que empieza a usarse a finales del siglo XVIII y se basa en la natural repulsión del

agua y la tinta grasa. Por último, la consecuencia lógica de la evolución litográfica, el offset y la fotomecánica.

- Estética: En este caso, el autor se plantea una primera gran división entre aquellos carteles que tienen algún valor artístico y los que sólo tienen un interés antropológico. Para él, el cartel artístico no se utiliza sólo como medio de comunicación, sino también como forma de expresión. Se trata de un "cartel de autor", aunque sea anónimo. Y su clasificación obedece a la aparición de los distintos movimientos artísticos de cada época, principalmente de las artes aplicadas.
- Tipo de emisor: Según este criterio, hablamos de emisores privados, públicos y mixtos. Los primeros son los fabricantes de bienes, espectáculos (entre los que se encuentra el cine), editoriales o servicios, por ejemplo. Los públicos son los gobiernos y administraciones, desde locales a supranacionales. Y por último, los mixtos son aquellas organizaciones que no son de carácter público pero que carecen de ánimo de lucro, defienden intereses de colectivos y de alcance público.
- Contenido: Su división en este caso está establecida en carteles publicitarios (mercantiles, electorales, cívicos o culturales) y propagandísticos (políticos y religiosos). Para ello, el autor aclara la diferencia entre lo publicitario y lo propagandístico, afirmando que el cartel propagandístico difunde una ideología, mientras que el publicitario tiene como objetivo modificar un comportamiento (comprar o votar, por ejemplo), puntualizando que en las últimas décadas se ha sustituido la propaganda ideológica por la publicidad política, encargada ésta de la promoción de partidos y candidatos.
- Según esto, las divisiones que se pueden establecer según el criterio de contenido van a depender del material a tratar, ordenándose por ejemplo en comerciales, culturales o políticos; o por géneros, en cinematográficos, taurinos, bélicos, mercantiles, etc.

2.2 El cartel publicitario. Aproximación histórica.

"*El cartel es un sistema publicitario con verdadero carácter de institución, que ha comunicado mensajes de toda índole desde los tiempos más primitivos de la historia*". (GARCÍA RUESCAS, 2000).

El Museo Británico custodia un papiro egipcio de hace 3000 años, encontrado en la ciudad de Tebas, que parece ser el primer anuncio del mundo que se conserva. El documento informa de una recompensa que ofrece un comerciante por la captura de un esclavo escapado. Pero lo interesante, y por lo que hablamos de cartel, es la manera en la que termina ese texto. Raúl EGUIZÁBAL (1998), en su libro *Historia de la Publicidad*, página 50, reproduce dicho texto: "*El esclavo Shem ha huido de la casa de su noble amo Hapú, el tejedor. Todos los buenos ciudadanos de Tebas están invitados a participar en su búsqueda. El esclavo mide 1,55, es de complexión robusta y tiene ojos cafés (sic). Se recompensará a la persona que proporcione datos para encontrar a Shem, con media moneda de oro. La persona que lo capture y lo devuelva a la casa de Hapú, el tejedor, será recompensado con media moneda de oro. La casa de Hapú ofrece las mejores telas de Tebas*".

Ya en los tiempos de la Grecia clásica se encuentran ejemplos frecuentes de lo que podrían considerarse carteles. Utilizaban unos postes cuadrados de piedra o madera blanqueada, los *axones*, de carácter oficial, y unos cilindros de madera, *kyrbos*, que podían incluir anuncios de particulares. Según EGUIZÁBAL (1998:23) ambos pueden considerarse como los antecedentes más evidentes del cartel y de la comunicación pública. Desde las diversas notificaciones a los ciudadanos, la convocatoria de actos públicos, las leyes que se promulgaban, decretos, etc., hasta las distintas mercancías que se ofrecían al pueblo, todo era susceptible de aparecer en estos postes o cilindros, que además se colocaban en los lugares más estratégicos y transitados de la ciudad, donde todo el mundo pudiese verlos.

También en el Imperio Romano podemos encontrar antecesores del cartel publicitario. Existía lo que se conoce como *Alba*, y eran todas aquellas superficies, de piedra o de madera, idóneas para ser blanqueadas y poder escribir sobre ellas. Su gran ventaja era que podían borrarse con cal y volver a escribir sobre ellas. Además,

consiguieron establecer lugares concretos para su colocación y la gente podía acudir allí en busca de noticias. Muchas veces se empleaban las fachadas de particulares e incluso la superficie de las tumbas cuando éstas estaban próximas a los caminos. Se utilizaban para anuncios públicos, para informar sobre los juegos y combates de gladiadores, las representaciones de teatro e, incluso, eran utilizados por los comerciantes y, en algún caso, para anuncios políticos.

Disponían igualmente de lo que se conoce como *Libellus*, que era un papiro escrito en grandes caracteres y que se pegaba a la pared. Su empleo era muy diverso y englobaba gran número de actividades, como la venta de bienes, anuncios de objetos perdidos o encontrados, programas de espectáculos, etc.

Después de la caída del Imperio Romano, Europa padece una profunda crisis. Durante cerca de diez siglos no hay apenas progreso, ni económico, ni tecnológico y mucho menos cultural. Aquellas primeras manifestaciones publicitarias aparecidas en el mundo clásico se extinguieron. Si bien el nivel cultural de los pueblos clásicos posibilitaba que un elevado porcentaje de población leyese con facilidad, en la Edad Media el índice de analfabetismo se multiplica enormemente. Fue un período intensamente religioso, religiosidad que imposibilitaba cualquier intento de enriquecimiento, tanto económico como cultural. La cultura quedaba restringida al ámbito de los monasterios.

Esta situación provoca que prácticamente la única actividad publicitaria existente fuese la figura del pregonero. Estos señores iban por las calles vociferando toda clase de acontecimientos: ordenanzas y edictos reales, objetos extraviados, entierros, etc.

Ahora bien, sí podemos hablar en esta época de una cierta producción de proclamas, avisos o letreros, que van a servir exclusivamente a los fines del Estado y de la Iglesia, pero que pueden considerarse como precursores del cartel. Eran anuncios de pequeño tamaño, generalmente manuscritos o impresos con xilografía, que la Iglesia utilizó para convocar distintos actos religiosos, para la catequización, o para la venta de bulas e indulgencias, y con los que el Estado publicaba ordenanzas y edictos.

En el siglo XV, con la invención de la imprenta de la mano de Gutenberg, se produce un salto decisivo para la comunicación visual puesto que el nuevo invento marca el nacimiento de la producción en serie. Se considera como primer cartel

impreso el de William Caxton, impresor de los Cuentos de Canterbury, quien en 1477 difunde un cartel de pequeño formato anunciando una de sus publicaciones. Según EGUIZÁBAL (2003:34): *"A lo largo de estos años, que irán acumulándose en siglos, se producen en toda Europa un número creciente de carteles impresos en tipografía, acompañados a veces de viñetas en xilografía, anunciando espectáculos, reclamando voluntarios para el ejército o difundiendo bandos y proclamas. Estos primeros carteles solían ser bastante elementales, impresos en formatos pequeños y de cortas tiradas. No será en realidad hasta el siglo XIX cuando el cartel encuentre su medio idóneo, y alcance un grado máximo de desarrollo: tiradas extensas, tamaños descomunales y todo el esplendor que permitió la litografía en color"*.

Volvemos entonces a encontrar carteles y folletos que, si bien en un principio tenían características semejantes a los anteriormente impresos con xilografía puesto que eran más letreros que carteles, poco a poco se van introduciendo en su composición imágenes que acompañan a los textos, orlas decorativas y distintos elementos de embellecimiento pictórico, apareciendo el cartel ilustrado.

Según PACHECO RUEDA (1999:5): *"La eficacia del cartel como herramienta de comunicación de todo tipo de disposiciones condujo al establecimiento de un monopolio del cartel por parte de los estamentos privilegiados. Así, a mediados del siglo XVI en Francia, aquella persona que imprimiera o colocara carteles sin permiso o despegara los anuncios oficiales podía ser encarcelada y azotada. Esta situación no cambiaría hasta 1791, fecha en que se autorizó en París el bando privado, que debía estar impreso en papel de color para distinguirlo del blanco oficial"*.

Si hasta entonces habían sido la Iglesia y el Estado quienes habían acaparado para sí el uso del cartel como forma comunicativa, ya en el siglo XVI, y sobre todo a partir del XVII, encontramos numerosos ejemplos tipográficos de carteles anunciadores de espectáculos, como el circo, el teatro y los toros, carteles comerciales anunciadores de libros, medicamentos o nuevos productos procedentes de las colonias y también algún que otro cartel turístico.

2.2.1 Nacimiento del cartel moderno.

La Revolución Industrial, los avances tecnológicos en distintos campos, como el transporte, las comunicaciones o los sistemas de producción, el naciente liberalismo político, la alfabetización de la población y el considerable desarrollo económico, todo ello posibilita que la actividad publicitaria adquiera firmeza y solidez, y concretamente en el caso del cartel, es en estos años y hasta prácticamente la Primera Guerra Mundial cuando alcanza su máximo esplendor y se sientan las bases del cartel moderno.

Reproduzco a continuación las razones más significativas según EGUIZÁBAL (1998:141) por las cuales el cartel se convirtió, después de la publicidad en prensa y revistas, en el medio publicitario más importante del siglo XIX:

1. Porque la litografía consiguió aumentar la tirada de los carteles, utilizar formatos más grandes y además en color.

2. Porque la mayoría de los artistas de aquel momento se dedicaron a la realización de carteles, sin duda motivados por las enormes posibilidades expresivas que ofrecía la técnica de la litografía.

3. Porque además el cartel ofrecía mayor libertad creativa que los anuncios de periódicos y revistas.

4. Porque la limitada información que ofrecían los carteles –se usaban pocas palabras, pero además se disponían en tamaños relativamente grandes y con colores brillantes y llamativos- era más accesible para un público todavía con escaso grado de alfabetización.

5. Porque el cartel era una manera de propagar una información rápidamente. La pega de carteles se había convertido en una profesión y, además, el cartel no estaba sometido a los impuestos y controles que soportaba la publicidad en el medio prensa.

Es en este momento cuando nace lo que se conoce como cartel artístico. Según GUTIÉRREZ ESPADA (2005:1) es un cartel nuevo en cuanto a contenido, no respecto al soporte, por lo que añade que algunos autores prefieren añadir el término moderno al

de cartel artístico. Según él, los hechos históricos que conforman esta nueva modalidad de cartel serían: tecnológicos, socioeconómicos, socioculturales, estéticos.

No obstante, EGUIZÁBAL (2003:34) precisa aún más este concepto y afirma que es con la llegada de la sociedad moderna cuando el cartel alcanza su apogeo y ese entorno viene definido por circunstancias políticas, factores sociales y económicos, factores técnicos y tecnológicos, el propio nacimiento del cartel artístico, y lo que él denomina la imagen moderna. A continuación comentamos cada una de estas circunstancias y factores:

Circunstancias políticas:

Hay que remontarse a la revolución francesa de 1789 por la cual el cartel recibe un empujón más que notable. Dice el autor *"…las calles se llenaron de panfletos, las paredes se empapelaron con carteles, por los cafés y sociedades corrieron los periódicos y órganos de los diferentes partidos, el aire mismo se envolvió con los mítines y los discursos políticos"*. Esta revolución marca el final definitivo del absolutismo y surge un nuevo régimen donde la sociedad burguesa se convierte en la fuerza política fundamental del país. Y a partir de este momento, la expansión de las doctrinas liberales, la caída de los obstáculos feudales, la confianza en el progreso y además, los intentos por mejorar la formación, el comportamiento y el nivel cultural de la población[4], fueron decisivos para el crecimiento del cartel.

Factores sociales y económicos:

Estos hechos están determinados principalmente por la revolución industrial del siglo XIX. La llegada de las máquinas lleva aparejada la aparición de la sociedad de consumo, no sólo de bienes básicos sino también de productos de lujo desconocidos hasta entonces por la gran mayoría. Y va a ser la publicidad, el cartel como principal medio publicitario en este momento, el encargado de vender estos nuevos productos.

[4] Los países más progresistas establecieron planes de alfabetización de la población, lo que permite que ésta empiece a leer y comprender los mensajes de los carteles. Además, éstos eran gratuitos, a diferencia de los periódicos, por lo que estaban al alcance de todo el mundo.

Aumentan, por tanto, las opciones de consumo, pero también las de ocio y de información. Esta nueva sociedad quiere estar informada y se produce un gran crecimiento de periódicos y revistas, los cuales se convierten en soportes de la nueva publicidad. Por otro lado, también se produce una transformación de las ciudades, que se vuelven más modernas: la gente sale a la calle, la vida social ahora son las tiendas, los cafés y los teatros. La nueva práctica social es ir de compras. Y todo esto viene acompañado de una profunda renovación urbanística, motivada principalmente por los problemas acarreados tras el gran éxodo rural a las grandes ciudades. Los nuevos planes urbanísticos suponen importantes transformaciones en los núcleos urbanos para construir ciudades modernas, con amplias avenidas y bulevares, zonas verdes, alcantarillas, etc.

Y según EGUIZÁBAL (2003:40-41) *"...No solamente la información se convierte en un valor de la nueva sociedad, también la estética: 'la estética, en su sentido más nítido ha pasado a ocupar un lugar destacado en la vida cotidiana'. Se le da una renovada importancia a cosas tan superficiales, tan 'burguesas', como la elegancia: 'la elegancia da interés a la vida', dice Balzac; o como la novedad: 'un dandy no puede ser jamás un hombre corriente', afirma Baudelaire, mientras que Byron nos habla de la 'exquisita originalidad'. 'La industria es la raíz de toda fealdad', asegura el dandy Oscar Wilde; pero a los burgueses les gustará verse rodeados de belleza y contribuyen así al éxito de las creaciones de William Morris, de los muebles de Mackintosh, de los edificios de Gaudí, así como del arte escénico de Sara Bernhardt y de las danzas de la Loïe Fuller"*.

Por todo ello es por lo que el autor termina diciendo que *"los anuncios y carteles se transformarán en una necesidad económica y social más, que deberá adaptarse a los nuevos tiempos y encontrar su fundamento técnico y tecnológico"*.

Factores técnicos y tecnológicos:

La historia del cartel y sobretodo el gran auge que alcanza en el siglo XIX está tremendamente influido por la aparición a lo largo de la historia de distintos inventos y sistemas de impresión que se han ido aprovechando por la publicidad y los cartelistas.

El cartel es un medio de comunicación de masas. Según ALCACER GARMENCIA (1991:15), se caracteriza por su multiplicidad. Es necesario que el

mismo mensaje llegue a un número determinado de individuos. El original de un cartel, ya sea manuscrito o pintado, es un paso previo a la intervención del impresor, quien a partir de ese original, conseguirá un gran número de carteles idénticos.

A lo largo de la historia han ido apareciendo distintos sistemas de impresión y estampación que han permitido la reproducción y repetición de ese cartel original, posibilitando su difusión a las masas. Y el cartel se ha ido adaptando a los sistemas de impresión imperantes en cada momento. EGUIZÁBAL (2002:90) nos dice que "*La tecnología ha determinado no sólo las facultades expresivas del cartel, también su lenguaje y hasta sus posibilidades estéticas*".

En el mundo antiguo la posibilidad de reproducción se conocía únicamente en el ámbito del bronce, el barro y en la tarea de fundir metales y acuñar monedas. Así mismo, como soporte para la escritura se usaron los más variados materiales: piedra, metales –oro, bronce, cobre-, tablillas enceradas de madera, corteza de los árboles, telas, ladrillos de arcilla y, por supuesto, papiro y pergamino. Fue el descubrimiento del papel lo que marcó un paso gigantesco para la historia de las Artes Gráficas y de los sistemas de impresión y estampación.

Parece ser que fue el chino Ts'ai Lun quien ofreció la primera muestra de papel en el año 105. Los chinos obtenían el papel de caña de bambú, paja de arroz, fibra de morera, etc. El descubrimiento llegó hasta los árabes a través de unos prisioneros chinos llevados a Turquestán. Los árabes utilizaban para su fabricación trapos de algodón, obteniendo de esta forma más calidad.

A través de los árabes se difundió el invento por el norte de África, pasando a la Península Ibérica y de ahí al resto de Europa.

Aunque tuvo que competir algún tiempo con el pergamino, acabó imponiéndose. Era de menor solidez y resistencia, pero sí más barato y más fácil de elaborar. Además, la máquina continua, inventada en el siglo XVIII por el francés Luis Nicolás Robert, constituyó un avance indiscutible pues permitió un aumento considerable en su fabricación que permitía satisfacer la cada vez mayor demanda de papel exigida para multitud de aplicaciones.

Los procedimientos de impresión más usados en la reproducción de carteles han sido: en un primer momento la xilografía, la tipografía, por supuesto la litografía, y el offset.

Xilografía:

Conocida también con el nombre de "entalladura" en sus primeros años, comenzó a utilizarse en la primera mitad del siglo XIV. Es un procedimiento de impresión directo que utiliza formas en relieve y se trata de un grabado realizado sobre una plancha de madera.

El proceso xilográfico consiste en dejar en relieve aquellas partes de la plancha que corresponden al dibujo, mientras que el resto se vacía. En el momento de imprimir se entinta la superficie en relieve y, por contacto y mediante presión, se transfiere esa tinta al papel.

Podemos hablar de dos técnicas en xilografía:

- Xilografía a fibra, en la que la madera se corta en el sentido de la veta y para la que se usan todo tipo de maderas, aunque siempre son preferibles las más duras, para así obtener bordes más duros y consistentes.

- Xilografía a contrafibra. En este caso, la plancha de madera se corta en el sentido transversal al tronco y así se elimina la veta y se pueden obtener tiradas más largas. Se requiere una madera de gran porosidad y dureza, de ahí que se use principalmente el boj.

En los siglos XIV y XV las estampas obtenidas mediante este procedimiento se coloreaban a mano una vez impresas. Pero ya en el siglo XVI se utiliza la xilografía a color, para lo cual se necesitan tantas planchas de madera como colores.

Tipografía:

De nuevo hablamos de un proceso de impresión directo que utiliza formas en relieve.

El Renacimiento, iniciado en Italia en el siglo XIV y extendido por toda Europa en los siglos XV y XVI, fue un movimiento cultural que retrocedía a la cultura clásica, rechazando las ideas profundamente religiosas imperantes en la Edad Media, que surgían de los monasterios, prácticamente los únicos focos de cultura existentes. Esta corriente motivó un extraordinario ansia de cultura y para satisfacerlo no eran suficientes los copistas y xilógrafos. Había que buscar una solución puesto que la

demanda de libros crecía a un ritmo vertiginoso. Se necesitaba producir más y más rápidamente.

Además, los xilógrafos podían cometer errores al elaborar el preparado de las planchas de madera, como cambio de letras o palabras, omisión de alguna de ellas, etc. La mayoría de las veces un fallo suponía tener que tirar esa plancha y volver a empezar el grabado. Otras veces, si se quería aprovechar el resto de la plancha, había que sustituir las letras equivocadas. Para ello, se realizaban estas letras en un trozo de boj aparte y se pegaban en la plancha procurando dejarlas a la altura de las demás.

El paso de estas letras de boj al tipo suelto de metal era una consecuencia inmediata y fue Gutenberg, a mediados del siglo XV, el encargado de encontrar la solución, creando el denominado tipo o carácter tipográfico, que no es más que un sólido de tres dimensiones que en su parte superior lleva una letra en relieve. El proceso para la obtención de este tipo móvil es simple: se graba en un punzón de acero la imagen de una letra en relieve; con ese punzón se troquela en hueco un molde de cobre, y de esta forma en el fondo queda grabada la matriz de esa letra; en ella se vuelca una aleación de plomo, estaño y antimonio que, una vez enfriada, se convierte en el tipo móvil.

De esta forma, Johann Gutenberg ha pasado a la historia como la persona que transformó el sistema de reproducción de la información, consiguiendo el paso de la copia manuscrita a la mecanización de la escritura. Sus dos grandes aportaciones fueron: la invención del tipo móvil metálico y la adaptación de la prensa de uvas como máquina para la impresión, si bien es cierto que, pese a que son muchos los que han atribuido a Gutenberg el invento, parece ser que su aportación fue la introducción en Europa de este tipo móvil, que ya se conocía en China desde mucho tiempo atrás.

Sea como fuere, el nuevo invento se extendió por toda Europa rápidamente. A partir de Gutenberg fueron muchos los maestros impresores que se dedicaron al embellecimiento y perfeccionamiento de los tipos: Aldo Manuzio, Jenson, Claude Garamond, Tory, William Caslon, Baskerville, Didot, Bodoni y un largo etcétera, hasta el punto de que muchas veces la historia de la escritura se confunde casi siempre con la historia de los caracteres de imprenta, ya que el nuevo invento utilizó los alfabetos más convenientes para sus fines.

En un principio, la composición con los tipos de metal era totalmente manual. Se componían las palabras, líneas y párrafos y se dejaban los huecos para las imágenes, impresas generalmente en xilografía. Pero, a partir del siglo XIX aparecen las primeras máquinas de componer, como la Linotipia y la Monotipia, lo que supuso un gran avance en la rapidez de impresión.

Litografía:

La invención de esta técnica se la debemos al checo Alois Senefelder, músico e hijo de actores de teatro, quien a finales del siglo XVIII, falto de recursos económicos para imprimir las obras de teatro y partituras musicales, encontró una manera de poderlas imprimir él mismo.

En un principio la litografía no se pensó como medio de creación artístico. Fue un descubrimiento azaroso, que empezó a utilizarse básicamente con finalidad comercial. Pero los artistas no tardaron mucho tiempo en darse cuenta de las ventajas que aportaba el nuevo sistema, ya que permitía al autor dibujar directamente sobre la piedra litográfica y se eliminaba así la figura intermedia del grabador.

Pintores de la talla de Goya, Delacroix, Ingres, Gericault, Manet, Klee y Picasso vieron en este nuevo procedimiento de estampación un medio ideal de expresión gráfica.

Esta técnica se basa en la parcial incompatibilidad existente entre las substancias grasas y el agua. Las zonas que se han de imprimir son grasas y las zonas restantes –las no impresoras- están siempre húmedas.

Consiste en dibujar la imagen deseada –empleando para ello un material graso- directamente sobre una piedra caliza. Seguidamente, esa piedra se somete a varios tratamientos para que las zonas a imprimir acepten la tinta grasa y rechacen el agua y en las zonas no impresoras ocurra el efecto contrario, es decir, acepten el agua y rechacen la tinta.

Según CARULLA (1995:16): "*Una controvertida leyenda, creada por el propio Senefelder, explica que un día de 1798, por falta de papel, utilizó una piedra calcárea plana que tenía a mano, procedente de una cantera próxima. Sobre esta piedra escribió una lista de ropa para lavandería que le estaba dictando su madre. No es de extrañar*

que Senefelder tuviera una piedra plana a su alcance, ya que desde 1787 se venían utilizando en Alemania para imprimir textos sobre papel.(…) Escribió con una tinta de origen animal excesivamente grasa que él mismo había preparado y, después de diversas pruebas en las que trató de grabar los textos al aguafuerte y comprobó su poco éxito, lavó la piedra con agua y jabón para dejarla a punto a fin de volver a utilizarla. Después de enjuagarla reiteradamente, observó que mientras la superficie de la piedra estaba húmeda, las zonas teñidas por la tinta rechazaban el agua debido a la sustancia grasa que entraba en su composición. La observación de este detalle permitió que un joven impresor de 27 años descubriera la litografía".

Esta técnica, también de estampación directa, se diferencia de los anteriores procedimientos de impresión descritos en que es un proceso planográfico. Las zonas a imprimir y las que no deben manchar el papel se encuentran al mismo nivel. Se trata de una superficie totalmente lisa.

Con la litografía se obtenían imágenes en blanco y negro. Es en 1836 cuando Engelmann consigue la cromolitografía, es decir, el procedimiento de la litografía directa en colores. Hasta entonces se procedía a colorear a mano los carteles litografiados en blanco y negro.

Hubo otros intentos anteriores a la cromolitografía destinados a conseguir la estampación en color, como es el caso de la xiloestereocromía. Desarrollada por Jean-Michel Rouchon, consistía en utilizar distintas planchas de madera entintadas sobre una misma hoja de papel.

Debido a la acumulación de piedras en los talleres, así como a su excesivo peso –una piedra de 50 x 70 cm podía llegar a pesar 200 kg–, a su fragilidad y poca resistencia a la presión ejercida por la prensa, acabó imponiéndose el uso de planchas de cinc o aluminio, lo que posibilitó que a finales del siglo XIX se llegaran a imprimir de esta forma unas 10.000 hojas por hora.

Desde sus comienzos, la litografía fue utilizada por los cartelistas de la época. El artista francés Jules Cheret, a quien se atribuye la invención del cartel moderno, como gran conocedor de la técnica litográfica, consiguió verdaderas obras maestras del arte publicitario. Imprimía sus carteles utilizando tantas piedras litográficas como colores básicos, y obtenía los distintos matices superponiendo u oponiendo los colores.

También podemos mencionar, por ejemplo, a Toulouse-Lautrec, quien utilizaba la litografía al lápiz -consiguiendo gran variedad de medias tintas-, o la técnica del salpicado para la realización de los fondos en varios de sus carteles. Pulverizaba la tinta frotando un cepillo sobre una malla metálica, y de esta forma, la tela se salpicaba con puntitos de tinta, más o menos densos dependiendo siempre de la cantidad de tinta proyectada.

Y no fueron solo ellos. A partir de Cheret, quien motivó a los grandes artistas a introducirse en el mundo del cartel publicitario demostrando las enormes posibilidades expresivas que el medio podía alcanzar al utilizar como procedimiento de impresión la litografía, el invento fue adoptado por todos: Mucha, Bonnard, Cassandre, Carlu, Dupon, Bernhard, Cappiello, Casas, Matisse, Picasso, etcétera. En sus obras se puede ver la perfección que lograron alcanzar tanto los artistas como los litógrafos.

Offset:

El offset es una consecuencia de la evolución de la litografía. Se basa igualmente en el fenómeno de repulsión existente entre el agua y la grasa. Fue, Ira Rubel, en Estados Unidos, quien a principios del siglo XX observó que la tinta se transmitía mucho mejor al papel por repintado. De esta forma, la tinta se transfiere de la plancha de metal portadora de la imagen a una mantilla de caucho envuelta alrededor de un cilindro giratorio de metal, y, finalmente, la imagen pasa de la mantilla al papel.

Así, se eliminaban algunos de los problemas que surgían con la estampación litográfica, como puede ser que la cantidad de agua que va a recibir el papel es menor que en la litografía directa. Y se obtienen ciertas ventajas, como que el caucho se adapta mejor a las irregularidades de la superficie, lo que nos permite trabajar con soportes muy variados.

Gracias también a la introducción de los métodos fotográficos en la grabación de las planchas se consigue acelerar el proceso de impresión. La imagen debía dibujarse manualmente sobre la piedra. Y no sólo eso, sino que debía dibujarse invertida, lo que exigía un entrenamiento especial.

El cartel artístico:

La litografía aumenta tremendamente las posibilidades de expresión del cartel y de los cartelistas. Y a esto hay que añadir que la revolución industrial y la aparición de mercados de competencia provocan el escenario perfecto para que el cartel se convierta en un poderoso medio de comunicación de masas. Aumentan las tiradas y los tamaños y se utiliza para publicitar todo tipo de productos y espectáculos. Dice EGUIZÁBAL (2003:51): *"Más que en el entorno del teatro literario, de los grandes conciertos o de la ópera, el arte del cartel se desarrolló alrededor de los cafés cantantes, del circo, del cabaret, de los carnavales, del teatro de sombras, etc. Muchos de los artistas del momento eran, así mismo aficionados, a este tipo de lugares bulliciosos, llenos de vida y de 'tipos' interesantes. El nombre de Lautrec está indisolublemente unido al del 'Moulin Rouge'; Steinlen al del 'Chat Noir' y, en España, el de Ramón Casas al del café 'Els Quatre Gats'. Chéret pintó el cartel inaugural del 'Moulin Rouge' y además hizo otros para el 'Music Hall Eldorado', para la 'Troupé Bugny', para bailes de máscaras, para el palacio de hielo; Jacques Villon pintó uno para el 'American Bar Concert' y Georges Fay otro para 'Le Quartier Cabaret Salon'; etc. La estampa de Aristide Bruant se convirtió en un icono de la época gracias a los anuncios de Lautrec para su cabaret y espectáculo, y al payaso Chocolat lo inmortalizó con una serie de dibujos. (...) Este tipo de espectáculos, junto a productos como el petróleo para lámparas, las bebidas aperitivas y reconstituyentes, purgativos, jabón, cosméticos, chocolate, etc.; y publicaciones del tipo folletones, periódicos ilustrados y satíricos, fueron los primeros anunciantes"*.

BARNICOAT (1997:24) afirma que, sin duda alguna la verdadera revolución se produjo cuando Cheret comenzó a realizar carteles con el procedimiento de la cromolitografía, creando con ellos "*una especie de taquigrafía visual que permitiría expresar ideas de una forma sencilla y directa*".

Su doble condición de artista –pintor- e impresor fue determinante para impulsar definitivamente al cartel como medio artístico y publicitario. Su trabajo consiguió que empezara a verse el cartel como una nueva forma de arte, un arte para las masas cuyo ámbito de exposición será la calle. Según BARNICOAT (1997:12), el propio Cheret llegó a afirmar que para él los carteles no eran necesariamente una buena forma de publicidad pero que, en cambio eran excelentes murales. Y ALCÁCER GARMENDIA (1991:19) nos dice que fue incluso premiado en 1889 con la Legión de Honor por haber

creado un nuevo género en el arte aprovechando las técnicas comerciales e industriales de la imprenta.

Sus carteles, más de mil, muestran figuras planas, combinaciones de color que llaman la atención de los viandantes, brevedad en la información textual, amén de la unificación de ese texto con el resto de los elementos que forman la composición, y destaca sobremanera la continua presencia de una figura femenina, alegre, dinámica, un tanto ingenua y sensual, la actriz y bailarina danesa Charlotte Wiehe, hasta el punto de que, según EGUIZÁBAL (1998:191), "*a Cheret se le atribuye la introducción del sexo en la publicidad, o al menos el haber sabido utilizar en beneficio del producto el encanto de la mujer*".

Entre sus obras más famosas podemos citar *Bal Valentino* (1869), *Diaphane* (1890), *La Pantomima* (1891) o *Carnaval* (1894).

Sucesor inmediato de Cheret será el pintor Toulouse-Lautrec, quien alejándose de los cánones establecidos por su predecesor, logra conseguir una excelente simbiosis entre arte y objetivos comerciales. Con influencias del grabado japonés, Lautrec introduce en sus carteles la perspectiva plana, con fondos lisos de colores llamativos y utiliza un dibujo sencillo pero preciso, acentuando los perfiles de las figuras, consiguiendo de esta manera una gran fuerza expresiva. Recurre a la caricatura, a la ironía y a la sátira, por lo que su obra siempre estuvo rodeada de una cierta polémica, pero es indudable que la treintena de carteles realizados por él son verdaderas obras maestras. Tal es el caso, por ejemplo, de *Moulin Rouge* (1891), *Le divan japonais* (1893), *Jane Avril* (1893) o *Aristide Bruant* (1894).

Una vez concretado el prototipo de cartel comercial con Cheret y Lautrec y elevado a la categoría de arte, fueron muchos los pintores seducidos por el nuevo medio y así podemos comprobar cómo cada corriente artística tiene una cierta producción cartelística.

El Art Nouveau fue el estilo más representativo de finales del siglo XIX. Se caracterizó por su ruptura con la tradición académica, por la búsqueda de lo nuevo, por el desmedido uso de elementos decorativos y ornamentales, en su mayoría motivos vegetales embrollados, y por el dibujo de delicadas figuras sinuosas. Encontramos ejemplos de este estilo repartidos por todo el continente europeo. Así en París, centro neurálgico, tenemos a Mucha, Grasset o Manuel Orazi; a Cappiello en Italia; a Aubrey

Beardsley, Hardy y los Beggarstaffs Brothers en Inglaterra; a Klimt, Moser, Hoffman y Olbrich en Austria y a Klinger, Hotlwein y Bernhard en Alemania. También en España, concretamente en Cataluña, destacaron Alexandre de Riquer y sobre todo Ramón Casas. Y fuera del continente europeo, hay que mencionar al ilustrador, cartelista y tipógrafo Will Bradley, en Estados Unidos. Todos ellos contribuyeron en la tarea de crear un medio autónomo como forma de expresión y como herramienta de comunicación eficaz, adquiriendo el cartel personalidad plástica y creándose además un auténtico lenguaje cartelístico.

Desde finales del siglo XIX y hasta prácticamente la Primera Guerra Mundial, se puede decir que el cartel, como soporte artístico y publicitario, estaba en todo su esplendor. Se inicia en París pero rápidamente se extiende por todo el mundo, llenando de color todas las grandes ciudades. Su impacto fue tan grande que incluso se hacían ediciones especiales para coleccionistas, se editaban revistas especializadas –*Les maîtres de l'Affiche,* en París, o *The Poster* en Londres-, se montaban exposiciones o se editaban volúmenes sobre la historia del cartel.

La imagen moderna:

Las nuevas tecnologías comentadas anteriormente, junto con la fabricación de papel barato y tintas de mejor calidad posibilitan la rápida reproducción en serie de todo tipo de productos, no sólo de los carteles: estampas, libros, periódicos y revistas, almanaques, etc., en los que la imagen va a ser el elemento fundamental.

VIDAL SILVA (2006:108) afirma que el salto de la publicidad antigua a la publicidad moderna se da en el momento que "se dota de imágenes que hacen posible la expresión visual y simplificada de ideas conceptuales y abstractas para promoción de los productos". Desde ese momento, la imagen se convierte en el elemento más sobresaliente e importante de la publicidad y por consiguiente del cartel.

Esta imagen moderna se caracteriza por un cambio en su temática, ya que abandona su carácter esencialmente religioso y presenta motivos costumbristas, más cotidianos, aunque la publicidad va a utilizar un estilo más amable, eufemístico y embellecedor, salvo en aquellos casos en los que el prestigio del cartelista se coloca por encima del posible beneficio comercial y se realizan diseños más comprometidos y arriesgados.

2.2.2 Las vanguardias artísticas en el cartel.

A comienzos del siglo XX empiezan a surgir las llamadas vanguardias históricas del arte moderno. Futurismo, expresionismo, cubismo, dadaísmo, constructivismo, surrealismo, art déco, y todas ellas dejarán su huella en el cartel. ALCÁCER GARMENDIA (1991:63) nos dice: *"...El público pudo contemplar el nacimiento de las vanguardias muy pronto: Edvard Munch pintó 'El Grito' en 1893; en 1907 Pablo Picasso pinta el primer cuadro cubista, 'Las señoritas de Aviñón'; en 1905 se inicia el ex-presionismo; en 1913 Malevich realiza su primera obra suprematista, y Teo van Doesburg funda en 1917 el movimiento 'De Stijl'".*

Cartel y vanguardias van a tener una relación de mutua dependencia. El cartel va a ser el mediador entre el artista y la sociedad de masas, ya que tiene la facultad de llegar a un gran número de personas, sin las restricciones específicas de otros soportes artísticos. El cartel se expone en las calles a la vista de todos, mientras la obra de arte queda relegada sólo al disfrute de unos pocos, a aquéllos que pueden acceder a ella.

También CLEMENTE (1999:108) opina que *"...El cartel, como uno de los más activos protagonistas en la desacralización del arte, resulta ser para algunos artistas actuales, un soporte de extraordinaria creatividad, abundando en el paradójico discurso de lo perecedero y lo efímero en el arte, frente a la consagración de lo perenne e intemporal en los museos como templos legitimadores. De esta forma, las imágenes, con el desarrollo de los medios de reproducción, se han vuelto efímeras, accesibles, sin valor, libres. Nos rodean del mismo modo que nos rodea el lenguaje, y gracias a sus reproducciones, las masas pueden acceder al arte, a aquello que siglos atrás sólo estaba reservado para una minoría".*

De esta manera, el cartel pone al alcance del público los distintos estilos artísticos. Pero, a su vez, si por definición hemos visto cómo el cartel tiene que atraer la mirada, llamar la atención del transeúnte, se va a ver obligado a renovar constantemente su lenguaje formal y así causar asombro, y qué mejor manera de hacer cumplir esta función que tomando los nuevos patrones del mundo del arte.

La producción cartelística de los primeros años del siglo XX sigue tomando como modelo el estilo excesivamente ornamental que había surgido a finales del siglo

anterior. Va a ser en el período de entreguerras cuando efectivamente empiece a observarse la influencia de las vanguardias. Para GUTIÉRREZ ESPADA (1995:110): *"Verdaderamente, después de la Primera Guerra Mundial poco más se aporta al concepto del cartel desarrollado hasta entonces. Las novedades llegarán en aspectos más formales que de fondo. Así todos los "ismos" de entreguerras dejarán su impronta en el cartel, aunque nuevamente serán los estilos más propios de las artes decorativas, como el Art Decó, quienes llevarán el protagonismo marcado por el gusto del cliente".*

Así, el Expresionismo, encabezado por Van Gogh, Edvard Munch y Vallotton, entre otros, desde sus comienzos va a tener un efecto considerable en la creación de carteles. BARNICOAT (2000:135) dice: *"...una de las principales corrientes artísticas de finales del siglo XIX, iba a elevar la pintura a nivel de grito. Se trata del movimiento llamado expresionismo, una enérgica y emotiva declaración artística que supuso una alternativa al naturalismo imperante de la producción decimonónica"*. Los colores brillantes, los gestos distorsionados, la pincelada gruesa y sus formas vigorosas y apasionadas van a repercutir tremendamente en la técnica de los carteles.

También el Simbolismo, que según BARNICOAT (2000:48): *"...podemos decir que el arte simbolista afectó al diseño de carteles reintroduciendo en él la iconografía como elemento pictórico. Los artistas simbolistas utilizaban las retorcidas formas lineales y los contornos amorfos del Art Nouveau para describir tanto lo sagrado como lo profano. En el siglo XIX, a pesar del afán por guardar las apariencias, era posible decir algo sobre aquellos campos de la experiencia humana que normalmente estaban reservados a la imaginación. Las imágenes que podían expresar, en términos equivalentes, la pasión y las excitaciones estaban cargadas de referencias clásicas y religiosas, pues así lo exigía una sociedad que necesitaba enmascarar sus sentimientos"*. De esta forma, este movimiento afecta también directamente al cartel, que puede presentar su mensaje de manera no naturalista y sin respetar las reglas pictóricas.

Y por supuesto el Cubismo, encabezado por Braque y Picasso, que rechazando las perspectivas tradicionales y rompiendo la aparente ilusión de profundidad, además de su preocupación por experimentar con las técnicas gráficas como el collage o el estarcido, se convierte en una importante influencia para el cartel, y prueba de ello son los trabajos de Cézanne, Loupot y Cassandre.

Simultáneamente al cubismo, se desarrolla otro movimiento, inicialmente literario pero que acaba afectando a todas las artes: el futurismo y que, a diferencia del anterior, exalta lo mecánico, el movimiento agresivo y la belleza de la velocidad. Pero lo que realmente va a condicionar al cartel es su gusto por la tipografía, que en sus obras adquiere totalmente un carácter pictórico, enfatizando el contenido escrito. Con ellos la letra ahora toma nuevas formas y alineaciones, con experimentos tipográficos que ejercen una influencia directa en los carteles. Y los artistas dadaístas utilizan la publicidad como su principal herramienta expresiva, mezclando técnicas como el collage, el fotomontaje y la tipografía creativa.

El Suprematismo, toda una revolución plástica que huye del figurativismo, y que en palabras del propio Malevitch, recogidas por BARNICOAT (2000:86), es una corriente artística en la que *"las formas están imbuidas de las mismas fuerzas que las formas vivas de la naturaleza. El suprematismo es una nueva forma de realismo pictórico, un realismo que es puramente formal porque no hay montañas, ni cielo, ni agua. Cada forma auténtica es un mundo en sí misma. Y cada superficie pura y sin marcas tiene más vida que un rostro, dibujado o pintado, con un par de ojos y una sonrisa"*. Y paralelamente surge el Constructivismo, que busca una ordenación distinta de los elementos estéticos del cuadro y sigue planteamientos específicamente matemáticos. Pero también pone de moda la técnica del fotomontaje, frecuentemente utilizada por el cartel a partir de la aportación de estos artistas.

Al mismo tiempo, hacia 1924 surge el Surrealismo, que se basa en la creación libre de formas, utilizando distintos elementos oníricos para crear una especie de collage con imágenes irracionales y escalas y texturas discordantes. Según BARNICOAT (2000:162-163) los cartelistas recurren al Surrealismo principalmente por tres motivos: primero, por la aplicación del realismo, permitiendo que la imagen sea familiar y creíble; segundo, por la sorpresa provocada cuando se descubre que la imagen no es lo que se supone que es; y por último, porque permite presentar la idea de varias formas a la vez. Por todo ello, es extremadamente útil para construir mensajes y vender productos en los carteles.

No hay que olvidar, por supuesto, la gran contribución de la escuela alemana de la Bauhaus, enfocada en la aplicación del arte a la producción industrial. Su principal aportación es la gran renovación gráfica que consiguen a través de la fotografía y la tipografía. En palabras de Moholy-Nagy, recogidas por SATUÉ (2000:157): *"...la*

forma, el tamaño, el color y la disposición del material tipográfico (letras y signos) tienen un fuerte impacto visual. La organización de estas posibilidades de eficacia visual da también una forma válida al contenido de la comunicación; en otros términos, por medio de la imprenta el contenido es también fijado en forma de imágenes… Esta es (…) la función peculiar de la organización óptico-tipográfica. (…) armónica articulación de las superficies, por los nexos y por las tensiones lineales, invisibles, aunque claramente perceptibles, que además de un equilibrio basado en la simetría permiten otras numerosas posibilidades compositivas". Con esta escuela se renueva el concepto de diseño, de su implicación con la sociedad, buscando su aplicación en todas las áreas de la vida diaria de manera sencilla y funcional.

Tras la II Guerra Mundial surgen lo que se conoce como Segundas Vanguardias (desde 1942 a 1968 aproximadamente) y posteriormente el Posmodernismo, hasta comienzos de los años noventa. En el primer período podríamos hablar del Informalismo, el Expresionismo abstracto, el Pop Art, o el Minimal Art, el Hiperrealismo, entre otros. Y como tendencias postmodernas tenemos el Neoexpresionismo alemán, el italiano, el americano, etc. Todos ellos, al igual que ocurre anteriormente con las primeras vanguardias, van a marcar decididamente el modo de hacer de los cartelistas de cada época, influyendo en cuestiones que van desde la propia manera de componer el diseño, el color, la luz, las texturas, las formas, la iconicidad y su representación hasta la tipografía.

Está claro que existe una profunda retroalimentación entre el arte y el cartel. El cartelista Josep Renau (1976:62) reflexiona ya sobre ello y afirma que *"…las formas y calidades abstractas del arte moderno son absorbidas y transformadas, en la síntesis concreta de su valor expresivo, al servicio de la función representativa del cartel. Y en la última consecuencia de este proceso dialéctico (…) el cartel comercial ha apoyado su desarrollo sobre los valores más inmediatos de la especulación plástica…"*. No obstante, el fin último del cartel no deja de ser la venta de un producto o servicio, por lo que no hay que olvidar que el mensaje tiene que ser comprensible por el público. SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:189): *"Claro que resulta arriesgado para la 'venta' sorprender demasiado, asustar o hacer incomprensible el mensaje. Así que la tarea de más de uno de los modernos talleres publicitarios será vulgarizar* [el autor se refiere a hacer cotidianos] *esos recursos. La eterna lucha entre la eficacia y la estética que no busca un rendimiento económico es tan vieja, casi como el arte. (…) Movimientos como*

el Modernismo –sobre todo desde el Arts & Crafts británico-, y más adelante, de una manera más científica, desde la Bauhaus, intentó aplicar el arte para diseño a la cotidianeidad, aplicarlo, sin remilgos ni sofisticaciones, a la vida diaria. Una de sus mejores armas fue el cartel".

2.3 El cartel español

El asentamiento del cartel en España se produce hacia finales del siglo XVIII y comienzos del XIX, aunque anteriormente a estas fechas ya se hubiese revelado como posible medio de comunicación. Como hemos visto, el desarrollo del cartel está tremendamente unido a factores políticos, económicos, sociales y culturales, y España llevaba un importante retraso en este sentido respecto a otros países europeos, como Inglaterra o Francia.

Según EGUIZÁBAL (2003:62-66) España en este momento es todavía un país muy conservador, movido principalmente por las tradiciones y la influencia de la iglesia y el ejército, una situación difícil para llevar a cabo cualquier intento de renovación. Desde el punto de vista de la economía, sigue siendo una nación rural y atrasada, además de arrastrar problemas demográficos provocados por el hambre, la emigración, las guerras coloniales y las epidemias. Se mantiene aislada del continente, por lo que el desarrollo industrial llega también con retraso y sigue siendo un país con un índice de analfabetismo elevado. No obstante, a mediados del siglo se produce un inicio de industrialización, se da un gran impulso a los transportes, nace una nueva clase burguesa de cierta prosperidad y, sobretodo, brota una cultura del ocio que propicia un gran desarrollo de todo tipo de espectáculos, especialmente el teatro, el circo y los toros. Pero de nuevo en los últimos años del siglo acecha la sombra de la crisis y la guerra.

La incipiente profesión publicitaria también quiere modernizarse. Así, y según EGUIZÁBAL (2003:65): *"En 1870 se funda 'Roldós y Compañía'* (…) *por iniciativa de R. Roldós Viñolas, miembro de una familia de impresores catalanes y que ya había estado trabajando en los anuncios como negocio paralelo a la imprenta familiar, desde 18578. La decana de las agencias madrileñas no llegaría hasta 1891 con 'Los Tiroleses'. También hubo algunos intentos de asociacionismo como el Gremio de Anunciantes Españoles creado desde el diario 'El Liberal', periódico surgido de una*

escisión de 'El Imparcial'. Contaba el Gremio con 86 asociados, comerciantes, farmacéuticos, médicos, pequeños industriales. En acuerdo con éste surgió la Liga de Prensa, formada por una serie de periódicos (El Conservador, El Popular, La Nueva Prensa, etc.) con el fin de acoger a los anunciantes y ofrecerles condiciones favorables para su publicidad. Liga y Gremio tuvieron una existencia efímera pero supusieron una interesante experiencia corporativista muy anterior, por ejemplo, a la Asociación de la Prensa que no llegaría hasta 1895".

Como es lógico pensar, en España los carteles más veteranos corresponden mayoritariamente al género taurino. El más antiguo que se conoce es de 1737, y anuncia una corrida de toros en Madrid. Son carteles tipográficos, horizontales, que poco a poco van a ir incorporando toscas viñetas xilográficas y aumentando su tamaño. El paso a la modernidad en este género corresponde a Marcelino de Unceta, que mejora la técnica, ganando en riqueza visual y agranda la temática: graderíos, desfiles, toros en libertad, etc., hasta el punto de que a finales del siglo XIX y, gracias a la cromolitografía, se convierte en una modalidad de cartel ilustrado.

Sin embargo, parece ser que el cartel comercial más antiguo es el que anunciaba *El café de las siete puertas* de Barcelona, fechado en 1836. Y otros carteles que se conservan son el del ferrocarril Zaragoza – Barcelona, de 1862, unos carteles satíricos de Tomás Padró de los almanaques de la revista *Lo Xanguet*, de 1867 y 1868, anuncios de vapores de la década de 1870 o el famoso cartel de Ortego de "los gordos y los flacos", anunciando los chocolates Matías López, de 1871.

A lo largo del siglo XIX van apareciendo carteles de productos alimenticios (sobretodo aquéllos llegados de otros lugares, como el café, el cacao o el tabaco), de belleza, de moda (tanto femenina como masculina), de bisutería, de medicamentos de patente, de publicaciones, de productos editoriales, de máquinas de coser, de transportes (marítimos o terrestres), etc. Hay que destacar que aparece un género desconocido hasta ahora: el cartel turístico. La Biblioteca Nacional conserva un ejemplar de 1887, impreso en París e incluye texto en francés y español. En un principio, eran carteles principalmente de carácter anónimo, aunque con la llegada de la litografía surge por parte de los artistas una gran preocupación por firmar sus obras. En estos años hay que destacar la labor de cartelistas como Ortego, Tomás Padró, Eusebio Planas, Josep Lluis Pellicer, Pellicer Montseny, Josep Chuscas, Urrabieta, Manuel Salvi, los hermanos Daniel y Alfredo Perea, Marcelino de Unceta, etc.

Pero a finales del siglo y, como hemos comentado anteriormente, surge el movimiento artístico llamado Modernismo o Art Nouveau, como reacción a las corrientes artísticas historicistas dominantes, y llega a España en un momento de profunda crisis, provocada principalmente por la guerra con Estados Unidos y la consiguiente pérdida de colonias que acarrea importantes consecuencias económicas y políticas. En el aspecto político, se produce en la sociedad una pérdida de confianza hacia el gobierno y cierto temor por la inconsistencia del constitucionalismo monárquico liberal. En el plano económico, España ve sin remedio como pierde mercado pues las grandes potencias se reparten el mundo y es incapaz de competir con su nivel de industrialización y modernización. La industria textil y naviera se ven seriamente afectadas por esa pérdida colonial pero, de todas formas, el grueso de la industria española se ve abocada a depender económica y tecnológicamente del exterior.

Es un momento para España de fuertes contrastes y desequilibrios sociales, y con una economía que arrastra unos niveles de desarrollo muy deficientes, pero aún así, el arte del cartel nos llega a finales del siglo XIX, gracias al sistema de concursos, y es en Cataluña donde se da la situación propicia pues la burguesía industrial catalana recurre a los principales artistas de la época para anunciar sus productos.

Es el empresario Vicente Bosch quien convoca un concurso en 1897 para lanzar su producto Anís del Mono. El ganador es el pintor y dibujante Ramón Casas, un artista atrevido que había estado en París y conocía la obra de Lautrec y Steinlen, con su cartel “Mono y Mona”. Se trata de un cartel distinto a lo habitual entonces, si bien propone elementos más tradicionales, los presenta con un tratamiento moderno de dibujo y color.

El modernismo va a tener un especial arraigo en Cataluña y de ahí salen cartelistas como: el mencionado Ramón Casas, Alexandre de Riquer, Santiago Rusiñol, Martín de Riquer o Adriá Gual. También hay que destacar los nombres de Miguel Utrillo, su primo Antonio Utrillo, Francisco de Cidón, Javier Gosé, J. Llaverías, Eulogio Varela, Manuel Benedito, Mongrell, C. Verger, Lluis Labarta, Julio Romero de Torres, Opisso, Apeles Mestres, M. Feliz, G. Camps, L. Brunet, O. Junyent, L. Roig, Julio Tubilla, etc.

Sin embargo, en estos años no todo es modernismo. También hay ejemplos de cartel satírico (con Cornet o Xaudaró), de impresionismo tardío (con Cecilio Pla o Emilio Sala) y de clasicismo (con Joan Llimona o Triadó).

2.4 Referencias bibliográficas

- ALCACER GARMENCIA, J.A. (1991): *Qué es. El mundo del Cartel*, Madrid, Ediciones Granada, 1991.
- BARNICOAT, J. (1997) (1ª Ed.: 1976): *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona, Gustavo Gili, 5ª Edición.
- CARULLA, J. y CARULLA, A. (1995): *España en 1000 Carteles. Festivo-Taurinos-Exposiciones-Turísticos*. Barcelona, Postermill, S.L.
- CLEMENTE, J. L. (1999): "El cartel, un soporte en el arte del siglo XX", en *Hecho artístico y medios de comunicación*: [ponencias del] III Seminario de la Asociación Valenciana de Críticos de Arte. Valencia : Diputació de Valencia, Institució Alfons El Magnànim.
- COSTA, J. (2002): "El cartel, entre servidumbre y esplendor" [en línea]. http://www.abc.com.uy/joancostauruguay/DEFINICIONES/curriculum_joan_costa/TEXTOS/El_cartel__entre_servidumbre_y_esplendor.htm. Consultado el 20 de diciembre de 2002.
- EGUIZÁBAL, R. (1998): *Historia de la Publicidad*, Madrid, Eresma y Celeste Ediciones.

  —(2000): *Memoria de la Seducción. Carteles del Siglo XIX en la Biblioteca Nacional*, Madrid, Biblioteca Nacional.

  —(2003): *El cartel en España. Un análisis histórico del desarrollo de este medio de comunicación.* Trabajo de investigación inédito.
- ENEL, F. (1974): *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres Editores.
- GARCÍA RUESCAS, F. (2000): *Historia de la publicidad y del arte comercial en España: desde tiempos remotos, al final del siglo XX*. Madrid, Arus.
- GUBERN, R. (1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.
- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (1995): "Criterios de periodización en la historia del cartel" en *Area 5*, nº 4.

—(2005): "El concepto del cartel artístico en su contexto histórico" en *CAVP1* [en línea], Madrid, Universidad Complutense de Madrid. http://www.ucm.es /info/cavp1/CAVP1/publicaciones/area6_49htm.

- MÜLLER-BROCKMANN, J. y S (1971): *History of the Poster*. Zurich, ABC Edition.
- PACHECO RUEDA, M. (1999): *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- RENAU, J. (1976): *Función social del cartel*. Valencia, Fernando Torres Editorial.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SATUÉ, E. (2000): "Empresa, sociedad y cultura en el siglo de los signos" en *Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España.* Catálogo. Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Cultura.
- SERRANO MORA, A. (2009): *El cine español a través de sus carteles. Iconografía y retórica. Historia de un discurso.* Tesis doctoral inédita. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- VIDAL SILVA, P. (2006): "Sólo para tus ojos" en *AGR. Coleccionistas de Cine,* núm. 31. Madrid, El Gran Caíd.

2.5 Bibliografía y documentación del capítulo

- ALCACER GARMENDIA, J.A. (1991): *El mundo del cartel*. Madrid, Granada, D.L.
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. y DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2008): "El cartel en Castilla y León (1939-1983)", en *Comunicación* [Recurso electrónico]: *Memoria, Historia y Modelos*. coord. por FELIÚ, E. Recoge los contenidos presentados a las jornadas "Foro Universitario de Comunicación". [s. l., s. n.]
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. y DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2008): "La conciencia de papel: El cartel social en la guerra civil española", en *A distancia*, núm. 1, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED.
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C.; DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. y GONZÁLEZ MARTÍN R. (2007): "Ideología en la pared. El cartel republicano de concienciación social en la Guerra Civil Española", en CHECA, A. (Coord.): *La Comunicacion durante la Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid, Fragua.
- ARTIGAS, J. (1967): "Sinopsis del cartel publicitario español", *Control*, núm. 56.
- BARGIEL-HARRY, R. y ZAGRODZKI, C. (1985): *Le Livre de l'Affiche.* Paris, Editions Alternatives.
- BARNICOAT, J. (1997) (1ª Ed.: 1976): *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona, Gustavo Gili, 5ª Edición.
- CAMPOY, A. M. (1983): *Penagos, 1889 – 1954. Aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid, Espasa Calpe.
- CARRETE, J. y VEGA, J. (1989): *Grabado y creación gráfica*. Madrid, Historia 16.
- CARULLA, J. y CARULLA, A. (1995): *España en 1000 Carteles. Festivo-Taurinos-Exposiciones-Turísticos*. Barcelona, Postermill, S.L.
  - (1998): *La publicidad en 2000 carteles: productos, servicios, comercio, agricultura*. Volumen 1. Barcelona, Postermil.
  - (1998): *La publicidad en 2000 carteles: deportes, espectáculos, publicaciones.* Volumen 2. Barcelona, Postermil.
  - (2000a): *El color de España = The color of Spain: tourism, festivities and exhibitions from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.

—(2000b): *El color de la guerra = The color of war: spanish civil war, 1936-1939*. Barcelona, Postermil.

—(2000c): *El color de la publicidad = The color of advertising: spanish posters from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.

—(2000d): *El color del ocio = The color of leisure: spanish sports and entertainment from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.

- CASAL PIGA, A. (1986): *Carteles: 1800-1900*. Madrid, Erisa.
- CLEMENTE, J. L. (1999): "El cartel, un soporte en el arte del siglo XX", en *Hecho artístico y medios de comunicación*: [ponencias del] III Seminario de la Asociación Valenciana de Críticos de Arte. Valencia : Diputació de Valencia, Institució Alfons El Magnànim.
- CORONADO E HIJÓN, D. (2001): *La metáfora del espejo: Teoría e Historia del cartel publicitario.* Sevilla, alfar.
- COSTA, J. (1987): *Imagen global*. Barcelona, Ceac.

— (2002): "El cartel, entre servidumbre y esplendor" [en línea]. http://www.abc.com.uy/joancostauruguay/DEFINICIONES/curriculum_joan_costa/TEXTOS/El_cartel__entre_servidumbre_y_esplendor.htm. Consultado el 20 de diciembre de 2002.

- D'ARCY HUGHES, A. (2010): *La impresión como arte: calcografía, relieve, litografía, serigrafía, monotipo: técnicas tradicionales y contemporáneas*. Barcelona, Blume.
- DERMÉE, P.; COURMONT, E. y CARNICERO, A. (1927): *La técnica del cartel moderno*. Barcelona, Editorial Labor.
- EDWARDS, G. J. (1985): *The book of the internacional film poster*. London, Tiger Books International.
- EGUIZÁBAL, R. (1998): *Historia de la Publicidad*, Madrid, Eresma y Celeste Ediciones.

—(2000): *Memoria de la Seducción. Carteles del Siglo XIX en la Biblioteca Nacional*, Madrid, Biblioteca Nacional.

—(2003): *El cartel en España. Un análisis histórico del desarrollo de este medio de comunicación.* Trabajo de investigación inédito.

- ENEL, F. (1974): *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres Editores.
- FILLOL, G. (1948): "El cartel del Círculo", *Arte Comercial*, núm. 12.
- GALLO, M. (1979): *The poster in history*. New Jersey, The Wellfeet Press.
- GARCÍA RUESCAS, F. (2000): *Historia de la publicidad y del arte comercial en España: desde tiempos remotos, al final del siglo XX*. Madrid, Arus.
- GARÓFANO SÁNCHEZ, R. (1989): *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz, Caja de Ahorros de Cádiz.
- GUBERN, R. (1988) (2ª Ed.): *Mensajes icónicos en la cultura de masas.* Barcelona, Lumen.

  —(1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.

  —(1997): *Medios icónicos de masas.* Madrid, Historia 16.
- GONZÁLEZ MARTÍN, J. A. (1982): *Fundamentos para una teoría del mensaje publicitario*. Madrid, Forja.

  —(1996): *Teoría general de la publicidad*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (1995): "Criterios de periodización en la historia del cartel" en *Area 5*, nº 4.

  — (1998): *El cartel Art Nouveau*. Madrid, Drac.

  — (2000): *El cartel publicitario: desde sus inicios hasta la I Guerra Mundial.* [Recurso electrónico]. Madrid, Editorial Complutense.

  — (2005): "El concepto del cartel artístico en su contexto histórico" en CAVP1 [en línea], Madrid, Universidad Complutense de Madrid. http://www.ucm.es/info /cavp1/CAVP1/publicaciones/area6_49htm.
- LE COULTRE, MARTIJN F. (2003): *Un siglo de carteles*. (Versión castellana de Eugeni Rossell i Miralles). Barcelona, Gustavo Gili.
- LOCHE, R. (1975): *La litografía*. Barcelona, Ediciones Torres.
- LOZANO BARTOLOZZI, Mª del M. (2007): *Salvador Bartolozzi (1882 – 1950). Dibujante castizo y cosmopolita*. Catálogo. Museosdemadrid. Arte Contemporáneo. Madrid.

- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2001): *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*. Gijón, Trea.
- MEGGS, P. B. (1991): *Historia del diseño gráfico*. México, Trillas.
- MELENDRERAS, E. (1973): "15 Carteles para la historia", en *Publicidad*, núm. 29.

  —(1985): "Notas para la historia del cartel español" en *100 años del cartel español.* (Catálogo Exposición). Madrid, Centro Cultural Conde Duque.
- MOLES, A. A. (1976): *El afiche en la sociedad urbana*, Barcelona, Paidós.
- MÜLLER-BROCKMANN, J. y S (1971): *A History of Visual Communication.* Trufen (Suiza), Arthur Niggli.

  — (1971b): *History of the Poster*. Zurich, ABC Edition.
- PACHECO RUEDA, M. (1999): *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo.* Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- PÁRAMO, M. L. (2006): "Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario", en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, nº 33. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- PRAT GABALLÍ, P. (1934): *Publicidad Racional*, Barcelona, Labor.

  — (1953): *Publicidad Combativa*, Barcelona, Labor.
- RENAU, J. (1976): *Función social del cartel*. Valencia, Fernando Torres Editorial.
- RICKARDS, M. (1971): *The rise and fall of the poster*. Nueva York, McGraw-Hill Book Company.
- ROMERO MUÑOZ, Mª C. (1998): *el cartel ilustrado de teatro en España como modo de expresión artística (1875-1939)*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- RUBIO MARTÍNEZ, M. (1979): *Ayer y hoy del grabado y sistemas de estampación: conceptos fundamentales, historia y técnicas*. Tarragona, Tarraco.
- RUIZ LLAMAS, M. G. (2002): *El cartel: un soporte para la creación y la comunicación.* Barcelona, Praxis.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R. (1976): *Breve historia de la publicidad*. Madrid, Ediciones Pirámide.

- SÁNCHEZ LÓPEZ R. (1995): "Vanguardias artísticas y cartel cinematográfico". En *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza,* nº 11. Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza y Departamento de Historia del Arte.

  – (1995): "Un siglo con los carteles de cine" en *Carteles de cine español. Fondos de la Filmoteca Española*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.

  – (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.

- SANTOS TORROELLA, R. (1949): *El cartel*. Barcelona, Argos.

- SATUÉ, E. (1988): *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Forma.

  –(1997): *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid, Alianza Editorial.

  –(2000): "Empresa, sociedad y cultura en el siglo de los signos" en *Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España.* Catálogo. Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Cultura.

- SCHARDT, H. (1990): *París 1900: el arte del póster*. (Traducción de Alberto Martínez Uribe). Madrid, Libsa.

- SERRANO MORA, A. (2009): *El cine español a través de sus carteles. Iconografía y retórica. Historia de un discurso.* Tesis doctoral inédita. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- TRENC BALLESTER, E. (1997): *Artes gráficas en la época modernista en Barcelona*. Barcelona, Gremio de Industrias Gráficas.

- VELASCO MURVIEDRO, C. (1988): "Publicidad y política en la guerra civil: revancha comercial y adulación a los vencedores", en *Historia 16*, núm. 143. Madrid, Información e Historia.

  – (2002): "1000 recuerdos en color: carteles de publicidad comercial en España (1870-1960)". Catálogo exposición. La Palma, Dirección General de Cultura.

– (2003): “Mujer y naranja en el cartel de publicidad comercial: la mirada de un coleccionista”, en ABAD, V. (Coord.): Cítrico deseo. Valencia, Universidad de Valencia.

- VIDAL SILVA, P. (2006): “Sólo para tus ojos” en *AGR. Coleccionistas de Cine,* núm. 31. Madrid, El Gran Caíd.

- VV.AA. (1985): *100 Años del cartel español: publicidad comercial (1875-1975).* Catálogo Exposición. Madrid, Ayuntamiento de Madrid, Concejalía de Cultura.

- VV.AA. (1978): *The Color Revolution. Color Lithography in France 1890-1900*. Santa Barbara y Saly Lake City, Peregrine Smith, Inc.

- WEILL, A. (1987): *Affiches et art publicitaire.* París, Éditions Mayer.

CAP. III

El cartel de cine

Dibujo de José Sacristán, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.196.*

CAPÍTULO III

EL CARTEL DE CINE

3.1 Orígenes

Como hemos visto en el apartado anterior, cuando nace el cinematógrafo, el cartel vive su etapa de mayor esplendor y es ya un medio consolidado para difundir los espectáculos, por lo que el cine va a recurrir a él desde el principio como herramienta de difusión y promoción.

El origen del cartel de cine como medio publicitario se encuentra en el cartel de M. Auzolle para la película de los hermanos Lumière *El regador Regado* (*L'Arrroseur Arrosé*), de 1896, y ocupa el primer puesto en la historia porque parece ser que es el primero que elige para su composición un fotograma representativo de la película.

Desde el principio, los Lumière son conscientes de la eficacia publicitaria del cartel y eligen a prestigiosos artistas para el diseño de sus carteles, como el ya mencionado Auzolle, o Truchet y Brispot, por ejemplo. Sin embargo, ese primer cartel se sale de lo habitual pues en esos primeros años del cinematógrafo la estrategia

publicitaria seguida es más la promoción del propio invento que la película en sí. Por este motivo, los carteles y según TRANCHE (1994:138): *"las empresas cinematográficas utilizarán la popularidad del cartel, su hegemonía visual en los primeros años del siglo para concitar la fascinación sobre el nuevo espectáculo"*. También BAENA (1996:15) ampara la misma idea: *"Durante los primeros meses de vida del cine, las distintas casas productoras y patentes que luchaban enconadamente por la supremacía comercial del invento, recurrieron con prestancia al cartel. Entre todas ellas confeccionaron un ramillete de creaciones de carácter autopublicitario, que hoy lucen en las paredes de algunos de los más importantes museos cinematográficos que existen en el mundo. Entre ellos hay que destacar los que pontificaban a los hermanos Lumière y a Thomas Edison con sus respectivos inventos. Esta concepción de carteles, cuyas características no se asemejan en nada a las de los que la industria alumbraría años después, aparte de resaltar gráficamente las características propias del invento, poseían signos de evidente intención educativa y clasista. Las alusiones pictóricas a elegantes espectadores y a la familia –en actitud de asombro y aceptación–, como referente del tipo de público que disfrutaba con este tipo de proyecciones, fueron constantes"*.

Este modelo de cartel de cine según PERALES BAZO (1999:86-87) cumple los objetivos para afianzar y fortalecer el nuevo invento: expandirlo y difundirlo, además de elevar su reconocimiento social y cultural, pues en sus primeros años las clases burguesas e intelectuales no lo veían más que como un espectáculo de dudoso prestigio, y se ve obligado a competir con otras artes, como el teatro o la ópera, que disponían de mejor reputación.

No obstante, el cartel habitual en este momento es bastante insulso y grotesco si lo comparamos con lo que se hace entonces en otros géneros cartelísticos. Su composición se basa simplemente en un listado tipográfico del contenido de la función. Normalmente debido a la poca duración de las películas de esos años, éstas no se proyectan de manera individual sino en grupo, por lo que el cartel debe recoger toda la programación.

Por supuesto que hay excepciones y se hacen carteles asociados a películas concretas. PERALES BAZO (1999:92) nos dice que *"La mayoría de los afiches de aquella primera época, abordaba un diseño cuya estructura carecía de complejidad y variedad, con unos resultados que se podrían calificar de desabridos, no sólo en los*

tamaños sino también en la realización gráfica. Prácticamente todos ellos partían de una fotografía elegida a partir de un momento del rodaje. Se trataba de asumir un testimonio de correlación con el film mediante la traslación al papel de esa instantánea que, mejor o peor, venía a desvelar la esencia, el elemento visual que transmitía el universo particular de la cinta. Por lo demás, carecían de otros enriquecimientos que no fuesen los propios caracteres del título y el anagrama de la empresa productora".

No obstante, esta situación cambia pocos años después, con la llegada del largometraje. Así, hacia 1910 el cartel alcanza un estatus propio como medio publicitario para el mundo del cine y va a ser en Estados Unidos, donde el cine empieza a conformarse como industria. TRANCHE (1994:139-140) cuenta que hacia 1908 un grupo de compañías americanas se unen en la *Motion Picture Patents Company* para monopolizar el negocio del cine y esta corporación va a tener en exclusiva una empresa para la realización de carteles que identifiquen claramente sus productos, la *A.B. See Lithograph Company of Cleveland*. Y años más tarde, con la ruptura de este monopolio, se consolidan las *Majors* en Hollywood, por lo que todo el material publicitario de las películas pasa a depender directamente de ellas. A lo que se une entonces el fenómeno del *star-system*, surgido aquí y rápidamente popularizado y aceptado por casi todo el mundo, a excepción de Alemania, Rusia, países nórdicos, Polonia o Cuba, por ejemplo, que buscan soluciones más simbolistas y creativas, y que cambia para siempre la configuración de la cartelística cinematográfica, otorgando a las estrellas el papel principal dentro del cartel.

Por otro lado, es sabido que *Hollywood* es la cuna del cine y que desde ahí su modo de hacer y estilos cinematográficos se propagaron por todo el mundo. Y, por supuesto, también su modo de concebir los carteles cinematográficos. Por este motivo, estamos de acuerdo con AMIGUET (2000:4) cuando afirma que va a ser trascendental para la naturaleza del cartel cinematográfico el hecho de que cine y cartel alcanzaran su gran desarrollo en Estados Unidos. Este autor plantea la gran influencia del estilo realista-naturalista, propio del conjunto de la cartelística norteamericana, en los carteles de cine americanos y, por ende, en los del resto del mundo. También Renau, Gubern y Enel apoyan esta teoría. Así, RENAU (1976:45) nos dice que *"desde el punto de vista de su valoración artística, la plástica publicitaria norteamericana carece de los antecedentes históricos necesarios a la transformación y enriquecimiento de sus formas. El cartel comercial americano,, desde sus orígenes de aquel realismo*

academicista y decadente importado de Europa en el XIX hasta las formas estandarizadas de hoy, no ha sufrido cambio alguno en su condición plástica". Y GUBERN (1992:191): *"Los potentes intereses comerciales norteamericanos impusieron en cambio a sus carteles los estilos icónicos realistas, con el imperio de la denotación inequívoca que facilita la lectura al público masivo* (…) *Por esta razón, la fotografía se incorporó a la publicidad norteamericana desde 1919, como reacción contra las estilizaciones europeas y buscando un mayor coeficiente de realismo y de corporeidad tridimensional de los objetos anunciados"*. Y por último ENEL (1974:155-156) cuando en su libro habla de "cartel a la americana" se refiere a aquéllos basados en el uso de fotografías, cuya ventaja es que al tener una gran carga de iconicidad, el público no tiene problemas para identificar los elementos que lo constituyen y el mensaje se comprende rápidamente.

Hacia los años veinte los grandes estudios ya tienen fórmulas concretas para garantizar sus películas. Los más poderosos cuentan con su propio departamento de publicidad, que tiene en nómina a un grupo de ilustradores y grafistas encargados de diseñar los carteles bajo los objetivos propagandísticos marcados. El cartel se realiza entonces eligiendo una fotografía relevante de la película y posteriormente es el director de la misma el encargado de dar el visto bueno para su impresión.

Y con la llegada del sonido al cine comienza una nueva etapa para el cartel, con mayor estandarización técnica en cuanto a tamaño, proporciones y técnicas de impresión, y una reestructuración de su diseño, donde ahora hay que combinar los tres elementos más representativos a nivel comercial: actores, género y argumento.

Con todo esto, estamos de acuerdo con AMIGUET (2000:4-5) cuando plantea una configuración genérica del cartel de cine, con todas sus excepciones, marcada por el modo de hacer norteamericano con su sistema de estrellas[1]. El autor recoge las aportaciones de otros teóricos sobre el tema y las presentamos a continuación: BAENA (1996:18) establece que el cartel de cine debe combinar los dos elementos más comerciales de cualquier film: actores y argumento-género, por este orden. Por otra parte, TRANCHE (1994:139) divide a los carteles cinematográficos en dos grupos: el primero recoge aquellos afiches que interpretan el tema de la película con motivos alegóricos, y el segundo aquéllos que destacan sobremanera la presencia de los actores. Y, por último, SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:79-82) habla de la influencia americana en

[1] No obstante, ampliaremos esta configuración en el apartado correspondiente al lenguaje del cartel.

todo el mundo, que propaga un cartel realista, muy colorido, ingenuo, pero que resalta la poderosa personalidad de las estrellas, y establece dos categorías para clasificarlos: A y B. El estilo A incluye el rostro de las estrellas, mientras que el estilo B presenta a la estrella y co-estrella juntos, en una actitud más o menos amorosa.

No obstante, a partir de los años 40 y 50 se produce un cambio sustancial que según TRANCHE (1996:24): *"el diseño estará completamente dominado por la presencia de recursos y mecanismos cinematográficos, alejándose en consecuencia de las técnicas específicas del cartel: incorporación del concepto de plano para aplicar pautas similares de composición (a pesar de las diferencias de formatos), escala y angulación, empleo del primer plano como exponente de la hegemonía del rostro del actor, superposiciones de elementos evocando la idea del foto-montaje, iluminación con puntos de luz marcados de apariencia fotográfica, motivos dinámicos para completar el diseño, ..."*.

Sin embargo, no podemos olvidar la fabulosa contribución que las distintas vanguardias artísticas han aportado a este género. SÁNCHEZ LÓPEZ (1995:s/n) nos ilustra con numerosos ejemplos, y mostramos a continuación sólo algunos de ellos: *"Desde la estética expresionista y la Alemania de los años veinte, se facturaron bellas muestras, como el diseño de Otto Sthal-Arptke para 'El gabinete del doctor Caligari' (1919), de R. Wiene, una fiel reproducción de su pictórica escenografía. (...) Desde el constructivismo y la Rusia revolucionaria de esa misma época, los hermanos Stenberg y V. Rodchenko (...) trasladaron su radical estética a los carteles de los filmes de Eisenstein y D. Vertov. (...) También en Alemania, dentro del más austero y práctico ambiente de la 'Bauhaus', Schulz-Neudamm firmará el cartel de la mítica 'Metrópolis' (1926), de F. Lang; o Jan Tschichold el de la promoción alemana para 'El maquinista de la general' (1926), de y con Buster Keaton"*.

Sea como fuere el cartel de cine siempre ha sido la carta de presentación de las películas y una auténtica invitación para entrar a la sala cinematográfica.

3.2 Definición

En el capítulo dos de este trabajo, referente al cartel, proponíamos la siguiente definición de cartel del profesor Raúl Eguizábal: "*un anuncio de carácter oficial o privado, impreso sobre papel o tela que se fija o expone en un lugar público abierto o cerrado*". Sin embargo, el cartel de cine tiene unas particularidades propias que le hacen distinto al cartel comercial. Por un lado, es un anuncio de un producto específico, la película cinematográfica, que según la Ley del Cine, cuyo texto es aprobado por el Congreso de los Diputados el 28 de Diciembre de 2007, se define como "toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine. Quedan excluidas de esta definición las meras reproducciones de acontecimientos o representaciones de cualquier índole". Es por ello que, en un primer momento, el cartel cinematográfico informa del estreno o la proyección en los cines de la película en cuestión. Pero, por otro lado, también puede informar de las características de ella: su personal creativo (actores y artistas que participen en la obra, director, guionista, director de fotografía, compositor de la música, etc.); técnico (director artístico, jefe de sonido, figurinistas, jefe de caracterización, montador, etc.); empresas de producción y distribución; así como también sobre el género o tema general de la película, mostrando relatos, personajes o decorados altamente codificados (es el caso por ejemplo del western, la comedia musical, películas históricas, de guerra, etc.) que aportan una referencia al público y cuya función es preparar al público para el posterior visionado del film así como servir de gancho publicitario para los espectadores afines a ese género.

Por otro lado, su ámbito de exhibición, tal y como afirma PÉREZ PERUCHA (1986:12), es el otro aspecto que determina su materialidad sémica. Así, el cartel cinematográfico, además de verse sometido a la difusión estándar de cualquier cartel publicitario, se contempla más pausadamente en el propio lugar en el que se consume el producto publicitado: la sala cinematográfica, *"...favoreciéndose así no sólo la decisión de asistir al espectáculo, sino una mayor información sobre el mismo, ya que el hecho de consumir el cartel de forma más estática y tranquila que la que cabe esperar en el*

caso del 'affiche' comercial, (...) legitima un mayor grado de redundancia formal en su diseño, lo que se traduce en ese plus de información ya anotado".

También PÉREZ PERUCHA (1986:9-10) habla de otra diferencia que estriba en que el cartel de cine no necesita proclamar las cualidades del producto película, sino revelar sus características, teniendo en cuenta que los consumidores ya las conocen y valoran positivamente, es decir, no se trata tanto de listar las cualidades de uno u otro actor, sino de reflejar en el cartel su participación en la película anunciada.

No obstante, tal y como declaran BALDÓ y VERNÍS (2009:60-61) *"una película es un producto de consumo, clasificado como producto de compra esporádica, de ocio y sustituible por otra multitud de formas de ocio. Es una oferta que combina entretenimiento de una hora y media o dos horas, aproximadamente, con enriquecimiento personal, en muchas ocasiones"*, por lo que ellos establecen una relación de categorías a tener en cuenta como recursos más inmediatos para llamar la atención del público en la realización de una campaña de marketing de un lanzamiento cinematográfico y que obtienen de una encuesta de hábitos y prácticas culturales realizada en España en 2006-07. Según ellos, lo primero a tener en cuenta es lo que denominan "talentos", que engloba a todo el elenco creativo que participa en el filme, desde actores hasta directores y productores, seguido del argumento, los géneros cinematográficos, o lo que llaman legitimadores que son elementos tales como la crítica o los premios recibidos en determinados festivales.

La importancia del cartel cinematográfico radica entonces en conseguir una auténtica labor de síntesis, es decir, una combinación nueva, ingeniosa y coherente de los distintos elementos que conforman cada película. Es un medio de comunicación y un instrumento de persuasión, por lo que cumple dos objetivos: por un lado, informa, de ahí que utilice el código textual para título, actores, director, etc., y por otro lado usa la imagen para persuadir e inducir al consumo de este producto. Se compone, por tanto, de elementos textuales y visuales que conforman el mensaje final: anunciar la película en cartel.

3.3 Funciones y características

En 1973 Abraham Moles con su libro *L'Affiche dans la Societé Urbaine*, nos deja claro cuáles son las funciones del cartel publicitario: la *función de información*, pues lo considera un canal que conecta a emisor y receptor dando a conocer artículos de consumo; la *función de convicción*, en tanto que trata de cambiar el comportamiento del consumidor; la *función económica*, pues genera motivaciones que impulsan la compra; *la función estética*, a través del lenguaje y la retórica visual; la *función creadora*, ya que crea en el receptor nuevos rutinas perceptivas; y la *función ambiental*, en tanto en cuanto se convierte en un elemento más del paisaje urbano.

Sin embargo, si analizamos el cartel cinematográfico podemos establecer una serie de funciones que lo delimitan y le otorgan su especificidad. Así, en primer lugar, es evidente que debe aportar una información al espectador en cuanto al producto anunciado, pero también tiene que conseguir seducirle y convencerle para entrar en la sala, por lo que debe ser honesto en relación a la información proyectada en la superficie compositiva a fín de que el público no se sienta traicionado, pues una vez vista la película el cartel se conceptúa en relación a ella y debe ser capaz de reafirmarla. Como bien dice GARCÍA GARCÍA (2007:167): *"La publicidad hace más inteligible el producto y más deseable. Crea las condiciones de verosimilitud y credibilidad concediendo una identidad original al producto, ofrece una perspectiva nueva y atractiva. La publicidad es el arte de vender persuadiendo"*.

Por otro lado, el cartelista cinematográfico debe ser capaz de crear, dentro de cada estilo personal y particular, narrativo y estilístico, una composición gráfica llamativa e impactante que genere deseos y necesidades en el espectador. El cartel expone la película, pero también induce a su visionado, por lo que el artista debe utilizar todos aquellos recursos más demandados por el público (acción, violencia, sexo, humor,…), pero también atender los requerimientos de productores, distribuidores, actores, etc. Y todo ello con una labor de síntesis e inteligencia que convierta al cartel en único y excepcional.

Se trata de un cartel cinematográfico, que continuamente remite al espectador al mundo del cine con sus encuadres, ambientes o escenarios, pero no hay que olvidar que

también es publicitario, por lo que tiene que cautivar y seducir rápidamente con una imagen fija.

Un cartel de cine depende de muchos factores, algunos más técnicos, como el estilo del propio cartelista o el medio utilizado para su reproducción, y otros más subordinados al producto que publicita, como el género de la película, su argumento, las imposiciones estilísticas de las productoras, los actores principales, etc., pero tiene que conseguir ser él mismo un espectáculo capaz de crear una unidad de estilo entre la película y el público.

Además, debe vender bien su producto. Debe de ser bello, pero también adecuado para lo que fue creado. Debe recoger toda la información necesaria para la "venta" del filme, pero ha de hacerlo sin atender a esquemas, estereotipos o ideas temáticas preconcebidas, sin mediocridad en su diseño, en su código cromático o tipográfico.

3.4 Lenguaje

3.4.1 Código textual.

Aunque en el cartel se suman dos lenguajes, el de las imágenes y el de los textos, es sabido que el cartel es, sobretodo, imagen, y ésta se constituye, como ya afirmaron ENEL (1974:22) y MOLES (1976:19), en un *"estímulo fuerte"* que atrae poderosamente al ojo humano. Tiene mayor poder de atracción y seducción que el texto pero, sin embargo, puede alcanzar altos valores de polisemia que hay que clarificar y va a ser, precisamente, este texto, un estímulo visual mucho más débil, el responsable de corregir las confusiones generadas por la imagen, amplificando y/o puntualizando el mensaje para que éste se transmita de manera idónea.

Como ya dijimos anteriormente, ENEL (1974:27-48) compendia las teorías marcadas por Abraham Moles en cuanto a las funciones principales que tiene todo cartel: informativa, de persuasión, económica, ambiental, creadora y estética, y nos vamos a detener en este punto tan sólo en las dos primeras. Inicialmente en la

informativa, ya que es el texto, pese a ser un estímulo visual mucho más débil que la imagen, el principal elemento responsable de llevar a cabo esta función, completando y matizando el mensaje lanzado a través del código visual, concretando en lo posible la polisemia de las imágenes. Según ALCÁCER GARMENDIA (1991:12) *"en el sistema icónico-literario del cartel, el texto, en relación a la posible ambigüedad de las imágenes, aclara y fija el sentido, o lo refuerza dándole mayor alcance, o lo matiza ampliamente"*. Y también ENEL (1974:73) insiste en esta idea: *"el texto utilizado por el publicista está enfocado por completo hacia un único fin: cristalizar una significación entre todas las significaciones posibles de la imagen"*.

Asimismo, el texto se ocupa de añadir otras informaciones (productora, distribuidora, equipo técnico, etc.) que rematan el anuncio y, a su vez, contribuyen a reforzar la siguiente función: la persuasiva. A nivel ligüístico, según ENEL (1974:34), el cartelista dispone de una serie de técnicas (amenaza, sugestión, orden, asociación, argumentación, etc.) que puede aplicar en el eslogan o la frase publicitaria, por ejemplo, y que ayudan a elaborar un cartel convincente.

Como ya dijimos anteriormente, el cartel cinematográfico anuncia una película, por lo cual el texto deberá mostrar aquella información y/o argumentos que mejor definan este producto a vender. Por eso, los elementos textuales que suelen mostrarse en un cartel de cine son: el título, el director, la productora, la distribuidora, (estas dos últimas con o sin identidad visual corporativa), los distintos protagonistas, principales y secundarios, el eslogan o frase promocional, las novedades técnicas, el equipo técnico, el público al que va dirigida la obra, los premios recibidos en distintos festivales, la página web en los últimos años, etc. Pese a que son textos meramente informativos, en determinadas ocasiones, algunos de ellos, como es el caso de los protagonistas, el director o productor, son un reclamo mucho mayor que la propia imagen, por lo que se les da mayor peso en el diseño gráfico.

Sin embargo, no es necesario ni obligatorio que aparezcan todos ellos, sino que cada época, cada cultura o cada película concreta, entre otras razones, van a ir marcando unas pautas. El cartel cubano, por ejemplo, limita su información textual al título del filme y a sus créditos principales para no interferir en el diseño principal. Tanto es así, que el pintor y cartelista RAFAEL MORANTE (2004:79-81) opina que *"...una excelente solución puede echarse a perder cuando el cartelista está obligado a poner*

obligatoriamente nombres de los actores, el director, y toda una cantidad de información que muchas veces resulta superflua".

En cuanto a sus características formales y de composición, cabe decir que, la propia naturaleza del cartel hace que la comprensión de su mensaje sea prácticamente inmediata, por lo que los textos deben ser considerablemente cortos para que su lecturabilidad no se vea perjudicada en función del tiempo que el posible espectador le dedica. Pueden disponerse por toda la superficie del cartel pero, sin embargo, hay que señalar que la posición de los textos dentro del cartel también adquiere un valor importante. Su colocación en la parte superior de la superficie a diseñar les otorga una importancia mucho mayor que si, por el contrario, son situados en la mitad inferior. No obstante, muchas veces esa importancia dependerá de su lectura en relación a la colocación del resto de elementos textuales y visuales que conforman el diseño.

También el tamaño juega un papel significativo. Los textos aparecidos deben tener unas proporciones adecuadas para que puedan leerse a cierta distancia pero, de todas formas, viene determinado por la trascendencia de los componentes que representa y quedará determinado por la importancia de éstos en la información a transmitir.

Del mismo modo, es importante la elección de una buena tipografía que despierte el deseo de leer y reduzca el esfuerzo requerido de comprensión. Observamos tipos de lo más variados, desde versiones más humanistas, con formas matizadas o más caligráficas, hasta modelos más conceptuales, sintéticos o gráficos, pero siempre letras visibles, con formas bien definidas, y con colores y contraste adecuados.

3.4.1.1.- Elementos textuales en el cartel cinematográfico:

Los elementos textuales que conforman el cartel cinematográfico han variado mucho a lo largo de su historia. Originariamente, no se concede a estos carteles, en lo referente al componente textual, ninguna cualidad artística, debido principalmente a la inestable situación del cine nacional. Su importancia en el cartel, desde un doble punto de vista, informativo y cuantitativo, no tiene nada que ver con lo que sucedería en décadas posteriores. En estos primeros años, tal como relata BAENA (1996), lo habitual

es elaborar un anuncio impreso bastante vulgar a base únicamente de caracteres tipográficos que relatan el contenido de la función de ese día, ya que en este momento es prácticamente imposible la realización de carteles centrados en un solo título nacional. Otras veces, se utilizan numerosas fotografías del rodaje y se les añade un desmedido resumen del argumento de la película.

Sin embargo, ya en los años veinte, el componente textual no se limita solamente a representar la denominación de la cinta sino que comienza a complementar la información, apareciendo mayoritariamente la figura del director[2], el actor o actriz principal en determinados casos, el nombre de la empresa productora[3] (a veces con su identidad visual, y frecuentemente bajo el término "Edición-es"), raras veces el nombre de algún otro miembro del equipo técnico[4], (sobre todo el director de fotografía, que no empieza a ser habitual hasta los años cuarenta), alguna frase promocional y si se trata de una adaptación literaria.

Pero es a partir de los años treinta cuando se producen grandes cambios, especialmente en el uso efectivo de la tipografía, a la que se empieza a dar forma visual buscando el equilibrio entre el dibujo y el propio texto.

Otros textos que han ido apareciendo y posteriormente olvidando, son los relativos a las mejoras técnicas, a nuevos inventos que la industria del cine ha ido incorporando y que suponen un mayor atractivo para atraer el público a las salas, quedando impresos en los carteles en su momento de magnificencia. Esta industria, por tanto, ha visto aparecer a lo largo de su historia distintas novedades tecnológicas[5] que no sólo han mejorado su capacidad de producción, distribución y exhibición, sino que le han ayudado en determinados momentos a competir con otros sistemas de entretenimiento, como la televisión. Es por ello que, en determinadas épocas, hayamos visto el reclamo en los carteles de la llegada del sonido, el largometraje, el color, el

[2] Véanse, por ejemplo, los carteles de las películas *Más allá de la muerte*, 1924, (Fig. 8) y *El negro que tenía el alma blanca*, 1926, (Fig. 16), ambos filmes de Benito Perojo. En el primero, presenta la dirección bajo el término "Puesta en escena" y con "dirección artística" en el segundo.

[3] Por ejemplo, el cartel para *Pepita Jiménez*, 1925, de Agustín García Carrasco, (Fig. 15) está refrendado por "Ediciones Hesperia Film Madrid".

[4] Véase el cartel para *Mientras la aldea duerme*, 1926, de León Artola, (Fig. 23). A partir de este momento, el hecho de que aparezca el nombre de un miembro del equipo técnico va a depender la mayoría de las veces del reconocimiento profesional de cada especialista.

[5] Véanse, por ejemplo, los carteles de *El Relicario*, 1933, de Ricardo de Baños, (Fig. 36), *El sabor de la gloria*, 1932, de Fernando Roldán, (Fig. 34) o *Estrella de Sierra Morena*, 1952, de Ramón Torrado, (Fig. 103), en los que figuran frases como "Hablada y cantada en español", "Es un film hablado en español" o "Cinefotocolor" respectivamente.

cinemascope, el sonido dolby digital o la llegada en la imagen en tres dimensiones, entre otros.

También se encuentran textos que hacen mención a los premios recibidos, cumpliendo así, también en este caso, la doble función informativa y persuasiva. Se informa al espectador de los premios recibidos y, a la vez, se busca una mayor asistencia a las salas de cine puesto que la mención a tales premios le confiere a la película un nivel de calidad superior del que a priori pudiera presuponer el público. Si bien en un principio el cine español no participa en festivales internacionales, va a ser a partir de la década de los cincuenta[6] y, sobre todo, en los últimos años, cuando su participación ha aumentado enormemente pues es una verdadera herramienta de promoción del filme.

De igual forma, vemos cómo desde muy temprano se recurre a la utilización de eslóganes o frases publicitarias, que podemos determinar como textos que aparecen en el cartel cumpliendo una función meramente persuasiva, especialmente en aquellos carteles de grandes proporciones. Esta frase puede ser un subtítulo de la película, como amplificación del propio título, o bien un texto que hace referencia a las estrellas protagonistas o al propio contenido argumental.

En la década de los años veinte encontramos algunos ejemplos[7], pero si bien su uso empieza a generalizarse a partir de los años cincuenta en la promoción de las películas americanas, en España no es hasta los años sesenta cuando aparecen de manera más llamativa, aunque no se populariza del todo su empleo hasta mediados de la década de los setenta.

Por otro lado, existen otros textos que no se atribuyen a las propiedades de la película, sino al propio cartel. Hablamos de la firma de autoría, el depósito legal y el taller de impresión de la obra.

El nombre del cartelista, su firma, no siempre aparece y ello es debido a diversas razones. Primero, y como ya hemos comentado anteriormente, por la situación tan frágil, difícil e inestable de los primeros años del cine nacional, circunstancia que explica el hecho de no encontrar firmas conocidas en los carteles correspondientes a

[6] Aparecen frases como "Gran premio de la crítica del festival de Cannes" en el cartel de *Muerte de un Ciclista*, 1955, de Juan Antonio Bardem, (Fig. 133) o "Gran premio de la crítica internacional" en *Calle Mayor*, 1956, de Juan Antonio Bardem, (Fig. 139).
[7] Véase, por ejemplo, el cartel de *La Bejarana,* 1926, de Eusebio Fernández Ardavín, (Fig. 25).

este período. Cuando el cinematógrafo se instala en España, el cartel comercial ya ha adquirido un elevado estatus como medio publicitario, contando con la contribución de afamados pintores y cartelistas, pero en el caso del cine, que no cuenta con presupuestos adecuados ni para producción ni para, por supuesto, tareas de promoción, la solución está en la elaboración de carteles mediocres, diseñados muchas veces por los propios talleres de artes gráficas, a la vista de que ningún dibujante de conocida popularidad quisiera trabajar para el cine. No obstante, sí hubo contribuciones ocasionales y en el momento en el que comienza a mejorar la industria cinematográfica española se comienzan a contratar a verdaderos profesionales del cartel.

Otras veces, por ejemplo, no aparece el nombre por motivos políticos. Muchos dibujantes españoles, después de la guerra civil, tuvieron que trabajar en el anonimato, o bien firmar con un pseudónimo. O simplemente porque muchos han considerado este trabajo de segunda categoría. Uno de los cartelistas más prolíficos de cuantos han trabajado el cartel de cine español, Francisco Fernández Zarza –Jano– dijo una vez: *"Muy pocas veces tuve oportunidad de hacer lo que quería. Me han atado mucho y ha habido carteles que ni siquiera los he firmado"*[8].

Sea como fuere, han sido muchos los cartelistas, dibujantes y artistas que han dejado su impronta en el cartel de cine español, algunos porque su profesión es ésta y otros, dedicados a otros quehaceres, pero que también han querido en algún momento dejar su huella en el cartel de cine español.

En cuanto al depósito legal[9], que en la actualidad se rige por Órdenes de 1971 y 1973, es *"la obligación, impuesta por ley u otro tipo de norma administrativa, de depositar en una o varias agencias especificadas ejemplares de las publicaciones de todo tipo, reproducidas en cualquier soporte, por cualquier procedimiento para distribución pública, alquiler o venta"*. Hay que indicar que no aparece reflejado en los carteles hasta el año 1957, fecha en la que se aprueba la ley que lo regula[10]. Se trata de un elemento textual de simple control que indica el número de registro de la pieza gráfica y la ciudad donde se hace el depósito, por eso aparece reflejado en el cartel con un tamaño y una ubicación discretos para que no entorpezca la lectura del cartel.

[8] Citado en PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared" en *Fotogramas*. Octubre, pp. 115.
[9] http://www.bne.es/es/Servicios/PreguntasMasFrecuentes/DepositoLegal/
[10] Decreto de 23 de Diciembre de 1957, publicado en BOE, nº 17, de 20 de Febrero de 1958.

Hemos dejado para el final lo referente al título y los nombres de los protagonistas principales de la película, simplemente por ser los elementos textuales que mayor importancia tienen para la promoción de ésta. Es por eso que pasamos a detallarlos a continuación.

3.4.1.1.a.- Título:

Es aquella palabra o frase que da a conocer el nombre de la película. Debe definir y precisar la obra que anuncia dando así sentido al cartel anunciador al completar la lectura del mensaje. Es el elemento tipográfico más importante, por lo que recibe un tratamiento gráfico especial, de mayor tamaño y peso específico, distinto al resto de elementos textuales que aparecen en el cartel cinematográfico. Según PERALES BAZO (1999: 96) el título busca principalmente dos fines: denominar e identificar la película y además, su mayor difusión posible.

Mientras que en los primeros años de uso del cartel cinematográfico, únicamente se buscaba la identificación del producto (película), es a partir de los años 30 cuando se empieza a dar un aspecto más visual al texto correspondiente al título, de tal manera que se convierte en un nuevo signo gráfico.

También PERALES BAZO (1995:92) afirma que "*La forma, el tamaño, el color y la disposición del material tipográfico tienen que poseer una imagen poderosa y atractiva. La organización de estos efectos deben convertir el mensaje en su reflejo visual*". El título se transforma en un sugerente y descriptivo elemento visual, que queda influenciado por la trama argumental, el propio significado de las palabras que lo conforman, la estética del filme y las imágenes que lo acompañan. Así, este texto aúna dos aspectos: transmitir el significado propio de las palabras y simbolizar con su visualidad aquellos otros contenidos relativos al género cinematográfico o al propio argumento del filme, por ejemplo.

Los aspectos trabajados por los distintos diseñadores de carteles para otorgar al título esa capacidad visual son los referidos a la elección adecuada de la propia tipografía, su tamaño, su color y su disposición dentro de la superficie del cartel. No hay normas, más que las marcadas por el éxito del modo de hacer norteamericano y que van a influir en los gustos de las distribuidoras nacionales y, por supuesto, aquéllas que se impone el propio cartelista.

Así, dependiendo de cada película, de su director, de la distribuidora o productora, pero también en función de cada época o género concreto y, por supuesto, del estilo gráfico de cada cartelista, la trascendencia de la elección tipográfica y sus valores estéticos nos ha dejado ejemplos muy variopintos: desde trazos gruesos, sólidos y pesados hasta versiones mucho más estilizadas, condensadas y alargadas; mayúsculas y minúsculas, cursivas y romanas, conviviendo y aportando variedad; opciones bidimensionales o tridimensionales, ofreciendo versiones planas o resaltadas, sombreadas o contorneadas; tipos simplones y aburridos frente a otras letras sorprendentes, llamativas, sugerentes, atractivas y variadas.

Puede ocupar más o menos espacio en la superficie del diseño. Unas veces se busca el impacto visual dándole al título un tamaño formidable mientras que otras se pone todo el esfuerzo en la elección adecuada de las letras, en cuanto a rasgos y aspecto, y no tanto en su formato.

Por supuesto que tampoco hay normas para el componente cromático, salvo la exigencia, casi siempre buscada por los dibujantes, de otorgar un tratamiento de color específico a estos textos sin perder el equilibrio necesario con el resto de los elementos de la composición: colores lisos o degradados, apagados o brillantes, armónicos o estridentes, buscando continuamente la combinación perfecta.

Su disposición en el cartel ha estado habitualmente marcada por una notable horizontalidad, tolerando en ocasiones ligeras inclinaciones que no perjudicaran su estabilidad y lectura. Se puede colocar en la parte superior del cartel, en su base o en el centro, siempre lugares estratégicos que buscan un mayor poder de captación visual y, sobre todo, que este texto resulte integrado en el contexto de la composición. No obstante, de la misma manera puede funcionar de manera autónoma. No se persigue ese vínculo entre todos los elementos, sino que se dota al título (denominación del filme) de la suficiente fuerza expresiva para que actúe por sí mismo.

Precisamente, y como ya manifestara REY (1997:13) "…e*n el sistema publicitario, el signo gráfico se convierte en escritura y simultáneamente en pintura. La publicidad pretende que el trazo gráfico no sólo sea leído sino también visto*". Por lo tanto, lo más habitual es que el título se transforme en una pieza visual que completa y remata la totalidad del mensaje, no sólo porque acompaña a la imagen sino también porque aporta significados. Así, según REY (Ibíd.:10) el "*código escrito se materializa*

en unos trazos –las letras– cuyo aspecto visible, además del significado convencional, puede aportar un significado extralingüístico gracias a su capacidad figurativa". Vemos entonces cómo el título, haciendo uso de ese potencial simbólico que tiene el texto, se convierte en un elemento gráfico con mayor expresividad conceptual, aportando valores como romanticismo, religiosidad, alegría, terror, etc. El cartelista juega con la forma de las letras, con su tamaño, color y disposición espacial para simbolizar figuras u objetos que hagan referencia al género o argumento del filme; añade ornamentos y decora las letras, incorpora elementos gráficos, sustituye letras por signos y todo para aumentar el grado de significación del texto.

Asimismo podemos anotar la notable codificación visual establecida para ciertos géneros cinematográficos. A lo largo de la historia del cartel cinematográfico, se han establecido y generalizado algunas "normas" o pautas tipográficas a seguir, que se han convertido en tópicos, en un estilo especial para géneros concretos, es decir letras rojas y ensangrentadas para el género de terror, metálicas y futuristas para ciencia-ficción, gruesas y tridimensionales para el bíblico, góticas para el género histórico, etc.

No obstante en los últimos años, seguramente por el uso abusivo e indiscriminado de determinado software, se ha viciado en gran medida el estilo tipográfico del título, buscando únicamente soluciones funcionales, prácticas y facilonas que quedan muy lejos de los atractivos y sugerentes planteamientos anteriores.

3.4.1.1.b.- Protagonistas:

Nos referimos a las personas que interpretan a un personaje en una película cinematográfica. El nombre de estos actores es, junto con el título, uno de los elementos tipográficos más importantes en el diseño del cartel y, como comentábamos anteriormente para el título, la historia del diseño cinematográfico ha dejado cuantiosas muestras relativas al tratamiento tipográfico recibido por estos textos. También la elección de las letras, su forma, color y disposición en la composición va a estar trabajada de manera que quede integrada en el conjunto del diseño.

Aunque es un texto meramente informativo, en algunas ocasiones el nombre de estos protagonistas, incluso del director o el productor, son un reclamo en el conjunto

del cartel mucho mayor que la propia imagen o el título, por lo que se les da mayor peso y visibilidad en el diseño gráfico.

Interviene aquí el conocido fenómeno del *Star System*, que ha condicionado tremendamente el tratamiento textual que se ha dado al nombre de los protagonistas del filme. *Star System* es una expresión inglesa que hace referencia al sistema de contratación de actores en exclusividad y a largo plazo que realizaban los estudios cinematográficos americanos para asegurarse el éxito de sus películas y que empieza a funcionar hacia los años treinta. Estos estudios crearon a la estrella del cine, una mezcla de personaje y actor, que han sido mitificados extraordinariamente por parte del público.

Parece ser que fue el director de cine norteamericano David Wark Griffith quien empezó a firmar sus películas y a colocar a los actores en los títulos de crédito. Por ello, los actores empezaron a ser conocidos y demandados por parte del público. Y este fenómeno ha llegado hasta nuestros días, de tal forma que muchas películas ganan o pierden relevancia inicial en función de sus protagonistas.

Según PERALES BAZO (1999:112) "…*las estrellas y sus representantes defienden y clasifican, incluso antes de firmar los contratos, el modo y el orden en que aparecerán sus nombres, no solo en el film, sino también, y esto es muy importante para ellos, en todos los tipos y medios publicitarios utilizados para el lanzamiento del film*". Esto ha sido motivo de no pocos conflictos pues las estrellas no aceptan un tratamiento gráfico desigual –justificado por razones como la importancia del personaje representado o el tiempo de actuación de uno u otro actor- que puede perjudicar a su estatus profesional.

Es por ello que se han establecido acuerdos que tratan de regularizar de manera equilibrada el tratamiento gráfico a recibir por parte de los actores y que PERALES BAZO (1999:116-120) resume de la siguiente manera:

- Cuando el reparto está formado por dos o más estrellas de categoría equivalente. En este caso se procura que sus nombres reciban un tratamiento gráfico idéntico, tanto por la tipografía utilizada, como por tamaño, color y ubicación.
- Cuando el reparto está integrado por protagonistas de similar estatus profesional, pero se les da una solución gráfica desigual, es decir, reciben la misma tipografía, tamaño y color, pero la estrella principal queda aislada, se le da una ubicación preferente y con ello, mayor notoriedad.

- Cuando el reparto está constituido por una única estrella y es entonces cuando ésta recibe un trato muy especial: tipografía de enormes proporciones y recursos gráficos concretos que le otorguen mayor visibilidad.
- Cuando el reparto cuenta con la colaboración excepcional de un actor o actriz de renombre que se contrata para un pequeño papel pero que le da a la película mayor prestigio comercial. En este caso es necesario remarcar gráficamente su intervención pero dejando ver que es una contribución puntual para que el posible espectador no se sienta engañado.

3.4.2 Código visual.

ABRAHAM A. MOLES (1976:141) define el cartel como "*"...una imagen capaz de crear numerosas connotaciones o evocaciones, inciertas pero atractivas, cristalizadas por un texto breve de palabras muy legibles"*. Pero también (citado en GARÓFAMO, 1989, pp.45): *"imagen coloreada portadora generalmente de un único tema y acompañada de un texto líder que rara vez excede de veinte palabras y expone un único argumento. Normalmente está hecho para ser pegado y expuesto a la vista del público"*.

Del mismo modo, para ALCÁCER GAREMENDIA (1991:11): *"en el cartel, se aúnan dos lenguajes: el icónico y el literario"*. Por lo tanto, los elementos principales de un cartel: la imagen y el texto y su esencial conjunción, relacionándose de tal forma que crean un nuevo y único lenguaje.

Es sabido que la imagen posee un mayor poder de atracción y seducción, por su colorido, su composición, su encuadre, su dinamismo, etc., y capaz de cautivar más rápidamente al público que debe leer el cartel. Pero, si se comunica sólo con imágenes, el volumen de significados puede verse muy aumentado, y esta polisemia puede hacer que se pierda el auténtico sentido del mensaje, ya que la eficacia del cartel cinematográfico reside en el reconocimiento por parte del público de la película anunciada.

Según VIDAL SILVA (2006:97) la publicidad moderna se define cuando *"se dota de imágenes que hacen posible la expresión visual y simplificada de ideas conceptuales y abstractas para promoción de los productos"*. Por lo que es en este momento cuando la imagen pasa a ser el elemento más importante de la publicidad y, por ende, del cartel.

No obstante, el cartel cinematográfico tiene unas particularidades que le hacen distinto. Según TRANCHE (1994:138): *"... las peculiaridades de la industria cinematográfica convertirán al cartel de cine en un género específico. En él, el referente ya no es un objeto o una idea sino otra imagen. El diseño del cartel de cine debe evocar, sugerir las imágenes del universo cinematográfico (por tanto, actúa como principio de condensación, en clave metonímica)"*.

La imagen del cartel de cine, por tanto, está representada por unos iconos que se establecen mediante la adecuada combinación de símbolos, figuras, su gestualidad[11], colores, etc. Efectivamente, este cartel es un mensaje, principalmente construido con elementos icónicos, pero esta iconicidad puede tener distintos niveles de representación, desde lo más concreto hasta lo más abstracto, aunque esta última opción no es habitual por correr el riesgo de ser ininteligible para el espectador.

Algunos autores ya han apuntado esta idea, de tal forma que VIDAL SILVA (2004:47) afirma que existen dos maneras de comunicar el tema de una película que determinan las dos tendencias de contenido: la norteamericana y la europea: *"El cartel norteamericano tipo Hollywood, que representa a los actores y tal vez ilustra una escena característica de la película. Basado en el "star-system" y en la foto "glamour", se ha convertido en un tipo de cartel estándar, donde se diluye la noción de autor al recurrir a una fórmula representacional, con recursos fáciles y previsibles, sacrificando incluso los iconos típicos de cada género, en beneficio de una mayor "sapiencia" de los protagonistas. (...) El cartel conceptual europeo, más centrado en el significado global de la película, en su contenido, en el concepto o idea principal que trata de simbolizar, recurriendo a la alegoría, la metáfora y otros recursos representaciones reales más imaginativos que en el primer caso. Es así una interpretación del artista, a quién no le basta con un simple fotograma del film para*

[11] El profesor Pedro Vidal (2007:112) habla incluso de la alta significación que puede adquirir la gestualidad de los actores: *"...manos expresivas y enfáticas, y caras mayoritariamente sonrientes, o gesto serio pero sin gravedad (...) Ojos, boca, postura facial y peinados se convierten en elementos significantes"*.

realizar el cartel, sino que precisa haber visto la película para construir la imagen simbólica que, de manera sintética, la represente".

También TRANCHE (1994:138-139) manifiesta que las técnicas y estilos empleados por los distintos cartelistas han pasado de un tratamiento eminentemente pictoricista y conservador en los primeros años a una rápida incorporación, a partir de los años veinte, de los estilos de las distintas vanguardias artísticas, como el fotomontaje, el cubismo, el Art Decó, el Pop Art, etc., y también de la propia técnica cinematográfica, en cuanto a la aplicación de planos, escala y angulación, iluminación, etc. Seguidamente, señala lo que para él han sido las dos líneas claras de composición del cartel cinematográfico, opciones que se han mantenido hasta la actualidad:

- La primera, aquélla que expresa la temática de la película mediante representaciones alegóricas, rechazando la imitación de la iconografía del propio filme. Por supuesto que los ejemplos que aquí señala no podrían ser otros que los carteles del cine alemán de los años 20 y 30, los del cine soviético, el cartel polaco y el cubano.
- La segunda, más frecuente sobre todo en el caso español, es aquélla más realista, más centrada en representar de manera constante escenas concretas de la película, y sobre todo tremendamente influida por el fenómeno del *star-system*, apareciendo la o las estrellas siempre en primerísimo primer plano. Se vuelve, entonces, al retrato, pero acompañándole de escenas de acción en distintos planos que recuerdan la técnica cinematográfica del montaje. Es una composición de fácil lectura por la adecuación ordenada de todos los elementos dentro del cartel (imagen y texto).

Sin embargo, aunque el cartel de cine ha sufrido muchas transformaciones, estamos de acuerdo con PÉREZ PERUCHA (1986:11-12) cuando habla de unas características que le identifican y van a permanecer siempre, que son la estructura narrativa, el *star-system* y la visualidad de la película.

Lo que nos atrae del cine es el relato, la organización y relación de los distintos elementos que conforman la trama argumental, por eso podemos decir que, en cuanto a la estructura narrativa, los carteles cinematográficos tienen que comunicar a los posibles espectadores las claves que delimitan la película anunciada. El público necesita ver determinados indicios que le permitan discernir mínimamente el contenido argumental o el género cinematográfico, por ejemplo. Es indudable que algunos de estos géneros,

como el western o el thriller, han conseguido atesorar una serie de iconos, rasgos y estilos que el público va a diferenciar claramente.

No obstante, PERALES BAZO (1999) sostiene que la publicidad cinematográfica siempre ha estado dirigida al público femenino[12], pues parece ser que siempre es la mujer quien tiene la última palabra a la hora de decidirse por una película u otra. Es por ello que, prácticamente desde la década de los años 30, los grandes estudios americanos –y por ende, la industria española–, teniendo en cuenta los gustos y preferencias del público femenino y masculino, llegan a ofertar dos carteles diferentes para una misma cinta: en uno de ellos, la versión masculina, se elige una iconografía que represente aventura, espectáculo y acción, mientras que en el otro se trata siempre de resaltar el asunto amoroso y romántico[13]. Lógicamente esta solución, conveniente efectiva por abarcar los gustos de un mayor porcentaje de público, supone un coste de promoción muy elevado por lo que pasa a usarse en contadas ocasiones, pero se toma entonces una medida intermedia: difundir el doble mensaje en el cartel, utilizando la parte superior para los aspectos más románticos y la inferior para las escenas de aventura y acción.

Desde entonces, esta manera de componer el cartel cinematográfico se convierte en una especie de norma a seguir, extendiéndose a todo tipo de películas, independientemente del género y argumento.

De igual manera, PERALES BAZO (1999:136-140) habla también de la exigencia de representar, más o menos implícitamente, determinados indicios relativos a la pasión y el deseo sexual. Enumera una serie de aspectos que se atribuyen a los protagonistas, especialmente los femeninos, como: la mirada soñadora y perdida en el horizonte, labios entreabiertos que otorgan a los personajes un importante poder de seducción, o vestirles con una indumentaria tremendamente ajustada que aporta un matiz más erótico. Según el autor, es fundamental también para transmitir esa apariencia sensual, una buena elección de los actores, para que los cartelistas utilicen la propia sensualidad de cada persona.

[12] Basa su afirmación en las declaraciones efectuadas por Alfred Hitchcock en una entrevista que le realiza François Truffaut y que fue publicada en 1967 con el título "El cine según Hitchcock".
[13] PERALES BAZO (1999:132-134): Este autor establece incluso una categoría de iconos que aparecen en el cartel cinematográfico para representar la idea de romanticismo: corazones que se integran en el contexto visual, lunas sonrientes, un teléfono (icono que representa a la comedia rosa americana) y flores.

Respecto a la visualidad del film, afirma HUESO MONTÓN (2011:s/n) que en el cartel cinematográfico confluyen dos cuestiones: los factores publicitarios y de reclamo y aquéllos que hacen referencia a la fuerza de la imagen y la búsqueda de la belleza estética. Es necesario que el cartelista encuentre un buen equilibrio entre la información textual y la imagen que se utiliza para la promoción de la película para conseguir el fin último del cartel: *"porque el dinamismo del dibujo, la riqueza de matices con que se presentan las acciones y los personajes, la búsqueda de unas imágenes que puedan impactar y seducir al espectador, el uso del grafismo y del color de acuerdo con criterios estéticos precisos, la adecuación a las premisas concretas de la sociedad a la que va dirigido el cartel (...), son elementos que deben integrarse dentro de una totalidad unitaria a fin de alcanzar la finalidad que preside su construcción"*.

Por último y como hemos comentado anteriormente con el código textual, el acontecimiento conocido como *star-system* condiciona enormemente la composición del cartel de cine desde el momento mismo de su aparición, de tal manera que el elemento principal del diseño va a ser casi siempre la o las estrellas protagonistas del filme, representadas en distintas fracciones y escalas, afectando sobremanera al modo de hacer de los cartelistas, que perderán su libertad creativa. Este fenómeno aparece y se establece firmemente en Hollywood pero rápidamente se extiende por el resto del mundo, incluida España, por supuesto.

La estrella se convierte en el signo icónico de mayor reclamo. SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:64) afirma que lo importante en los carteles que contienen estrellas es que: *"Pueda reconocerse rápidamente a las stars, que son los mejores y los más seguros reclamos del film. El estilo es realista, sin demasiadas preocupaciones estéticas"*.

A partir de este momento, el procedimiento repetido por la mayoría de cartelistas consiste en recortar, estilizar y engrandecer la figura principal, colocándola en un lugar destacado, para darle mayor importancia y atractivo que al resto de los elementos compositivos, que quedan manifiestamente olvidados.

Este fenómeno afecta tanto al diseño y creatividad de los carteles de cine que incluso, como anteriormente comentábamos en el caso de los elementos textuales, los propios actores van a imponer sus reglas. PERALES BAZO (1999:142) lo resume de la

siguiente manera: *"Las grandes estrellas de Hollywood, conscientes de la enorme importancia de su presencia en el diseño publicitario, comenzaron a opinar y exigir una serie de condiciones que les fueran beneficiosas. Por tal motivo incluyeron cláusulas en sus contratos para poder revisar, exigir y dar el visto bueno en cuanto a la representación de su propia imagen. El actor de mayor popularidad y prestigio imponía que su figura estuviera situada en un plano privilegiado con respecto a los demás actores y exigía que el tamaño de los rostros mantuvieran relación con la categoría que tenían"*.

Casi siempre, la principal tarea del cartelista consiste entonces en integrar personaje y actor en una misma imagen y tratar de salvaguardar las cualidades personales que a estos personajes les han convertido en estrellas. PERALES BAZO (1999:170): *"En todo afiche aunque su diseño ineludiblemente remita a los valores intrínsecos del producto, existe una intención de interpelación con otros que le son afines. Al ser responsable, al menos en parte, de la respuesta comercial también lo es del glamour de sus estrellas. El cartel no permanece estático en sus interpretaciones y, por consiguiente, no se somete estrictamente a su producto; el dibujante no se limita a representar los rasgos del protagonista y los elementos más sobresalientes de su caracterización, sino que hace una síntesis de ellos, acentúa las cualidades y atributos que lo hicieron popular"*.

Del mismo modo TRANCHE (1994:141) hace especial referencia al tratamiento del rostro en los carteles de cine, que se guiará por la técnica del flou fotográfico, para endulzar rasgos y contornos y así no se advierta el paso del tiempo en los protagonistas. También la mirada, perdida, extraída de la composición, como si los personajes estuviesen distraídos, ajenos al resto de los elementos que aparecen en el diseño.

La representación en el cartel cinematográfico de estas estrellas se generaliza de tal forma que podemos hablar de soluciones habituales, independientemente de la película anunciada, su temática, género e, incluso, del cartelista. PERALES BAZO (1999:161-162) recopila las más comunes:

- El uso del personaje protagonista como tema principal del diseño y su relación con los actores, de tal forma que se fusionan en una única imagen.
- El uso del rostro de la estrella como el elemento icónico de mayor reclamo, con la única finalidad de favorecer aún más su reconocimiento.

- El uso de un tratamiento cromático específico, tanto en el fondo de los carteles (ya sea de color liso o neutro), como en la propia imagen del protagonista, cuyo resultado es un significativo aumento de la fuerza expresiva del dibujo.
- El uso del cuerpo entero de la figura protagonista, sólo en aquellas ocasiones en las que el rostro de la estrella no es suficiente reclamo o bien porque el efecto buscado es resaltar la sensualidad y atributos eróticos del protagonista, casi siempre una figura femenina.

En cuanto a los recursos compositivos de los carteles PERALES BAZO (1999:162-198) establece la siguiente clasificación:

- Cuando la composición está dominada por escenas representativas del argumento de la película pero, además, se reconoce convenientemente a los protagonistas.
- Cuando la composición se basa estrictamente en la presencia de los actores, pero éstos no aluden, o lo hacen de un modo muy liviano, al contenido argumental.
- Cuando la composición mezcla los dos recursos anteriores: figuras o rostros de los protagonistas y sus conexiones, además de la presencia de una o más imágenes que enlacen a los anteriores con el contenido argumental.

Pero posiblemente sea SERRANO MORA (2009) quien más puntualiza a la hora de establecer una clasificación en cuanto a las iconografías utilizadas en el cartel de cine, por lo que nos atenderemos a ella:

- Una escena o fotograma de la película.
- Varias escenas de la película.
- Un solo protagonista sobre fondo neutro.
- Un solo protagonista con fondo concreto o escena/s de la película.
- Pareja de protagonistas sobre fondo neutro.
- Pareja de protagonistas con fondo concreto o escena/s de la película.
- Grupo de personajes sobre fondo neutro.
- Grupo de personajes con fondo concreto o escena/s de la película.
- Composición con grupo de objetos o importancia de la tipografía.

3.4.3 Interrelaciones entre ambos códigos.

El cartel cinematográfico es un medio de comunicación y un instrumento de persuasión, por lo que cumple dos objetivos: por un lado, informa, de ahí que utilice el código textual para título, actores, director, etc., y por otro lado usa la imagen para persuadir e inducir al consumo de este producto, la película. Se compone, por tanto, de elementos textuales y visuales que conforman el mensaje final: anunciar la película en cartel.

Según GÓMEZ PÉREZ (2002:204) el cartel de cine propone dos lecturas: una denotativa, constituida por la información aportada y otra connotativa, por su capacidad persuasiva. Y cita seguidamente a ENEL (1977: 16): *"El cartel no debe ser solamente argumental, sino sobre todo sugestivo, insinuante. Combina en el seno de una misma configuración símbolos intencionales que constituyen el enunciado de la denotación: representación del producto, sus funciones, sus cualidades… y símbolos interpretativos que constituyen el enunciado de la connotación: un dato cultural o estético que va a provocar en el receptor reacciones afectivas y elaborar un mundo suprasensorial, desbordando el ámbito de los signos"*. De esta manera, arte, comunicación y publicidad se complementan para formar el mensaje del cartel cinematográfico.

La imagen, más sugerente y atractiva, tiene mayor poder de atracción y, sobre todo, de connotación, por lo que necesita del texto para fijar correctamente el mensaje. Pero hay que decir que ambos códigos informan y persuaden. Según PERALES BAZO (1985: 92): *"En todo afiche están contemplados los valores temáticos del filme, ya sea mediante las imágenes que configuren el cartel o a través de los rótulos y las frases publicitarias que se contengan en él o ambas cosas a la vez"*. Es decir, la información sobre los protagonistas de la película puede venir dada tanto por la aparición de su nombre en el cartel, como por la representación de su rostro. Y lo mismo ocurre con la información textual: una frase publicitaria en el cartel puede tener el mismo valor connotativo que la propia imagen.

El fin último del cartel es comunicar y por ello, todos los elementos que lo componen, visuales y textuales, se reparten por la superficie del cartel a criterio del diseñador, sin que sea necesario mantener un orden riguroso u ordenado, asociados de manera que formen una unidad, sencilla y unívoca en su lectura para que la decodificación del mensaje sea efectiva. VIDAL SILVA (2004:49) lo sintetiza diciendo:

"... no son una simple ilustración y un texto sino un todo integrado, donde palabras e imágenes se complementan a la perfección y el espacio se integra también, como un elemento más, en el resultado final".

De igual forma, entonces, hay que tener en cuenta la decodificación del mensaje. GÓMEZ PÉREZ (2002: 210-214) plantea una serie de estamentos por los que se filtra la codificación y descodificación del mensaje. No se utilizan únicamente elementos analógicos, sino que existen determinadas unidades arbitrarias que comunican tanto o más. Así, el autor habla de imágenes que comunican por representar analógicamente a unos referentes reales, como los actores, objetos (pistolas, caballos,…), acciones (peleas, baile,…), etc. Además, estos elementos analógicos poseen una información amplificada por la codificación cultural de la que coparticipamos. Y también hay que tener en cuenta la codificación que tradicionalmente ha caracterizado a cada uno de los géneros cinematográficos, tanto desde el punto de vista gráfico como textual o tipográfico. En consecuencia, el autor concluye diciendo: *"Con esta conversión de lo analógico en arbitrario y lo arbitrario en analógico parece fácil desmontar la premisa de lectura global para la imagen exclusivamente, y lineal para el texto. Todo cartel puede ser, debe ser y, de hecho, lo es, consciente e inconscientemente, leído y visto tanto de forma global, como de forma lineal. Podríamos hacer una lectura de toda la trama fílmica con una "visión lineal" de las imágenes. Asimismo podemos discernir desde el primer golpe visual el género en el que se ubica el filme publicitado".*

3.5 Aproximación diacrónica al cartel de cine español

3.5.1 Desde los orígenes del cinematógrafo hasta 1930.

El cine se estrena en diciembre de 1895 en París, concretamente en la sala de *El Gran Café París*. Son los hermanos Lumière quienes inventan el *Cinematograph*, un nuevo ingenio que sería el primer paso para proyectar películas sobre una pantalla. En esta primera exhibición con público se proyectan unas once películas de 15 a 20 metros cada una, con una duración total de veinte minutos. El nuevo artefacto es bien aceptado por la sociedad de la época y rápidamente se extiende por todo el mundo, a modo de comisionados o concesionarios, estrenándose en España de mayo de 1896 en Madrid.

Es una tarea difícil llevar a cabo un estudio sobre la evolución histórica o gráfica del cartel de cine que se realizó en los primeros años de existencia del cinematógrafo en nuestro país puesto que el archivo gráfico de Filmotecas y Hemerotecas no cuenta con muchos documentos gráficos de aquellos años. En los últimos tiempos hemos visto cómo coleccionistas y organismos oficiales se preocupan por rescatar del olvido muchas de estas obras, pero en aquellos años el cartel se veía como un soporte perecedero que deja de tener utilidad cuando ha cumplido su función, y aún más los que anunciaban los productos del cinematógrafo. A esto hay que añadir el hecho de que la Guerra Civil propiciara la desaparición de numerosas piezas publicitarias, quedando muchas de ellas desaparecidas para siempre.

Y lamentablemente, no sólo se han destruido los carteles, sino también muchas de las películas que pudieran haber llegado a publicitar. Es más, todavía se está intentando desvelar el origen del cine español. Hasta hace poco el especialista JEAN-CLAUDE SEGUIN (1995:7-8) afirmaba que la primera película enteramente española no era la célebre *"Salida de misa de 12 del Pilar de Zaragoza"*, proyectada el 12 de octubre de 1896 y filmada el día anterior; sino un documental titulado *"Llegada de un tren de Teruel a Segorbe"*, que fue presentado en Valencia, el 11 de septiembre de ese año 1896. Pero, en el número 1 de Cuadernos de la Academia, Roman Gubern señala que este famoso documental jamás existió. Así mismo, J. M. CAPARRÓS LERA (1999) en su "Historia crítica del cine español" afirma que fue Fructuós Gelabert quien

en 1897 realizó la ópera prima argumental del cine español: *"Riña en un café"*, que se estrenó en Barcelona el 24 de agosto de ese año. Lo que sí es cierto es que, a día de hoy, *"Salida de misa de 12 del Pilar de Zaragoza"* sigue siendo la película española más antigua que se conserva.

Pero si bien no se sabe a ciencia cierta cuál fue la primera película española, sí es conocida la situación tan precaria e inestable que vivió nuestro cine en sus orígenes, lo que propició que el cartel de cine español no tuviera unos comienzos muy dichosos.

El cine de los primeros años no se veía más que como un efímero invento cuya única novedad era que por fin se podían ver imágenes en movimiento, sin otros motivos que no fuesen los meramente visuales. El público rechazaba el cinematógrafo.

Se trataba de un espectáculo que tenía que competir con las múltiples atracciones que se congregaban en las ferias. En España, como en el resto de Europa, se establecieron dos sistemas de exhibición: los cines de ferias y las proyecciones cinematográficas en salas que tenían una cierta estabilidad.

La forma de exhibición cinematográfica habitual en las ferias fueron los llamados pabellones o barracones cinematográficos. Eran construcciones desmontables de madera y lona, con dos tipos de asientos: los llamados de tipo "general", que estaban situados en la parte anterior de la sala y que eran bancos corridos sin respaldo; y los llamados de tipo "preferencia", situados en la parte posterior y con cierta inclinación, con asientos de sillas de enea plegables, y cuyo precio de entrada era superior al anterior[14]. Otras veces, según RIALTO (1999:97) estas barracas eran *"... como corrales cubiertos donde había, o no, sillas para sentarse, era habitual en muchas de esas barracas que el espectador tuviera que llevarse la silla de su casa. También había barracas abiertas"*.

GARCÍA-RAYO (1999:72-73) nos cuenta: *"...llegaban al principio en los carromatos de circo, como una atracción más de las ferias a las que acompañaban; después en las proyecciones de los pioneros ambulantes, que desplegaban la cámara delante de la lona blanca en un local arrendado (...) pero que se llenaba hasta reventar, hasta los topes; y por fin, cuando se convirtieron en exhibiciones estables, cosa que ocurrió cuando este público se fue transformando en un colectivo fiel a las*

[14] VV.AA, *Historia general del cine*, Vol. I: Orígenes del cine, Cátedra, Madrid, 1998.

funciones cinematográficas. Esa estabilidad permitió que las películas, a diario, estuvieran a disposición de las gentes en muchos lugares de Europa y Estados Unidos. Así nacieron las barracas, como se les bautizó a las primeras salas cinematográficas estables, donde en muchos sitios, el público, además de pagar la entrada, tenía que llevarse su silla. En el mejor de los casos, esas barracas contaban con bancos de madera situados encima del mismísimo suelo (...) Los explotadores de películas –así se llamaba entonces a los exhibidores– empezaron la explotación por las principales capitales de España, alquilando habitaciones grandes donde se improvisaban salas en las que se celebraban treinta o cuarenta exhibiciones diarias".

Las salas permanentes mantenían la doble distinción de localidades de tipo general y de preferencia, y establecieron sesiones de tarde y noche. Habitualmente las proyecciones se combinaban con otros espectáculos de variedades o con la muestra de fotos fijas, sobre todo en aquellas salas que tenían un único proyector y había que parar para cambiar el rollo. Estas salas fueron adquiriendo cada vez mayor importancia, hasta el punto de que ya en 1907, según la Gaceta de Madrid del 10 de mayo de 1907, el Ministerio de Hacienda se vio obligado a establecer impuestos diferenciados a los cinematógrafos permanentes, que satisfacían una cuota incompatible con la enorme importancia que habían adquirido.

Las primeras películas producidas en España para el cinematógrafo, aparato que es a su vez cámara y proyector, se conocen como "Vistas españolas" y fueron rodadas por Alexandre Promio en Madrid y Barcelona. A partir de aquí, surge la iniciativa de muchos personajes de rodar sus primeras "vistas" con contenidos más o menos cotidianos: paisajes, ciudades, procesiones, bailes, corridas de toros, etc.

Pero si bien el invento del cinematógrafo se propagó rápidamente por Europa y comenzó a verse como una creciente y próspera industria, al cine español no le fueron tan bien las cosas. La mayoría de las empresas de producción españolas sufrían una pobre financiación y su amortización era limitada y muy lenta, consecuencia de las insuficientes e inestables redes de comercialización, y a lo que había que añadir una enorme competencia extranjera. ROMÁN GUBERN (1997:11) afirma que *"Suele admitirse comúnmente, y tal apreciación no es inexacta, que antes de 1905 el cine español no existió a efectos prácticos (...) España es a finales de siglo, recordémoslo una vez más, un país premoderno, asentado en una sociedad predominantemente rural y con resabios feudalizantes, preindustrial salvo en algunas zonas del norte y del*

noreste peninsular, sin apenas clases medias, con una alta tasa de analfabetismo y sometida a la tutela castrense y eclesiástica bajo una corona y una Constitución políticamente muy restrictivas".

Evidentemente, tales circunstancias se dejaron sentir en el proceso de fabricación de las películas. Se utilizaban estilos, tratamientos y temas que la competencia extranjera ya tenía sólidamente implantados; no supo construir un *star-system* adecuado y sus técnicas de rodaje estaban anticuadas.

A todo esto había que añadir la continua oposición de la iglesia y de sectores conservadores de la sociedad, quienes proclamaban que el cine era un espectáculo disolvente de la moral y provocador de la insania, la idiotez y la ceguera[15].

La pequeña y mediana burguesía, así como profesionales y sectores ilustrados de las mismas, no mostraron ningún interés por el espectáculo cinematográfico, - aunque hubo algunas excepciones como el dramaturgo Adriá Gual, que lideró la productora Barcinógrafo y dirigió varias películas; o el también dramaturgo Eduardo Marquina, que se ocupó en 1915 del argumento de la película *"Un solo corazón"*; o los novelistas Blasco Ibáñez y Eduardo Zamacois, etc.- y el gobierno directamente lo ignoraba y no le prestaba el más mínimo apoyo.

Sin embargo, otros autores son contrarios a esta opinión. SÁNCHEZ NORIEGA (2002:304) nos dice: *"Tradicionalmente se ha dicho que el público de los orígenes del cine era popular, de clases trabajadoras. Hoy debemos distinguir entre un sector de clase media y trabajadores cualificados que buscan el entretenimiento, y un público burgués que busca la experiencia estética o la dimensión moral y educativa… En España fue un espectáculo interclasista y heterogéneo, salvo en las pequeñas ciudades, donde era frecuentado por la clase media"*.

El resultado fue que, a causa de todo lo anterior, se fue provocando una hostilidad creciente de los exhibidores hacia el cine español, quienes retrasaban el estreno de las películas españolas durante meses e incluso años. Pero, aún así, algunas películas españolas alcanzaron el éxito, aunque eso no era suficiente para conseguir consolidar una industria o para inspirar confianza a inversores ajenos a ella.

[15] VV.AA, *Historia general del cine*, Vol. III, Cátedra, Madrid, 1998, p. 186.

BELLO CUEVAS (2006:99) analiza en su tesis doctoral la producción cinematográfica de estos años: *"Desde 1896 hubo en España producción cinematográfica, si bien fue una industria débil, con una producción inestable y sin una presencia fuerte en los mercados internacionales de exhibición. Durante estos primeros veinticinco años la producción española es escasa en referencia a la que se realizó en Francia, Italia o Alemania, pero suficientemente representativa y autónoma, con tres grandes centros de producción, Barcelona, Madrid y Valencia, constituye una etapa bien definida en la historia de la cinematografía española. Ya como industria tiene un primer objetivo el logro el éxito económico; su segundo objetivo es el ocupar un puesto de privilegio como forma de entretenimiento y diversión del público, y el tercero de ellos, ofrecer un maravilloso espectáculo de imagen y sonido; todo ello se ha mantenido invariable desde entonces hasta hoy"*.

Aún así, aparecen autores que comienzan a realizar películas con argumento, en un intento de que resulten más rentables, como José Gaspar, Segundo de Chomón, Fructuoso Gelabert, Ignacio Coyne o Ricardo de Baños, entre otros. Se crea la primera empresa de distribución cinematográfica de la mano de J. Alfonso. Se produce la primera película española con carácter histórico: *"Guzmán el Bueno"*, de Fructuoso Giménez y Enrique Gelabert, con una duración de diecinueve minutos; comedias y dramas de Fructuoso Gelabert (quien realiza casi una decena de películas tan sólo en el año 1909), de quien destacamos algunas, con duraciones que van de los ocho a los veinticinco minutos, y son "*Baño imprevisto*", "*Por un ratón*", o "*Amor que mata*"; de José María Gelabert y Fructuoso Bosch (de doce minutos) "*Corazón de madre*"; y "*La vida en el campamento*" o "*El barranco del lobo*" como ejemplo de uno de los autores más productivos: Ignacio Coyne.

Todas las circunstancias anteriores por las que atravesó el primitivo cine español explican el hecho de que el cartel de cine de aquellos primeros años fuese escaso y poco afortunado. El hecho de que fueran películas de escaso metraje, unido a la circunstancia de que el cine formó parte durante mucho tiempo de programas mixtos, en los que tenían cabida el género de variedades, los números de circo o el género chico junto con el propio espectáculo cinematográfico, obligó a producir carteles en los que aparecían todos los títulos que formaban parte del programa. Según BAENA (1996:16) *"...lo habitual era ver sobre las fachadas de los cines unos endémicos pasquines, impresos a*

una tinta, compuestos exclusivamente por caracteres tipográficos que enumeraban ordenadamente el contenido de la función".

De igual forma, la pobreza técnica y económica de la industria española provocaba que nuestro cine no pudiese competir en el mercado con la producción foránea y era prácticamente imposible la realización de carteles centrados en un solo título nacional. Uno de los pocos ejemplos conocidos es el de la película *"Locura de amor"* (1909), de Ricardo de Baños y Alberto Marro, realizado por Affiches Barral, (Fig. 1).

A partir de 1910 la situación cinematográfica española empieza a mejorar, aunque aún sigue muy lejos de los logros conseguidos en el resto de Europa, pues siguen siendo escasos los recursos económicos y el gobierno continua despreciando esta incipiente industria pese a haberse convertido en un espectáculo tremendamente popular. Los principales centros productores son Madrid, Valencia y Barcelona, aumenta considerablemente la producción nacional que aunque insiste en copiar el modo de hacer extranjero, tanto en argumentos como en técnicas, empieza a buscar soluciones propias y, al mismo tiempo van apareciendo actores de cierta notoriedad que contribuyen a darle mayor calidad y prestigio.

Como hemos visto anteriormente, a finales de la primera década empiezan a producir largometrajes, lo que hace que el público empiece a creer en las posibilidades del cinematógrafo y la industria del cine empiece a desarrollarse. De igual forma es la consecuencia de que empiecen a elaborarse carteles basados en un solo título puesto que se empieza a pensar en los carteles como una buena solución para promocionar las películas.

Pero en el caso de las producciones nacionales, que se realizaban con ridículos presupuestos, cuando se terminaba la película y se daba paso a la labor de promoción, el dinero se había terminado. Las soluciones adoptadas entonces eran carteles promocionales de bajo costo, (Fig. 5), o aquéllos otros realizados en los propios talleres litográficos. La mayoría de las veces estos carteles no eran otra cosa que una fotografía coloreada del rodaje, a la que se le había añadido de alguna forma el título de la película en cuestión. En otras ocasiones, se elaboraban carteles, a una o dos tintas en el mejor de los casos, en los que aparecían numerosas fotografías de la película acompañadas de un desmedido resumen del argumento de la misma, (Fig. 3).

Con este panorama, es comprensible entender por qué ningún dibujante de renombre quería poner su arte al servicio del mundo del cine. No obstante, sí se produjeron algunos casos esporádicos, aunque ya en la década siguiente. Los carteles de las películas *"Don Pedro I"*, de 1911, (Fig. 2), y *"La vida de Cristóbal Colón y el descubrimiento de América",* de 1916, (Fig. 4), aparecen firmados por Pere Montanyá y Julio García Gutiérrez, respectivamente.

El estilo de estos carteles es claramente pictórico y se desarrolla, en general, al margen del estilo modernista que imperaba entonces en el cartel cultural y de mercancías y que se constituyó en el "estilo internacional" que fructificó sobretodo en Cataluña con figuras como Riquer, Casas o Utrillo. Quizá, el ejemplo más notable sea el cartel para la película *"Locura de amor"*, que es una réplica casi exacta del cuadro de Francisco Pradilla "Doña Juana la loca". En cuanto al criterio compositivo, estos carteles se basaban en reconstruir una escena significativa en el desarrollo de la película. Utilizando un formato horizontal, se colocaron los títulos en colores que destacan del resto de la obra –y siguiendo los imperativos de la época- en la parte superior de la composición, en mayúsculas y con tipografías "sin serif". No aparece en ellos ninguna otra información textual, salvo los signos de identidad de la productora Hispano Films en el caso del cartel de Pere Montanyá.

3.5.1.1.- Los años 20:

El espectáculo del cine ya está sólidamente introducido en España, de tal manera que las principales capitales tenían varias salas de exhibición. Además, se empiezan a realizar películas con una duración más o menos estándar, entre hora y cuarto y hora y media, por lo que dejan de proyectarse alternadas con otros espectáculos y se crean salas destinadas únicamente para el cine. Por otro lado, empiezan a asentarse las vanguardias artísticas. Según BOARINI (2007:74): *"...en esta década tiene lugar el segundo nacimiento del cine, en el sentido de que la invención de los Lumière se fortalece definitivamente y abandona su condición de espectáculo destinado únicamente a un público popular, así como su inferioridad ante las demás artes, en particular, el teatro, la literatura y las artes figurativas, para convertirse realmente en el Séptimo Arte (...) en aquella década [los años veinte] de obras maestras que presencia la*

consolidación de la escuela soviética, cine expresionista alemán (...) y del 'avantgarde' francés, en el que se inscriben tanto el cine dadaísta y el surrealista".

No obstante, la producción nacional en estos años empieza a adquirir su propia personalidad y se caracteriza por buscar temas más genuinos de la cultura y tradición española para así poder seducir mejor al público (como la zarzuela y el mundo taurino), pero también se trabaja reduciendo costos, para poder amortizar los gastos de producción aún a riesgo de perder calidad, pues se trabaja con rodajes precipitados y poca planificación, por lo que seguimos sin poder competir con el cine que viene de fuera. Al mismo tiempo, todavía no hay una legislación propia por lo que las redes de distribución y exhibición están manipuladas por empresas extranjeras. Tampoco hay estudios ni laboratorios suficientes para tener una producción estable.

Entre el 12 y el 20 de octubre de 1928 se celebra el Primer Congreso Español de Cinematografía, con el objetivo de conseguir por parte de la Administración una legislación específica que sirviera para potenciar la producción cinematográfica española. Durante este congreso se vieron claramente las carencias de esta industria y de él salieron exigencias como la normalización de la censura, la creación de una escuela oficial de cine y el establecimiento de una cuota de pantalla y distribución. Pero no hubo ninguna respuesta por parte del gobierno.

A pesar de ello, el cine ya tiene un público fiel y poco a poco se va creando una especie de "estrellato" nacional, aunque por supuesto sin el glamour llegado de *Hollywood*. Hablamos de José Montenegro, los galanes Fortunio Bosanova y Juan de Orduña, la famosa cupletista Raquel Meller, Elisa Ruiz Romero y, principalmente, Carmen Viance, Conchita Piquer e Imperio Argentina. Asimismo empezaron a surgir actores que se especializan en algún género concreto, sobre todo en el cine cómico.

La mayor producción la encabezan directores como José Buchs, Benito Perojo, Florián Rey (cuyo drama *"La aldea santa"*, de 1929, es todo un éxito en París), Manuel Noriega, Rafael Salvador, Maximiliano Thous, Eusebio Fernández Ardavín, Fernando Delgado o Francisco Elías, pionero del cine sonoro en España, entre otros.

A finales de la década, en 1927, se estrena en Londres el primer film sonoro: una película americana, *"El cantor de jazz"* de Alan Crosland, lo que consigue hundir todavía más al delicado cine español.

Con todo lo anterior, podemos decir que la influencia ejercida por el cine internacional sigue siendo fuerte, sobre todo en lo referente a la promoción de sus películas. Los productores nacionales son conscientes de la influencia que tienen los carteles de las películas extranjeras a la hora de distribuir las películas, así como de lo importante que puede ser la realización de un buen cartel para atraer el público a la sala.

Este hecho unido a la circunstancia de que se produjo una leve mejora en la situación de la industria cinematográfica española, propició que se empezara a contratar para publicitar determinadas películas a afamados dibujantes, de tal manera que podemos encontrar firmas como las de Roberto Domingo en *"Rosario la cortijera",* de 1923, en *"Diego Corrientes",* de 1923, y en *"La medalla del torero",* de 1924; Sancha en *"El pobre Valbuena",* de 1923; Máximo Ramos en *"La casa de Troya",* de 1924; Roberto Baldrich en *"Carmen",* de 1926; Salvador Bartolozzi en *"El bandido de la sierra",* de 1926 o *"Zalacaín el aventurero"*, de 1929; León Astruc en *"La hermana San Sulpicio",* de 1927, (Fig. 29); Carlos Ruano Llopis en *"Los chicos de la escuela",* de 1925; Rafael de Penagos en una segunda versión de *"La hermana San Sulpicio"* de 1927, (Fig. 30), *"Agustina de Aragón",* de 1927, y seguramente también sea el autor, según Baena Palma (1996), de *"Boy",* de 1925, (Fig. 12), firmado con el seudónimo de Tristán.

Quizás los más conocidos, desde el punto de vista publicitario, sean Bartolozzi y Penagos, pues trabajan profusamente para el cartel comercial, si bien sus diseños cinematográficos fueron más limitados.

Bartolozzi alterna su actividad artística entre ilustrador de novelas y cuentos, de revistas, libros y colecciones literarias importantes con su trabajo como cartelista. En 1933 salta a la fama por ganar un concurso de carteles convocado por la empresa de vinos y licores *Barbier*, pero ya era conocido por sus trabajos para *La Esfera*, *Blanco y Negro*, y sus diseños para anuncios comerciales, como los de la perfumería *Floralia*. Su nieta Mª del MAR LOZANO BARTOLOZZI (2007:12) nos resume su estilo pictórico: *"...con un estilo expresionista, tanto cosmopolita como castizo, más radical en las primeras épocas, más decorativo y sutil después. Se alimentó del Art Nouveau francés más japonesista y del modernismo simbolista de la escuela vienesa..."*.

Rafael de Penagos se puede considerar como uno de los mejores dibujantes del siglo XX. Con veinticinco años ya había sido premiado en varios concursos de carteles

para el baile de máscaras del Círculo de Bellas Artes. CAMPOY (1983:17) recoge la opinión que en 1915 el escritor y periodista José Francés tiene de él: *"Penagos no es en balde el primer cartelista español. También podríamos decir de este joven maestro que es un virtuoso de la técnica. La claridad aterciopelada de sus tonos es imposible hallarla en otros artistas. Ivonne y Afrodita son bellísimas muestras de por qué Penagos es uno de los primeros dibujantes españoles"*. Son suyos los carteles mencionados anteriormente y en ellos podemos apreciar su calidad como pintor y dibujante, presentando el dibujo de ambas mujeres perfectamente adaptado a los personajes que representan: una monja de dibujo sobrio y elegante frente al carácter fuerte de Agustina de Aragón.

Del mismo modo podemos encontrar trabajos firmados por dibujantes que si bien no eran tan prestigiosos como los citados en el apartado anterior, su trabajo no desmerece en absoluto del de ellos. Así, los carteles de *"Los granujas"*, de 1924, (Fig. 10), *"El lazarillo de Tormes",* de 1925, (Fig. 11), *"Luis Candelas o el bandido de Madrid"* de 1926, (Fig. 26), *"La loca de la casa",* de 1926, (Fig. 18), *"La Condesa María",* de 1927, (Fig. 28), etc., aparecen firmados por Joaquín García Moya. Gago Palacios firmaría, por ejemplo, los carteles de *"Malvaloca"* de 1926, *"El cura de aldea"* de 1926, (Fig. 27), o *"El patio de los naranjos" de* 1926, (fig. 22). J. Estrems, quizá el cartelista más prolífico de los años veinte junto con Joaquín García, rubricó los carteles de *"La sobrina del cura"* de 1925, *"Pepita Jiménez"* de 1925, (Fig. 15), *"El pollo pera"* de 1926, *"Las de Méndez"* de 1927, *"Por un milagro de amor"* de 1928, *"Gigantes y Cabezudos"*, de 1926, (Fig. 20), etc. L. Barreira, en *"Noche de alboradas"* de 1925, (Fig. 14) y J. Dubón realizaría un magnífico trabajo para el largometraje *"La bruja"* de 1923, (Fig. 7).

Cabe destacar la figura de César Fernández Ardavín, pintor y cartelista madrileño, que separa sus dos facetas artísticas firmando con distinto nombre: Vinfer para los carteles y nombre completo para sus pinturas. Su actividad como cartelista abarca las tres primeras décadas del siglo, siendo su producción para el cine bastante extensa. Tiene un gran dominio de la técnica litográfica, sobretodo porque compagina su actividad artística con el trabajo en el taller litográfico de su padre (Eusebio Fernández Mingo), y ese dominio le permite conseguir resultados de gran capacidad plástica.

Según TRANCHE (2004:28): *"Uno de los aspectos más sugestivos de su actividad como diseñador es la variedad de soluciones formales y estilos empleados, circunstancia que abunda en la versatilidad del Ardavín pintor y en su capacidad, como todo buen cartelista, para congeniar la impronta personal con la adecuación a las necesidades expresivas y temáticas de cada obra. Así encontramos diseños con tratamientos claramente pictóricos, junto a otros donde se percibe una asimilación plena de las técnicas del cartel. El dominio del color, utilizándolo como elemento dramático y como mancha que remplaza los diferentes términos espaciales; la reinterpretación estilizada de los motivos fotográficos; el uso de la tipografía y de la relación efectiva texto-imagen; la aplicación expresiva del formato son algunos de sus rasgos estilísticos. A todo ello habría que añadir lo que él consideraba uno de sus principales hallazgos: hacer del rostro humano motivo central del cartel y trabajarlo a gran escala de manera que se convierta en su principal baza interpretativa"*.

Realiza los carteles de *"La España trágica"*, de 1928; *"Cuidado con los ladrones"*, de 1919; *"La verbena de la paloma"*, de 1921; *"La reina mora"*, de 1922; *"Más allá de la muerte"*, de 1924; *"La revoltosa"*, de 1925; *"La Bejarana"*, de 1925 (Fig. 25); *"Mieres del camino"*, de 1926; *"Del rastro a la Castellana"*, de 1926; "*Se cruzó en mi camino"*, de 1926; *"El negro que tenía el alma blanca"*, de 1927, (Figs. 16 y 17); *"Los aparecidos"*, de 1927; *"Rosa de Madrid"*, de 1927; o *"Colorín"*, de 1928, entre otros tantos.

En general, en la producción de estos años y al igual que en la década anterior, se trata de carteles de gran riqueza plástica, muy pictoricistas, realistas, y su criterio compositivo consistía igualmente en trasladar al papel alguna de las fotografías del rodaje, seguramente a causa de las normas impuestas por los productores, que limitaban la capacidad creativa de los artistas no dejándoles hacer uso de metáforas o simbolismos que mostraran el argumento de las películas.

Los dibujos continúan reelaborando gráficamente una escena significativa en el desarrollo del film, utilizando colores llamativos, brillantes. En cuanto a los contornos, las figuras y los textos se rodeaban de un degradado, de tal modo que parecían estar dotados de una especie de aura (véase, por ejemplo, la Fig. 8).

Pero en esta década ya aparecen algunos carteles que están a medio camino entre este tratamiento pictoricista y otros movimientos artísticos, como el cubofuturismo,

constructivismo, art decó, etc. Véase, por ejemplo, los carteles de *Noche de Alboradas* (Fig. 14) y *El cura de Aldea* (Fig. 27), de estilo más bien tardomodernista pero en los que ya se puede apreciar una composición equilibrada entre dibujo y texto, un cierto dominio de la perspectiva, una tipografía adecuada, etc.

En lo relativo al componente textual, en estos años no se limita solamente a representar la denominación de la cinta sino que se comienza a complementar la información. En la mayoría de ellos aparece la figura del director, el actor o actriz principal en determinados casos y si se trata de una adaptación literaria. La distribución del texto sigue siendo convencional en cuanto al título –se coloca en la parte superior- y los demás elementos informativos se colocan en la zona inferior. De nuevo se utilizan las mayúsculas, tanto para el título como para el resto de la información, si bien el título siempre en un tamaño superior, con tipografías "de palo seco" y con colores que resaltan del resto de la composición.

En estos años hace su aparición en EE.UU. lo que hoy se conoce como *star-system*. El fenómeno del estrellato nace en *Hollywood* y desde allí se extiende al resto del mundo, convirtiéndose en el modelo a seguir por las industrias cinematográficas de casi todo el mundo. Los carteles de las películas extranjeras basaban su composición en destacar la figura de la estrella protagonista, sin duda porque era la forma más efectiva de asegurarse el éxito de taquilla ya que el público acudía a la sala atraído por la figura del astro o estrella. Sin embargo, este fenómeno no llegaría a nuestros carteles hasta la década siguiente, puesto que los actores nacionales no tenían ni prestigio ni reputación como para que los carteles centraran su composición en su figura.

Ahora bien, hubo algunas excepciones, como es el caso, por ejemplo, del cartel realizado por Vinfer para la película *"El negro que tenía el alma blanca"*, (Figuras 16 y 17) en el que todo el cartel está basado en destacar la figura de Conchita Piquer o de Raymond de Sarka, o los carteles de *"Rosa de Levante"* (Fig. 21) y *"Mientras la aldea duerme"* (Fig. 23), donde podemos ver a Carmen Viance y Carmen Rico en sendos planos extraídos de alguna escena de las películas. En ninguno de estos carteles aparece cualquier otra referencia que nos de una idea del contenido argumental del film. Tan sólo se representa a los protagonistas "pegados" sobre una superficie plana.

Y hubo carteles, como el de la película *"Para toda la vida",* (Fig. 9), en el que el rostro reproducido es el de Jacinto Benavente, productor y guionista de la película en

cuestión, utilizando su imagen como sello de garantía de calidad del producto publicitado, avalado quizá por el prestigio adquirido tras recibir el Premio Nobel dos años antes.

3.5.2 La Segunda República y la guerra civil. Desde 1930 hasta 1939.

Esta década está tremendamente definida por dos grandes circunstancias: la llegada del cine sonoro y el estallido de la guerra civil.

Si bien los años veinte habían comenzado a sentar las bases de una incipiente industria del cine, la brutal llegada del sonoro la deja en la más absoluta ruina. Los estudios y las salas de proyección quedan a primera vista inservibles y se interrumpen los rodajes. Muchos realizadores, técnicos y actores se marchan a otros lugares en busca de los medios con los que ejercer su profesión.

La llegada del cine sonoro hace desaparecer poco a poco a las películas mudas, que quedan relegadas a su visionado en los cineclubs, con lo que en poco tiempo se destruyen muchas de estas cintas por problemas de almacenaje. Sin embargo, hay una profunda concienciación de la importancia cultural y artística del cine, por lo que en 1933 nacen las filmotecas, principalmente para la catalogación y conservación de material fílmico, aunque en España no se crea hasta 1953.

La década de 1930 es un momento de grandes conflictos sociales y políticos y la industria cinematográfica española comienza estos años con una gran crisis provocada por el cine sonoro, pues no había recursos económicos y técnicos para poder encararlo. Pero rápidamente la situación cambia drásticamente. A pesar de todo, la segunda República influye enormemente en el desarrollo del cine nacional. Empiezan a proliferar los estudios sonoros y empresas de servicios como laboratorios, empresas de edición, centros de doblaje. Aumentan significativamente las empresas productoras, como Cifesa y Filmófono, y con ello, la producción de películas, de tal forma que la situación a mediados de la década es espléndida.

Uno de los acontecimientos más importantes que tuvo lugar en este período fue el primer Congreso Hispanoamericano de Cinematografía, celebrado en octubre de 1931, como consecuencia de la colonización extranjera que estaba sufriendo el mercado cinematográfico español. Con el nacimiento del cine sonoro, que tuvo lugar en *Hollywood*, el 6 de octubre de 1927, la cinematografía española fue invadida por el cine norteamericano y europeo, hablado en español. Incluso numerosos personajes del mundo cinematográfico se marcharon a Estados Unidos con el fin de editar películas para los espectadores hispano parlantes. La solución tomada inicialmente es la de realizar versiones múltiples: los distintos equipos se alternan en el plató por nacionalidades, rodando diversas versiones de una misma película. Pese a todo, muchas de estas dobles versiones no gustan al público hispano porque son demasiado "americanas".

Se puede decir que la etapa republicana marcó en España una edad de oro para la producción nacional, sobre todo en lo que se refiere a la temporada 35/36, en la que unas cuantas películas españolas vencieron en taquilla a la producción extranjera. Por primera vez en la historia, el público prefiere las producciones españolas.

En cuanto a los géneros cinematográficos, es la literatura la principal fuente de inspiración de los cineastas de estos años, sirviendo de base además de todo tipo de géneros, de tal forma que casi la mitad de la producción son adaptaciones literarias. Seguidamente, y en este orden, habría que situar a la comedia, el musical (especialmente la zarzuela), los toros, los bandoleros y la religión católica, con curas, monjas y conventos. Pero hay que destacar el llamado cine folclórico, mezcla de melodrama y números musicales y cuyo artífice es Florián Rey, por el tremendo éxito conseguido, aunque triunfará más extraordinariamente aún en los primeros años del franquismo, seguramente porque está basado en la exaltación de valores conservadores y nacionales.

Pero la llegada de la guerra civil destroza todo lo conseguido hasta ahora. Como dice CAPARRÓS LERA (1999:63): *"España se dividió en dos grandes bandos. Y si en un principio la efervescencia de la lucha dejó de prestar atención al cine, pronto los gobiernos de las dos zonas tomaron conciencia de la enorme importancia del arte de las imágenes fílmicas como medio de comunicación social y de influencia ideológica"*. Por eso la producción no para durante los años de beligerancia y, aunque se producen menos largometrajes, proliferan los documentales y noticiarios, pues son más fáciles de

producir y un poderoso arma de propaganda. En plena guerra el bando franquista crea el Departamento Nacional de Cinematografía y la Junta Superior de Censura Cinematográfica, cuya misión es vigilar que el contenido de las películas responda a los objetivos del régimen. Pero según avanza la contienda, las dificultades de producción son cada vez mayores y muchos personajes del mundo del cine abandonan el país.

Sin embargo, el cine es muy popular durante los años de la guerra. ROGER MORTIMORE (Citado por CAPARRÓS LERA [1999: 64]) cuenta que: *"La gente llegaba (a las salas de espectáculos) provistas de bocadillos y se quedaba a ver más de un programa, evitando así los peligros de la calle. El público se negaba muchas veces a dejar el cine para buscar refugio durante los bombardeos, insistiendo en que continuara la película. Los milicianos entraban con sus fusiles negándose a dejarlos en la guardarropía. La banda sonora a veces era inaudible por el ruido de pipas…"*.

Como consecuencia de esta nueva situación, el cartel cinematográfico nacional experimenta una considerable mejora.

Tal y como afirma RAFAEL R. TRANCHE (1996:23): "... *es en esta década cuando empieza a apreciarse que se han incorporado al cartel de cine todos los recursos del medio: la técnica plana y la consiguiente relativización de la perspectiva, la utilización efectiva de la tipografía, la composición equilibrada entre dibujo y texto, el uso del aerógrafo para establecer gradaciones de luz y color, etc."*. Características que podemos observar, por ejemplo, en los carteles de *"La hermana San Sulpicio"*, *"Currito de la Cruz",* o *"El gato montés"*, (Figs. 42, 44 y 45, respectivamente).

Se siguen apreciando influencias de movimientos y corrientes internacionales como el cubofuturismo, expresionismo, constructivismo, etc. Véanse, por ejemplo, los carteles de *"El malvado Carabel"* (Fig. 46), *"La verbena de la paloma"* (Fig. 48) o *"Nuestro culpable"* (Fig. 53).

Los carteles comienzan a "normalizar" sus criterios compositivos, recurriendo para ello a la base argumental y/o la figura del actor. En esta década comienzan a notarse los efectos del denominado *star-system*. Su aparición supuso una profunda transformación en los criterios compositivos del cartel cinematográfico. Su diseño dependerá casi siempre de la presencia de la estrella, sobresaliendo su imagen y su nombre del resto de la composición. Esto hace que se produzca una uniformidad de estilos respecto a la concepción visual de los carteles.

La producción española intenta en vano crear un *star-system* nacional y así competir con el norteamericano. El recurso más habitual pasa a ser la figura del protagonista como tema principal de la composición, ya sea eligiendo su rostro como único signo visual o bien recurriendo al busto - de medio cuerpo o de cuerpo entero- y que ocupará siempre un lugar destacado en el cartel.

En muchos casos la composición se limitará a la mera reproducción de la imagen del protagonista, aislada como en una pose fotográfica, y sin que su presencia haga referencia alguna a los contenidos argumentales del film. Una de las características más relevantes era el tratamiento de los rostros impresos. Se utilizaba la técnica del *flou* fotográfico empleado en las películas. Las caras no tenían arrugas, manchas o cualquier otra manifestación del paso del tiempo o la edad de los actores.

Así, podemos encontrar carteles en los que se dibuja a los protagonistas, bien de cuerpo entero o solamente el busto, sobre un fondo plano, sin más. Véanse, por ejemplo, los carteles de *"Susana tiene un secreto"*, *"12 Hombres y una mujer"* o *"El novio de mamá"*, (Figuras 37, 39 y 40, respectivamente).

En otras ocasiones el contenido visual está compuesto por motivos o escenas extraídos de la película, y la estrella se halla inmersa en la acción, enlazando directamente con el contenido argumental. Pero es la imagen de la estrella el eje central de la composición. Los otros elementos del cartel quedan claramente relegados a un segundo plano, sirviendo de contrapeso para equilibrar la composición. Como ejemplo están los carteles de *"12 Hombres y una mujer"* (Fig. 38), *"Aventura Oriental"* (Fig. 43) y *"¡Centinela, alerta!"* (Fig. 50).

Del mismo modo, en estos años empieza a funcionar el concepto de pareja protagonista, pasando a convertirse también en un procedimiento frecuente a la hora de confeccionar los carteles. Podemos observar esta técnica en los carteles de *"La Dolorosa"* (Fig. 41), *"Madre Alegría"* (Fig. 49) y *"Morena Clara"* (Fig. 51).

Sea como fuere, la estrella se convierte en el mayor reclamo publicitario. Lo fundamental en estos carteles, según declara SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:64), era que: *"Pueda reconocerse rápidamente a las stars, que son los mejores y más seguros reclamos del film. El estilo es realista, sin demasiadas preocupaciones por las calidades estéticas"*.

De igual forma es en esta década cuando se comienza a dar forma visual a la tipografía del título. Se utilizan rasgos grandes y gruesos, y de colores llamativos para aumentar el contraste con el resto de la composición.

Aunque sigue predominando el uso de letras mayúsculas, comienza a utilizarse las letras en caja baja y en cursiva y, si bien hasta ahora lo usual había sido la colocación del título en horizontal y en la parte superior de la composición, se empieza a experimentar con otras disposiciones y a dar una cierta inclinación al título para, de esta forma, integrar de una forma más efectiva el texto en la composición. Véanse los carteles de *"La verbena de la paloma"* (Figuras 47 y 48), *"Currito de la Cruz"* (Fig. 44) y *"El barbero de Sevilla"* (Fig. 52).

Los tipos y modelos de letra son mucho más elaborados que en las décadas anteriores, y no sólo en lo que respecta al título, sino también en el resto de elementos textuales que aparecen en la composición. Aparte de la figura del director y de la casa productora, se establece como norma la inclusión de los nombres de los principales protagonistas, utilizando en ellos, la mayoría de las veces, la misma tipografía y tratamiento visual que en el título. Véanse, por ejemplo, los carteles de *"El novio de mamá"* y *"La hermana San Sulpicio"*, (Figuras 40 y 42, respectivamente).

Los cartelistas más destacados de la década fueron José Solé, Carrilero Abad, Paco Ribera, Pedraza Blanco, Frexe i Lacalle, Tulla, Martí Bas, Josep Morell, Roberto Domingo, y sobre todo, Rafael Raga Montesinos, José Peris Aragó, Emilio Chapí, Enrique Herreros, Josep Soligó, Antoni Clavé o Josep Renau.

Raga Montesinos desarrolla su actividad artística entre la pintura de paisajes y retratos, las fallas y el cartelismo. Su producción cartelística es cuantiosa, de tal modo que llega a realizar más de un millar de carteles, y de temática muy variada: propagandística, comercial, fiestas y espectáculos: cine, teatro, circo, etc.

En sus primeros años como cartelista firma sus obras con su nombre, pero posteriormente, tras haber estado encarcelado por realizar carteles propagandísticos y acusado de participar en la rebelión marxista y de ser voluntario del ejército de la república, empieza a firmar con el seudónimo de "Ramón" (palabra formada por la unión de las primeras sílabas de sus apellidos).

Premiado en numerosas ocasiones por su faceta artística y fallera, se dedica también a la docencia. Es profesor de dibujo durante muchos años en la escuela de Artes

y Oficios Artísticos y trabaja en el departamento artístico de Gráficas Valencia. Es miembro de la Peña "El Sifón", integrada por los cartelistas valencianos más vanguardistas, de Acció d'Art y de la Unión de Escritores y Artistas Proletarios. También forma parte de la Alianza de Intelectuales y Artistas para la Defensa de la Cultura y dirige el taller de cartelistas de la Alianza de Intelectuales Antifascistas.

Alumno de Josep Renau, destaca por su dominio de la técnica de la aerografía con pistola. Sus carteles dejan ver un estilo vanguardista, influido por el Art Déco y con toques expresionistas, con el que muestra un dibujo muy personal y expresivo. SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:154) afirma que *"recoge lo mejor de la habilidad en el modelado de renal, para aplicarlo, con un sentido estrictamente comercial y colorista en carteles como La Verbena de la Paloma (Benito Perojo, 1934)"*. Y continúa diciendo: *"El creativo dispone sobre el bastidor un motivo de fondo y un primer término que domina el espacio procurando un mensaje directo y atractivo. Para ello parte de imágenes recogidas de fotos de rodaje y de una técnica que posibilite la puesta en escena apoyado por una o varias tipografías. (...) Se pueden advertir influencias decó, en algunos carteles rasgos constructivistas y, por supuesto, influencias del neorrealismo alemán: recordemos los fuertes contrastes entre zonas iluminadas y otras en sombra en los rostros y en las cabezas de los protagonistas"*.

Inspirado por las fotos de los rodajes, ha retratado multitud de rostros de estrellas del panorama nacional e internacional. Carteles como los de "*La verbena de la paloma"*, de 1935, (Fig. 48); "*Es mi nombre"*, de 1935; "*La hija del penal"*, de 1935; "*Morena clara"*, de 1936, (Fig. 51); "*La blanca paloma"*, de 1942; "*Vidas cruzadas"*, de 1942; "*Mosquita de palacio"*, de 1942; "*Currito de la Cruz"*, de 1948; "*Cuentos de la Alambra"*, de 1950; "*Bajo el cielo de España"*, de 1952; "*Condenados"*, de 1953; "*El alcalde de Zalamea"*, de 1954; "*El pescador de coplas"*, de 1953; "*Un caballero andaluz"*, de 1955; "Zalacaín el aventurero", 1955, (Fig. 126); "*Malagueña"*, de 1956; etc, dejan ver claramente su inconfundible estilo.

Por su parte, Emilio Chapí Rodríguez es un artista polifacético que se dedica a la pintura, la decoración, la realización de fallas valencianas y al cartelismo. Igualmente, en alguna ocasión trabaja para el mundo del cine, realizando una película de dibujos animados que deja inacabada por falta de recursos económicos. Premiado en ocasiones por su faceta de artista fallero, es con el diseño de carteles con lo que mayor fama ha

ganado. Crea su propio taller en Madrid, a principios de los años 40, por el que pasan cartelistas tan renombrados como el propio Jano.

Excelente retratista y con gran conocimiento anatómico del cuerpo humano, diseña sus carteles en la línea del estilo norteamericano: destacar la estrella protagonista por encima de todo. Así, en muchos de sus trabajos exhibe los rostros principales, tan sólo colocados sobre fondos de color, plano o degradado. Son las actitudes, poses o algún detalle incluido en la composición, los que hacen referencia a la trama argumental. Sin embargo, en otras ocasiones le gusta mostrar toda una galería de personajes inmersos en la acción, mostrando distintas situaciones que sintetizan el argumento.

Influido por cartelistas como Soligó o Renau, utiliza en sus carteles un tratamiento colorista muy particular, con colores enérgicos en fondos y retratos, dotando de gran expresividad a las figuras. Del mismo modo, un rasgo muy particular es su gusto por marcar la diagonal de la composición, utilizando para ello la distribución de la información textual.

En su producción cartelística se encuentran ejemplos para producciones norteamericanas, argentinas, mexicanas, británicas y, por supuesto, españolas. Así, su estilo se refleja en los carteles de películas como "*Centinela alerta"*, de 1936, (Fig. 50); "*El famoso Carballeira"*, de 1940, (Fig. 55); "*Yo soy mi rival"*, de 1941, (Fig. 63); "*La gitanilla"*, de 1940, (Fig. 57); "*¡Harka!",* de 1941, (Fig. 59); etc.

Los talleres de impresión con los que mayoritariamente trabajarían todos estos cartelistas estarían situados principalmente en Valencia y Barcelona: Litografía S. Dura, Gráficas Valencia, Gráficas E. Mirabet, Litografía J. Aviñó, Martí-Martí, Gráficas Viladot, I. C. Plauber, Gráficas Vior, Gráficas Bobes, etc.

Otro hecho que favoreció enormemente el desarrollo de la producción nacional fue la aparición a principios de esta década de la productora y distribuidora valenciana Cifesa. Esta empresa se volcó en el cine nacional. Tratando de dar un decisivo impulso a la cinematografía española, Cifesa imitaba la manera de trabajar de las productoras norteamericanas. Escogía a los personajes más relevantes de la dirección y contrataba los servicios de grandes realizadores, actores y técnicos –Florián Rey, Benito Perojo, Imperio Argentina, Miguel Ligero, Juan de Orduña, etc.– con el fin de dar un mayor crédito a sus producciones. A la cabeza de Cifesa estaba Manuel Casanova Llopis, y sus hijos eran los Consejeros Delegados en las oficinas de Madrid y Valencia. La sede

central era la de Valencia, aunque la iniciativa perteneció siempre a la sección de Madrid. Desarrollará un cine netamente conservador, también popular, llegando a ser, en algunos casos, el sello Cifesa una garantía de calidad y de profesionalidad.

La actividad de esta productora se desarrolló principalmente en los años 30 y 40, y a partir de los 50 decayó. Y fue a partir de la guerra civil, cuando la firma comenzó su auténtico lanzamiento nacional e internacional, llegando a ocupar un primer puesto entre las entidades europeas del sector.

Se trataba de una empresa que consideraba de vital importancia todo lo relativo a la publicidad y promoción de sus películas. Este hecho hizo que seleccionara para esta tarea a personajes de la talla de Renau, Montesinos o Peris Aragó, aunque éstos no estuvieran muy de acuerdo con su sistema de trabajo. Cifesa estableció un procedimiento de trabajo muy costoso. Para cada uno de los carteles se debían presentar tres borradores, y la sección de publicidad de la empresa escogía el mejor. Entonces los autores realizaban el cartel.

Desde un principio, Josep Renau i Berenguer fue el cartelista oficial de Cifesa. De excelente nivel creativo, es considerado uno de los maestros del cartel cinematográfico español, si bien la mayor parte de su producción no tuvo lugar en España. Desafortunadamente, su activismo republicano le condujo a su exilio a México, donde trabajaría para las principales distribuidoras de aquel país. Pero desde allí siguió realizando carteles para Cifesa, como es el caso de "*La Dolores", de* 1939, (Fig. 54); "*Don Quijote de la Mancha"*, de 1947, (Fig. 77); "*Locura de amor"*, de 1948; o "*La reina de Sierra Morena"*, de 1949.

Fue un hombre con un compromiso social y político muy intenso. Su talante ideológico le llevó a desempeñar cargos de responsabilidad, como en Protección del Patrimonio Artístico Nacional y Propaganda Gráfica del Comisariado General del Estado Mayor.

Renau se incorpora al mundillo del cartel con tan solo dieciocho años, cuando comenzó a trabajar para la litografía José Ortega. En 1925 gana su primer concurso de carteles, que sería para la Caixa d'Estalvis y M. P. de Valencia. A partir de ahí trabaja el diseño publicitario, la fotografía, el fotomontaje, el diseño editorial, y el cartel en todas sus variantes, siendo premiado por ello en numerosas ocasiones: en 1928 obtiene el segundo premio del Concurso Nacional de Carteles del Patronato del Aceite de Oliva

Español. En 1929 se le concede el premio del Patronato Nacional de Turismo. En 1933 gana el Primer Premio del Concurso Nacional de Carteles de Ferias y Fiestas de Valencia, así como el del concurso de carteles de la Asociación de la Prensa para la corrida de la Prensa de Madrid, realizando su primera exposición como cartelista en 1928.

Su pasión por el cartel no sólo quedó plasmada en su obra gráfica sino que también teorizó sobre el tema. Escribió el libro "Función social del cartel publicitario", en el que defiende la doble alimentación entre cartel comercial, cultural y político. *"El desarrollo del cartel político no niega los valores de la experiencia técnica y psicotécnica del cartel comercial, cuyo valor esencial debemos incorporar directamente a nuestra experiencia".* Durante la guerra civil trabajó el cartel político y de propaganda, siendo su aportación en este campo una de las más brillantes de ese período.

Para él, al igual que afirma ENEL (1974:48) el cartel publicitario sería algo así como un crisol en el que se funden arte, técnica y ciencia, y donde a pesar de reinar un lenguaje condicionado por muy variados intereses económico-comerciales, el creador puede extraer conocimiento y dinamismo.

Parece ser que, según BAENA (1996:38) realizó su primera contribución al cartel de cine español con tan sólo diecinueve años. La película se titulaba *"Muñecas"*, de 1926, (Fig. 19), producida en Valencia por Producciones Artísticas Valencianas. Y a partir de ese momento dedicaría toda su vida a esta tarea. Influido por los fotomontajes de Max Ernst y Hertfield, por el cubismo, el fauvismo francés y por el movimiento constructivista de la vanguardia rusa, produjo carteles de una gran plasticidad y calidad creativa. Sus dibujos sobre rostros de actores o pasajes narrativos eran de una gran perfección. En ellos se puede apreciar la habilidad de Renau a la hora de tratar la figura y el fondo, así como en la utilización de tintas planas para trabajar el espacio, y todo ello sin olvidar su excelente dominio de la técnica aerográfica y la enorme fuerza expresiva de su dibujo.

Varios de sus trabajos más sobresalientes en este período serían: *"La hermana San Sulpicio"* (Fig. 42), *"Madre mía"*, *"Rumbo al Cairo"*, *"El 113"*, *"La verbena de la paloma"* (Fig. 47), *"Currito de la Cruz"* (Fig 44) y *"La reina mora"*.

Aunque su mayor aportación al universo del cartel cinematográfico se haya producido en su exilio mexicano, su obra en nuestro país tuvo un efecto decisivo, e influyó en la obra de algunos autores como Rafael Raga Montesinos, José Peris Aragó, Emilio Chapí Rodríguez, Olcina o Josep Soligó.

Peris Aragó se introdujo también en el universo del cartel cinematográfico gracias a Cifesa. Pero si bien empezó a trabajar para ella desde sus inicios, su mayor producción se debió al exilio de Renau, cuando la empresa estaba en plena expansión nacional e internacional. Consideraba que trabajar para esta empresa valenciana era una gran oportunidad para un artista puesto que le aportaba dinero y notoriedad.

Natural de un pueblo cercano a Valencia, estudió en la Escuela Superior de Bellas Artes de San Carlos, donde rápidamente llamó la atención por su habilidad en el dibujo y la pintura. Durante el tiempo que duró su formación ganó los primeros premios en Dibujo del Natural en Reposo, Preparatorio del Colorido, Dibujo de Estatuas, Ropajes y del Natural. Se trata de un sorprendente y polifacético artista: pintor, dibujante, cartelista, escritor, inventor –llegó a construir varios instrumentos ópticos, proyectores, tomavistas,...etc.–, y un gran apasionado de la fotografía.

Sus carteles muestran un estilo inconfundible, de técnica muy depurada, con un uso particular de la luz y de las tintas que crean una apariencia casi "fotográfica". Basa sus composiciones en el empleo del *star-system*. Presenta las figuras con planos medios, bien cortos o largos, y sobre todo primerísimos planos, representando sólo la cabeza del protagonista. En la mayoría de ocasiones utiliza tres colores, y sólo cuando la película es muy excepcional, cuatro. En un texto escrito por el propio Peris Aragó para el número tres de la revista *AGR*, y recogido por AGRAMUNT LACRUZ (1999:20-45) afirma que algunos originales de sus carteles los realizaba con la técnica del agua y otros al óleo, que utilizaba los colores más puros posibles, a base de grandes masas, según el tema y alusión a la época. Continúa diciendo que había que dominar la técnica del texto, colocando letras que correspondiesen a la época histórica en que se desarrollaba la historia. Termina su escrito manifestando que para él, el cartel debe ser un grito en la pared.

A lo largo de sus más de veinte años de trabajo para Cifesa realizó alrededor de quinientos carteles. En el citado número de la revista *AGR* nos cuenta cómo comenzó su labor como cartelista de cine: *"... El primer cartel que realicé fue para una película*

argentina de título '*Monja casada, virgen y mártir*'. *Hice un cartel y fue rechazado. Encargaron otro advirtiendo que no lo querían de Peris Aragó. Esta vez el Sr. Mirabet me encargó otro y me dijo que lo firmara con otro nombre. Firmé Max. Gustó mucho. Debido al éxito de este cartel, el Sr. Mirabet descubrió el hecho. Me pagaron por este cartel trescientas pesetas".* A partir de ese momento, José Peris Aragó firmó un contrato con la productora por el que realizaría veinticinco carteles anuales durante el tiempo que duró la empresa.

Dejó de trabajar para ella a principios de los años sesenta, y sus carteles publicitaron algunas de sus mejores producciones, aunque la mayoría fuera de la década de los treinta: *"La hermana San Sulpicio"*, de 1934; *"La gitanilla",* de 1940, (Fig. 56); *"¡A mí la legión!"*, de 1942, (Fig. 64); *"El clavo",* de 1944, (Fig. 70); *"La Lola se va a los puertos",* de 1947; *"Agustina de Aragón",* de 1950, (Fig. 82); *"Lola la piconera",* de 1951, (Fig. 90); *"Muchachas de Bagdag",* de 1952, (Fig. 105); *"Doña Francisquita",* de 1952, (Fig. 100); *"Amaya",* de 1952, (Fig. 97); *"Gloria Mairena",* de 1952, (Fig. 104); *"La hija del mar",* de 1953, (Fig. 112); *"Aeropuerto",* de 1953, (Fig. 108); *"El beso de Judas",* de 1953, (Fig. 119); *"Once pares de botas",* de 1954, (Fig. 123); *"Un día perdido",* de 1954; *"Congreso en Sevilla",* de 1955, (Fig. 109); *"Orgullo",* de 1955; *"La espera",* de 1956, y un largo etcétera.

En el lado opuesto a Cifesa estaría Ibérica Films y, sobre todo, Filmófono. Sociedad madrileña dirigida por Ricardo Urgoiti y en cuya fundación intervino Buñuel. A pesar de que esta empresa tuvo una producción escasa, se trató de un caso excepcional en el sistema de producción, debido sobre todo a la personalidad de Buñuel y a las opciones ideológicas de Urgoiti. Trabajaron el campo de la comedia y el melodrama, pero utilizando como novedad un lenguaje fresco, expresivo y bastante crítico.

Como cartelista de esta productora hay que señalar a Enrique Herreros, quien demostró tener una destreza innata para extraer el sentido de las películas de Filmófono. Fue un caricaturista cuyos trabajos estaban llenos de ironía y sarcasmo.

Aparece también en estos años otra figura de extraordinaria fuerza expresiva, Antoni Clavé, pero cuya aportación al cartel de cine impreso fue cuantitativamente inferior a la de los autores anteriormente mencionados. Pintor, grabador y escultor. Pero también, ilustrador y cartelista. Su actividad pictórica se caracteriza por la abstracción,

con influencias vanguardistas de Picasso y Miró. Trabaja también las técnicas de grabación, litografía, aguafuerte, y diversos procedimientos calcográficos. Comienza su actividad artística a la edad de trece años, en la Escuela de Bellas Artes de Barcelona, donde asiste a los talleres del pintor José Mongrell y del escultor Ángel Ferrant. Hasta la llegada de la Guerra Civil, se dedica al grabado, a la decoración ornamental, a la ilustración publicitaria y al cartel cinematográfico.

Su labor se centraba en los carteles de gran formato y murales para la empresa Cinaes, la más importante de la ciudad condal en este período que estamos tratando. Su estilo quebrantaba todas las "normas" por las que se regía el cartel de cine en esos momentos. En sus carteles, no hay retratos de actores famosos, sino que trata de sintetizar al máximo el espíritu de cada película, inspirado seguramente por el famoso cartelista francés Paul Colin, a quien admiraba. Influenciado por el dadaísmo y el cubismo, en sus composiciones cinematográficas no hay cabida nada más que para el título y las imágenes que esquematizan la trama argumental. Desentrañaba el argumento de las películas a través de auténticas síntesis visuales. En su cartel para *"Boliche",* (Fig. 35), por ejemplo, la composición se basa en el título y varios objetos a la manera del cubismo. Quizá debido a su criterio estilístico, difícil de aceptar por el resto de productoras y distribuidoras, o quizá porque tuvo que huir a Francia a causa de la guerra civil, el hecho es que no tuvo demasiada repercusión en el panorama nacional.

A mediados de la década, como hemos comentado anteriormente, el frágil cine español debe afrontar un nuevo desastre, peor que la llegada del cine sonoro: la guerra civil, que fue el inicio de la decadencia de la industria cinematográfica del país. La producción de largometrajes se redujo considerablemente –y los cartelistas eran en su mayoría autores desconocidos, militantes de uno de los dos bandos–, pero aumentaron los documentales y noticiarios ya que ofrecían mayores posibilidades de propaganda ideológica.

Una vez terminado el enfrentamiento entrarían en escena nuevos autores, como José María, López Reiz, Moscardó, Llo/An, etc., destacando sobre todos ellos la figura de Josep Soligó Tena.

Soligó nace en Barcelona en 1910. Estudió en la Escuela de Bellas Artes de San Jorge, donde destacaría en retrato, paisaje y bodegón. Alternaría siempre su labor como cartelista con la pintura artística, alcanzando en poco tiempo fama de gran pintor y

retratista. También realizó trabajos de diseño y decoración, elaborando varios stands para la Feria de Muestras de Barcelona, y ejerció igualmente de muralista para el cine Savoy de Barcelona. Pero su mayor reconocimiento se deberá al cartel de cine.

Comienza su actividad artística como aprendiz en un taller de cerámica. Hacia 1935 realiza sus primeros trabajos como cartelista para el Estudio Arte Fox. Al estallar la guerra, el número de encargos se reduce considerablemente, pero aún así sigue diseñando para la Fox y la Paramount. Entre 1940 y 1943, firma carteles para compañías como Internacional Films, Monogram, Emisora Films, Exclusivas José Balar, Cinematográfica Excelsa, etc. Pero es a partir de 1943, cuando la Fox le ofrece un contrato en exclusiva, que Soligó acepta, permaneciendo con esta empresa hasta principios de los años sesenta, fecha en la que se rescinde el contrato. De esta forma, sus últimos años como cartelista los dedicará sólo a dos distribuidoras: CIC y ACE.

Así, en 1935, el Estudio Arte Fox le propone realizar los carteles de esta firma, puesto que cree que este artista puede ser capaz de elevar el nivel estético y expresivo de sus carteles. Soligó acepta complacido. Pero sus mejores momentos, desde el punto de vista artístico y compositivo en la realización de carteles, estarán entre los años que van de 1945 a 1955. Y no será hasta mediados de los años cincuenta cuando Soligó empiece a trabajar para compañías productoras de capital español. Anteriormente a estas fechas, sus incursiones en la realización de carteles para películas nacionales fueron muy escasas.

Durante los años de la guerra civil aparecen unos cuantos carteles con su firma publicitando las películas de la Fox. Y es en estos años de contienda cuando también trabaja para la Paramount, una empresa muy preocupada por la realización de los carteles de sus películas. Pero al finalizar la guerra, La 20th Century Fox le propone un contrato en exclusiva. Lo que ocurrió es que esta empresa no estrenaría muchas películas en aquellos años por lo que le da permiso para trabajar con otras compañías, siempre naturalmente que no fuesen ninguna de sus competidoras más directas. Alternaría entonces sus carteles para la Fox con los realizados para empresas como International Films, Monogram, Emisora Films, Cinematografía Excelsa, etc.

Pero a comienzos de los años cuarenta la Fox restablece su sistema de distribución, preocupándose en gran medida por la confección de sus carteles. Lo que significa que de nuevo quisiera a Soligó en exclusiva para ella.

Su producción cartelística se acerca a los cuatrocientos ejemplares, en los que se aprecia un alto nivel de creatividad. Su obra tiene una personalidad claramente visible. Las imposiciones de las empresas norteamericanas a la hora de definir una composición basada en el estrellato son muy grandes, pero el propio autor sabe que los principales referentes visuales en un cartel de cine son las estrellas protagonistas. De esta manera, su forma de romper con los clichés establecidos es transgredir la norma con el uso del color. Por este motivo, su característica principal es el tratamiento colorista que utiliza en los rostros de los actores. Sus carteles muestran sólo los rostros, sobre un fondo plano, aunque en alguna ocasión aparezca algún elemento icónico relativo a la película. En menor medida, realiza dibujos argumentales que se integran en la composición con delicados degradados de color.

Su uso del color, así como la perfecta integración de los elementos que intervienen en cada cartel, cada uno con su peso específico, hacen de Soligó uno de los mejores cartelistas del panorama nacional.

Pese a que su mayor producción es para empresas norteamericanas, algunos de sus trabajos para el cine español son: *El camino del amor*, 1944, José María Castellví. (Fig. 69); *El pasado amenaza*, 1950, Antonio Román, (Fig. 85); *El señorito Octavio*, 1950, Jerónimo Mihura, (Fig. 86); *Duda*, 1951, Julio Salvador, (Fig. 91); *La forastera*, 1951, Antonio Román, (Fig. 92); *Me quiero casar contigo*, 1951, Jerónimo Mihura, (Fig. 95); *Perseguidos*, 1952, José Luís Gamboa, (Fig. 106); *Hay un camino a la derecha*, 1953, Francisco Rovira Beleta, (Fig. 111); *Los ases buscan la paz*, 1954, Arturo Ruiz Castillo, (Fig. 114); *Marta*, 1954, Francisco Elías; *La gata*, 1955, Rafael Torrecilla, (Fig. 143); *La noche y el alba*, 1955, José María Forqué, (Fig. 166); *La vida es maravillosa*, 1955, Pedro Lazaga, (Fig. 131); *El frente infinito*, 1956, Pedro Lazaga, (Fig. 141); *Torrepartida*, 1956, Pedro Lazaga, (Fig. 150); *La frontera del miedo*, 1957, Pedro Lazaga; *Viva lo imposible*, 1957, Rafael Gil; *Ana dice sí*, 1958, Pedro Lazaga, (Fig. 160); etc.

3.5.3 La posguerra y el régimen de Franco. De 1940 a 1972.

Tras las penurias pasadas durante los años que duró la guerra civil, la producción cinematográfica española tiende poco a poco a estabilizarse. Se produce un aumento considerable del consumo cinematográfico, debido sobre todo a la limitada oferta de cualquier otro tipo de actividades de ocio y porque el cine muestra un mundo feliz, nada parecido a la verdadera realidad social: hambre, miedo y el recuerdo de la devastación de la guerra. Sin embargo, aparece un grave problema para el desarrollo del cine español: el proteccionismo de la Administración. El gobierno de Franco fija una serie de medidas oficiales para regular la producción cinematográfica del país: implantación del doblaje obligatorio, establecimiento de nuevas normas de censura, creación de premios sindicales y protección económica a los filmes.

Las normas más dañinas serán la obligatoriedad del doblaje y las nuevas normas de censura. Con la primera, nuestro cine comienza de nuevo a ser colonizado por las producciones extranjeras, especialmente la norteamericana y la italiana. Y respecto a las normas de censura, aplicadas con absoluta arbitrariedad, éstas actuaban sobre el guión, sobre la obra acabada –ya fuesen las imágenes, los sonidos o los títulos- y también sobre el material publicitario.

La Junta Superior de Censura Cinematográfica, llamada a partir de 1946 Junta Superior de Orientación Cinematográfica, debe dar el visto bueno a todos los guiones que van a rodarse, pero también otorga los permisos de rodaje y exhibición, califica las películas en función de la edad del público, sugiere cambios, guillotina escenas, manipula doblajes o veta directamente el estreno. Más tarde, se encarga igualmente de otorgar a aquellas películas que lo merezcan el calificativo de "película de interés nacional", protegiendo a la sociedad de temas como el adulterio o el suicidio, por ejemplo. Pero lo más grave es que aparece una ingente cantidad de películas afines al régimen, cuya temática principal es el patriotismo o la religión.

La injusta y caprichosa censura afecta a numerosos temas de la vida, pues interviene en cuestiones políticas, morales, sociales, sexuales y religiosas que se plantean en la película por lo cual pocos temas quedan fuera de su vigilancia. Y el cartel por supuesto que también se somete a examen en este sentido. Antes de su impresión, debe pasar por la delegación provincial del Ministerio de Información y Turismo para recibir el visto bueno. GARCÍA-RAYO (2008:103) dice al respecto: *"Los*

'examinadores de cine' no sólo autorizaban o prohibían películas, sino que su poder alcanzaba a todo tipo de documentación que se relacionase con las mismas. Por ejemplo: decidían qué fotografías se autorizaban para la promoción que realizaban en sus medios los reporteros o críticos cinematográficos o las que iban a colocarse en las salas para atraer al público; decidían los diseños que iban a servir para los carteles, guías y programas de mano; o los pasquines y publicaciones que aparecerían en los medios de comunicación para avisar de su estreno; o sobre los guiones radiofónicos. Todo, absolutamente todo, era de su competencia".

Por ejemplo, el cartelista Jano, y aunque no se trate de una película de los años que estamos analizando, cuenta que para el cartel de la película *Surcos*, y según TOSANTOS (1990:59-63) en un intento por dejar de lado la tendencia realista a la que estaba acostumbrado, realiza un magnífico cartel para esta película: *"... aparecía un hombre de aspecto siniestro atrayendo a la pueblerina familia hacia la ciudad, a través de un camino hollado por los surcos de un arado que llegaban hasta la misma metrópoli"*. Esta idea para el cartel fue censurada por su carga social y Jano tuvo que realizar otro menos intencionado. Aún así, la idea original fue premiada en un concurso internacional convocado por una empresa suiza que quería premiar las doce mejores muestras de la especialidad.

La censura prohíbe todas las situaciones y exhibicionismos eróticos, ya sean refinados o morbosos, y cualquier manifestación de pasión o deseo sexual, por lo que retoca cuerpos o ropajes demasiado sugerentes. IGLESIAS (2000:1) cuenta que Juan Antonio Velasco, cartelista de fachada en León, se ve obligado en numerosas ocasiones a retirar los carteles de la fachada y llenarlos de brochazos para tapar escotes y piernas y, en otras ocasiones, no hay lugar a corrección y se los cortan o queman. Pero no es un ejemplo aislado, sino que todos los cartelistas de la época, en algún momento u otro tuvieron problemas con la censura.

Por ello, de alguna manera aprendieron a burlar a esta institución. Hay que decir primero que existe una especie de autocensura, de manera que estos dibujantes no son ajenos a la situación y conocen las condiciones con las que trabajan, y están al tanto de lo que se puede hacer y lo que no y, sobre todo, cómo hacerlo. BAENA (1996: 44) relata que Emilio Chapí, cansado de esta censura decide ponerla a prueba. Para ello utiliza el cartel de la película americana *"La bella del Yukón"* de William Setter, en 1944, y para el que dibuja a la actriz Gipsy Rose Lee con un vestido del que prenden

dos rosas rojas. Dibujo que parece totalmente inofensivo a no ser porque si observamos con mayor detenimiento vemos que entre ambas flores se sostiene un pene erecto del que cuelgan los testículos. Y una vez que se imprime y se distribuye, Chapí presume de su fechoría. También PÁRAMO (2006:2) recoge la opinión de Manuel Iñigo: *"No quedaba otro remedio, aunque en aquel tira y afloja siempre utilizábamos trucos para intentar hacer lo que queríamos. Antes de empezar el trabajo, había que llevar un boceto a la censura para que lo sellaran. Para la película 'Las que tienen que servir', yo había hecho en caricatura las figuras de dos criadas con delantal y cofia muy sexy. Al llevarlas a la censura de Madrid, me dijeron que, si no estaban copiadas de un cartel ya editado, tendrían que remitir el boceto al ministerio. Era la época en la que acababan de salir las fotocopias, así que pedí que me hicieran una fotocopia grande de mi dibujo; como aquello parecía impreso, lo autorizaron"*.

Por otro lado, la obligatoriedad del doblaje, ley que prohibía exhibir cualquier película que no estuviera hablada en español, pretende incentivar la producción nacional, pero lo único que consigue es que se estrenen más películas extranjeras que españolas. Por cada película nacional se otorgan de tres a cinco licencias de doblaje, por lo que se convierte posteriormente en todo un mercado especulativo para vender las licencias. Además el público prefiere los filmes extranjeros antes que los nacionales, con lo que nuestro cine pierde la competitividad que anteriormente tenía con el idioma y se condena aún más su producción.

También aparece la llamada cuota de pantalla, que obliga a los exhibidores a proyectar una semana de cine español por cada seis de extranjero, lo que les enfurece tremendamente pues se ven obligados a retirar de cartel películas foráneas de gran éxito de taquilla. Y en 1941 se establecen los Premios Nacionales de Cinematografía, otorgados por el Sindicato Nacional del Espectáculo, pero que sólo van a recibir aquellas películas afines a la ideología franquista.

En la misma fecha se crea además el crédito sindical, que puede llegar a financiar hasta el 40% del coste de producción. La solicitud de esta ayuda requiere la presentación del guión, el presupuesto de elaboración de la película y su plan de financiación, así como el listado de todos los profesionales en nómina. La consecuencia directa es que el cine pasa a depender totalmente de la protección oficial, pues la mayor parte de las producciones inflan los presupuestos para recibir el máximo de la ayuda,

eligen temas no contrarios a las normas del estado o se realizan adaptaciones literarias pensando que esto les favorece para su adjudicación.

Y lo más carácterístico de estos años es la aparición de los Noticiarios y Documentales Cinematográficos (NO-DO), auténtica herramienta de propaganda, y al que se le otorga la exclusividad de la información, pues se prohíbe editar cualquier otro tipo de documental. Además debía exhibirse de forma obligatoria en todas las salas de cine españolas.

La productora Cifesa se convierte en la favorita del régimen, pues su política de empresa consiste en la continua exaltación de su ideología, ensalzando los valores patrióticos y católicos de los españoles, por lo que cuenta con el total respaldo de la Administración. Tiene las mejores infraestructuras para el desarrollo de esta actividad, produce una media de cuatro películas al año, y cuenta con su propia plantilla de profesionales, técnicos y artistas, creando su propio star-system: Alfredo Mayo, Amparo Ribelles y Aurora Bautista, entre otros. Pero a pesar de ello, a partir de 1950 comienza su declive.

No obstante, no es la única. A mediados de los 40 aparece Suevia Films, con un cine más comercial y moderno. Cuenta con la colaboración de directores como Eusebio Fernández Ardavín, Ramón Torrado, Rafael Gil o José Luis Sáenz de Heredia, y llega a quitarle el puesto a Cifesa en lo referente a su relación con la Administración. Pero también destacan Emisora Films en Barcelona, CEA, Levante Films, Hércules Films, Exclusivas Floralva, Taurus Films, etc.

En los años cincuenta el cine español empieza a despabilarse. Aparecen nuevos realizadores que intentan huir de las películas tradicionales y apuestan por temas más reales y atrevidos, influenciados seguramente por el neorrealismo italiano. Abanderan esta tendencia Juan Antonio Bardem y Luis García Berlanga, trabajando juntos para películas como *"Bienvenido, mister Marshall"*, aunque con el tiempo sus carreras se separarían. Y paralelamente a ellos, triunfaban películas que seguían la tradición de los últimos años como *"Marcelino, pan y vino"* o *"El último cuplé"*.

CARLOS F. HEREDERO (1993) defiende que en esta década conviven dos tendencias, el cine oficial y el disidente, que si bien pueden parecer enfrentadas, lo que sucede es que hay un contagio irremediable entre unos géneros y otros. La segunda opción defiende un modelo de cine más realista, con cambio de temáticas y estéticas, en

un intento de sobreponerse a las carencias del cine de la dictadura. Sobre la producción oficial, el autor (1993:208) considera que *"El cine oficial del franquismo aparece así como un cine de la redundancia, en el que la fijación recurrente y estereotipada de sus mecanismos expresivos acaba por desvelar la mecanicidad del artificio, dificulta el borrado de las huellas enunciativas, se atrinchera en la desconfianza de su propio lenguaje y deja al descubierto, en la mayoría de las películas, el carácter esencialmente ideológico de la construcción discursiva sobre la que la dictadura intenta sustentar su legitimación cultural. Su redundancia expresiva se manifiesta en la necesidad de recurrir a estereotipos y fórmulas retóricas ya prefijadas, en la utilización constante del subrayado y del pleonasmo para evitar la fuga de la atención, para cerrar el paso a la ambigüedad y para autoprotegerse de la amenaza de la censura. Para cerrar de manera inequívoca, en definitiva, el sentido de las imágenes"*.

Por otro lado, también en estos años cincuenta se cambian las absurdas normas de protección: se establecen nuevas medidas para la clasificación de películas –al citado "interés nacional" se suman las categorías 1ª A y B, 2ª A y B y 3ª, con subvenciones a fondo perdido del 50, 40, 35, 30 y 25 por ciento, salvo para las de 3ª categoría, que no recibirían ayuda alguna. También, se acaba con las licencias de importación. Pero del mismo modo que con las anteriores normas, no hubo grandes cambios pues seguía siendo la Administración quien otorgaba la clasificación oficial, favoreciendo siempre las películas más afines al régimen.

Son los años asimismo de las famosas Conversaciones de Salamanca, en las que se plantea la necesidad de renovación del cine nacional y se defiende el valor del cine como medio moderno de expresión. En ellas se hace una llamada de concienciación nacional que CAPARRÓS LERA (1999:88) recoge: *"Resulta desalentador comenzar una tarea cuando debería encontrarse ya en pleno desarrollo (...). El cine español vive aislado; aislado no sólo del mundo, sino de nuestra propia realidad. Ninguna ocasión mejor que ésta, ofrecida por la Universidad de Salamanca, alma de la cultura española, para lanzar desde ella nuestra voz de alarma… El cine español está muerto. ¡Viva el cine español!"*. Y también anota el famoso pentagrama que Juan Antonio Bardem pronuncia en esta ocasión: *"el cine español es políticamente ineficaz, socialmente falso, intelectualmente ínfimo, estéticamente nulo e industrialmente raquítico"*. Se hace una llamada a la Administración para que cambie la política cinematográfica, introduzca mejoras en la política proteccionista y rebaje el control de

la censura. Fueron un fracaso porque el gobierno no atiende tales peticiones, pero un éxito en el sentido de que consiguen reunir a un gran número de profesionales preocupados por la renovación del cine español.

En cuanto a los géneros, hay que decir que las temáticas favoritas del régimen van a ser: la comedia, especialmente en los años 40 como válvula de escape a las propias miserias de la sociedad; el cine bélico, manipulado para exaltar los valores patrios del franquismo; el cine histórico, pues a la Administración le parecen muy interesantes las relecturas de la historia sobretodo porque pueden demostrar la grandeza de la religión católica; el cine religioso, especialmente prolífico a partir de los cincuenta; siguen funcionando el cine musical, folklórico y taurino; el "cine de levita", basado en adaptaciones de novelas de cierto renombre; y lo más novedoso, la aparición del cine negro español: películas policíacas y de intriga que surgen en los años cuarenta y alcanzan su esplendor en décadas posteriores.

En estos años ya se ha consolidado un *star-system* español, con estrellas que tienen un gran poder de convocatoria en taquilla, por lo que muchas empresas del cine les contratan en exclusiva y les hacen proyectos sólo para su lucimiento. Hablamos de Alfredo Mayo, Luis Peña, Antonio Casal, Aurora Bautista, José Nieto, Armando Calvo, Maruchi Fresno, Jorge Mistral, Raúl Cancio, Manuel Luna, Miguel Ligero, Juanita Reina, Fernando Rey, Antoñita Colomé, Fernando Fernán Gómez, o José Isbert entre otros muchos.

Por todo ello, el mercado cinematográfico adquiere una admirable madurez, lo que provoca que aparezcan en escena un montón de nuevas firmas que trabajarían el cartel, si bien es cierto que éste sufre una caída en cuanto a su calidad artística, ya que estará cargado de convencionalismos, sobre todo en los primeros años, en los que predomina el fotomontaje, la simple reproducción de la figura de los protagonistas o el elemental recurso de reproducir un fotograma. Se buscaba transmitir una visión lo más convencional posible de los films publicitados. En su mayoría eran trabajos en los que dominaba el estatismo en las composiciones y una excesiva representación naturalista. El único aspecto en el que parecía existir cierto margen de libertad era a la hora de trabajar el retrato, desarrollándose un importante trabajo de esquematización sobre los rostros de los protagonistas y un notable uso de la caricatura.

Durante los años sesenta, que suponen el regreso de García Escudero al frente de la cinematografía española, el gobierno de Franco se muestra más condescendiente y decide apoyar al cine. Se establecen nuevas ayudas[16] a la producción y aparecen dos importantes grupos de cineastas, pertenecientes a los movimientos *Nuevo Cine Español* (con Mario Camús, Victor Erice o Pedro Olea) y la *Escuela de Barcelona* (con Vicente Aranda, Jorge Grau o Gonzalo Suárez).

García Escudero propone una política más tecnocrática, buscando una mayor racionalización del mercado y sustituyendo las viejas estructuras cinematográficas del régimen. Además, trata de suavizar el tema de la censura, llamándola ahora "censura social inteligente", en un intento por conseguir un cine de autor de mayor calidad estética que pudiera representar a España. Sobre su política afirma ROMÁN GUBERN (2005:85): *"En definitiva, se trataba de regenerar al viejo cine español con la savia estética modernizador de una 'nueva ola' local, joven y renovadora, más o menos homóloga a las que habían surgido antes en Francia, Inglaterra, Alemania o Brasil"*.

Los cineastas del grupo *Nuevo Cine Español* tratan de romper con el cine establecido por el franquismo en los años anteriores buscando soluciones más intelectuales y artísticas, pero no forman un grupo unido pues sus proyectos no tienen unas bases estilísticas comunes. Realizan películas menos comerciales, con poco éxito de taquilla. Sin embargo, los integrantes de la *Escuela de Barcelona* sí siguen pautas comunes: rompen las estructuras narrativas convencionales buscando una estructura visual más moderna, influida por el lenguaje publicitario. Pero tampoco son muy difundidas ni generan grandes éxitos de taquilla pues el público es fiel a los géneros de siempre.

Y a finales de los sesenta surge otra especie de movimiento cinematográfico, el conocido como "Tercera Vía", promovido por José Luis Dibildos y cuya fórmula es mezclar algunas características del cine comercial con otras del cine de autor, cosechando algo más de éxito que las producciones del caso anterior.

En el año 63 se decretan las Normas de Censura Cinematográfica, dejando por escrito lo que en la práctica era habitual desde hacía años. TORREIRO (2000:302) revela la triple intención política, moral y religiosa de este nuevo código, que prohibía:

[16] En 1964 se establecen las "Nuevas normas para el desarrollo de la cinematografía", que fija dos tipos de subvenciones: una de carácter general y otra si la película es considerada de "interés especial". Posteriormente se fija un "control de taquilla" y la "cuota de pantalla".

"...la justificación del suicidio, el homicidio por piedad, de la venganza y del duelo, del divorcio como institución, del adulterio, de la prostitución, y de todo lo que atente contra la institución matrimonial, del aborto y de los métodos contraceptivos. También se prohibirá la presentación de las perversiones sexuales como eje de la trama, de la toxicomanía y del alcoholismo de manera inductora, de las escenas brutales de crueldad hacia personas y animales (...) Se prohibirá todo lo que atente de alguna manera contra la iglesia católica, su dogma, su moral y su culto, lso principios fundamentales del Estado, la dignidad, la seguridad interior y exterior del país, y todo lo que atente contra la persona del jefe del Estado".

No obstante, la dictadura propició que algunos realizadores, como Carlos Saura por ejemplo, aprendieran a dar una doble lectura a sus guiones para eludir a la censura. Pero la mayor parte del cine español se dejaba llevar por el régimen franquista y recurría a viejas fórmulas manidas, pues es lo que más gusta a una sociedad que todavía sigue teniendo un nivel cultural medio-bajo y prefiere películas facilonas para pasar el rato. El género musical cambia, se sustituye el folclore por el cine del cuplé para un público adulto, pero también pensando en los más jóvenes se hacen proyectos para Juan y Junior o Raphael, por ejemplo, e incluso se buscan continuamente niños prodigio como Marisol, Rocío Durcal o Ana Belén. El cine religioso y el taurino van decayendo, pero la comedia sigue contando con el apoyo incondicional del público español. Aunque con menor éxito que el anterior, también hay que destacar el western y el cine de terror.

Por lo que se refiere al cartel en estos años y en cuanto a sus criterios compositivos podemos decir que a partir de mediados de los años 40 y, sobre todo, en los cincuenta y sesenta, se produce una transformación importante en la elaboración del cartel cinematográfico. Según RAFAEL R. TRANCHE (1996:24): *"...el diseño estará completamente dominado por la presencia de recursos y mecanismos cinematográficos, alejándose en consecuencia de las técnicas específicas del cartel: incorporación del concepto de plano para aplicar pautas similares de composición (a pesar de la diferencia de formatos), escala y angulación, empleo del primer plano como exponente de la hegemonía del rostro del actor, superposiciones de elementos evocando la idea del fotomontaje, iluminación con puntos de luz marcados de apariencia fotográfica, motivos dinámicos para completar el diseño, etc."*

Véanse, por ejemplo, los carteles de *"¡A mí no me mire usted!",* (Fig. 58); *"Aventuras de Don Juan de Mairena"*, (Fig. 75); *"Brindis a Manolete"*, (Fig. 79);

"Bronce y luna" (Fig. 99); *"Hay un camino a la derecha"*, (Fig. 111); *"La pícara molinera"*, (Fig. 130); *"El príncipe encadenado"*, (Fig. 184); *"Posición avanzada"*, (Fig. 271), etc., en los que las composiciones se basan en recrear dos o tres planos distintos, en los que tienen que tener cabida los rostros principales y alguna escena tomada de la película y utilizada como motivo argumental.

Junto a este tipo de carteles aparecen otros en los que se utilizan tratamientos propios del cómic y de los dibujos animados. La utilización del humor gráfico y la caricatura, empleada por el cartelista Jano con bastante frecuencia, es un recurso habitual para manifestar de forma clara la presunción de comedia de la película en cuestión. Como ejemplo, se pueden ver los carteles de las películas: *"Nadie lo sabrá"*, (Fig. 113); *"Al fin solos"*, (Fig. 127); *"Los ángeles del volante"*, (Fig. 158); *"El inquilino"*, (Fig. 159); *"Ana dice sí"*, (Fig. 160); *"El pisito"*, (Fig. 163); *"¿Dónde pongo este muerto?"*, (Fig. 196); *"Plácido"*, (Fig. 203); *"La ciudad no es para mí"*, (Fig. 264); *"Aquí mando yo"*, (Fig. 280); etc. Aparte de las caricaturas de Jano, vemos que humoristas como Mingote o Summers tienen cabida también en el mundo del cartel cinematográfico.

A partir de los años cincuenta podemos encontrar algunos casos esporádicos de carteles que tratan de alejarse de las "normas" establecidas. Así, podemos tropezar con algún cartel que utiliza en su composición metáforas y/o motivos alegóricos. Véanse, por ejemplo, los carteles de *"Cómicos"*, (Fig. 118); *"Un vaso de whisky"*, (Fig. 169); *"El verdugo"*, (Fig. 231) y *"Lola, espejo oscuro"*, (Fig. 268).

Finalmente, en los años sesenta, el cine folklórico español está dominado por los cantantes Manolo Escobar, Rocío Dúrcal, Raphael, el Dúo Dinámico, Marisol, Peret, etc. Si bien se trata de cantantes cuyo talento como actores deja mucho que desear, no se puede decir menos de los carteles elaborados para la promoción de sus películas. Se trata de carteles cuya solución gráfica ha sido la colocación de una fotografía del cantante de turno a la que se le ha añadido la información textual obligada en todo cartel cinematográfico. Véanse las figuras 216, 222, 224, 279, 291, 309, 321, etc.

En cuanto a las características de los elementos textuales en estas tres décadas de diseño cinematográfico hay que decir que el título pasa a ser un elemento visual que estará integrado en el conjunto de la composición, aunque en algunos casos su uso se limite únicamente a una estrategia para difundir el producto. Se suele colocar en lugares

estratégicos para obtener una mayor atracción visual, que es reforzada por el tamaño superior de sus letras, una forma diferente a la del resto de textos y un tratamiento cromático específico.

Se utilizan por igual las mayúsculas y las minúsculas. En algunos casos se utilizan letras gruesas acompañadas de sus sombras, que les dotan de tridimensionalidad y solidez. Otras veces, se utiliza un borde blanco que rodea a cada letra como una aureola, lo que contribuye a una lectura inmediata del texto.

Asimismo, se amplía la ficha técnica, con mayor presencia de ciertos profesionales que reivindicaban la aparición de sus nombres en la publicidad de la calle.

También se pueden observar los efectos del *star-system* en el tratamiento textual de la estrella. Los nombres de los actores y actrices más afamados se suelen escribir con letras más grandes de las usadas para el resto de intérpretes, para dotarles de una mayor visibilidad. De igual forma, y aunque existen diferentes variantes, el espacio en el que suele ubicarse su nombre es en la parte superior de la superficie del cartel, o cuando menos, por encima de la zona donde se haya colocado el título, hecho que obliga al espectador a seguir un orden de lectura que encabeza el actor o actriz protagonista.

Después de la guerra civil el diseño gráfico atravesaba un momento difícil. La victoria franquista había provocado el exilio de numerosos artistas. Pero, a pesar de que muchos de los carteles aparecen sin firmar, sí podemos reconocer en algunos de ellos las firmas de muchos de los diseñadores que habían aparecido en décadas anteriores, como es el caso de Chapí, Olcina, Peris Aragó, Llo/An, etc., que continúan trabajando cuantiosamente el cartel de cine en estos años. Y también en este período aparecen nuevas figuras como son Jano, Mac, el Estudio MCP, Piñana, Martí Ripoll, H. Aguiar, Fernando Albericio, Montalbán, Hermida, Escobar, José María, Jeanino, Moscardó, Grau Solís, Beltrán, Viciano, Hermida, Abarca, Yáñez, Emerio, Freixas, Carrillo,etc.

FERNÁNDEZ MELLADO (2007:11) nos cuenta que: "*En el libro 'España Cinematográfica: recopilación de cuanto concierne al arte, industria y comercio del cinema español' realizado por A. Valero de Bernabé y publicado en 1943, nos encontramos anunciados algunos cartelistas de este periodo. Algunos de los datos extraídos de tan curioso manual son los nombres completos y direcciones de tres de los cartelistas representativos de este periodo. Es el caso de Adolfo López Rubio, del que sabemos que vivía en Madrid, en el número 3 de Duque de Fernán Núñez y del que*

conservamos obras como '*La casa de la lluvia*' *(1943). Igualmente, el caso del conocido López Reiz, del que sabemos que se llamaba Enrique y que vivió en el número 25 de la calle Tarragona, en el 2º piso. De él encontramos obras como* '*Orosia*' *(1944) o los carteles de* '*Raza*'. *Cabe destacar la costumbre de este autor de firmar sus obras añadiendo el detalle de la fecha. De la misma manera que los dos artistas nombrados anteriormente, aparecen los datos del cartelista que firma sus obras como* '*Archilla*'*, del que encontramos que se llamaba Víctor y que vivió en la calle Narváez de Madrid, en el número 4323. De Archilla conservamos carteles como* '*Castillo de naipes*' *(1943) o varias versiones para el cartel de* '*Escuadrilla*' *(1941).*

Albericio, uno de los más fecundos, por ejemplo, comienza su labor como cartelista cinematográfico con tan sólo dieciocho años de edad, pintando los murales de los cines Avenida y Dorado de la ciudad de Barcelona, donde produce prácticamente la totalidad de su obra. Desde que en el año 1944 diseñara el cartel de la película americana *Rutas infernales*, de Bernard Verhans, realiza más de trescientos carteles no sólo para empresas españolas, sino también para productoras como la Paramount, la Universal o la Fox. Quizás uno de sus carteles más conocidos sea el utilizado para promocionar en 1970 la película "*El monumento"*, de José María Forqué, en el que llama poderosamente la atención una voluptuosa silueta femenina colocada sobre el bello rostro de Analía Gadé. No obstante, su trabajo para la producción cinematográfica nacional dejó otros muchos ejemplos, como son los carteles de "*Llegaron dos hombres"*, de Eusebio Fernández Ardavín, "*Las otoñales"*, de Javier Setó o "*Volver a vivir"*, de Mario Camús.

Con un estilo convencional y académico, realiza carteles poco atrevidos, poniendo su arte al servicio de la película y de los intereses comerciales de los productores; pero, sin lugar a dudas, su habilidad para el dibujo y el retrato, así como su excelente tratamiento colorista, queda patente en todos sus carteles.

También Ricardo Summers Isern tiene una producción destacada. Es un artista precoz e independiente, como tantos otros de su generación, y empieza a trabajar para el cine en la década de los años treinta, realizando numerosos carteles para películas extranjeras. No obstante, su aportación al cine nacional es considerable y así, por ejemplo, realiza los carteles de *"El embrujo de Sevilla"*, de 1931; *"Vidas rotas"*, de 1935; *"El escándalo"*, de 1943; *"Ronda española"*, de 1951; *"Todo es posible en Granada"*, de 1955; o dos versiones para *"Marcelino, pan y vino"*, de 1955.

Según SUMMERS (2006:57): este artista emplea la técnica del aerógrafo *"que le permite establecer una gradación de luz y color muy efectivas. La línea sintética y el empleo del color no naturalista son características de estos carteles que destacan por su concepto atrevido y el tratamiento cuidado que distingue toda su obra"*.

Pero a pesar de su éxito como cartelista cinematográfico, a partir de los años 50 su tarea cartelística se va reduciendo hasta que definitivamente se dedica a la pintura de retrato y mural, aunque también numerosos diseños de trajes, decorados y otros elementos para el mundo del cine. La misma autora recoge una declaración interesante de Serny en los años cincuenta, en la deja patente la influencia recíproca entre el cine y la pintura: *"El cine nos ha descubierto ángulos nuevos para ver, para contemplar personas y cosas"*.

Sin embargo, verdaderamente el cartelista más fecundo de toda la historia del cartelismo cinematográfico en España sea una de las nuevas figuras que comienzan su andadura también en estos años: Francisco Fernández–Zarza, que firmaría sus trabajos como Jano. Pero también en los años cuarenta también encontramos una gran producción cartelística del taller catalán Estudio Esquema, así como de uno de sus colaboradores, Macario Gómez Quibus, más conocido por su firma: "Mac".

A lo largo de toda su trayectoria, Jano llegó a realizar más de 5.000 carteles de cine. Admirador de otros renombrados cartelistas, como Renau, Peris Aragó o Soligó, Jano era un gran dibujante que llegó a trabajar para una veintena de distribuidoras. Su obra destaca principalmente porque retrata con notable habilidad a los actores protagonistas. Pero lo cierto es que aunque realizara algunas magníficas composiciones, este prolífico artista apostó más por la cantidad que por la calidad.

Se puede apreciar su estilo en los carteles de las películas *Bienvenido Mister Marshall*, de 1952, (Fig. 98); *Cómicos*, de 1954, (Fig. 118); *El fotogénico*, de 1957, (Fig. 154); *El extraño viaje*, de 1965, (Fig. 262); *Aprendiendo a morir*, de 1962, (Fig. 209); *Los Tarantos*, de 1963, (Fig. 237 a); *Casi un caballero*, de 1964, (Fig. 244); *Crimen*, de 1964, (Fig. 245); *La ciudad no es para mí*, de 1965, (Fig. 264); *Manos torpes*, de 1969. (Fig. 330); *Mi marido y sus complejos*, de 1969, (Fig. 331); *Un adulterio decente*, de 1969, (Fig. 336); *Vamos por la parejita*, de 1969, (Fig. 337); etc.

En 1939 Ramón Martí y Josep Clavé fundan el Estudio Esquema en la calle Julio Verne de Barcelona, y un año más tarde se une Hernán Picó, acogiendo entonces

el nombre de MCP como identificador del grupo. La empresa estaría funcionando hasta 1980, dedicándose al diseño de publicidad cinematográfica, carteleras de fachadas, diseño de stands para ferias, decoración de escaparates, diseño de logotipos, etc.

Los carteles elaborados en este estudio se pueden calificar de muy "cinematográficos", pero de una enorme variedad estilística. Podemos ver carteles con esta firma en las películas *Manolo Guardia urbano*, de 1956, (Fig. 146); *La muralla*, de 1958, (Fig. 165); *Los tramposos*, 1959, (Fig. 177b); *Plácido*, de 1961, (Fig. 203); *Senda torcida*, de 1962, (Fig. 223); *Piso de soltero*, de 1964, (Fig. 257); *Sangre en el ruedo*, de 1968, (Fig. 317); *Las crueles*, de 1969, (Fig. 326), *¿Por qué te engaña tu marido?,* de 1969, (Fig. 333); etc.

Uno de los colaboradores que trabaja bajo la firma MCP es "Mac". Desde mediados de los años cuarenta hasta principios de los ochenta sus dibujos han servido para ilustrar miles de películas, no sólo producciones nacionales, sino también una inmensa mayoría de sus trabajos serían para la producción foránea. Sus carteles anunciaron películas como *Saeta Rubia*, de 1956, (Fig. 148); *Un vaso de whisky*, de 1958, (Fig. 169); *El cochecito*, de 1960, (Fig. 183); *La reina del Chantecler*, de 1962, (Fig. 218); *El verdugo*, de 1963, (Fig. 231); *Zampo y yo*, de 1965, (Fig. 277); *El arte de casarse*, de1966, (Fig. 283); *El arte de no casarse*, de 1966, (Fig. 284); etc.

Si bien estos últimos cartelistas comienzan su trabajo para el mundo del cine en los años que estamos estudiando, nos detendremos en su obra y estilo en capítulos posteriores pues cuentan con una inmensa producción en los años de nuestro período de análisis.

Como se ha podido comprobar, el cartel de cine español de estos casi setenta años es rico en originalidad, variedad y riqueza compositiva. Ha sufrido la influencia de las modas y también las imposiciones técnicas propias del medio. El productor, el distribuidor o el jefe de publicidad les impedían realizar su trabajo con la independencia artística necesaria. Pero en muchas ocasiones se supo mantener la autonomía necesaria para crear verdaderas obras maestras, como lo atestiguan muchos de los carteles que se muestran en este capítulo.

Según TRANCHE (1995:s/n): "A comienzos de los años sesenta se produce una transformación sustancial en el diseño de carteles de cine, coincidiendo con la generalización del uso del offset y el abandono del más artesanal procedimiento litográfico. El colorido es menos vivo, el primer plano combinado con varios motivos se

sustituye por la acción global o por un diseño de composición única, que hace una interpretación alegórica de la película. Se recurre con frecuencia al cartel fotográfico o de técnica mixta. Y en general, se realiza un cartel de factura rápida al que se adaptan los dibujantes de la década anterior.

A partir de los años setenta aparecerán nuevas firmas que promoverán la elaboración de carteles metafóricos, huyendo de la excesiva iconocidad que ha caracterizado a la mayor parte de los carteles de este período, destacando sobre todos ellos Iván Zulueta y José Mª Cruz Novillo.

3.6 Referencias bibliográficas

- AGRAMUNT LACRUZ, F. (1999): "Peris Aragó y Cifesa. Recuperación de uno de los grandes cartelistas del cine español", en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 3. Madrid, El Gran Caíd.
- ALCACER GARMENDIA, J.A. (1991): *El mundo del cartel*. Madrid, Granada, D.L.
- AMIGUET, J. M. (2000): "La configuración de la publicidad gráfica en el cine: el cartel y los soportes en el espacio de consumo" en *Caleidoscopio. Revista Cinematográfica Digital*. [En línea]. Consultado el 27 de octubre de 2000. http_//webceu.upv.es/caleidoscopio/ amiguet_cartel.html
- BAENA, F. (1996): *El cartel de cine en España*. Barcelona, F.P.B.
- BALDÓ, M. y VERNÍS, P. (2009): "Introducción al Marketing Cinematográfico" en MATAMOROS i MANTECA, D. (Coord): *Distribución y Marketing Cinematográfico. Manual de primeros auxilios*. Barcelona, Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- BELLO CUEVAS, J.A. (2006): *Una propuesta de estudio y catalogación del cine mudo español desde 1896 a 1920*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- BOARINI, V. (2007): "Cine como bien cultural" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 36. Madrid, El Gran Caíd.
- CAMPOY, A. M. (1983): *Penagos, 1889 – 1954. Aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid, Espasa Calpe.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1999): *Historia crítica del cine español (Desde 1897 hasta hoy)*. Barcelona, Ariel, S.A.
- ENEL, F. (1974): *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres Editores.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2007): "Una retórica de la publicidad: de la naturaleza inventiva a la verdad metafórica", en *Pensar la Publicidad*, vol. I, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.

- GARCÍA RAYO, A. (1999): "Los primeros héroes de la pantalla nacieron con el cine de episodios" en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 1, Madrid, El Gran Caíd.

  —(2008): "Prohibida" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 38. Madrid, El Gran Caíd.

- GARÓFANO SÁNCHEZ, R. (1989): *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz, Caja de Ahorros de Cádiz.

- GÓMEZ PÉREZ, F.J. (2002): "La tipografía en el cartel cinematográfico". En *Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, nº 1. Pág. 203-216.

- GUBERN, R. (1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.

- GUBERN, R. (1997): *Primeros tiempos del cinematógrafo en España*. Juan Carlos de la Madrid (Coord.). Universidad de Oviedo, Ayuntamiento de Gijón. Gijón, 1997.

  —GUBERN, R. (2005): "Retrato en blanco y negro de la España de los sesenta" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 25, Madrid, El Gran Caíd

- FERNÁNDEZ MELLADO, R. (2007): "El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 18. Universidad Complutense, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. [en línea]. Consultado el 5 de mayo de 2008.

- HEREDERO, C. F. (1993): *Las huellas del tiempo. Cine español 1951 – 1961*. Valencia, Ediciones Documentos Filmoteca. Colección Documentos nº 5.

- HUESO MONTON, A. L. "El cartel cinematográfico, reclamo y estética" [en línea]. <www.macuf.es/pdfs/sp05_Bunuel_AngelLuisHuesoMonton.pdf> [Consulta: 2 de febrero de 2011].

- IGLESIAS, M. (2000): "Juan Antonio Velasco. Cartelista de cine", en *Fusión*. Marzo, 2000. www.revistafusion.com/2000/marzo.

- LOZANO BARTOLOZZI, Mª del M. (2007): *Salvador Bartolozzi (1882 – 1950). Dibujante castizo y cosmopolita.* Catálogo. Museosdemadrid. Arte Contemporáneo. Madrid.

- MOLES, A. A. (1976): *El afiche en la sociedad urbana*, Barcelona, Paidós.

- PÁRAMO, M. L. (2006): "Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario", en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, nº 33. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- PERALES BAZO, F. (1999): *El cartel cinematográfico*. [S.L.], Junta de Andalucía, Conserjería de Cultura.
- PÉREZ PERUCHA, J. (1986): "Escaparates del espectáculo o indicadores del sentido". Catálogo: *Cine / Impreso. Cartelistas españoles de cine 1955-1985*. La Coruña, Ayuntamiento de La Coruña, Gobierno Municipal.
- PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared" en *Fotogramas*. Octubre.
- RENAU, J. (1976): *Función social del cartel*. Valencia, Fernando Torres Editorial.
- REY, J. (1997): "El iconismo gráfico en la escritura publicitaria", en *Questiones Publicitarias*, nº 6. Sevilla, MAECEI.
- RIALTO, J. (1999): "Barracas y salones" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 3. Madrid, El Gran Caíd.
- SÁNCHEZ LÓPEZ R. (1995): "Vanguardias artísticas y cartel cinematográfico". En *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza,* nº 11. Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza y Departamento de Historia del Arte.

  —(1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (2002): *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid, Alianza Editorial.
- SEGUIN, J. C. (1995): *Historia del cine español*, Madrid, Acento.
- SERRANO MORA, A. (2009): *El cine español a través de sus carteles. Iconografía y retórica. Historia de un discurso.* Tesis doctoral inédita. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- SUMMERS, B. (2006): "El toque Serny" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm 31.Madrid, El Gran Caíd.
- TORREIRO, C. (1995): "Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)", en GUBERN, R. [et al.]: *Historia del cine español*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- TOSANTOS, C. M. (1990): "Fulgor y muerte del cartel cinematográfico", *Mensaje y Medios*, nº 19 (octubre 1990).

- TRANCHE, R. R. (1994): "El cartel de cine en el engranaje del Star System" en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Valencia, Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay.
  - —(1995): "El cartel de cine en España: apuntes para un centenario" en *Carteles de cine español*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.
  - —(1996): "Pintar el aura" en *Cine de papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.
  - —(2004): "Los Fernández Ardavín: Una saga pionera del cartel de cine" en *Carteles de cine de 1915 a 1930: Colección Fernández Ardavín*. Catálogo de Exposición. Madrid, Filmoteca Española, D.L.
- VIDAL SILVA, P. (2004): "Inspiración, Arte y Técnica en los carteles de Rafael Morante" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 22. Madrid, El Gran Caíd.
  - —VIDAL SILVA, P. (2006): "Sólo para tus ojos" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 31. Madrid, El Gran Caíd.
  - —(2007): "Caras con ángel" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 34. Madrid, El Gran Caíd.
- VV.AA, *Historia general del cine*, Vol. III, Cátedra, Madrid, 1998.

3.7 Bibliografía y documentación del capítulo

- ACEDO DÍAZ, T. (2003): *Cómplices del 7º sueño: el afiche y su aventura*. Madrid, Asociación Cultural Beturia.
- AGRAMUNT LACRUZ, F. (1999): "Peris Aragó y Cifesa. Recuperación de uno de los grandes cartelistas del cine español" en *AGR*, nº 3.

  —(2001): *Los carteles de Cifesa de José Peris Aragó: un mitólogo del cine español. Vida y obra de un maestro de la pintura valenciana.* Valencia, Fundació Municipal de cine.
- ALCACER GARMENDIA, J.A. (1991): *El mundo del cartel*. Madrid, Granada, D.L.
- AMIGUET, J. M. (2000): "La configuración de la publicidad gráfica en el cine: el cartel y los soportes en el espacio de consumo" en *Caleidoscopio. Revista Cinematográfica Digital*. [En línea]. Consultado el 27 de octubre de 2000. http_//webceu.upv.es/caleidoscopio/amiguet_cartel.html
- BAENA, F. (1996): *El cartel de cine en España*. Barcelona, F.P.B.

  —(2000): *Soligó*. Barcelona, P.B.F.

  —(2004): *Los programas de mano en España*. Barcelona, Papel Gallery.

  —(2006): *Macartel. Macario Gómez: obra gráfica, 1955-1980.* Barcelona, Papel Gallery.

  —(2008): *Hollywood en España: 101 carteles de la época dorada*. [Catálogo Exposición]. Málaga, Festival de Málaga, Cine Español.
- BALDÓ, M. y VERNÍS, P. (2009): "Introducción al Marketing Cinematográfico" en MATAMOROS i MANTECA, D. (Coord): *Distribución y Marketing Cinematográfico. Manual de primeros auxilios.* Barcelona, Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- BARNICOAT, J. (1997) (1ª Ed.: 1976): *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona, Gustavo Gili, 5ª Edición.
- BEJARANO, R. (1986): *El prospecto, propaganda cinematográfica*. Málaga, Facultad de Filosofía y Letras de Málaga.

- BELLO CUEVAS, J.A. (2006): *Una propuesta de estudio y catalogación del cine mudo español desde 1896 a 1920*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- BOARINI, V. (2007): "Cine como bien cultural" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 36. Madrid, El Gran Caíd.
- BRAVO, E. (2010): "Iván Zulueta: adiós al diseñador pop más pop", en *Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*, núm. 142. Madrid, Blur Ediciones.
- CAMPOY, A. M. (1983): *Penagos, 1889 – 1954. Aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid, Espasa Calpe.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1999): *Historia crítica del cine español (Desde 1897 hasta hoy).* Barcelona, Ariel, S.A.
- CERVERA, E. [et al.] (2004): *Carteles de cine de 1915 a 1930: colección Fernández Ardavín*. [Catálogo Exposición]. Madrid, Filmoteca Española.
- CLAVÉ, A. (1990): *Clavé: cartells per als cinemes de Barcelona, 1933-1935*. Barcelona, La Polígrafa.
- CLEMENTE, J. L. (1999): "El cartel, un soporte en el arte del siglo XX", en *Hecho artístico y medios de comunicación*: [ponencias del] III Seminario de la Asociación Valenciana de Críticos de Arte. Valencia : Diputació de Valencia, Institució Alfons El Magnànim.
- COMAS, A. (2004): *El star system del cine español de posguerra* (1939-1945). Madrid, T&B.
- COSTA, J. (1987): *Imagen global*. Barcelona, Ceac.

  – (2002): "El cartel, entre servidumbre y esplendor" [en línea]. http://www.abc.com.uy/joancostauruguay/DEFINICIONES/curriculum_joan_costa/TEXTOS/El_cartel__entre_servidumbre_y_esplendor.htm. Consultado el 20 de diciembre de 2002.

- CUENCA, L. A. DE (2005): "Carteles de cine", en *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, nº 100, Madrid, Miguel Ángel Garrido Gallardo.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2007): "Una retórica de la publicidad: de la naturaleza inventiva a la verdad metafórica", en *Pensar la Publicidad*, vol. I, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.

- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1998): *Historia de la Publicidad*, Madrid, Eresma y Celeste Ediciones.

  —(1999): "El cine a través del cartel publicitario". En *AGR coleccionistas de cine*, núm. 1. Madrid, El Gran Caíd.

  —(2003): *El cartel en España. Un análisis histórico del desarrollo de este medio de comunicación.* Trabajo de investigación inédito.

  —(2005): "El cine negro y sus diseños". En *AGR coleccionistas de cine*, núm. 26. Madrid, El Gran Caíd.

- ENEL, F. (1974): *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres Editores.

- EUROLIBER (Ed.) (1995): *El cine en sus mejores carteles*. Barcelona, Euroliber.

- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. y BARCO, C. (2009): *Producción cinematográfica. Del proyecto al producto*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

- FERNÁNDEZ MELLADO, R. (2007): "El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 18. Universidad Complutense, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. [en línea]. Consultado el 5 de mayo de 2008.

- FERNÁNDEZ OLIVA, F. A. (2001): *Carteles de cine: paisajes y figuras de España*. Madrid, Ocho y Medio.

  —(2006): *Nombres de mujer: carteles de cine*. Madrid, JC Clementine.

- GARCÍA GARCÍA, F. (2007): "Una retórica de la publicidad: de la naturaleza inventiva a la verdad metafórica", en *Pensar la Publicidad*, vol. I, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.

- GARCÍA RAYO, A. (1999): "Los primeros héroes de la pantalla nacieron con el cine de episodios" en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 1, Madrid, El Gran Caíd.

  — (2004) (Ed.): *Cartel para una noche sin cine*. San Sebastián de los Reyes (Madrid), El Gran Caíd.

  — (2008): "Prohibida" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 38. Madrid, El Gran Caíd.

- GARÓFANO SÁNCHEZ, R. (1989): *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz, Caja de Ahorros de Cádiz.

- GÓMEZ PÉREZ, F.J. (2002): "La tipografía en el cartel cinematográfico". En *Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, nº 1. Pág. 203-216.

- GONZÁLEZ, F. (1999): *Imágenes sobre cristal*. Málaga, Universidad de Málaga y Colegio de Arquitectos de Málaga.

- GUBERN, R. (1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.

  —(1997a): *Primeros tiempos del cinematógrafo en España*. Juan Carlos de la Madrid (Coord.). Universidad de Oviedo, Ayuntamiento de Gijón. Gijón, 1997.

  —(1997b): "La Guerra Civil y el cine", en *Cuadernos de la Academia*, núm. 1. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

  —(1997c): "Los imaginarios del cine del franquismo", en *Cuadernos de la Academia*, núm. 1. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.

  —GUBERN, R. (2005): "Retrato en blanco y negro de la España de los sesenta" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 25, Madrid, El Gran Caíd

- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (1995): "Criterios de periodización en la historia del cartel" en *Area 5*, nº 4.

  — (2005): "El concepto del cartel artístico en su contexto histórico" en CAVP1 [en línea], Madrid, Universidad Complutense de Madrid. http://www.ucm.es/info /cavp1/CAVP1/publicaciones/area6_49htm.

- HEREDERO, C. F. (1993): *Las huellas del tiempo. Cine español 1951 – 1961*. Valencia, Ediciones Documentos Filmoteca. Colección Documentos nº 5.

- HUESO MONTON, A. L. "El cartel cinematográfico, reclamo y estética" [en línea]. <www.macuf.es/pdfs/sp05_Bunuel_AngelLuisHuesoMonton.pdf> [Consulta: 2 de febrero de 2011].

- IGLESIAS, M. (2000): "Juan Antonio Velasco. Cartelista de cine", en *Fusión*. Marzo, 2000. www.revistafusion.com/2000/marzo.

- LLOPIS, B. (2003): *Programas troquelados españoles de cine, 1913-2000*. Zaragoza, A. Hernández Ibáñez.

  —(2009): *La censura franquista en el cine de papel: un apasionante recorrido por los carteles, fotos, postales y programas de mano, prohibidos en la España de Franco.* San Sebastián de los Reyes, Madrid, Cacitel.

- LOZANO BARTOLOZZI, Mª del M. (2007): *Salvador Bartolozzi (1882 – 1950). Dibujante castizo y cosmopolita.* Catálogo. Museosdemadrid. Arte Contemporáneo. Madrid.

- LUENGO ARIAS, A. (1987): *Catálogo héroes de folletos de cine: primer catálogo de propaganda de cine editado en España.* Valencia, Héroes.

- MATAMOROS, D. (2009): *Distribución y marketing cinematográfico: manual de primeros auxilios*. Barcelona, Comunicación Activa.

- MOLES, A. A. (1976): *El afiche en la sociedad urbana*, Barcelona, Paidós.

- MORANTE, R. (2004): "Recordar o mejor aún: revivir", en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 22. Madrid, El Gran Caíd.

- MÜLLER-BROCKMANN, J. y S (1971): *A History of Visual Communication.* Trufen (Suiza), Arthur Niggli.

  — (1971b): *History of the Poster*. Zurich, ABC Edition.

- PACO, J. de (2006): *Diseñadores gráficos del cine español*. Mula, Murcia, Semana de Cine Español, Cine Club "Segundo de Chomón".

- PACHECO RUEDA, M. (1999): *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo.* Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- PACHÓN RAMÍREZ, A. (1999): *Cine con los cinco sentidos: las carteleras de Josán*. Mérida, Editora Regional de Extremadura.

- PÁRAMO, M. L. (2006): "Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario", en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, nº 33. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- PERALES BAZO, F. (1995): "Cine y publicidad: el afiche cinematográfico", en REY, J. (Edit.).: *Algunas consideraciones sobre la comunicación empresarial e institucional*. Sevilla, MAECEI.

— (1999): *El cartel cinematográfico*. [S.L.], Junta de Andalucía, Conserjería de Cultura.

—(2007) (Coord.): *Cine y publicidad.* Madrid, Fragua.

- PÉREZ PERUCHA, J. (1986): "Escaparates del espectáculo o indicadores del sentido". Catálogo: *Cine / Impreso. Cartelistas españoles de cine 1955-1985*. La Coruña, Ayuntamiento de La Coruña, Gobierno Municipal.
- PERIS FANACH, J. (2005): *Vida y obra del maestro José Peris Aragó: el pintor de la naturaleza*. Paterna, Diseñarte.
- PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared" en *Fotogramas*. Octubre.
- PRAT GABALLÍ, P. (1934): *Publicidad Racional*, Barcelona, Labor.

— (1953): *Publicidad Combativa*, Barcelona, Labor.

- RAGA, R. (2002): *Carteles de cine.* [Catálogo Exposición]. La Laguna, Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, Concejalía de Cultura y Patrimonio Histórico-Artístico.
- REDONDO, I. (2000): *Marketing en el cine*. Madrid, Pirámide.
- RENAU, J. (1976): *Función social del cartel*. Valencia, Fernando Torres Editorial.
- REY, J. (1997): "El iconismo gráfico en la escritura publicitaria", en *Questiones Publicitarias*, nº 6. Sevilla, MAECEI.
- RIALTO, J. (1999): "Barracas y salones" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 3. Madrid, El Gran Caíd.
- ROMERO, L. (2001): *Carteles de cine español, años 50.* [Catálogo Exposición]. Málaga, Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga.
- RUIZ LLAMAS, M. G. (2002): *El cartel: un soporte para la creación y la comunicación.* Barcelona, Praxis.
- SÁEZ ANGULO, J. (2008): "Fernando Piñana. Carteles de cine de los años 30 al 50", en *Galería Antiqvuaria: Arte contemporáneo, angigüedades, mercado, coleccionismo*. Madrid, Ediciones Antiqvaria.
- SÁNCHEZ LÓPEZ R. (1995): "Vanguardias artísticas y cartel cinematográfico". En *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza,* nº 11. Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza y Departamento de Historia del Arte.

– (1995): “Un siglo con los carteles de cine” en *Carteles de cine español. Fondos de la Filmoteca Española*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.

– (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.

- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (2002): *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid, Alianza Editorial.
- SANTOS TORROELLA, R. (1949): *El cartel*. Barcelona, Argos.
- SATUÉ, E. (1988): *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Forma.

– (2000): “Empresa, sociedad y cultura en el siglo de los signos” en *Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España.* Catálogo. Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Cultura.

- SEGUIN, J. C. (1995): *Historia del cine español*, Madrid, Acento.
- SERRANO MORA, A. (2009): *El cine español a través de sus carteles. Iconografía y retórica. Historia de un discurso.* Tesis doctoral inédita. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- SUMMERS, B. (2006): “El toque Serny” en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm 31.Madrid, El Gran Caíd.
- TORREIRO, C. (1995): “Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)”, en GUBERN, R. [et al.]: *Historia del cine español*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- TOSANTOS, C. M. (1990): “Fulgor y muerte del cartel cinematográfico”, *Mensaje y Medios*, nº 19 (octubre 1990).
- TRANCHE, R. R. (1994): “El cartel de cine en el engranaje del Star System” en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Valencia, Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay.

– (1995): “El cartel de cine en España: apuntes para un centenario” en *Carteles de cine español*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.

– (1996): “Pintar el aura” en *Cine de papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.

– (2004): "Los Fernández Ardavín: Una saga pionera del cartel de cine" en *Carteles de cine de 1915 a 1930: Colección Fernández Ardavín*. Catálogo de Exposición. Madrid, Filmoteca Española, D.L.

- VALERO DE BERNABÉ, A. (1943): *España cinematográfica: recopilación de cuanto concierte al arte, industria y comercio del cine*. Madrid, Cinégrafos.
- VIDAL SILVA, P. (2004): "Inspiración, Arte y Técnica en los carteles de Rafael Morante" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 22. Madrid, El Gran Caíd.

– (2006): "Sólo para tus ojos" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 31. Madrid, El Gran Caíd.

– (2007): "Caras con ángel" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 34. Madrid, El Gran Caíd.

- VV.AA, *Historia general del cine*, Vol. III, Cátedra, Madrid, 1998.
- VV.AA. (2004): *El cartel de cine cubano*: 1961 – 2004. San Sebastián de los Reyes (Madrid), El Gran Caíd.
- VV.AA. (1986): *Carteles de cine 1913-1986*. [Catálogo Exposición]. Vitoria-Gasteiz, Diputación Foral de Álava, Departamento de Cultura.
- VV.AA. (2002): *Carteles de cine español, años 60*. [Catálogo Exposición]. Málaga, Área de Cultura.
- VV.AA. (2000): *Cine de papel: los ilustradores valencianos dibujan el cine español*. Valencia, Generalitat Valenciana.

CAP. IV

Cine y sociedad en la Transición española

Dibujo de José Luis López Vázquez, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.110.*

4.1

La sociedad en la Transición democrática española

Dibujo de Paco Martínez Soria, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.156.*

CAPÍTULO IV

MARCO CONTEXTUAL: CINE Y SOCIEDAD EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA

LA SOCIEDAD EN LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA ESPAÑOLA

4.1 La sociedad en la transición democrática española

4.1.1 Introducción.

Nuestro período de estudio, lo que hemos denominado transición democrática, pero que se inicia ya en 1973 con Franco todavía vivo, y se extiende hasta 1982, con la victoria del PSOE en las elecciones generales de ese mismo año, es especialmente inestable por cuanto tiene de inconstante desde el punto de vista político y social.

En este tiempo se suceden dos regímenes políticos muy distintos, una dictadura y una democracia, con su período de transición, y hasta seis presidentes de gobierno.

En poco tiempo se pasa de una situación política de férreo control, censura e inflexible moralidad, a un Estado Social y Democrático de Derecho, planteándose el conocido debate de "reforma o ruptura" como salida al régimen dictatorial.

Desde un punto de vista económico, ya en los años cincuenta el régimen franquista inicia un proceso de liberalización económica y apertura hacia el exterior que va a producir un gran crecimiento económico pero también modificaciones en la estructura social del país, que afectará principalmente a la clase obrera y a la aparición de nuevas clases medias.

Sin embargo, la muerte de Franco y con ella el final del franquismo se produce justo en medio de una crisis internacional, la crisis del petróleo, que va a tener un tremendo efecto inflacionista y una importante reducción de la actividad económica, con el consiguiente aumento de población desempleada. Y de nuevo se repite en 1979, consecuencia de la revolución iraní y de la Guerra Irán-Irak, con consecuencias similares a la de 1974.

Del mismo modo, la transición española a la democracia tras el final del régimen dictatorial supone innumerables alteraciones en la sociedad. Un cambio de incuestionable importancia va a ser el protagonizado por la mujer, que adquiere un peso cada vez más destacado en la sociedad. Pero también hay que reseñar aquéllos relativos a la estructura social, al concepto de familia, a los nuevos valores y conflictos vividos por el grupo de jóvenes, a la expresión sexual, a la continua secularización, a la nueva posición social ante la política, o al aumento de conductas delictivas, etc.

4.1.2 Contexto político.

El régimen franquista entra en crisis y en decadencia a principios de los años setenta, especialmente a partir de 1973 con el asesinato de Carrero Blanco. Esta crisis se debe principalmente a los cambios que se producen en la estructura social y económica del país y a la propia inestabilidad del régimen dictatorial, que no incorpora ninguna política liberalizadora en el ámbito económico y ello provoca inquietud, descontento y agitación por parte de la sociedad española.

En los años cincuenta el régimen franquista inicia un proceso de liberalización económica y apertura hacia el exterior que va a producir un gran crecimiento económico pero también modificaciones en la estructura social del país. Así, de una sociedad principalmente agrícola y rural se pasa a otra más industrial y urbana, aparecen nuevas clases medias y nuevas relaciones laborales, como la negociación colectiva, la atenuación de la pena por huelga o una cierta representación sindical.

Los cambios socioeconómicos producidos en los años sesenta provocan que determinados sectores significativos de la sociedad española –grupos sociales y políticos opuestos al franquismo, pero también apoyos tradicionales como la Iglesia– empiecen a retirar su apoyo y conformidad hacia el régimen de Franco. Así, aumenta la protesta obrera en contra del régimen, además del sector universitario, cuyas manifestaciones a favor de la democratización son cada vez más frecuentes. Además, los partidos políticos de oposición, especialmente la izquierda y los nacionalistas vascos y catalanes, empiezan a ejercer una resistencia significativa.

Sin embargo, la actuación del gobierno no es más que la represión, especialmente en la etapa gobernada por Carrero Blanco, lo que estimula el descontento social y la activación de nuevas acciones de protesta. BARRERA y BORGE (2006:47) apuntan algunos datos para ilustrar esta represión mencionada correspondiente al período de 1969 a 1973: *"fueron detenidos, al menos, quinientos líderes sindicales; se decretaron tres estados de excepción; la universidad fue ocupada permanentemente por la policía y universidades como la de Barcelona, Madrid o Valladolid fueron cerradas; muchos estudiantes y profesores fueron detenidos, y algunos profesores expulsados de sus cátedras; también aumentó la persecución de los grupos políticos de la oposición tanto por parte de la policía, como del Tribunal del Orden Público: sólo en enero de 1970, este tribunal dictó 100 sentencias por delitos de asociación y propaganda ilegal"*.

Por otro lado, importantes sectores de la sociedad que tradicionalmente habían apoyado el franquismo, así como algunas minorías de la economía y administración franquista, también empiezan a retirar su favor, principalmente motivadas por pretensiones como la integración de España en la Comunidad Económica Europea y el deseo de establecer un gobierno democrático. De nuevo BARRERA y BORGE (2006:48) mencionan, por ejemplo, que *"la Iglesia, que había sido desde los comienzos del franquismo uno de sus principales apoyos, fue distanciándose gradualmente del*

régimen y llegó incluso a reconocer, en 1971, su error por haber tomado partido en la Guerra Civil. En especial, cabe destacar la colaboración y, en muchos casos, la implicación activa de sacerdotes con los movimientos de oposición (los llamados curas rojos). No es extraño por ello que en 1968 se inaugurase una cárcel especial para clérigos".

Sin embargo, es necesario concretar que antes de los años sesenta las manifestaciones de descontento fueron escasas. Para CARR y FUSI (1979:177-178) *"la conflictividad en la España de Franco fue, por supuesto, mucho mayor de lo que siempre estuvo dispuesto a admitir la propaganda interesada del régimen; y mayor, por supuesto de lo que reflejaban en la prensa, una radio y una televisión desaprensivamente manipuladas desde el poder. Pero fue también menos intensa de lo que sugeriría una historia escrita exclusivamente desde el punto de vista de la oposición o atenta únicamente a destacar la resistencia contra el franquismo. Esa resistencia fue, dadas las circunstancias en que se desarrolló, en ocasiones heroica y siempre meritoria. Pero su repercusión inmediata fue, salvo excepciones, limitada. Los conflictos sociales, las alteraciones del orden, pusieron de relieve tanto la naturaleza represiva del régimen como la incapacidad de sus instituciones políticas para resolver los problemas propios de toda sociedad moderna. Pero Franco murió, al fin y al cabo, en una cama. Si sus planes para la sucesión no hubieran sido truncados por el asesinato de Carrero Blanco, las posibilidades de continuidad del franquismo a la muerte de Franco se hubieran visto sensiblemente reforzadas. Esa fue al menos una opinión generalizada en España al morir el Caudillo y desaparecer su régimen"*.

Luis Carrero Blanco es nombrado Presidente del Gobierno de España en junio de 1973, pero pocos meses después, el 20 de diciembre, es asesinado por ETA[1] en Madrid, acabando con la teoría de que él sería el Jefe de Estado a la muerte de Franco, continuando con el franquismo aún sin el Caudillo. Le sucede entonces de forma interina Torcuato Fernández-Miranda, únicamente hasta el 31 de diciembre, cuando es nombrado Carlos Arias Navarro, cuyo mandato durará desde el 3 de enero de 1974 hasta el 1 de julio de 1976.

[1] Este crimen fue denominado por ETA como "Operación Ogro" y su objetivo, según indicaba el comunicado en el que ETA asumía su autoría, era intensificar las divisiones dentro del régimen franquista entre los "aperturistas", más moderados, y los "puristas", los que se oponen a todo tipo de reformas y a los que se terminará llamando "el búnker". En declaraciones posteriores de uno de los miembros del Comando Txikia, Carrero Blanco era una pieza fundamental e insustituible del régimen y representaba al franquismo puro. Este atentado gozó de la justificación de parte de la sociedad española al tratarse de uno de los hombres de confianza de Franco y posiblemente su sucesor.

Desde 1970 Franco ya está muy debilitado y la enfermedad de Parkinson avanza rápido. Es en este año cuando se celebra el proceso de Burgos contra dieciséis miembros de ETA acusados del asesinato de tres personas, pero las sentencias de muerte fueron conmutadas, especialmente por la preocupación por parte del gobierno ante las posibles repercusiones internacionales. Pero este proceso lo que consigue es unir a las fuerzas de oposición democrática, que van a ampliar su área de influencia, que la Iglesia empiece a mostrarse crítica y que los "aperturistas" del franquismo, según PRESTON (2004:813) vean al régimen como *"un barco que se estaba hundiendo"*. Pero lejos de renunciar, Franco se mantiene firme y anuncia que no pretende retirarse. No obstante, y de nuevo en opinión de PRESTON (2004:836) *"en el verano de 1975, la sensación de desmoronamiento del régimen era omnipresente"*, hasta que fallece el 20 de noviembre.

Evidentemente, tras la muerte de Franco se plantea el problema de su sucesión. La Ley de Sucesión en la Jefatura de Estado de 1947[2] propone para ello al príncipe Juan Carlos de Borbón a título de rey, y esta propuesta es ratificada por las Cortes Españolas en 1969, ante las que el príncipe jura guardar y hacer guardar las Leyes Fundamentales del Reino y los principios del Movimiento Nacional franquista, y en ellos se basa para emprender el proceso de reforma política. Finalmente, es proclamado rey de España por las Cortes Españolas el 22 de noviembre de 1975. No obstante, pese a que fue el motor del cambio político que se avecinaba, y según BARRERA DEL BARRIO (2010:890) *"para gran parte de la oposición y de la opinión pública, Juan Carlos I era una incógnita y, no sin razones, los más adversos a él le consideraban como el Rey del Movimiento, al que se hallaba atado bajo juramento de fidelidad"*.

El proceso para la reforma política de 1977 plantea una serie de modificaciones de la legislación vigente hasta ese momento, es decir, las Leyes Fundamentales del Reino, que de manera autoritaria concentraban todos los poderes en el Jefe del Estado, y que no era una constitución sino una carta otorgada ya que no había sido elaborada ni aprobada por representantes públicos. El objetivo principal, por tanto, de la nueva Ley para la Reforma Política[3] es transformar el país en un Estado social y democrático de

[2] La Ley de Sucesión en la Jefatura del Estado de 1947, una de las ocho Leyes Fundamentales del franquismo, hace referencia a la sucesión de Francisco Franco, y establece que el sucesor debe ser propuesto por el mismísimo Franco, aunque aprobado por las Cortes españolas.

[3] Ley 1/1977 de 4 de enero, y es aprobada el 18 de noviembre de 1976 por las Cortes Generales y sometida a Referéndum el 15 de diciembre de 1976, obteniendo una extraordinaria mayoría de votos a

Derecho y ello lleva aparejado el hecho de reconocer y garantizar el ejercicio de los derechos fundamentales y las libertades públicas, legalizar todos los partidos políticos, permitir a los trabajadores su sindicación y derechos laborales, la aprobación de una ley electoral para regular los comicios y la modificación del código penal.

BARRERA DEL BARRIO (2010:890-892) declara que fueron tres las personas, que aunque provenían del franquismo, participaron activamente en el diseño e impulso de esta reforma política. Así, el mismo Rey Juan Carlos como jefe del Estado, Torcuato Fernández-Miranda como presidente de las Cortes y del Consejo del Reino, y anteriormente ministro y vicepresidente del Gobierno con Carrero Blanco, y por último, Adolfo Suárez, como presidente del Gobierno, quien antaño había desempeñado el cargo de vicesecretario del Movimiento en 1975 y posteriormente secretario general en el primer Gabinete de la monarquía.

Pero el autor también habla de otros protagonistas colectivos que incidieron de forma positiva en el desarrollo del proceso. Así, la oposición política, que no recurre a la violencia para imponer sus criterios y que está a favor de mantener esa política de consenso en la que todos tienen que hacer concesiones en pro de obtener la tan anhelada estabilidad política. Después, los medios de comunicación, que en general se muestran defensores de la necesidad de un cambio político encaminado hacia la democracia. También poderes fácticos como el Ejército y la Iglesia, manifestando obediencia jerárquica el primero, mientras que el segundo muestra su ayuda no apoyando a ninguna opción política y propiciando un clima de concordia y entendimiento. Por último, el pueblo español, importante agente en el cambio por la moderación y serenidad mostradas.

Otros autores, como VILAR (1986:17) manifiestan que *"tras cuarenta años de dictadura, la mayoría pensaba que el sistema democrático no iba a introducirse tan suavemente; muchos creían que las fuerzas armadas, en especial algunos núcleos de la policía en combinación con ciertos generales, iban a impedir que la sociedad española se diese libremente sus propias instituciones; por su formación junto a Franco, también se dudaba de don Juan Carlos, así como del personal político que provenía del sistema dictatorial al que habían estado vinculados como ministros, subsecretarios o directores generales… En suma, si bien era mucho el entusiasmo que circulaba para construir*

favor. Se promulga el 4 de enero de 1977 e incluye la abolición sobrentendida del franquismo y una convocatoria de elecciones democráticas.

pacíficamente la democracia, a la vez existían bastantes dudas y temores de que llegase a ser viable".

Sea como fuere, el hecho es que la reforma se plantea insuficiente para muchos y se insiste en que la ruptura democrática es la única forma de superar el régimen. Desde 1975 puede decirse que la clase política se ordena en tres corrientes ideológicas: los reformistas (aquéllos que están a favor instaurar otra legalidad, pero partiendo siempre de la legalidad franquista), los rupturistas (aquéllos que niegan la validez de la legalidad franquista y promueven una ruptura total y la instauración de un nuevo orden político) y los continuistas (el denominado grupo "búnker" que pretende no modificar en grado alguno la legalidad franquista), teniendo en cuenta todas las sensibilidades y diferencias dentro de cada grupo.

En opinión de BARRERA DEL BARRIO (2010:894) *"al final triunfó la reforma en las formas, pero la ruptura en el fondo, o lo que es lo mismo, la reforma pero con un resultado final de ruptura. De ahí que acabaran convergiendo la mayoría de los reformistas y rupturistas en el resultado final: la derogación –vía reforma– de las Leyes Fundamentales, la celebración de elecciones generales y la elaboración por consenso de un nuevo orden constitucional negociado entre los principales partidos políticos. Acabaron imponiéndose los métodos reformistas que, aunque no gustaron a la oposición, consiguieron no herir en exceso la susceptibilidad de los sectores más reacios a aceptar las reformas. En la medida de lo posible, se intentó que se incorporaran al nuevo juego democrático"*.

En definitiva, hay que decir que durante nuestro período de estudio se suceden dos regímenes políticos muy distintos, una dictadura y una democracia, con su período de transición, y hasta seis presidentes de gobierno, lo que provoca que sea un período muy inestable desde el punto de vista político y social y en el que las decisiones y actuaciones de todos los implicados, desde gobernantes hasta gobernados, son cruciales para el futuro del país.

En cuanto a la Presidencia del Gobierno, y como hemos comentado anteriormente, Carrero Blanco es reemplazado por Torcuato Fernández-Miranda de manera interina hasta el 31 de diciembre de 1973. Catedrático de Derecho, ocupa varias Direcciones Generales en los Ministerios de Educación y Trabajo hasta que en 1969 es nombrado Secretario General del Movimiento, y este puesto lo ocuparía hasta 1974.

Fernández-Miranda es uno de los principales candidatos a suceder a Carrero Blanco en la Presidencia del Gobierno, pero finalmente la sucesión cae en manos de Carlos Arias Navarro, más conservador y defensor del franquismo, desde enero de 1974 hasta julio de 1976, pues el recién proclamado Rey le confirma en su puesto. Sin embargo, debido a las continuas desaprobaciones hacia las propuestas del monarca, así como su interés en conservar los principios del franquismo, le obligaron a dimitir en 1976. A pesar de ello, su nombramiento se había recibido con cierta euforia pues en un principio manifiesta ciertos signos de "apertura" del régimen con el denominado "espíritu del 12 de febrero", nombre que hace referencia a la fecha de un discurso que pronuncia ante las Cortes Españolas y en el que propone una política más liberal y plantea una participación política más amplia para todos los españoles dentro, claro está, del orden más estricto. No obstante, su gobierno se caracteriza por ser enormemente retrógrado.

En 1976, por tanto, se ocupa de la Presidencia del Gobierno, Adolfo Suárez González y es, además, el primer presidente democrático del período. Su primera tarea está encaminada a entablar conversaciones con los principales partidos políticos y fuerzas sociales, legales o toleradas al menos en ese momento, con la finalidad de llegar a un régimen democrático, poniendo en marcha el mencionado Proyecto de Reforma Política.

Aprobada entonces la Ley para la Reforma Política, –cuyo texto establece el concepto de soberanía popular como derecho político igual para todos los mayores de 21 años, un sistema bicameral basado en el Congreso de los Diputados y el Senado, con un mandato de cuatro años y cuyos miembros son elegidos por sufragio universal y, por último, autoriza al Gobierno y al Congreso de los Diputados para iniciar una reforma constitucional–, y legalizados en el mismo año determinados partidos políticos como la Unión de Centro Democrático, liderada por el mismo Adolfo Suárez, el Partido Socialista Obrero Español, el Partido Comunista de España y Alianza Popular, se celebran el 15 de junio de 1977 las primeras elecciones democráticas desde la Guerra Civil. El 6 de diciembre de 1978 se aprueba en referéndum la Constitución Española, y entra en vigor el 29 de diciembre.

Pero todo este proceso no estuvo libre de agresiones por parte de la violencia terrorista. BARRERA DEL BARRIO (2010:903) cuenta que *"se trataba, en el fondo, de provocar los instintos golpistas existentes dentro de un Ejército muy sensible a todo*

lo que fueran desórdenes públicos. Un momento especialmente difícil fue la semana que transcurrió entre el 23 y el 28 de enero de 1977, en la que se produjeron dos muertos en sendas manifestaciones preamnistía, la matanza de los abogados laboralistas de la calle Atocha, el asesinato de tres agentes del orden por los GRAPO y el secuestro del teniente general Villaescusa, presidente del Consejo Supremo de Justicia Militar, por la misma organización terrorista, que tenía además retenido, desde el mes de diciembre, al presidente del Consejo de Estado, Antonio María de Oriol". Y continúa diciendo el autor que *"la decidida acción del Gobierno y de las demás fuerzas políticas, que pidieron serenidad a todos y no caer en la dinámica de esas provocaciones desestabilizadoras, fue clave para manejar la crisis"*.

En marzo de 1979 se convocan unas segundas elecciones y de nuevo Adolfo Suárez sale vencedor. No obstante, en este caso, su consigue gestionar adecuadamente su gobierno. Comete errores graves en cuestiones importantes como la política autonómica y desatiende el liderazgo de su propio partido perdiendo en él apoyos importantes. Por otro lado, su distanciamiento con el Rey es cada vez mayor, aumenta la actividad terrorista[4] y la situación económica del país es grave, y la oposición de la clase política y la opinión pública es cada vez mayor. Su tercer mandato, por tanto, está lleno de dificultades políticas, sociales y económicas, lo que le lleva a dimitir en enero de 1981.

Se propone para su sucesión a Leopoldo Calvo-Sotelo, de dilatada carrera política –nombrado Ministro de Obras Públicas en 1976, portavoz de UCD en el Congreso de 1977 a 1978, Ministro para las Relaciones con la Comunidad Económica Europea de 1978 a 1979 y Vicepresidente del Gobierno para Asuntos Económicos de 1980 a 1981– pero en el momento de la votación a su candidatura en el Congreso de los Diputados, se produce el famoso golpe de Estado conocido como 23F, dirigido por Antonio Tejero, entre otros. Además, su mandato termina también con el desmantelamiento de una conspiración golpista en octubre de 1982 encabezada por

4 BARRERA DEL BARRIO (2010:919) afirma que *"la cifra de atentados terroristas, lejos de disminuir, alcanzaron entre 1978 y 1980 sus mayores cotas: 85 muertos en 1978, 118 en 1979, 124 en 1980. Muchos de ellos eran militares, guardias civiles y miembros de las fuerzas del orden público. La escalada, protagonizada sobre todo por ETA, parecía no tener fin. La constitución no fue el remedio mágico que algunos esperaban. A su vez, los sectores más involucionistas y reaccionarios (la ultraderecha, ciertos sectores de la derecha conservadora y sectores descontentos del Ejército) se encrespaban ante la supuesta ineficacia del Gobierno y del sistema democrático, a los que presentaban como la raíz de estos males. Con tintes apocalípticos y catastrofistas, trataban de arrimar el ascua a su sardina recreando un ambiente similar al de la Segunda República que condujo a la guerra civil"*.

algunos coroneles de artillería, pero que no tuvo demasiadas consecuencias pues el gobierno actúa deprisa, ayudado además por los medios de comunicación, evitando crear una alarma social que podría influir en las elecciones siguientes.

Por tanto, Calvo-Sotelo empieza su mandato enfrentándose a una situación política altamente complicada. Su modelo de gobierno va a ser muy parecido al de su predecesor, pero en este caso se trata del primer gobierno de la Transición sin presencia de militares, poniendo de manifiesto la supremacía del poder civil sobre el militar. En su política va a destacar la aprobación de la ley del divorcio, la regulación militar, la racionalización del proceso autonómico, que consigue cerrar el mapa de las autonomías, y la integración de España en la OTAN. Sin embargo, su política económica no aborda las medidas necesarias para abordar la crisis, seguramente porque lo más urgente en este momento son las exigencias políticas, quedando en el aire también cuestiones como la reforma universitaria o la televisión privada.

Después de haber obtenido dos mayorías amplias para gobernar, a lo largo de 1981 y 1982, el partido en el poder, UCD, va a ir debilitándose principalmente porque las políticas llevadas a cabo desde el Gobierno no satisfacían por igual a todos los militantes del partido. Al mismo tiempo, en estos años, van a ir creciendo dos fuerzas políticas: Alianza Popular, encabezada por Fraga Iribarne, y el PSOE, por Felipe González. Sin embargo, mientras que el PSOE se ve como una alternativa adecuada de gobierna, Alianza Popular se considera aún como tendencia política neofranquista.

Para BARRERA DEL BARRIO (2010:929) *"ante las elecciones generales anticipadas para el 28 de octubre de 1982, todas las encuestas daban como seguro ganador al PSOE. Tan solo se discutía el margen de la victoria. Con una UCD desprestigiada, un PCE enfrascado en sus luchas internas, y una AP que se contentaba con doblegar a los centristas, el PSOE tenía un camino franco por delante. Diseñó una campaña con un mensaje sencillo pero que calaba fácil en los votantes: «Por el cambio». Se hacía presente así la idea de transformación del país y de hacerlo funcionar con un gobierno estable, a diferencia de los convulsos últimos años de UCD. La moderación de las propuestas ideológicas y políticas del PSOE, en comparación con las que se mantenían solo algunos años atrás, iba dirigida a captar las voluntades de antiguos votantes centristas que no estaban dispuestos a apoyar a Fraga"*.

Finalmente, en las elecciones generales de 1982, el PSOE, partido considerado de izquierdas o progresista, gana los comicios y comienza de esta manera una nueva Legislatura para España. Este nuevo gobierno, presidido por Felipe González, simboliza la consolidación de la democracia y la prueba de un traspaso de poderes pacífico.

4.1.3 Contexto económico.

A mediados de los años sesenta, la economía española ha conseguido un crecimiento espectacular. La principal política económica del gobierno franquista se centra en los planes de desarrollo, para lo cual se crea en 1962 la llamada Comisaría del Plan de Desarrollo, cuyos objetivos serían principalmente la dinamización de determinados sectores económicos y estimular el crecimiento en áreas del país que tenían dificultades para lograrlo. Así, desde el comienzo de esta década y según MARÍN, MOLINERO e YSÀS *"…el régimen convirtió el crecimiento económico y al aumento del nivel de vida de la mayor parte de la población en uno de los ejes esenciales de su discurso, y la consecución de esos objetivos se presentaba como un nuevo elemento de legitimidad. En este sentido, se podría decir que la insistencia en las nuevas oportunidades que se abrían en la economía española ayudaron a generar un clima de confianza que estimuló el crecimiento; igualmente las medidas tomadas, más la proyección de una nueva imagen de la economía hispana, influyeron en la llegada de capitales, igual que el flujo de turistas que, ciertamente, ayudaron a la rapidez del crecimiento"*. No obstante, la actuación del gobierno en este sentido es más perjudicial que beneficiosa, pues todo se reduce a amontonar intenciones y a plantear objetivos que no se pueden cumplir por falta de recursos.

Sin embargo, el notable crecimiento económico de estos años viene marcado principalmente por el refuerzo extranjero y porque la capacidad de crecimiento interno del país es muy grande. Justamente, muchos ciudadanos españoles emigran a países extranjeros que demandan en estos momentos mano de obra, y son esos mismos países los que nos envían turistas en busca de sol y playa y que generan un movimiento de

divisas importante, además de una gran actividad comercial alrededor del turismo[5]. También hay que destacar la inversión extranjera en la actividad industrial española, aumentando la actividad profesional y modernizando el sector. Además, se acelera el proceso de industrialización nacional, creciendo con intensidad sectores como la producción de bienes de consumo, especialmente electrodomésticos y automóviles, la metalurgia, el sector químico, etc.

Este crecimiento industrial no se produce por igual en todas las regiones del país, por lo que se agudiza un gran movimiento migratorio, sin olvidar que la mano de obra se encuentra principalmente en el mundo rural. Y esta migración hace que se dinamice la construcción. También hay que destacar la demanda que desencadena el turismo, así como, con el paso de los años y el aumento del nivel de vida, la construcción de segundas residencias.

Desde una perspectiva social, un suceso tremendamente importante para explicar los cambios sufridos en estos años van a ser los movimientos migratorios, que comienzan en los años cincuenta y cesan con la crisis económica de 1974. Cataluña, Madrid Valencia, Vizcaya y Alicante van a recibir inmigrantes del resto de provincias españolas. De esta manera, se producen fuertes desequilibrios territoriales, pues las áreas de mayor actividad económica crecen desmesuradamente mientras que muchas otras quedan despobladas.

También el movimiento migratorio hacia el extranjero buscando mayores posibilidades de empleo tiene consecuencias. BRÄNDLE SEÑÁN (2008:112) afirma que "*esta emigración hacia países más desarrollados y con mayores posibilidades de empleo tiene como consecuencia dos aspectos fundamentales para el crecimiento económico español: por un lado, se disminuye la presión demográfica sobre los recursos existentes y se canalizan empleos hacia el extranjero evitando mayores tasas de paro; mientras que, por otro lado, permite que muchas familias reciban ingresos desde el exterior y que el país mejore su posición por la entrada de divisas*".

El crecimiento industrial y la urbanización, consecuencia lógica de los movimientos migratorios, característicos de estos años, favorecen de la misma forma las actividades terciarias, especialmente las vinculadas al turismo, pero también las

5 La llegada masiva de turistas en la década de los sesenta se debe principalmente a la devaluación de la moneda en el año 1960 y a las facilidades dadas a los propios turistas, a raíz del plan de apertura y mejoramiento de la imagen de España en el extranjero.

relacionadas con el transporte, las comunicaciones y los servicios de intermediación. A su vez, el turismo va a generalizar la cultura del ocio.

La situación de la vivienda en los primeros años sesenta no es otra que una clara falta de pisos adecuados para las clases media y baja: malas construcciones, viviendas colmena, hacinamiento, etc. Además, en los hogares españoles todavía hay carencia de servicios básicos como luz, agua corriente o calefacción.

Por otro lado, se promueve la propiedad sobre el alquiler de cara a lograr la tan ansiada estabilidad familiar proclamada por el régimen franquista, lo que provoca escasa movilidad geográfica, así como el endeudamiento de la población y por el contrario, el enriquecimiento de sectores financieros, constructores y especuladores. No obstante, se generalizan la financiación y los créditos, por lo que se puede acceder a la comentada vivienda en propiedad y a la compra de equipamiento doméstico y automóviles.

El cambio económico y el movimiento demográfico producen asimismo cambios importantes en la estructura social. La nueva clase obrera se compone de los campesinos que se han marchado a las ciudades a trabajar. MARÍN, MOLINERO e YSÀS (2010:159) afirman que *"la clase obrera se convirtió en el sector más voluminoso de la población activa española, más de cuatro millones de un total de doce millones y medio en 1970, lo que representaba un tercio del total de activos y la mitad del conjunto de asalariados"*. Añaden además que, en general, era una población muy joven, por lo que también van a influir sus actitudes y pautas de acción colectiva.

También la clase media se renueva de tal manera que algunos sectores tradicionales, van entrando en crisis, mientras que otros van adquiriendo cierta importancia. Así, aparece una nueva clase media relacionada con las actividades terciarias y tecnocráticas, de mediana y alta cualificación y habitualmente asalariada. Con un cierto nivel educativo, va a ser este nuevo grupo social el principal protagonista del cambio cultural que se va a producir en los años de la transición. También se va a convertir en un referente para el resto de clases sociales, pues sus pautas de vida, de consumo, o de ocio estaban muy por encima de la media. Además, tienen gran manifestación pública, sobre todo porque la publicidad se dirige a ellos y porque participan activamente en la política. CARR y FUSI (1979:107) declaran que el concepto de nueva clase media es un *"término adecuado para describir al creciente*

ejército de los «empleados»: empleados de banco, mecanógrafas, secretarias, técnicos de laboratorio, maestros de escuela. Mientras que las capas bajas de la clase media «tradicional» eran conservadoras, la «nueva clase media» es cada vez más radical, y sus miembros son los futuros votantes del partido socialista. Sus miembros, aún estando bien pagados, ven disminuir su categoría económica a medida que aumentan los sueldos de los obreros cualificados, y se consideran a sí mismos como «la sufrida clase media de hoy». Sus apuros económicos (muchos de ellos ocupan un doble empleo) ha radicalizado sus actitudes. Los empleados de los bancos hacen huelga como los obreros o desafían deliberadamente a sus patronos presentándose a su trabajo sin afeitar y sin corbata y abriendo cuentas por valor de cinco pesetas".

Igualmente es significativo que el grueso de la población española ampliara su período formativo, así como la incorporación de la mujer a los ciclos medio y superior, debido principalmente al aumento del poder adquisitivo, lo que permitía la permanencia de los hijos mayor tiempo en los colegios.

Son años también en los que encontramos nuevas actitudes y valores sociales en la población. La dictadura y la Iglesia habían aniquilado todo aquello que no fuera afín a sus valores, pero en los años sesenta empieza a desvanecerse este control. La televisión, el cine, la música y la publicidad mostraban nuevos valores. Y también el turismo, –y en menor medida el movimiento migratorio, y los viajes de los españoles al extranjero– que permite a los españoles el contacto con extranjeros que se rigen por otras normas de comportamiento y libertades anheladas en nuestro país.

En cuanto al consumo en estos años, BRÄNDLE SEÑÁN (2008:114) señala que éste no muestra pautas de racionalidad, quizá debido a los años anteriores de carencias y racionamientos. Se pasa de la privación, a un consumo caracterizado por un fuerte deseo de posesión. El consumo se convierte en un elemento de diferenciación y distinción, en un símbolo que confiere a la persona poseedora estatus y prestigio. Por este motivo, el autor cuenta que *"…no es raro encontrar un tipo de consumo desequilibrado, que ofrece imágenes como la de casas en mal estado o con falta de equipamientos sanitarios básicos pero con televisión en el salón y, en algunos casos, con coche en la puerta"*. NAVARRO (1972) afirma que el consumo de bienes duraderos aún no está generalizado en la población española, sino que queda limitado a determinadas clases sociales y zonas geográficas. Así, las zonas más industrializadas, como Madrid, Cataluña o el País Vasco tienen los mayores niveles de consumo, frente a provincias

como Andalucía, Extremadura, Galicia o Castilla y León, cuyo motor económico es la agricultura tradicional lo que las convierte en zonas mucho más pobres.

Sin embargo, en los años setenta, la crisis del petróleo aumenta el paro y, por tanto, la capacidad de consumo de la población. No obstante, se puede hablar de un consumo generalizado, aunque con ciertas reservas a nivel regional y social. Aparece lo que se conoce como consumo de bienes ociosos. Cubierta la necesidad de equipamientos de primera generación, como el televisor, el frigorífico o la lavadora, se busca la satisfacción con aparatos de segunda generación: la batidora, la tostadora o el aspirador. También es significativo el aumento en el consumo de marcas de cosmética o para el aseo personal, por ejemplo. Y empiezan a generalizarse pautas de comportamiento como la cultura del regalo o las vacaciones anuales.

4.1.3.1.- Crisis económica:

La muerte de Franco y con ella el final del franquismo se produce justo en medio de una crisis internacional, la crisis del petróleo[6]. Ya a finales de 1973, en un momento de alta inestabilidad sociopolítica, esta crisis empieza a mostrarse[7]. En octubre el precio del crudo se fija a 3 dólares el barril, mientras que en enero de 1974 sube a 11,65 dólares. España, como el resto de países importadores, ve cómo su economía se tambalea, pero verá agravada su situación debido a la delicadeza de su contexto sociopolítico[8] en la década de los años setenta. Además, y según SERRANO SANZ (1994:141) *"el impacto de las nuevas condiciones predominantes en el mercado energético fue recibido por una estructura productiva con escasos recursos para reaccionar, si se compara con las de otros países industriales; el marco institucional de la actividad económica, repleto de rigideces, no facilitaba los cambios; la falta de legitimidad con que buena parte de la sociedad veía al régimen político, dificultaba*

[6] El aumento del precio del crudo junto con la enorme dependencia del mundo industrializado hacia el petróleo, provoca en casi todos los países un fuerte efecto inflacionista y una considerable reducción de la actividad económica.

[7] No hay que olvidar que, anteriormente, hacia 1970, la población activa española puede definirse con altas tasas de pluriempleo, sobre todo en sectores de alta calificación laboral, pero también con altas tasas de paro y eventualidad, especialmente en sectores como la construcción y la agricultura.

[8] La incertidumbre política en los años que van de 1973 a 1977 es tremenda. En este tiempo se turnan los Jefes de Estado, tres presidentes de gobierno, cuatro ministros de Hacienda y un cambio de régimen por medio.

actuaciones vigorosas de la política económica. La crisis acabó siendo, por todas estas razones, más dilatada que en otros países".

Según MATÉS BARCO (2010:1032) *"la crisis que experimentó la economía española desde 1975 (…) tuvo su raíz tanto en cuestiones internacionales como nacionales. Desde el punto de vista internacional, dos son los fenómenos que desencadenaron la crisis: la quiebra del sistema de pagos internacionales de Bretón Woods y el conflicto energético. El primero estuvo propiciado por la incapacidad de Estados Unidos de hacer frente a sus compromisos como eje central del sistema. El déficit estructural de la balanza de pagos levó a Estados Unidos a abandonar la convertibilidad oro exterior del dólar e hizo que el comercio internacional entrase en un sistema de tipos de cambio flotantes. La incertidumbre provocada por esta situación contribuyó sobremanera a perturbar el equilibrio económico mundial. En cuanto al segundo, el alza en los precios de la energía fue sin duda el detonante inmediato de la crisis industrial"*.

Se establece entonces una política compensatoria basada en sacrificar a corto plazo el sector exterior pero evitando de esta manera el impacto de la crisis en los precios, en el empleo y en la actividad interna. Pero ya en 1975 se manifiesta el hecho de que la recesión internacional es intensa, y esta política compensatoria no funciona pues el sector exterior no la resiste, se dispara la inflación y la inversión y el empleo retroceden intensamente. Así, el desempleo, que hasta 1976 se había mantenido por debajo de la media de países de la OCDE, en 1977 supera, en porcentaje de la población activa, la media anterior.

Sin embargo, las elecciones de 1977 marcan una nueva etapa para la economía. La legitimidad democrática del nuevo gobierno crea un clima de mayor cohesión social y menor recelo por parte de la sociedad hacia la actuación económica de la Administración, y el objetivo principal va a ser el consenso en lo referente a la política económica para evitar la crisis y consolidar el nuevo régimen político. Es por ello, que se firman los Pactos de la Moncloa en octubre de 1977 por las principales fuerzas políticas con representación parlamentaria, para crear un consenso político y social necesario para la aplicación de nuevas medidas de ajuste, y con ello se marca una nueva política económica para hacer frente a la crisis.

A grandes rasgos, en materia económica, con los Pactos de la Moncloa se va a reconocer una cierta flexibilidad en el despido, el derecho de asociación sindical, se fija un límite de incremento para los salarios, se establece una contención de la masa monetaria y la devaluación de la peseta para contener la inflación, se reforma la administración tributaria ante el déficit público y se establecen medidas de control financiero a través del Gobierno y el Banco de España para cubrir el riesgo de quiebras bancarias y la fuga de capitales al exterior.

Sin embargo, cuando parece que la economía española empieza a enderezarse, de nuevo en 1979, consecuencia de la revolución iraní y de la Guerra Irán-Irak, se produce otra crisis del petróleo, con consecuencias similares a la de 1974. Nuevamente SERRANO SANZ (1994:22) nos dice que *"precisamente porque en esta etapa que va de 1979 a 1982 la crisis se encuentra en su estado más puro, podemos localizar en ella los elementos que mejor la definen. La crisis es esencialmente una crisis industrial y por eso las reducidas tasas de expansión de la renta se corresponden perfectamente con un estancamiento de la producción industrial. En cambio, el sector servicios mantiene una modesta pero continua progresión, que sostiene el tono positivo de la actividad económica y la agricultura se comporta erráticamente, como es habitual. El peso del sector primario es tan reducido, en todo caso, que ni siquiera cuando sus tasas de crecimiento o contracción rondan un espectacular 10 por 100, como en 1980 y 1981, respectivamente, se alter gran cosa la senda de la evolución de la renta. La construcción, sensible a lo que ocurre en el resto de la economía y sin un estímulo decisivo de la inversión pública, acompaña la atonía general"*.

En opinión de MATÉS BARCO (2010:1035-1036), 1974 y 1980 son dos años funestos para la economía española. La crisis consigue que la inflación y el paro se disparen de manera desorbitada. La subida del coste del petróleo cambia drásticamente el coste de los productos agrarios, industriales y del sector servicios. La reducción en el nivel de inversión provoca una descapitalización progresiva de las empresas españolas. La tasa de ahorro desciende bruscamente y el gasto público crece desorbitadamente, creando un importante déficit en el presupuesto del Estado. El autor termina resumiendo la situación económica de España de la siguiente manera: "*la economía española, muy dependiente del exterior, estaba especializada en la producción de bienes que requerían un elevado consumo energético y la dependencia del petróleo era altísima en la industria siderúrgica, la química o la construcción naval. La transición política*

agravó si cabe la crisis. La herencia de un sistema político dictatorial, con su tradición intervencionista y proteccionista, debía ser sustituida por un régimen democrático que intentaba abrirse a Europa y mirar al exterior. Esta tesitura generó cierto retraso en la toma de medidas económicas, pues los grupos políticos y el Gobierno andaban más centrados en realizar las reformas constitucionales necesarias para el nuevo marco político. Por tanto, la coyuntura política alargó la crisis económica".

Finalmente, a finales de 1981 la situación se empieza a normalizar con la bajada generalizada de precios por parte de los países productores. Y en España, tras las elecciones de 1982, que significan mayores dosis de estabilidad en la política española, y con ello el hecho de poder lograr cierta consistencia en política económica, empieza a verse el final de la crisis. Hacia 1985, salvando las tasas de inflación o los problemas del equilibrio en la balanza de pagos, podemos hablar de un cierto punto de inflexión y afirmar que desde 1973 hasta este momento sí se han producido grandes e importantes transformaciones en la estructura productiva e institucional.

4.1.4 Contexto social.

La transición española a la democracia tras el final del régimen dictatorial supone innumerables alteraciones en la sociedad. Hacer un inventario completo y detallado de todos los cambios sociales (grupos e instituciones básicas como la familia, la economía, la educación, la religión, la política, etc.), así como de sus consecuencias, producidos durante nuestro período de estudio excede la tarea de esta investigación, por lo que nos limitaremos a señalar aquéllos que consideramos principales.

Hay que señalar además que los diferentes cambios no funcionan independientemente unos de otros, sino que todos vienen a estar relacionados en distintas medidas. Por otro lado, el sistema de valores de los españoles también cambia, provocando nuevas conductas, especialmente en lo concerniente al choque generacional que impulsan las nacientes pautas morales y culturales. Y todo ello estimula modificaciones en el modo de vida y en el comportamiento de las personas.

Para TEZANOS (1989:65) el tema del cambio social en España es tremendamente importante, sobre todo desde un punto de vista sociológico y político. Así, el autor nos propone varias razones que justifican esta afirmación. Primero, porque el proceso de cambio social vivido en nuestro país en la segunda mitad del siglo XX es de tal dimensión que ha modificado enormemente su faz social. Segundo, porque debido al régimen autoritario y dictatorial del franquismo, con su inevitable ausencia de transparencia, este cambio se produce en unas circunstancias muy especiales. Y por último, y a consecuencia de lo anterior, porque se producen muchos desajustes y tensiones propiciados por la falta de concordancia entre los factores socioeconómico y político.

También CARR y FUSI (1979:130): nos dicen que hay que tener cuidado *"de no hipervalorar la importancia del verdadero cambio, que quizá no se refleje exactamente en los productos que se exhiben en los kioscos o en las respuestas a encuestas de opinión con frecuencia mal concebidas. Tampoco debemos juzgar los efectos duraderos de una súbita explosión de libertad por la cosecha de películas políticamente comprometidas y sexualmente explícitas. Debemos recordar, sobre todo, que los procesos de penetración y adaptación tienen una distribución geográfica irregular"*. Lógicamente se refieren a las desigualdades existentes entre "las dos Españas del desarrollo y del estancamiento", es decir, entre aquellas zonas más industrializadas y modernizadas, y aquellas otras más rurales, más alejadas de la influencia de los cambios sociales, y que manifiestan claramente amplios contrastes en los estilos de vida.

Un cambio de incuestionable importancia es el protagonizado por la mujer, que adquiere un peso cada vez más destacado en la sociedad. Pero también hay que reseñar aquéllos relativos a la estructura social, al concepto de familia, a los nuevos valores y conflictos vividos por el grupo de jóvenes, a la expresión sexual, a la continua secularización, a la nueva posición social ante la política, o al aumento de conductas delictivas. Es por lo que a continuación pasamos a particularizar cada uno de ellos.

4.1.4.1.- Cambios en la estructura social:

En estos años España se convierte en una sociedad con una estructura ocupacional mucho más compleja que en la década anterior, derivado lógicamente de la modernización económica del país, comenzada ya en la década de los sesenta. En palabras de S. GINER[9], el cambio y la modernización social experimentados en España abarcan *"una transformación muy profunda de todas las estructuras sociales, salvo las de la clase dominante y el sistema de poder y autoridades sobre la que ésta se apoya"*. *"Nos encontramos –continúa diciendo– con la disminución drástica del proletariado rural, de la población agraria, con la diversificación ocupacional de las clases obreras y media, con cambios importantes de mentalidad y conducta en muchos niveles; con aumentos sustanciales de la movilidad geográfica y vertical; con aumentos en volumen de ciertos sectores clave: estudiantes, intelectuales, técnicos"*.

Así, José Félix TEZANOS, en su estudio sobre la modernización y cambio social producido en el período de la transición democrática española, afirma que principalmente podemos hablar de la distinta distribución de la población española por el territorio nacional, de los movimientos migratorios, de los cambios en la natalidad y en la estructura de clases, así como de las consecuencias de la sociedad de consumo.

Para el autor, en estos momentos, España, teniendo en cuenta su extensión y la situación del resto de países europeos, no es un país muy poblado. Además, su población se reparte por las provincias de nuestra geografía de manera muy desigual[10]. Y este heterogéneo reparto puede explicarse principalmente por la fuerte presión de la migración interior, que provoca la existencia de zonas con sobrecongestión de población y otras en continua desertización.

Estas migraciones interiores tienen como principal consecuencia la urbanización y el éxodo rural. El despoblamiento se produce principalmente en las zonas rurales, de

[9] Citado en SÁNCHEZ JIMÉNEZ, J. (1991): *La España contemporánea III. De 1931 a nuestros días*. Madrid, Ediciones Istmo, pp. 345.

[10] Para TEZANOS (1989:67) *"…según datos del censo de 1981, mientras la densidad demográfica alcanzaba cifras de 597 habitantes por km^2 en provincias como Barcelona, 591 en Madrid, 532 en Vizcaya, etc., en provincias como Soria, en cambio, sólo llegaba a los nueve habitantes por km^2, a 10 en Teruel, a 12 en Guadalajara y en Cuenca, etc. A su vez, en determinados municipios, se está produciendo una verdadera sobre congestión de población. Este es el caso, por ejemplo, de municipios como Hospitalet, con una densidad de 24.589 habitantes por km^2, según el censo de 1981 (según el censo de 1960 la densidad era de 5.582), de Barcelona capital con 19.260 habitantes por km^2 (17.119 en 1960), de Portugalete con 19.357 (7.528 en 1960), de Santa Coloma de Gramanet con 20.088 (4.656 en 1960), etc."*.

tal manera que para TEZANOS (1989:81) "*ciertamente, el «éxodo rural» tiene una dimensión más directamente económica, que se traduce en la misma composición de la estructura de la población activa, pero también tiene una dimensión poblacional en cuanto afecta a la misma evolución de la distribución de la población española en diferentes tipo de hábitats, con todas las consecuencias sociológicas y hasta políticas que ello implica*". De esta manera, se puede hablar en este caso de una transformación social más global, es decir, el paso de una sociedad rural estamental a una sociedad urbano-industrial, con todos los cambios no sólo sociales, sino también culturales y políticos que ello implica. Y es también el motivo por el que Tezanos recuerda la doble significación de la palabra "urbanización": por un lado, atiende a la concentración espacial de la población, pero por otro, a la difusión de un determinado tipo de cultura urbana, que va a generalizarse, de tal manera que la ciudad se afirma ideológica y políticamente como forma de vida, y esto va a permitir el desarrollo de las bases para la transmisión de mentalidades y programas sociopolíticos pertenecientes al modelo social urbano-industrial.

Por otro lado, están las migraciones exteriores, bien a países de ultramar o a países europeos, especialmente intensas en la década de los sesenta y primeros años de los setenta, pero a partir de 1974, la crisis económica mundial empieza a reducir drásticamente el número de emigrantes.

La emigración a ultramar, especialmente a países como Argentina, Brasil, Venezuela o México, se caracteriza por un alto grado de afincamiento en estos países y por cubrir prácticamente todo el ciclo vital del emigrante, mientras que la emigración hacia Europa se realiza para cubrir necesidades más inmediatas, eminentemente económicas, con la vuelta programada a nuestro país una vez resueltas las penurias financieras. En todo caso, y según TEZANOS (1989:79) "*puede decirse que en su conjunto la población española emigrante, al desenvolverse en contextos sociales y políticos tan diferentes de los de la España franquista, tuvo una experiencia que trascendiendo al plano de su trabajo permitió la difusión de mentalidades políticas y sindicales que ejercieron una considerable influencia politizadora. Lo cual fue, también, un factor estimulador del cambio social y político*".

En cuanto al tema de la natalidad, también TEZANOS (1989:70-77) nos habla de un cierto envejecimiento de la población. Afirma que, al igual que en el resto de países europeos pero quizás con más retraso en España, la evolución demográfica ha

cambiado en estos años, y este cambio está caracterizado por un descenso de la mortalidad y una disminución de la natalidad. El autor también señala el período comprendido entre 1976 y 1984 como aquél en el que se produce el descenso más significativo de la tasa de crecimiento vegetativo, y con ello nuestro país se sitúa justo en el momento de su transición política *"en unas coordenadas de evolución de la población más similares a las de los restantes países europeos e industrializados"*. Y termina estableciendo las causas de este retraso en el acercamiento al denominado modelo de evolución demográfica moderna en factores socioeconómicos, políticos y religiosos, es decir, en la política natalista del franquismo, en el influjo de prejuicios religiosos y en la política orientada a reprimir y obstaculizar la publicidad y difusión de métodos de control de la natalidad.

Referente a la distribución u organización de la sociedad, hay que aclarar que uno de los grandes cambios sufridos en España ha sido la transformación en la estructura de clases, pasando de una estructura típica de una sociedad rural, semiestamental y semiindustrializada, a una estructura de clases típica de una sociedad industrial, lo que supone una importante caída de la población campesina en la estructura de clases española, un gran desarrollo del conjunto de la clase obrera y de su nuevo perfil social –con características propias de las sociedades industriales avanzadas, es decir, mayor cualificación de los trabajadores manuales así como un incremento de determinados sectores como técnicos, ingenieros, profesionales, etc., lo que conlleva diferentes niveles salariales y, a su vez, diferentes estilos y niveles de vida, con todo lo que ello significa– y la aparición de las "nuevas clases medias", integradas principalmente por personal administrativo, profesional y técnico y que van a representar el porcentaje más amplio de población activa.

Con relación al consumismo y a la sociedad de consumo, hay que señalar que de nuevo como consecuencia del desarrollo económico y del proceso de industrialización llevados a cabo en España desde comienzos de los años sesenta, el consumo en nuestro país experimenta un importante crecimiento. El aumento del nivel de vida conlleva lógicamente un incremento del gasto de los hogares –y un cambio en la estructura de tales gastos– así como novedades en el comportamiento de los consumidores.

Para NAVARRO (1994:85) *"la tendencia de las pautas de consumo ha favorecido proporcionalmente en mayor medida los gastos de vivienda, cultura,*

enseñanza, sanidad, transportes, esparcimiento, viajes y otros similares propios de una economía avanzada; y ha dedicado una menor proporción del gasto a la alimentación, el mantenimiento del hogar y al vestido y calzado. Por otra parte, el proceso de industrialización que se inicia en los años sesenta ha permitido desarrollar un consumo de bienes duraderos –lavadoras, frigoríficos, televisores, automóviles, etc–, aportados por una creciente industria de bienes de consumo".

TEZANOS (1989:97) afirma que "*ni que decirse tiene que las consecuencias que el desarrollo de la sociedad de consumo tiene en el orden sociopolítico quizá no hayan sido aún descubiertas en su totalidad, pese a que una copiosa literatura sobre el tema ha intentado analizar los múltiples efectos sociales del desarrollo de un modelo de «sociedad de consumo». Así, la dinámica «consumista» ha sido puesta en relación, por ejemplo, con la apatía sociopolítica, con la mayor o menor «integración en el sistema», con el desarrollo de orientaciones de «retraimiento individualista», con el «conservadurismo» político, etc. En cualquier caso, más allá de las conclusiones a que se pueda llegar, es evidente que se trata de un fenómeno sociológico importante, cuyas consecuencias políticas no se deben minusvalorar"*.

Según el autor, evaluar el grado en que una sociedad se encuentra inserta en la lógica de la sociedad de consumo significa tener en cuenta los datos económicos del problema, pero también los datos sociales y culturales, como la distribución de las rentas[11], el grado de difusión de las mentalidades típicas de la sociedad de consumo, la presión social hacia el consumo, etc. Y con todo ello, declara que España, en estos años, presenta las características de una sociedad de consumo de masas pero, no obstante, hace dos objeciones: primero, que los niveles de renta y consumo españoles tienen aún algunas diferencias con los de los países más industrializados y, segundo, que las características propias de esta sociedad de consumo no se producen aún en áreas y regiones muy concretas de la geografía española, generando algunas desigualdades en determinados niveles de consumo.

11 También NAVARRO (1994:91) habla de las desigualdades sociales ante el fenómeno del consumo, manifestando que el máximo bienestar, en términos de consumo, sólo llega a un sector de la población, quedando entonces determinado por los niveles de renta.

4.1.4.2.- Cambios en el concepto de familia:

Como es lógico, los cambios anteriormente comentados, ya sean demográficos, económicos, políticos o sociales, así como religiosos, que comentaremos más adelante, inducen alteraciones o reformas en los modos de vida y en los comportamientos de los individuos. Y la tradicional institución de la familia es quizás la más alterada por todo ello. De tal forma que asistimos a transformaciones en la concepción y el perfil social de la familia, la cual es cada vez más reducida, nuclear y aislada, aparecen nuevas relaciones de pareja, se liberalizan las relaciones sexuales, aumenta el grado de independencia de los hijos, etc.

Entendemos por familia, y según ALONSO TORRÉNS (1983:375), *"como asociación de personas, vinculadas generalmente por parentesco, que hacen vida común y que ocupan normalmente la totalidad de la vivienda"*. Y continúa diciendo que, hasta el momento de la publicación de su estudio, la constitución de esta familia empieza con el noviazgo y se consolida con el matrimonio. Proceso, por otro lado, en plena vigencia a pesar de la aparición de otras opciones alternativas que veremos posteriormente.

En nuestro período de estudio, concretamente desde 1975 a 1981, se manifiesta una fuerte caída en la tasa de nupcialidad, respaldada por el decrecimiento vegetativo de la población que, a su vez, viene causado por el notable descenso de la tasa de natalidad. Para ALONSO TORRÉNS (1983:378) la clave está en el momento en el que en España se empiezan a sentir con todo rigor los efectos de la crisis económica: *"…entonces es cuando la baja del poder adquisitivo y, más profundamente, el azote del paro provocan toda suerte de frenos y limitaciones, a los que necesariamente no escapan ni el matrimonio, ni la natalidad (…) Este hecho, unido a la transformación profunda que está experimentando la juventud, desde la década de los sesenta, (…) están generando una juventud nueva, distinta y distante de los valores y pautas de comportamientos tradicionales. De este modo, resulta que si en un pasado no excesivamente alejado la institución matrimonial fue la solución a sus necesidades y apetencias sexuales no parece ser este el caso actual"*.

Por otro lado, las tasas de natalidad están directamente relacionadas con las de fecundidad. CAMPO (1994:251-255) declara que el gran descenso de nuestra fecundidad se produce a partir de 1977, cuando las parejas españolas adoptan la cultura

de la baja fecundidad que caracteriza a los demás países europeos, y es entonces cuando empieza a reducirse el tamaño de las familias por todo el país. En este momento las familias españolas quieren tener menos hijos por lo que controlan voluntariamente la natalidad. Conocen los métodos anticonceptivos y los usan. Además, desde 1978, se despenaliza la difusión y el uso de los métodos anticonceptivos y se establecen centros de planificación familiar.

Todo esto da lugar al paso de un modelo de familia extensa a un modelo más nuclear, es decir, a un grupo formado por los miembros de una pareja, sus hijos no casados, si los hay, o por un adulto y sus hijos. ALONSO TORRÉNS publica en su estudio (1983:395) que según los datos publicados por el INE, relativos al Padrón Municipal de Habitantes de 1975, existen en esta fecha unos doce millones de núcleos familiares que se dividen de la siguiente manera: una cuarta parte son unipersonales, dos terceras partes son de tamaño reducido (de dos a cinco miembros), y el resto corresponde con un 8,7% relativo a núcleos familiares más numerosos (de más de cinco miembros).

En este punto, NAVARRO (1994:152) nos habla de diferenciar el aspecto cuantitativo, mostrado por los datos anteriores, y el cualitativo *"más profundo, y del cual el primero sería su expresión o indicador"*. Y continúa diciendo: *"este cambio cualitativo consistiría en una pérdida progresiva del protagonismo de la familia en la vida social, como consecuencia de procesos conocidos: la aparición de otras instituciones, grupos y relaciones sociales y la pérdida de funciones de la institución familiar. Ese debilitamiento de la vida familiar afectaría en primer lugar a las relaciones de parentesco latas, es decir, a la familia extensa en sentido estricto, lo cual da origen a la familia nuclear y a una primera reducción del grupo familiar, que sea acentúa con la progresiva caída del número de hijos"*.

Por otro lado, es también el momento en el que van a ir surgiendo alternativas a la familia convencional. PÉREZ PEÑASCO y BENAVIDES FISSURE (1983:449) definen como familia convencional *"al grupo humano formado por dos adultos de distinto sexo legalmente casados, con relación permanente y sexualmente exclusiva, que conviven con sus hijos habidos en el matrimonio, les acompañen o no otros parientes"*, por lo que se consideran alternativos todos los modelos de familia que no encajen con este estándar.

Estos autores nos cuentan que estas formas alternativas van apareciendo paulatinamente en la sociedad española y, aunque son todavía minoritarias, han servido para concienciar a la población *"de que hay otras opciones distintas a la tradicional y que, incluso, estas opciones se pueden presentar en distintas etapas del ciclo familiar. La aceptación social de estas opciones y su reflejo en la legislación es desigual, pero la tendencia es hacia una mayor permisividad y aceptación de modelos distintos de conducta con sus correspondientes costos y limitaciones"*. Asimismo, efectúan un listado de las formas alternativas más comunes y que detallamos a continuación:

- Solteros voluntarios: se trata de una opción cada vez más frecuente y potenciada posiblemente por la progresiva independencia económica o la creciente naturalidad de los solteros para disfrutar de una vida activa social y sexualmente.
- Adultos solteros con hijos: cada vez más frecuente, se trata de un hogar formado por un adulto soltero con hijos habidos en relaciones previas.
- Cohabitación entre solteros: se trata de una fórmula tradicionalmente mal vista que consiste en la convivencia de adultos sin estar casados, sobre todo a partir de la legalización del divorcio. Pero también es un modelo frecuente entre el grupo de los jóvenes. Se trata de una cohabitación temporal, que suele suponer el retraso del matrimonio y no la sustitución del mismo.
- Ausencia voluntaria de hijos: se trata, en este caso, de matrimonios que, por distintas razones, renuncian voluntariamente a tener hijos. Es un modelo de familia que se origina principalmente en las grandes ciudades y especialmente en personas que ya han estado casadas, con alto nivel formativo y económico o los no religiosos, por ejemplo.
- Grupos binucleares: aquéllos matrimonios con hijos que se disuelven y en el que los esposos han de compartir la custodia de los hijos.
- Familia adoptiva: aquélla que se forma a base de padres o madres viudos o separados, con hijos, y que se casan con otra persona para rehacer la familia.
- Matrimonios sexualmente abiertos: Muy mal vistos por la sociedad española, son aquellas parejas casadas que de común acuerdo van a mantener relaciones sexuales con otras personas.

- Relaciones homosexuales: se trata de una alternativa que, como en el caso anterior, está mal vista en España, y corresponderían a aquellas parejas de adultos del mismo sexo que mantienen una relación estable. En estos momentos no tienen apoyo legal por lo que es una opción minoritaria.
- Hogares de varios adultos o comunas: es el caso de parejas que conviven y pueden, o no, trabajar en una tarea común. Pero también entran aquí las convivencias de adultos que comparten tanto la vivienda como las relaciones sexuales y los hijos.

En cuanto a los modelos matrimoniales, para ALBERDI (1994b:275) *"el nuevo régimen político establecido después de la guerra civil desmonta toda la legislación republicana sobre el matrimonio. (…) El matrimonio vuelve a ser indisoluble, y únicamente cabe la separación de los esposos cuando las causas son muy graves, o el abandono de hecho lo provoca. La tramitación y la regulación de la separación matrimonial se hace ante los tribunales eclesiásticos y de acuerdo con sus normas. El Estado cede completamente sus competencias en cuestiones matrimoniales a la Iglesia Católica. Todo ello se consagra formalmente en el Concordato firmado entre España y la Santa Sede en 1953"*.

En este modelo de familia, religioso, cristiano, indisoluble, la mujer siempre sale mal parada. Debe obediencia al marido y su dedicación queda reducida al ámbito doméstico y a la procreación. Sin embargo, la transición a un modelo de familia más igualitario para los esposos se produce a mediados de la década de los setenta. Es en 1975 cuando, con motivo del Año de la Mujer, el gobierno español introduce una serie de reformas encaminadas a mejorar la situación de la mujer dentro de la familia, de tal manera que se establece la separación de los bienes mediante capitulaciones matrimoniales, la conservación de la nacionalidad española para las mujeres que se casen con un extranjero, desparece la norma de obediencia de la esposa y el marido y la mujer se deberán respeto y protección recíprocamente. No obstante, el marido sigue contando con la patria potestad sobre los hijos.

Las encuestas realizadas a la población española en este momento demuestran que está a favor de la ruptura matrimonial. En 1976, la revista Cambio16, en su número del 3 de octubre, publica que *"en nuestro país es una realidad más la de que mientras el matrimonio desde un punto de vista legal, es indisoluble, desde el punto de vista*

fáctico se disuelve fácilmente, como lo demuestra el que cada vez son más los matrimonios disueltos de hecho"[12].

No obstante, con la llegada de la democracia en 1978, se proclama el principio de aconfesionalidad del Estado y de libertad religiosa, colocando las bases del matrimonio civil facultativo y así los ciudadanos pueden a partir de ahora contraer matrimonio civil o religioso en función de sus preferencias. Además, son los tribunales civiles los que ahora resuelven las causas de separación, nulidad o divorcio. Pero no es hasta 1981 cuando el Congreso de los Diputados aprueba las leyes que hacen legítimo este derecho constitucional.

El divorcio ahora legalizado es igualitario en derechos y deberes para el hombre y la mujer. De la misma manera, también en 1981 se reforma el Código Civil en materia de filiación, patria potestad y régimen económico del matrimonio. Los cónyuges han de regirse ahora por el principio de igualdad, se deben respeto y ayuda mutua, ninguno tiene autoridad sobre el otro, y cualquier cuestión relativa a los hijos, bienes, domicilio, etc., se ha de resolver de común acuerdo y, si llega el caso, un juez será designado para mediar entre ellos.

4.1.4.3.- Cambios en el papel de la mujer:

Con la dictadura franquista, la mujer pierde todos los derechos que había conseguido con la Constitución de 1931, como la igualdad con respecto al hombre y el derecho al voto, pasando el matrimonio a convertirse en un modelo católico y conservador, donde el divorcio desaparece y se castiga penalmente el control de la natalidad.

La autoridad dentro del matrimonio está en manos del marido y la esposa tiene el deber de sumisión a la voluntad del varón –primero depende de la figura del padre[13] para posteriormente someterse a la del esposo– quedando su actividad social y laboral o

12 Citado en ALBERDI, I. (1994b) (2ª Ed): "Modelos matrimoniales", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV. Pp. 278.

13 El artículo 321 del Código Civil fijaba la mayoría de edad para el varón en los 23 años, pero la mujer no podía abandonar el domicilio paterno sin autorización hasta los 25 años, salvo para casarse o entrar en un convento. Parece ser que la finalidad de esta disposición era el decoro público y personal de las hijas, y se mantuvo en vigor hasta la Ley 31/72 de 22 julio de 1972.

profesional limitada al ámbito doméstico. Asimismo, desde el ámbito de la educación, se lleva a cabo una política de segregación en la escuela, según la cual la mujer es formada para el matrimonio, convirtiéndose éste en su objetivo capital en la edad adulta, y olvidándose de toda posibilidad de tener una vida autónoma y propia. Los jóvenes de ambos sexos son preparados por la sociedad para formar una familia, pero de manera diferente. La educación de los varones se encamina a su formación para su futuro profesional, mientras que la formación de las mujeres se orienta a su preparación de cara a atender una unidad familiar.

Por otro lado, el papel de la Iglesia Católica en este tema es básico. Para ALBERDI (1994c:230) *"la influencia de la Iglesia Católica y de sus posiciones políticas más conservadoras en las áreas relativas a la educación y a la familia repercutirán profundamente en el diseño de los roles femeninos, a través de los cuales se potenciarán el matrimonio, la maternidad y el mantenimiento de las mujeres en el ámbito doméstico"*. Y del mismo modo, la autoridad de la Iglesia Católica en el ámbito de la educación es trascendental, por lo que se recibe una formación básica distinta en función del sexo, preparando a las niñas para la vida en el hogar.

Pero en 1970 se aprueba la Ley General de Educación que proclama la igualdad de ambos sexos en el sistema escolar e impone la escolarización obligatoria hasta los 14 años, con lo que se posibilita además el acceso universal de las niñas a la educación, y empieza a equipararse a partir de entonces el número de niños y niñas en la educación secundaria y universitaria.

Al mismo tiempo, y refiriéndonos de nuevo al matrimonio, el Código Civil define claramente la posición de marido y mujer dentro de esta institución: el marido es el administrador único de los bienes del matrimonio, tanto gananciales como parafernales o dotales, y la mujer no puede, sin licencia del marido, ni enajenar, ni gravar ni hipotecar los mismos. Tampoco puede aceptar herencias ni pedir partición de bienes. El marido tiene la autoridad exclusiva para decidir el lugar de residencia del matrimonio. Se castiga el adulterio en la mujer pero no en el varón, y un largo etcétera.

Hay que destacar, no obstante, la situación laboral de la mujer. Desde el principio, la legislación laboral franquista es claramente discriminatoria, y promulga una serie de medidas disuasorias y restrictivas como la discriminación salarial, la

excedencia obligatoria al casarse[14], la necesidad de permiso marital para la mujer casada que quiere trabajar, o la prohibición de ejercer determinados trabajos como abogados del Estado, notarios, cuerpo diplomático, judicatura, etc.

Sin embargo, en 1961 se promulga la Ley de derechos políticos, profesionales y laborales de la mujer y, posteriormente, en 1962, el Decreto de 1 de febrero, por el que dicha Ley se aplica a la esfera laboral, estableciéndose entonces una cierta equiparación de derechos entre hombres y mujeres en esta materia, eliminando una serie de restricciones normativas anteriores. A partir de ahora, el estado civil no rompe la relación laboral y la mujer puede disfrutar del mismo salario que el hombre ante un rendimiento igual en el trabajo. Pero continúa vigente hasta 1976, la necesidad de autorización del marido para trabajar, cuando entra en vigor la Ley de Relaciones Laborales.

Pero estos cambios normativos de principios de los sesenta provocan un extenso debate sobre la causa de los mismos. Así, BABIANO (2007:29) nos relata las posiciones en esta polémica: *"…a) una primera postura relaciona los cambios con la necesidad de abastecer de mano de obra barata a un mercado laboral en expansión, a partir de la industrialización de los años sesenta; b) según una segunda posición, los cambios respondían a la voluntad del régimen de proyectar una imagen más amable hacia el exterior; c) por último, los cambios tendrían que ver con el intento de la Sección Femenina de ampliar su base social reclutando nuevas militantes, en un contexto de declive institucional de la Falange y de competencia creciente de las organizaciones femeninas de la Acción Católica"*.

Sea como fuere, el hecho es que esta nueva normativa empieza a abrir un camino esperanzador para el desarrollo laboral y profesional de la mujer, siendo cada vez más las mujeres que trabajan fuera de casa, aunque su efecto fuese reducido, pues las mujeres van a continuar abandonando su empleo masivamente tras el matrimonio, debido seguramente a la falta de incentivos por parte del régimen para que la mujer perdurase en el mercado laboral de forma permanente. Cuestiones como que el marido pierde el plus familiar o el pago de la dote si la mujer sigue trabajando tras el

[14] BABIANO (2007:28) afirma que *"a pesar de la legislación que determinaba la excedencia obligatoria por matrimonio, el propio régimen franquista estableció una serie de excepciones a esta regla. (…), hubo una serie de Reglamentaciones Nacionales de Trabajo, promulgadas entre 1940 y 1965, que no recogieron la citada excedencia forzosa: Cerámicas; Corcho; Fibras artificiales; Cajas de Ahorro; Prensa; Hilados; Confección; Tintorerías; Siderometalurgia; Enseñanza no estatal; Botones, vestidos y juguetes; Practicantes y matronas; Bacalao; Sal; Cerveza y, por último, Vino"*.

matrimonio, la imposibilidad de desarrollo profesional o la presión ideológica y cultural sufrida por las propias mujeres, hacen que las nuevas leyes no rompan radicalmente con el modelo anterior.

Por otro lado, empieza a surgir el problema de armonizar trabajo y hogar, apareciendo el conflicto por conseguir el ideal de mujer doméstica y ama de casa o bien mujer profesional, ciudadana y trabajadora. ALBERDI (1994a:287) cuenta que *"la opinión pública evoluciona hacia una aceptación creciente del trabajo de la mujer, matizándose esta aceptación según la situación familiar en la que la mujer se encuentre. Una encuesta de 1970 muestra que se consideraba deseable que las mujeres trabajaran cuando eran solteras, cuando estaban recién casadas y mientras no tuvieran hijos. Cuando tienen hijos mayores ya no se ve tan positivo el trabajo de la mujer casada y en el caso de que tenga hijos pequeños se considera mayoritariamente que no debe trabajar"*.

Tras la muerte de Franco y en los años de fuertes reivindicaciones sociales hasta el refrendo popular de la Constitución de 1978, se tiende a que la mujer intervenga en todos los ámbitos, desde una perspectiva formal, en igualdad de condiciones, por lo que se promulgan una serie de medidas tendentes a eliminar cualquier causa de discriminación. ALBERDI (1994c:233) afirma que *"en el período que transcurre hasta la aprobación de una nueva Constitución democrática la vida política es muy intensa y en ella adquieren una gran relevancia los debates acerca de la posición social de la mujer. En este período el Movimiento de Liberación de la Mujer*[15] *defiende que las mujeres deben tener los mismos derechos y oportunidades que los varones para educarse, trabajar, formar una familia y participar en las decisiones políticas y tal defensa se hace junto al desarrollo de los principios democráticos de justicia, libertad e igualdad y en estrecha relación con las fuerzas progresistas y democráticas. Esta alianza política inicial ayuda a explicar la rápida consecución de las reformas legales que se han producido posteriormente, así como la popularidad del principio de igualdad entre hombres y mujeres que a veces contradice los comportamientos desiguales que aún persisten"*.

[15] El término *Mouvement de libération des femmes* aparece en Francia en 1970, cuando un grupo de mujeres deposita una corona de flores sobre la tumba del soldado desconocido en el Arco del Triunfo con un lema que dice: "Todavía hay alguien más desconocido que el soldado: su mujer". Posteriormente, se han ido sumando diversos grupos movidos por la lucha de las mujeres, reivindicando la igualdad legal, política, profesional, social, familiar y personal.

Así, como hemos comentado anteriormente, se despenaliza la venta, divulgación y propaganda de métodos anticonceptivos, se crean servicios de orientación familiar, se derogan los artículos 449 y 452 del Código Civil, por lo que se eliminan los delitos de adulterio y amancebamiento y se regulan de nuevo los delitos de estupro y rapto, pasando a ser sujeto pasivo de los mismos la persona, y no la mujer.

Y, verdaderamente, el logro más importante se consigue con la aprobación de la Constitución de 1978, pues reconoce principios universales en la igualación de los sexos. El artículo 14 proclama la igualdad de todos los españoles ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

4.1.4.4.- Cambios en la juventud:

Se puede decir que los primeros desacuerdos sociales van a venir fomentadas por el grupo de los jóvenes. CARR y FUSI (1979:123) señalan que los conflictos sociales empiezan a surgir principalmente entre los jóvenes. Para el autor *"con el rápido y espectacular cambio económico, la función socializante de la familia y el papel del padre perdieron importancia. Una sociedad industrial moderna da a los jóvenes una autonomía que la generación anterior encuentra incómoda, y no es extraño que el rechazo de los valores de la generación anterior fuese abrumador entre los estudiantes universitarios acomodados, importante entre los obreros cualificados, y mínimo entre los hijos de las familias campesinas"*. Así, estos jóvenes rechazan el autoritarismo familiar, critican las injusticias sociales y los desastres ecológicos de la rápida industrialización y muestran un desinterés generalizado por la política.

Estos autores también expresan la opinión de que va a ser la aparición de esa sociedad de consumo, comentada anteriormente, la que favorece esa apatía política y que va a dar lugar a unas modalidades de conducta –consecuencia del proceso de europeización o modernización de la sociedad española a raíz de la llegada de turistas y de los cada vez más frecuentes viajes al extranjero– incompatibles con un sistema autoritario. Salvo excepciones, la familia clásica del franquismo es tradicional y autoritaria, ejerciendo un severo control sobre las actividades sociales y sexuales de los hijos. Pero a partir de los años setenta, esos padres se vuelven más permisivos aunque

no dejan de surgir conflictos pues esa permisividad no llega a ser suficiente ya que en muchas familias se conservan todavía muchos signos de autoritarismo familiar.

De nuevo según CARR y FUSI, las relaciones sexuales entre los jóvenes habían permanecido popularmente controladas, especialmente en las zonas rurales, por la institución del noviazgo. Y éste, además, estaba amparado por las actitudes católicas respecto del sexo, y por el estereotipo católico de la mujer como eje de la familia y de la vida familiar. Pero toda esta estructura moral se empieza a desmoronar en los años setenta, aunque los autores, en la página ciento veinticinco de su libro, hacen un breve apunte en el que duda si realmente se ha producido este cambio de mentalidad o es sólo una postura de cara a la galería. Así, declaran que "*una encuesta reciente (1977) ha revelado que los adolescentes españoles están tan «avanzados» como los de cualquier otro país de Europa en cuanto a ciertos asuntos como el aborto, el divorcio y la contracepción; pero es imposible saber en qué medida esta evolución es una consecuencia del súbito don de la libertad o en qué medida esos jóvenes adoptan esas actitudes sólo cuando se trata de responder a una encuesta*".

También ROBLES OROZCO (1986:163-173) en su estudio sobre la situación de la juventud española en 1975 afirma que estos jóvenes aparecen tremendamente determinados por los acontecimientos políticos y económicos vividos desde comienzos de la década de los setenta. Es una juventud que no ha sufrido el hambre o los espantos de la guerra, que tiene acceso a la educación y a la cultura y que ha vivido su infancia en una sociedad de consumo en crecimiento y desarrollo, muy similar a las sociedades occidentales. Es una juventud que, gracias al desarrollo económico y de los medios de comunicación, recibe influencias del mundo exterior y empieza a tener conciencia de su protagonismo. La distancia que les separa de sus mayores es cada vez más grande. Comienza a tener valores propios y distintos a los aceptados tradicionalmente en cuestiones como el matrimonio, la sexualidad, la religión, etc. Buscando una sociedad más libre, batallan con el sistema educativo, con la moral tradicional, con la familia, con todo aquello que represente de alguna manera cualquier vinculación con el antiguo régimen. Sin embargo, su opinión es que, y en contra de lo planteado por Carr y Fusi, a consecuencia de la situación planteada, canalizan sus energías hacia la reforma del sistema político, y por lo que la crisis económica, el desempleo, la inflación o la droga les parecen problemas lejanos. No obstante, continúa diciendo el autor, con la llegada de la democracia esta juventud ve satisfechas sus demandas políticas y modera sus

planteamientos ideológicos. Se sienten decepcionados y es ahora cuando les preocupa el desempleo, la crisis económica, la droga o la delincuencia.

Con todo, podemos decir que los tres autores están en lo cierto. Carr y Fusi hablan del grueso del grupo juvenil, mientras que Robles Orozco hace hincapié en un grupo más minoritario, en el conjunto de los jóvenes universitarios e intelectuales, que van a ser los que promueven ese movimiento de rechazo y descontento que después se extiende hacia todos los jóvenes e, incluso, hacia otros sectores de la sociedad española.

4.1.4.5.- Cambios en la expresión sexual:

El franquismo, mediante su mecanismo de censura y su ofuscación disciplinar reprime en España la verdadera revolución sexual de los años sesenta iniciada en otros países europeos. Los españoles van a sufrir durante mucho tiempo el adoctrinamiento católico y la represión ideológica y sexual, y van a verse obligados a aceptar con disimulo una doble moral sexual, coartada y refrenada de día, activa y exaltada de noche.

Hay que añadir, además, que el carácter sectario de esta represión no trata por igual al varón y a la mujer. Esta última sólo puede desarrollar su sexualidad a través del matrimonio, mientras que el hombre cuenta con sexo dentro y fuera de esta institución, pues presuntamente se le consiente la "satisfacción de sus necesidades" a través de la prostitución o de las siempre queridas amantes.

No obstante, en los últimos años del régimen se produce una cierta relajación y aumenta la permisividad de la siempre vigilante censura. Como ya hemos comentado anteriormente, aparece el fenómeno del "destape", motivado seguramente por la creciente llegada de turistas extranjeros –con nuevos valores sociales y culturales– y el incremento del ocio, que van a influir, entre otras cosas, en una cierta liberalización de las costumbres sexuales. Para GIL CALVO (1994:181) *"una vez desaparecida la censura, la exhibición pública de cuerpos desnudos y relaciones sexuales explícitas dejó de ser acusada de inmoral o pornográfica, adquiriendo carta de normalidad en el cine, la prensa, la televisión y la publicidad"*.

Sin embargo, son muchos los que opinan que esta nueva liberalización no fue tal cosa, sino que solamente se produce un cierto sexismo, en la medida en que tal revolución sexual no motiva una igualdad entre los géneros, y permite a los hombres tomarse estas libertades sexuales en beneficio exclusivo. De nuevo GIL CALVO (1994:186) afirma que *"no hay liberación de la mujer, sino exigencia masculina de que las mujeres estén liberadas (…) con la excusa justificatoria de la libertad y la modernidad (…) se ejerce coacción moral sobre las mujeres a fin de que acepten plegarse a la voluntad promiscua de los hombres"*.

Hay que señalar igualmente que, como consecuencia de los cambios sociales, culturales, políticos, etc., ya señalados, se produce por parte de la sociedad española una cada vez mayor permisividad en lo tocante a temas sexuales: se aceptan las relaciones sexuales prematrimoniales, la convivencia de pareja sin estar casados, la homosexualidad, el uso de anticonceptivos, etc.

Sea como fuere, a partir de la muerte de Franco y en los años de la transición, se intenta igualar jurídicamente a hombres y mujeres en materia de plena libertad sexual. Así, en enero de 1978 se despenalizan los delitos de adulterio[16] y amancebamiento, que también hasta este momento, se castigan de manera desigual en hombres y en mujeres. Una mujer casada comete adulterio cuando yace con varón que no sea su marido, mientras que en el caso del marido, para que haya delito hace falta que éste tenga manceba dentro de la casa conyugal o notoriamente fuera de ella. En el caso de la mujer, es suficiente con que cometa este delito una única vez, aunque estuviese separada de hecho del marido, mientras que en el caso de este último, es necesaria cierta duración, notoriedad y habitualidad. Para ALBERDI (1994c:231) *"la legislación sobre el adulterio no tuvo un peso importante en su aplicación ante los tribunales, pero sí una función educativa en cuanto a su influencia en los comportamientos"*.

Por otro lado, la ya comentada Ley 30/81 de 7 de julio regula el matrimonio en el Código Civil y determina el procedimiento a seguir en las causas de nulidad, separación y divorcio. Y en 1983 el gobierno presenta un proyecto de ley de reforma del Código Penal para despenalizar el aborto en tres supuestos: peligro para la vida o la

[16] El Código Penal de 1944 había rescatado el "uxoricidio por causa de honor", que había suprimido el Código republicano, y que otorgaba al hombre el privilegio de defender su honor, por lo que podía matar o lesionar a la esposa sorprendida en evidente adulterio o a la hija, menor de 23 años, mientras estuviese viviendo en su casa paterna y fuese sorprendida en idéntica situación, con la única pena de destierro. Y estuvo vigente hasta diciembre de 1961.

salud física o psíquica de la madre, en caso de que el embarazo sea consecuencia de una violación o que se presuma que el feto nacerá con graves taras físicas o psíquicas. Entra en vigor el 5 de junio de 1985. Sin embargo, lo verdaderamente importante es que la aprobación de la Constitución en 1978 propone un cambio fundamental al defender la igualdad de ambos sexos en todos los sentidos.

No obstante, desde este momento, el camino es largo y no siempre homogéneo. Un conflicto latente todavía a día de hoy, por considerarse como desviación u enfermedad por gran parte de la población, sigue siendo la homosexualidad, pese a la libertad de elección sexual del individuo. Es evidente que el régimen franquista persigue la homosexualidad de forma clara y directa, pues no se atiene a las "normas" de comportamiento social. La Ley de Vagos y Maleantes de 1954[17] decía: *"A los homosexuales, rufianes y proxenetas, a los mendigos profesionales y a los que vivan de la mendicidad ajena, exploten menores de edad, enfermos mentales o lisiados, se les aplicarán para que cumplan todas sucesivamente, las medidas siguientes: a) Internado en un establecimiento de trabajo o colonia agrícola. Los homosexuales sometidos a esta medida de seguridad deberán ser internados en instituciones especiales, y en todo caso, con absoluta separación de los demás. b) Prohibición de residir en determinado lugar o territorio y obligación de declarar su domicilio. c) Sumisión a la vigilancia de los delegados"*.

Ya desde los años sesenta la cultura gay empieza a manifestarse en las grandes ciudades españolas, y a lo largo de la década de los setenta se forman distintas asociaciones para su defensa, manifestaciones como la del Orgullo Gay (la primera se celebraría en Barcelona el 28 de junio de 1977), centros de servicios para homosexuales, publicaciones periódicas, asociaciones lésbicas, etc.

En 1970 se aprueba la Ley de Peligrosidad y Rehabilitación Social (que no será derogada hasta 1995) y es usada de manera constante para la represión de la homosexualidad en los últimos años del franquismo. Seguirá en vigor tras la aprobación de la Constitución y, aunque de hecho no se aplica para los homosexuales, no es hasta 1979 cuando se eliminan de esta ley "los actos de homosexualidad" y hasta 1983 cuando se modifica el contenido de escándalo público. Y la finalidad de esta nueva ley es tratar y curar la homosexualidad, ingresando a los presuntos infractores en penales

[17] BOE nº 198, de 17 de julio de 1954.

donde se les intenta cambiar su orientación sexual mediante distintas terapias de aversión. Los últimos presos por homosexualidad son liberados en 1979.

4.1.4.6.- Secularización de la sociedad:

La secularización es una transformación o un proceso de cambio en relación con las valoraciones religiosas y, según muchos sociólogos, está directamente relacionada con el grado de modernización de una sociedad, de tal manera que, cuanto mayor sea ésta, mayor será la evolución secular de la sociedad. No se trata de hablar del fin de la religión, sino de un cambio de tendencias.

En España y durante el franquismo, la única religión verdadera es la "católica, apostólica y romana". Los retrasos de modernización y el aislamiento internacional de nuestro país hacen que, igual que ocurre en muchos otros ámbitos, vaya con retraso respecto del resto de territorios en este tema. Evidentemente, no existe la libertad religiosa hasta que, a finales de la década de los sesenta, justo cuando se lleva a cabo un proceso de endurecimiento del régimen político, se aprueba en 1967 la ley de libertad religiosa, marcando el principio del proceso de laicización.

Esta Ley, muy restrictiva en sus proposiciones, recoge la situación preferencial de la Iglesia Católica y mantiene la confesionalidad del Estado proclamada en sus Leyes Fundamentales. Pero el Estado asume la protección de la libertad religiosa, que será garantizada por una eficaz tutela jurídica toda vez que salvaguarde la moral y el orden público.

A partir de aquí y durante la década de los años setenta, se va a ir produciendo un cambio de valores respecto a la religión católica, liberándose la sociedad española de las arcaicas ideologías religiosas, puritanas y tradicionales. Y la Constitución de 1978 proyecta la cuestión religiosa desde la igualdad ante la ley y la no discriminación por, entre otros motivos, la religión. En su artículo 16, dice: "1. Se garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos y las comunidades sin más limitación, en sus manifestaciones, que la necesaria para el mantenimiento del orden público protegido por la ley. 2. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias. 3. Ninguna confesión tendrá carácter estatal. Los poderes públicos tendrán

en cuenta las creencias religiosas de la sociedad española y mantendrán las consiguientes relaciones de cooperación con la Iglesia Católica y las demás confesiones". También el artículo 27, que recoge la libertad de enseñanza, la creación de centros docentes privados y garantiza el derecho de los padres a la formación religiosa de sus hijos.

ÁLVARO SOTO (2005:398) afirma que ya en 1970 *"el Informe Foessa ponía de manifiesto la creciente desafección religiosa entre los obreros, los pobres y, sobre todo, los universitarios, así como la escasa proyección social y ética del catolicismo de masas. Según el Informe, las razones de esta nueva situación fueron la insuficiente adaptación de la Iglesia católica al proceso de modernización y desarrollo de la sociedad española en su lenta incorporación a Europa y la falta de respuesta de esa misma Iglesia a las nuevas expectativas socioculturales de la sociedad"*.

CARR y FUSI (1979:123) nos dicen que la sociedad se laiciza. *"La secularización corría pareja con los estilos de vida de una sociedad de propietarios de automóvil y de vacaciones pagadas. Las conferencias públicas, a las que asistía un número de oyentes inconcebible en Inglaterra, pasaban a sustituir a los sermones. El «traje de los domingos» fue reemplazado por los atuendos más o menos informales. El domingo dejó de ser el día de misa para convertirse en el día de las salidas masivas al campo; y la Semana Santa se convirtió en una oportunidad para ir a tomar baños de sol de fin de semana en el mediterráneo, la piscina de Europa. Y esto en una sociedad donde, en los años cincuenta, la esposa de RC fue detenida por llevar bikini. Como en todo lo demás que hace referencia a la España moderna, lo importante fue el «ritmo» del cambio"*.

Para GARRIDO (1994:85-89), y de nuevo como consecuencia de los profundos cambios sociales y políticos del período estudiado, se modifican las pautas de comportamiento de la sociedad, de manera más o menos acelerada según los casos. Pero afirma que no se sustituyen por normas nuevas aquéllas que tradicionalmente han guiado la conducta socialmente aceptada, sino que se van relativizando. Y es concretamente en la práctica religiosa donde la relajación de estas normas es más evidente. La Iglesia Católica va perdiendo su tradicional poder social y político, aunque la sociedad española se sigue manifestando principalmente católica en sus creencias. Así, la autora relata los principales cambios: el porcentaje de católicos practicantes disminuye, especialmente entre los jóvenes; se contrae también en el grado de

religiosidad del ambiente familiar; se producen variaciones de actitud con respecto al matrimonio como institución social, aunque la mayoría de la población sigue prefiriendo el matrimonio religioso, pero se va aceptando la cohabitación de hecho; se pierde la percepción del matrimonio como vínculo indisoluble; cambia también la actitud ante las relaciones sexuales, especialmente de nuevo entre los jóvenes, quienes mayoritariamente aceptan las relaciones sexuales completas prematrimoniales y su postura, lentamente irá contagiando al resto de la población; y, por último, no ocurre lo mismo con el tema del aborto, que sigue siendo mayoritariamente censurable.

Para DÍAZ-SALAZAR (1994:257-261) la opinión pública española, salvo el grupo de los jóvenes, le otorga una alta confianza a la Iglesia Católica, valorando aspectos positivos como la defensa que hace de la familia, el cuidado de las tradiciones y valores culturales, la educación de los hijos, etc., pero también criticando aspectos negativos como su riqueza económica, su aferramiento al pasado, su incoherencia, y su postura ante el control de la natalidad. En general, la sociedad apoya mayoritariamente el hecho de que la Iglesia Católica mantenga o aumente su influencia en cuestiones como los problemas de los países subdesarrollados, la discriminación racial, el aborto, la eutanasia, el paro, el desarme, etc., pero también muestra su rechazo a la posible intervención de esta Iglesia en la política del gobierno o en el sistema económico, manifestando su desacuerdo con su posible participación activa en la política para moralizar la vida pública, ser fuente de inspiración para un gobierno justo o apoyar a partidos que defienden sus ideas e intereses.

4.1.4.7.- Panorama social ante el cambio político:

Los intensos cambios sociales, económicos y políticos –ya ampliamente comentados– vividos por la sociedad española desde los últimos años del franquismo hasta comienzos de la década de los ochenta, respaldan la modernización sociocultural y el cambio de normas y hábitos de la sociedad española. El fenómeno de la transición de una dictadura a una democracia provoca un clima de incertidumbre en la población, pues tras el desmantelamiento de las normas e instituciones autoritarias se requiere el establecimiento del correspondiente modelo democrático, sin ninguna garantía de que el proceso culmine con éxito.

El informe sociológico sobre el cambio político en España, en los años que van desde 1975 a 1981, elaborado por la Fundación FOESSA y dirigido por Juan J. Linz, hace un profundo análisis del comportamiento, actitudes y valores de la sociedad española en estos años ante el cambio político. Es por ello que procedemos aquí a recoger las que creemos son sus aportaciones más significativas.

El informe sustenta que los españoles, ante la muerte de Franco en 1975, no poseen una cultura política desarrollada, pero sí amplios sectores despolitizados. No obstante, es destacable la existencia de minorías activas, cada vez más visibles, dispuestas al cambio democrático y a la ruptura con el pasado.

Los grupos que encabezan las aspiraciones de libertad son los jóvenes y los estratos sociales superiores. El grueso de la población no se identifica con las instituciones franquistas, pero no se manifiesta interesado por la política. No está acostumbrado a participar en la elección de los representantes públicos y un amplio porcentaje piensa que el Estado sólo está constituido por los que mandan, aceptando todavía un cierto nivel de autoritarismo político y prefiriendo que este tema se lo den resuelto. Le preocupan más los temas económicos, sociales y laborales.

La sociedad española se encuentra entonces en condiciones ideales de estabilidad y receptividad para cualquier tipo de reforma sin riesgos. Salvo por las contrariedades surgidas en algunas zonas, especialmente en el País Vasco, la sociedad española no es especialmente conflictiva.

Es por ello que hay que destacar el éxito de una transición pacífica y ordenada. Pero aquí el citado informe precisa la necesidad de tener en cuenta dos aspectos que hacen posible la debatida reforma-pactada o ruptura-pactada: primero, el coste que hubiera representado en términos de represión, de aislamiento internacional y de ilegitimidad cualquier intento de mantener un régimen autoritario; y segundo, la confianza en que el cambio político podía realizarse sin graves riesgos sociales, económicos e internacionales.

La democracia política cuenta por tanto con un enorme consenso popular, y la oposición activa sólo de una minoría. Y esa anuencia se mantiene a pesar de los conflictos que en su camino se va encontrando: el terrorismo despiadado de ETA; la transformación de un Estado unitario en un Estado de autonomías; la crisis económica y

energética; cambios sociales como el aumento de la delincuencia y el consumo de drogas, etc.

4.1.4.8.- Conductas delictivas:

Las preocupaciones de la sociedad española se centran en estos momentos, además del paro y la crisis económica, en la delincuencia, las drogas y el terrorismo. Y parece ser que paro, delincuencia y drogas caminan juntas por los años de la transición democrática.

La tasa de delincuencia se incrementa en estos años significativamente. Según CAMACHO (1994b:405) se aumenta el número de delitos contra la propiedad, aunque disminuyen los delitos contra las personas, siendo el porcentaje de condenados menores de veinticinco años alrededor del 50% del total de personas condenadas por los tribunales españoles.

Sin embargo, van a ser las drogas y el terrorismo las dos lacras que desde el período de la transición democrática arrastra la sociedad española.

En cuanto a la drogadicción, es de nuevo CAMACHO (1994a:193) quien nos cuenta que tradicionalmente en España las sustancias cuyo consumo está más extendido en la población española son el tabaco y el alcohol. Así, en los setenta, el consumo de cerveza se dispara entre los jóvenes, mientras que el del resto de substancias alcohólicas crece moderadamente. En cuanto al tabaco, parece ser que el nivel global de consumo se mantiene, aunque es significativo señalar que si bien baja ligeramente la tasa de hombres fumadores, va subiendo la de las mujeres.

Sin embargo, más grave es el hecho del comienzo en estos años de una alta tendencia al consumo de drogas ilegales, primero la heroína y posteriormente aumenta el incremento paulatino y constante de los consumidores de cocaína.

LARAÑA y RODRÍGUEZ (1986:84-85) afirma que: *"En los años setenta aparecen los primeros casos de drogodependientes entre los jóvenes. Las sustancias más utilizadas eran los derivados cannábicos, la grifa (entre los de más edad) y el haschis (entre los jóvenes), algo de mezcalina, ácidos,… y poco más. Estos*

consumidores constituían un grupo muy reducido y localizado por lo que la sociedad no se preocupaba de ellos".

El consumo de drogas ilegales en España comienza a ser un verdadero problema de salud pública a partir de los años setenta, con la introducción de la heroína. A mediados de la década se expande el consumo de drogas, justo coincidiendo con el período de transición política, por lo que su utilización pasa a un segundo plano, ocupado el gobierno y las instituciones en resolver el problema político. Por otro lado, y como afirmaría el Defensor del Pueblo Andaluz (2002) son años en los que el consumo de drogas es un síntoma de modernidad y bien visto por sectores progresistas que defienden políticas liberalizadoras relacionadas con su consumo. Además, se generalizan nuevos valores basados en una cultura hedonista en la que prima la satisfacción inmediata del individuo y la realización personal, creando nuevas formas de toxicomanía de consumo habitual.

Para COMAS (1990:637) *"la heroína ha articulado el proceso de normalización, de incorporación a las pautas de «modernidad» en lo que a consumo de drogas se refiere, para la sociedad española. Una transición que duró varias décadas en el resto de los países europeos, con altibajos y distintas drogas de referencia, se produjo en España en menos de una década y alrededor del consumo de heroína, lo que exacerbó todos los problemas y posibilitó una dramatización abusiva de todo el fenómeno"*.

Con todo ello, a finales de los años setenta la drogodependencia es un factor muy preocupante para gran parte de la población, pues las tasas de morbilidad y mortalidad de los heroinómanos son muy elevadas, a lo que se suma la carencia de recursos de las familias afectadas para hacerle frente.

Pero, obviamente, va a ser el terrorismo el principal y más virulento acto de violencia durante el período de la transición. Si bien a lo largo de la historia de España se han sufrido distintas manifestaciones de terrorismo con distintos objetivos, va a ser con la dictadura franquista cuando nacen grupos que lamentablemente, como es el caso de ETA, continúan activos en la actualidad.

Durante la transición aparecen agrupaciones como las "Fuerzas Armadas Guanches" (FAG), que se corresponde con el brazo armado terrorista del "Movimiento por la Autodeterminación e Independencia del Archipiélago Canario" (MPAIAC), y que

estará activo desde 1976 a 1978. Por otro lado, también desde el independentismo catalán surge "*Terra Lliure"* en 1979, de ideología extrema izquierda y que permanece activo hasta que se disuelve en 1995, cometiendo más de doscientos atentados con algunas víctimas mortales. En los años ochenta surge también en Andalucía la organización "Grupos Armados 28 de Febrero" (GAVF), de ideología nacionalista y marxista, pero se disuelve ese mismo año pues no posee una estructura organizada y sus atentados no suponen más que daños materiales. Y años más tarde, y aunque queda fuera de nuestro período de estudio, se forma a mediados de los ochenta el "*Exército Guerrilheiro do Povo Galego Ceive"* (EGPGC), de tendencia nacionalista radical cuyo objetivo es la independencia de Galicia como estado socialista, comete unos noventa atentados y acaba desapareciendo en 1993.

Otro tipo de terrorismo es el procedente de organizaciones revolucionarias, como el FRAP y los GRAPO. El "Frente Revolucionario Antifascista y Patriota" (FRAP) estará activo de 1973 a 1977 y su objetivo es el establecimiento de una República Popular y Federativa en España. Sin embargo, los GRAPO ("Grupos de Resistencia Antifascista Primero de Octubre"), de extrema izquierda, estarán activos hasta hace pocos años. Su objetivo es implantar en España una República Socialista de tipo maoísta, y durante los primeros años de la transición democrática realizan secuestros y atentados de fuerte repercusión social[18].

Pero, sin lugar a dudas, es el protagonizado por ETA ("*Euskadi ta Askatasuna"*) el que adquiere mayor relevancia. Su origen se encuentra en 1959, con la asociación ilegal de unos pocos jóvenes estudiantes de clase media con la finalidad de perpetrar distintas acciones de agitación política y cultural y movidos principalmente por la pasividad evidente del nacionalismo vasco ante las agresiones del franquismo. Para ALONSO y REINARES (1994:23) *"procede, en concreto, del conflicto social de raigambre decimonónica que enfrenta a la identidad colectiva compartida por un segmento significativo de la población vasca con un diseño estatal español unitario y centralista"*.

En 1962 celebra su I Asamblea, se define como un "Movimiento Revolucionario Vasco de Liberación Nacional, creado en la Resistencia Patriótica"

[18] En 1976 secuestran a Antonio María de Oriol y Urquijo, presidente del Consejo de Estado y en 1977 a Emilio Villaescusa Quilis, presidente del Consejo Supremo de Justicia Militar. En enero de 1979 asesinan a Miguel Cruz Cuenca, presidente de la Sala VI del Tribunal Supremo y llevan a cabo un atentado en una cafetería en Madrid que produce ocho muertos.

estableciendo entonces su “Declaración de Principios” bajo la consecución de objetivos como “liberar la patria” y “liberar al propio pueblo”.

A comienzos de la década de los setenta ya tiene el perfil de una organización terrorista de características bien definidas. Desde el primer atentado de ETA a un agente de la Guardia Civil en 1968 hasta el día de hoy, sus objetivos han sido amplios, desde militares, políticos, empresarios, policías, etc., causando casi novecientas víctimas mortales desde su inicio.

No obstante, para ALONSO y REINARES (1994:24) “*los atentados con resultado de víctimas mortales, iniciados a fines de los años setenta, suscitaron durante la fase terminal del franquismo una represión estatal indiscriminada en la que no faltaron sucesivos estados de excepción, como consecuencia de lo cual se generó en el seno de la sociedad vasca una suerte de adhesión afectiva hacia la organización clandestina, cuya actividad armada era legitimada por muchos de quienes se oponían a la desencadenada por las autoridades y estaba catalizando de hecho una reproducción masiva, radicalizada e intransigente del nacionalismo”*.

Sin embargo, pese a la creencia en la opinión pública de que una vez finalizada la dictadura y acabado el absolutismo y la opresión franquista esta violencia desaparecería, ETA no cambia su análisis político. Sigue considerando a España y a Francia como países ocupantes en el territorio vasco y defendiendo la lucha armada pese al cambio de régimen político.

4.1.5 Referencias bibliográficas.

- ALBERDI, I. (1994a) (2ª Ed): "Actividad laboral de las mujeres", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
- ALBERDI, I. (1994b) (2ª Ed): "Modelos matrimoniales", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
- ALBERDI, I. (1994c) (2ª Ed): "Roles femeninos", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
- ALONSO TORRENS, J. M. (1983): "Análisis demográfico de la familia española", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- ALONSO, L. E. y REINARES, F. (1994) (2ª Ed): "Conflictividad", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- BABIANO, J. (Ed.) (2007): *Del hogar a la huelga. Trabajo, género y movimiento obrero durante el franquismo*. Madrid, Catarata.
- BARREDA, M. y BORGE, R. (Coords.) (2006): *La democracia española: realidades y desafíos. Análisis del sistema político español*. Barcelona, Editorial UOC.
- BARRERA DEL BARRIO, C. (2010): "La transición a la democracia y sus dificultades (1975-1982)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- BRÄNDLE SEÑÁN, G. (2008): *Bienestar doméstico y cambio social en la sociedad de consumo española: el valor de los objetos en la vida cotidiana.* Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- CAMACHO, J. M. (1994a) (2ª Ed): "Consumo de drogas", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- CAMACHO, J. M. (1994b) (2ª Ed): "Delincuencia", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.

- CAMPO, S. del (1994) (2ª Ed): "Fecundidad y familia", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
- CARR, R. y FUSI, J. P. (1979): *España, de la dictadura a la democracia*. Barcelona, Planeta.
- COMAS, D. (1990): "Las drogas en la sociedad española", en GINER, S. (dir): *España: sociedad y política*. Madrid, Espasa Calpe.
- DÍAZ-SALAZAR, R. (1994) (2ª Ed): "La Iglesia Católica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- FUNDACIÓN FOESSA (1981): *Informe sociológico sobre el cambio político en España, 1975-1981*. Vol. I. Madrid, Suramérica.
- GARRIDO, A. (1994) (2ª Ed): "Normas de conducta", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- GIL CALVO, E. (1994) (2ª Ed): "Formas de expresión erótica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- LARAÑA Y RODRÍGUEZ, E. (1986): "Las drogas como problema social tipología y tratamiento". *Revista española de Drogodependencias,* nº 34. Madrid.
- MARÍN, J. M., MOLINERO, C. y YSÁS, P. (2010): *Historia política de España, 1939-2000*. Vol. 2. Madrid, Ediciones Istmo.
- MATÉS BARCO, J. M. (2010): "Economía y sociedad en la España democrática (1975-2008)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- NAVARRO M. (1972): "Pautas de consumo en España y diferencias regionales", en FRAGA IRIBARNE, M., VELARDE FUERTES, J. y DEL CAMPO URBANO, S. (dirs.): *La España de los años 70 (Volumen I. La sociedad).* Madrid, Moneda y Crédito.
- NAVARRO, M. (1994) (2ª Ed): "Consumo", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.

- PÉREZ PEÑASCO, A. y BENAVIDES FISSURE, T. (1983): "Grupos de presión y grupos sociales", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- PRESTON, P. (2004): *Franco "Caudillo de España"*. Barcelona, Editorial DeBolsillo.
- ROBLES OROZCO, G. (1986): "La juventud española", en ABELLA, R. [et al.]: *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- SERRANO SANZ, J. M. (1994): "Crisis económica y transición política" en *Ayer*, núm. 15. Madrid, Asociación de Historia Contemporánea y Marcial Pons.
- SOTO, A. (2005): *Transición y cambio en España. 1975-1996*. Madrid, Alianza Editorial.
- TEZANOS, J. F. (1989): "Modernización y cambio social en España", en TEZANOS, J. F., COTARELO, R. y DE BLAS, A. (Eds): *La transición democrática española*. Madrid, Sistema.
- VILAR, S. (1986): *La década sorprendente (1976-1986).* Barcelona, Planeta.

4.2

El cine español en la Transición democrática española

Dibujo de Fernando Esteso, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.202.*

CAPÍTULO IV

MARCO CONTEXTUAL: CINE Y SOCIEDAD EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA

EL CINE ESPAÑOL EN LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA

4.2 El cine español en la transición democrática

4.2.1 Introducción.

La década de los años setenta se corresponde con unos años de agitación política y social que va a tener su repercusión irremediablemente en el cine. Son los años de la agonía y muerte del franquismo, así como también de una severa crisis en la industria cinematográfica.

Es inevitable destacar la muerte en 1975 del general Francisco Franco y, con ella, la entrada directa en el conocido período de transición a la democracia. Con ello,

España deja atrás un régimen dictatorial y se convierte en un Estado social y democrático de derecho. Tras la muerte del dictador, Juan Carlos I de Borbón es proclamado Rey ante las Cortes españolas, quien confirma en su puesto a Carlos Arias Navarro, Presidente del Gobierno del régimen franquista. No obstante, debido a las dificultades surgidas entre ambos, Arias Navarro es sustituido en su cargo por Adolfo Suárez, que será el encargado de instaurar un régimen democrático en nuestro país. Así, se celebran las primeras elecciones democráticas tras la Guerra Civil el 15 de junio de 1977, y el 6 de diciembre de 1978 se aprueba en referéndum la Constitución Española, que entra en vigor el 29 de diciembre del mismo año. Y a todo ello habría que añadir la crisis general de nuestra economía, en la que irremediablemente se ve sumido el cine español.

Este reducidísimo resumen histórico nos sirve para tratar de ponernos en situación. Y es por ello que a continuación nos permitimos reproducir un texto del libro *El cine español después de Franco* de JOHN HOPEWELL (1989:11-13) que creemos sintetiza extraordinariamente el escenario español de este período:

"En los años 70, España dio una idea genial para una película. Tal como aconsejaba Sam Goldwyn, el argumento comienza con un verdadero terremoto:

> *Primeras horas de la mañana del 20 de diciembre de 1973, Madrid. El almirante Carrero Blanco acaba de salir de misa. Primer ministro y el más estrecho colaborador de Franco durante treinta y dos años, es la única figura del gobierno con voluntad y carisma suficientes para continuar el franquismo cuando se desmorone el vetusto dictador. Una potente carga explosiva se halla oculta en el camino por el que ha de pasar. Se produce una gran explosión. El Dodge blindado del almirante salta por los aires hasta una altura de casi quince metros, pasa por encima de un muro de la iglesia de San Francisco de Borja y cae en un patio. Carrero Blanco llega ya muerto al hospital. Otra vez se plantea el gran interrogante: y después de Franco, ¿qué?*

Los personajes están bien definidos, aunque no exentos de cierta ambigüedad:

> *Esperando suceder a Franco en la jefatura del Estado se encuentra el príncipe Juan Carlos de Borbón. Fornido y varonil, se le ha relegado al papel de comparsa, y en los actos oficiales aparece siempre tras la figura rechoncha del caudillo, como si fuera un gigante amansado. Juan Carlos ha jurado fidelidad a*

los principios del Movimiento. En los ambientes políticos se piensa que no durará mucho después de que Franco muera. Su reinado se recordará como el de «Juan el Breve».

Hay una clara progresión cronológica:

El sucesor de Carrero Blanco es Arias Navarro. Partidario de implantar una tímida liberalización, una «apertura», se debate entre el más absoluto inmovilismo y una reforma superficial. Totalmente falto de inspiración, permanece sentado en su despacho como una «esfinge sin secreto». Franco muere de peritonitis el 20 de noviembre de 1975. En Barcelona, los productores de cava hacen su agosto. Se respira un ambiente de putrefacción política. Los conciliábulos de la oposición aumentan. La prensa más radical propugna una ruptura total con el pasado. Los españoles políticamente apáticos adquieren de pronto cierta «mystique de gauche».

Los acontecimientos alcanzan un clímax:

La muerte de Franco es un ocaso que se ha confundido con el amanecer. Arias Navarro ha resultado ser un «continuador estricto del franquismo». Su sucesor, Adolfo Suárez, posee juventud, mucho encanto y un grado similar de ambición; pero no tiene credenciales democráticas en absoluto y, así como el rey Juan Carlos necesita la democracia para legitimar su trono, él la necesita para legitimar su poder. Tiene que persuadir a las Cortes franquistas para que aprueben una ley de reforma política que reinstaure la democracia en España. Dos días de conversaciones en los pasillos…

Y hay un final feliz a gusto de todos, en el que intervienen incluso los actores secundarios:

Los parlamentarios «oportunistas» no quieren aceptar la pesada responsabilidad de decir no a una ley que el rey, la Iglesia, la mayoría del pueblo español y las naciones democráticas del mundo desean. En un acto de calculado altruismo, las Cortes votan su propia disolución… El 15 de junio de 1977 se celebran elecciones democráticas por primera vez en cuarenta años. La Unión de Centro Democrático de Suárez obtiene una importante victoria. Las elecciones son un triunfo de entusiasmo y moderación, dos factores que brillaban por su ausencia

en el pasado. El 79 por 100 del electorado acude a las urnas. España es, «grosso modo», una democracia.

Así acaba el melodrama español «De la dictadura a la democracia»".

4.2.2 La industria cinematográfica española. Años de crisis.

El cine es un medio de comunicación, de expresión cultural y de entretenimiento, de una enorme importancia económica y social, puesto que es un arte y una industria al mismo tiempo, con un enorme poder de presión sobre la sociedad por su tremenda influencia sobre el comportamiento y las formas de vida. Es por ello que, a lo largo de la historia, los poderes públicos han intervenido, sometiendo a las películas a determinados controles ideológicos –censura–, pero también vigilando su vertiente económica y de libre mercado y, por supuesto, creando una legislación que apoye y promueva un cine nacional.

Como todo proceso económico, el sistema cinematográfico está formado por los sectores de producción, distribución comercial y consumo (exhibición), y la ayuda o protección estatal necesariamente debe recaer sobre los tres sectores.

La industria cinematográfica, como productora de películas, no tiene autonomía económica para ser rentable por sí misma. Es por ello que siempre se ve sometida a una enorme competencia internacional que, a lo largo de la historia, le ha obligado a sufrir diversos periodos de crisis. Para poder subsistir necesita que los distintos gobiernos mantengan una política de ayudas que equilibre su siempre dañada economía.

Los mecanismos de protección gubernamentales pueden sintetizarse en:

- Créditos oficiales especializados, concedidos por instituciones públicas y con unas condiciones de interés y amortización más ventajosas que las ofrecidas por los bancos privados.
- Subvenciones económicas, ya sean automáticas o selectivas, concedidas por los organismos cinematográficos oficiales. La ayuda automática se destina a

> todas las películas realizadas sin distinción de temas, géneros o calidad de producción, (a excepción de las clasificadas como "X", que no tienen protección estatal en ningún país y están sometidas a los tipos impositivos más altos de IVA), mientras que la selectiva se basa en criterios subjetivos de calidad y pretende incentivar aquellas películas que bien por temática o bien por valores técnicos y artísticos se piense que deben recibir un trato económico especial.

Sin embargo, lejos de ayudar a la producción cinematográfica, estas ayudas selectivas pueden tener efectos tan negativos que han minado el avance de la industria del cine en lugar de potenciar su desarrollo. ANTONIO CUEVAS (1999:79-80) lo resume de la siguiente manera:

- *Se produce una inflación artificial de los presupuestos y costes de producción, al pretender alcanzar los productores una mayor cuantía en las subvenciones.*
- *Se crean sociedades de producción efímeras, por parte de los directores, que se constituyen en empresa para producir su película subvencionada.*
- *Los proyectos cinematográficos se plantean para obtener el dinero del Estado y de espaldas a la audiencia.*

La intervención del Estado en la fase de distribución es bastante más reducida, inexistente en muchos países. Las distribuidoras cinematográficas obtienen de los productores los derechos de explotación de los filmes, editando las copias que sean necesarias de cada película, promocionándolas en los distintos medios de difusión y haciéndolas llegar a las salas de exhibición de todo el territorio nacional.

En 1955 se intenta apoyar y estimular el mercado de películas españolas con la "cuota de distribución". El mecanismo no es más que conceder "licencias de doblaje" a aquellas empresas distribuidoras que desean explotar en España películas foráneas, pero dobladas al idioma oficial. Para conseguir estas licencias, por supuesto tienen que justificar que también distribuyen películas nacionales.

El ciclo de ayudas de protección estatal se termina en la fase de exhibición con la denominada "cuota de pantalla", de nuevo un intento de favorecer la cinematografía nacional, que consiste en reservar un espacio en el mercado cinematográfico a las

películas españolas, ya que obliga a los exhibidores a programar un mínimo de tiempo de filmes nacionales.

Sin embargo, al margen de estas ayudas, parece posible que las continuas crisis por las que ha atravesado el cine español, debido sobre todo al profundo desequilibrio de mercado propiciado por la importación de filmes foráneos, tienen su origen en la orden comunicada por el Ministerio de Industria y Comercio en 1941, por la cual queda prohibida toda proyección cinematográfica en otro idioma que no sea el español, con lo cual se implanta la obligatoriedad del doblaje de las películas extranjeras.

La legislación cinematográfica en España se inicia en 1939 con la Subcomisión Reguladora de la Cinematografía, dependiente del Ministerio de Industria y Comercio, pero es en 1941 cuando se dictan las primeras normas protectoras, como fue la institución del crédito cinematográfico nacional a la producción de filmes (el cual podía ascender hasta el 40% del coste de su realización), la concesión de premios anuales a la producción de mayor calidad, la celebración de un concurso anual de guiones y el establecimiento de becas para el perfeccionamiento de la técnica cinematográfica.

Paralelamente se establece la "cuota de pantalla", en este momento en una proporción de 6 a 1, es decir, se fija la obligatoriedad en una semana de proyección de películas nacionales por cada seis de filmes extranjeros, pero será revisada en numerosas ocasiones. Así, en 1964 se implanta una cuota del "4 a 1"; en 1971 del "3 a 1"; en 1977, 120 días al año o "3 a 1"; en 1980, una proporción del "3 a 1"; en 1986 se adapta la normativa a la legislación europea y se incluyen las películas comunitarias, quedando la cuota en "2 a 1"; y seguirá experimentando cambios hasta el día de hoy.

Al margen de otras medidas protectoras, no es hasta 1952 cuando la Dirección General de Cinematografía y Teatro introduce importantes cambios. Por primera vez se establece una ayuda a la exportación que se concederá a aquellas películas españolas que produzcan divisas a la economía nacional. Pero sobre todo se crea un sistema de subvenciones económicas a fondo perdido cuya cuantía se determinará según la clasificación obtenida por cada película. Esta clasificación (Interés nacional, 1ª A, 1ª B, 2ª A, 2ª B y 3ª) es otorgada por una nueva Junta de Clasificación y Censura y determina el porcentaje a recibir sobre el coste de producción, que puede ir desde el 50% en la categoría de "interés nacional" hasta la ausencia de subvención y prohibición de exportación al extranjero en la "3ª".

Sin embargo, lejos de fomentar una producción nacional de calidad, estas subvenciones produjeron un enorme perjuicio a la producción española. Según CUEVAS (1999:91): *"…El error (…) estaba en la mecánica de carácter subjetivo aplicada para conceder las subvenciones económicas a las películas realizadas, ya que los productores, en uso de la ley del mínimo esfuerzo y del mayor rendimiento económico, planeaban y realizaban sus producciones pensando más en obtener una elevada clasificación de las juntas ministeriales que en conseguir buenos productos para el público. Además, la suerte económica del productor, o su desgracia, dependía de las decisiones de las juntas, que, naturalmente, no estaban exentas de errores, en uno u otro sentido*".

También en esta fecha se crea una medida, sin precedentes internacionales, (y que será revisada en legislaciones posteriores) que regula la comercialización cinematográfica. Es la "cuota de distribución" y plantea la obligatoriedad por parte de las empresas distribuidoras de incluir en sus lotes de cada temporada una película de producción nacional por cada cuatro extranjeras dobladas al castellano.

Pero el avance quizá más importante se produce en 1964 con José María García Escudero como Director General de Cinematografía. Se eliminan las subvenciones "subjetivas" y se establece un sistema de subvenciones automáticas consistente en un 15% de los rendimientos obtenidos en taquilla durante los primeros cinco años de explotación pública, lo que consiguió un enorme progreso en el cine nacional.

Pero a partir de 1970 la producción nacional se arruina considerablemente, en parte como es lógico por la profunda crisis económica que sufre el país, pero sobre todo porque el Gobierno estatal bloquea los fondos de protección y adquiere con la industria cinematográfica española una deuda inconcebible[1]. Al mismo tiempo, algunas multinacionales americanas dejan de invertir en nuestro cine.

Para subsanar ese problema se dicta una nueva Orden en 1971 que no hace más que propiciar una nueva época de incertidumbre económica y artística para nuestro cine

1 El organismo creado para la financiación de la ayuda estatal al cine, el Fondo de Protección a la Cinematografía, sufre en estos años un fuerte déficit económico lo que le obliga a retrasar los pagos a las empresas productoras originando una importante descapitalización de éstas, propiciado en parte por el escándalo Matesa. En julio de 1969 Juan Vilá Reyes, como principal accionista de esa empresa, es encarcelado por fraude y delito monetario. Vilá mantenía una deuda de 10.000 millones de pesetas con un banco público, el Banco de Crédito Industrial, que le concedía créditos para la exportación de telares industriales que nunca fueron exportados. En el ámbito cinematográfico supuso que el Gobierno no pagara la subvención automática del 15% establecida por García Escudero puesto que el banco fue intervenido y se bloquearon los créditos que se concedían a través de él.

puesto que no se determina el porcentaje económico a percibir en concepto de ayuda ni tampoco quiénes lo reciben. Y se mantendrá de esta manera hasta que en 1977 se restablece de nuevo la subvención del 15% automático.

En general, nuestro período de análisis supone un continuo ir y venir de cambios, reformas y acotaciones legislativas en materia cinematográfica, sobre todo en lo referente a la "cuota de pantalla" y a la "cuota de distribución". Así, en lo concerniente a la primera, podemos señalar que en 1971 se establece una cuota de "3 a 1"; "de 120 días al año" o de "3 a 1" en 1977; de "3 a 1" en 1980; o de "2 a 1" en 1986, cuando se incluyen además en este año las películas comunitarias. En cuanto a la "cuota de distribución" el cambio más importante se producirá en 1980 cuando se establece una proporción de cinco a una, pero con la salvedad de que la concesión de las licencias de doblaje tenía ciertas condiciones, como la obligación de firmar un contrato de distribución con una productora española, acreditar el estreno en una población cinematográfica importante u obtener unos ingresos de taquilla determinados; y de nuevo en 1986 se produce la adaptación a las normas de la Comunidad Europea, que deja a las películas comunitarias con la misma libertad de mercado que las españolas.

Además, ambos porcentajes motivaron siempre el continuo enfrentamiento entre los distintos sectores de la industria. En 1970, por ejemplo, los componentes del ASDREC (Asociación Sindical de Directores-Realizadores Españoles de Cinematografía) hacen una serie de propuestas como: la supresión del doblaje de películas extranjeras (que se proyecten en versión original), que se establezca un criterio de selección en la importación de películas extranjeras, que la cuota de pantalla llegue a ser del uno por uno, que se prohíban los contratos de distribución a tanto alzado, y que se imponga un riguroso control de taquilla. Obviamente el gremio de distribuidores y exhibidores se opuso radicalmente a estas medidas, llegando a pedir por contra la supresión de las subvenciones y ayudas estatales al cine español.

La versión oficial defendía, pese a la crisis evidente del cine español, que la producción aumentaba día a día en calidad y en cantidad, pero los profesionales del sector no estaban en absoluto de acuerdo. El catedrático y crítico de cine Miquel Porter Moix sostiene que "*… el retroceso en cantidad es notorio, y en cuanto a calidad, cada vez se observa una mayor separación entre los esfuerzos por un cine inteligente y el abandono de la mayoría de los productores, fiados en una política de consumo. El primer apartado puede encontrar sus causas en la crisis económica general, que*

repercute en una falta de inversionismo, y al desbarajuste administrativo y legislativo del Gobierno. Para el segundo cabe encontrar las causas en un mal aprovechamiento de la permisividad de la censura y en la enfeudación casi inevitable de los productores a las distribuidoras"[2].

Puede decirse que la situación heredada de los últimos años del franquismo no podía ser peor. Según MÉRIDA (2002:46) "*… Por una parte, los sectores de la distribución y la exhibición estaban virtualmente monopolizados por las grandes compañías norteamericanas. Por otro, seguían proliferando pequeñas productoras que apenas lograban sacar adelante uno o dos largometrajes, sin lograr dar al medio un verdadero impulso industrial. (…), al tiempo que la censura seguía vigente; se mostraba más permisivo con los temas sexuales y los desnudos, pero tan duro como de costumbre con las cuestiones políticas y sociales. A todo ello hubo que sumar, primero, la competencia de la televisión y, después, la del vídeo doméstico, que progresivamente fue restando espectadores a las salas. El panorama, por tanto, era verdaderamente crítico. Y los profesionales del cine, en lugar de hacer un frente común para solventar la crisis, prefirieron actuar por libre. Algunos llegaron incluso a retirarse coyunturalmente esperando a que las aguas se serenasen. Otros, por el contrario, aprovecharon el momento para intentar hacer dinero, aunque fuese a costa de la pésima imagen que el cine español arrastraba ya desde hacía años*".

Sin embargo, a partir de 1975 y hasta el triunfo socialista de 1982 se producen una serie de cambios estructurales en el cine que lo diferencian manifiestamente de los años anteriores: la desaparición en febrero de 1975 de la censura previa de guiones y la promulgación del Decreto-Ley de 11 de noviembre de 1977 que por fin legaliza la desaparición sensata de la censura y el comienzo de una mayor libertad de producción. A esto hay que añadir que en 1978 se abolía la obligatoriedad de exhibición del NODO con lo que ello suponía de ruptura de patrones para el género del documental y de la propia exhibición.

En 1977, con la llegada de la UCD y Adolfo Suárez al poder, se establecen una serie de medidas que tratan de conseguir una rápida recuperación de la industria cinematográfica española, pero no surten efecto, sino todo lo contrario. Se restablece la subvención automática del 15%, se implantan nuevas cuotas de distribución, se crean

[2] Encuesta de Ángeles Masó y Lluís Bonet Mojica, "Cine español: entre el temor y la esperanza. 1978, un año crítico", *La Vanguardia* (Barcelona), 15-16 de noviembre, 1978.

salas especiales para las películas "S"[3], y se establecen algunas disposiciones para que el cine y TVE pudieran trabajar juntos. Pero lo que se consigue es un aumento vertiginoso de los costes de producción, por lo que la industria cinematográfica depende ahora abusivamente de la financiación estatal. Por otro lado, las empresas de distribución sufren ahora una situación difícil, pues las empresas norteamericanas son dueñas del mercado y dan salida primero a sus productos. Y también padecen las compañías de exhibición, sobre todo por la competencia con la televisión y el vídeo doméstico, que les roba una gran mayoría de público.

Según PELAZ LÓPEZ y RUEDA (2002:221-222) los años setenta comienzan con una alta asistencia a las salas de cine, (entre el 17% y el 18%), consecuencia del "*boom*" de los sesenta. Incluso establecen el punto máximo de asistencia en el año 1977, consecuencia seguramente de la tan deseada desaparición de la censura con el consiguiente estreno de muchos títulos prohibidos hasta entonces. Pero en los años siguientes, de 1977 a 1983 se produce un cierto descenso, lo que los autores denominan lento declive, y que comienza en 1977 cuando los precios de las entradas suben un 25% y otro 20% al año siguiente. Aumentan los costes de producción en torno al 60% y se produce un descenso muy significativo de las salas de exhibición. Pero lo peor llega a partir de 1983, cuando la audiencia semanal en los cines se reduce prácticamente a la mitad y cuyas causas pueden ser: el cambio de costumbres sociales, de formas de explotación de lo cinematográfico, de mayor número de alternativas de ocio, etc.

DÍEZ PUERTAS (2003:45-56), en su *Historia Social del Cine en España*, nos cuenta que habitualmente se ha venido utilizando el número de largometrajes rodados en un año como índice para evaluar la situación de la industria cinematográfica. Según esto, el autor habla de una fase de recesión a partir de 1967 y que se mantiene hasta el 2001. Sus causas se encuentran de nuevo en la competencia de la televisión y en la aparición de otras formas de ocio, pero sobre todo, en factores propios de la industria de producción, pues la recesión la hace depender mucho más del dinero público. No obstante, afirma que en el período de estudio que nos interesa, esa recesión es suave, aunque se producen varias crisis: la primera, con la desaparición de García Escudero y la Dirección General de Cinematografía en 1968 y la segunda, más importante, en 1971, cuando se origina una descapitalización del Fondo de Protección de unos 230 millones de déficit debido al abuso de años anteriores, de tal forma que se retrasan los pagos a los

[3] Distintivo otorgado a aquellas películas cuyo contenido podía herir la sensibilidad del espectador.

productores, quienes se quedan sin financiación. Y esta deuda sube hasta los 2000 millones de pesetas en 1979. A todo esto hay que añadir el fraude en el control de taquilla, la libre importación de películas desde 1977 y la anulación de la cuota de pantalla.

El autor añade a continuación las palabras del entonces diputado por Coalición Democrática, Manuel Fraga Iribarne, pronunciadas en la sesión parlamentaria del 24 de octubre de 1979: *"el cine español está en trance de desaparición. El paro es angustioso y resulta trágico y conmovedor […] ver cómo muchas actrices y actores de prestigio intentan ocultar y disimular ante sus compañeros, ante el público y ante la prensa, su angustiosa situación económica, que roza en muchos casos los niveles mínimos de subsistencia"*. Y a partir de 1983, habla de una recesión verdaderamente alarmante, pero queda fuera de nuestro estudio.

No obstante, a partir de la década de los ochenta, el cine español inicia una intensa transformación. Es precisamente Pilar Miró quien, en 1982, con la llegada del gobierno socialista al poder, ocupa la Dirección General de Cinematografía, ya dependiente del Ministerio de Cultura. Miró promulgó una serie de medidas reformistas, conocidas popularmente como "ley Miró", que apenas lograron mejorar sensiblemente los sectores de la distribución y la exhibición y, al mismo tiempo, durante el trienio de su mandato, la producción experimentó una importante caída. Se estipuló una cuota de pantalla de "3 a 1" y la cuota de distribución se redujo a cuatro licencias de doblaje de películas extranjeras por cada cinta española. Además de regular la subvención automática del 15% y de otras ayudas especiales, estableció un nuevo tipo de subvención anticipada, no superior al 50% del coste presupuestado y que se asignaba por una comisión que estudiaba los guiones, el presupuesto, un plan de financiación y una relación del equipo técnico y artístico previsto para la producción de cada película. Pero esta nueva ayuda no consiguió más que inflaran sus presupuestos la mayoría de los proyectos con el fin de financiarse únicamente con el dinero de la subvención, al margen de las continuas acusaciones de "amiguismo", por parte de algunos sectores de la industria, hacia la comisión que otorgaba la subvención.

A pesar de ello, la calidad media de los proyectos aumentó considerablemente y las películas españolas empezaron a tener un gran impacto fuera de nuestro país.

4.2.3 Años de censura.

El cine, como medio de comunicación que ejerce una enorme influencia sobre su público receptor, desde muy pronto se ve afectado por distintas formas de censura, para de esta manera vigilar, controlar y orientar sus contenidos, especialmente durante los años que dura la dictadura franquista, y utilizada para defender y propagar los principios y doctrinas del régimen.

La censura cinematográfica, entendida como toda acción de corrección, reprobación, acotación, intervención o cualquier otro mecanismo de control llevado a cabo por un censor gubernativo, se instituye oficialmente en España en 1912[4] y desaparece con el Real Decreto 3071/77 del 11 de Noviembre. No es exclusiva de España, ni del período franquista, pero sí es cierto que durante los años del régimen de Franco los censores actuaron con mucha más dureza y arbitrariedad que aquéllos de otros tiempos.

CÁNOVAS ORTEGA (2008:2) afirma que "*en el discurso franquista predominan el feroz anticomunismo, la vuelta a la tradición, el antirrepublicanismo, antiliberalismo, militarismo, unidad nacional, exaltación patriótica, nacionalcatolicismo, profundo paternalismo expresado en la dualidad protección / represión, la familia como pilar básico de la sociedad...*".

En este sentido, la censura cinematográfica se ejerce principalmente sobre cuatro ejes muy concretos: la religión, la política, la moral y la vida social, y que pueden resumirse rápidamente de la siguiente manera:

En cuanto a la censura religiosa, es evidente la existencia de vínculos muy estrechos entre el Estado y la Iglesia Católica, por lo que ésta última está siempre

[4] La Real Orden del Ministerio de Gobernación de 27 de noviembre de 1912, recogida en Gaceta de Madrid del día 28, recoge los preceptos científicos y/o sanitarios que justifican esta censura: "*El extraordinario desarrollo que ha adquirido la exhibición de películas cinematográficas en los numerosos espectáculos públicos del mundo entero ha dado lugar a que los hombres de ciencia, educadores e higienistas comprueben el notable influjo que dichos cuadros suelen ejercer en el público, y especialmente en la juventud, sugestionable y predispuesta a imitar los actos delictuosos e inmorales que la codicia de ciertos fabricantes reproducen por medio de la fotografía, contribuyendo inconscientemente sin duda a originar graves daños de índole privada y social […]. En España, diversas Corporaciones científicas, como la Sociedad Española de Higiene, y recientemente la Sociedad Pediátrica Española, señalaron los citados peligros, y esta última Asociación ha formulado una protesta enérgica, fundada en hechos clínicos, habiendo cooperado a estas campañas la prensa periódica con rara unanimidad y sin distinción de matices, para pedir a los poderes públicos una inmediata intervención para evitar tan graves males*".

vigilante para que el cine no se desvíe del buen camino y sirva como medio de difusión y propaganda del dogma católico, considerando a éste como la única y verdadera religión. Así, la Iglesia y sus representantes son intocables, de tal manera que se prohíbe cualquier atrevimiento, por nimio que sea. No se permite la crítica, burla u ofensa de los valores religiosos, no se permite la degradación moral de los estamentos religiosos y curas y monjas deben tratarse en la pantalla con la mayor dignidad posible: no ha de ponerse en duda su vocación religiosa, su voto de castidad o su honradez.

La censura política es evidente en un régimen surgido por la sublevación del ejército. Por ello, los estamentos militares, policía y guardia civil han de ser llevados a la pantalla con el mayor respeto posible e, igual que en el caso anterior, nunca ha de ponerse en duda su integridad y moralidad. Por supuesto, la figura del jefe del Estado debía tratarse con el máximo respeto y no se aceptaba la crítica política en ningún sentido. Además, cuestiones como la defensa del patriotismo, de todo lo español, pero también de aquellos países aliados a Franco en cada momento.

Del mismo modo, objetivo de la censura es también la prohibición de todo lo que pueda ser considerado como inmoral. Por ejemplo: se prohíben las diversiones como fiestas y bailes porque pueden provocar situaciones frívolas o que inciten a la insinuación o seducción; hay que vigilar la vestimenta, incluso el peinado, sobre todo de las mujeres, y no se permiten escotes, minifaldas, transparencias o semidesnudos de ningún tipo; no se permiten las efusiones amorosas, y mucho menos con personas del mismo sexo; se defiende a ultranza la institución de matrimonio y la fidelidad; quedan prohibidas las relaciones extramatrimoniales y cualquier alusión a la homosexualidad; y, por supuesto, nunca se aceptan escenas en las que aparezca el sexo explícito, violaciones, violencia, prostitución o alusiones al control de la natalidad, al divorcio y al aborto.

No obstante, hay que destacar también la existencia de una desigualdad sexual entre el hombre y la mujer evidente. El deseo sexual en el hombre es una actitud normal y aceptable y, por tanto, es responsabilidad de la mujer rechazar esos instintos del hombre antes del matrimonio. En el caso de que la mujer tenga relaciones con varios hombres, es considerada como prostituta, mientras que en el caso contrario, es todo un macho, en su acepción de fuerte y vigoroso. Por otro lado, es el hombre el que debe tomar siempre la iniciativa, una mujer no puede ir más allá de sus deseos de ser madre y ama de su hogar.

No sólo la ideología del régimen o la iglesia amparan esta vigilancia moral, sino que una buena parte de la sociedad también condena la mayor parte de sus axiomas, sobre todo en lo concerniente a las relaciones sexuales extramatrimoniales.

Por último, la censura social, severamente relacionada con las anteriores, y que vigila que se difunda la imagen de una España austera y sacrificada que huye de fiestas frívolas y pintorescas. No se van a permitir referencias a la situación social española, a la lucha de clases, a movimientos obreros, protestas, manifestaciones o huelgas, pero sí se anima, por ejemplo, la exaltación al trabajo y la ambición.

Por otro lado, hay que decir que la censura cinematográfica española puede verse desde dos ámbitos: desde los postulados marcados por la propia legislación, pero también desde su aplicación práctica por parte de los censores. Desde el punto de vista legislativo, no es hasta abril de 1963, con García Escudero como Director General de Cinematografía y Teatro, cuando se promulgan las primeras normas que regulan los criterios en los que regirse los miembros censores. Sin embargo, y según AÑOVER DÍAZ (1992: 21-22) "*a nivel extraoficial hubo códigos y normas de censura elaborados por los propios censores. Así, en 1937, la Junta de Censura de Salamanca aprobó, el 4 de mayo, las instrucciones o normas por las que debían regirse los censores de películas ya realizadas*". Por otro lado y, hasta el momento de la legislación, la censura depende totalmente del criterio arbitrario y subjetivo del censor, causa por la que los criterios de censura son contradictorios, turbios y desordenados. Los censores son designados por el Ministerio y, a partir de 1946 son tres personas las responsables de censurar un mismo guión, además de los censores eclesiásticos y militares designados para resolver aquellas cuestiones por las que unos u otros podían resultar ofendidos.

Asimismo, TRENZADO ROMERO (1999:52-53) habla también de conformidad y armonía entre la censura estatal y la industria cinematográfica, algo inicialmente insólito. Afirma que "*durante buena parte del régimen de Franco existió una clara connivencia de intereses ideológicos y económicos entre la industria del cine y el Estado. Sólo en algunas ocasiones se dieron discrepancias entre las lógicas de ambas esferas, y ello se debió más bien al carácter peculiarmente resistente de ciertos colectivos de cineastas (…) que a las contradicciones de intereses. (…) En cualquier caso, estas y otras divergencias entre industria y censura estatal sólo tuvieron repercusión política en momentos de crisis de legitimación de la dictadura, tales como el final de los años sesenta y el comienzo de la siguiente década*".

No obstante, conforme a la argumentación de GONZÁLEZ BALLESTEROS (1981), autor que repasa las normas de censura promulgadas en España entre 1912 y 1978, pueden establecerse seis etapas en todo el proceso legal y normativo: la primera, entre 1896 y 1936; la segunda, de 1936 a 1951; la tercera, de 1951 a 1962; la cuarta, de 1962 a 1969; la quinta, de 1970 a 1975; y la sexta: de 1976 a 1978. También GUBERN (1981) y TRENZADO ROMERO (1999) han estudiado cumplidamente la función y regulación de la censura cinematográfica española, en este caso más centrados en el período franquista y la posterior transición democrática, manteniendo la hipótesis de las cinco últimas etapas.

En cuanto a la primera etapa propuesta, de 1896 a 1936, hay que decir que la censura no se ejecuta demasiado, principalmente porque la industria cinematográfica está aún por despegar, porque no se ha creado todavía el medio idóneo para regularla de forma adecuada y por la propia inestabilidad política de estos años. Sin embargo, es el período en el que se realiza el primer intento de regulación con la Real Orden de 1912 comentada anteriormente, o el Decreto de 25 de Octubre de 1935 en el que se propone la prohibición de llevar a cabo películas que traten de alterar hechos históricos, difamar a instituciones o personalidades del Estado u ofender a países hispanoamericanos.

La segunda etapa, de 1936 a 1951, con la interrupción de la guerra civil, es en palabras de TRENZADO ROMERO (1999:57) "*el comienzo de la retórica totalitaria de la cultura del miedo*". Así, en febrero de 1938, en plena guerra civil, se crea la Comisión de Censura Cinematográfica y la Junta Superior de Censura Cinematográfica, para inspeccionar las películas ya rodadas. La censura previa de guiones se establece con la orden del 15 de julio de 1939, y afecta exclusivamente a las películas españolas, permaneciendo en vigor hasta 1976.

Durante el período franquista se habían establecido diversos mecanismos que buscaban la aceptación de los principios del régimen por parte de la sociedad española y, sobre todo, eliminar desacuerdos. TERUEL RODRÍGUEZ (2004:452) afirma que estos dispositivos de control no se olvidaron de intervenir en ningún medio de comunicación para difundir así sus ideales y mantener la unidad. Por supuesto que el cine se vio afectado por esa censura pero, además, en mayor medida si cabe que otros medios puesto que es ideal para interiorizar las normas y valores vigentes en cualquier contexto social ya que es percibido por los ciudadanos como una forma de entretenimiento más que como medio de información.

El arbitrio de la censura se producía en muchos aspectos de la vida pues repercutía sobre cuestiones políticas, morales, sociales, religiosas, etc., que se abordaran en la película, de manera que eran muy pocos los temas que podían quedar fuera de su control. Y al margen de sus implicaciones políticas o sociales, también tuvo consecuencias económicas importantes pues, por ejemplo, no se censuraba en la misma medida el cine nacional y el extranjero, lo que obligó a los productores en diversas ocasiones a realizar dobles versiones de una misma película para intentar burlar a los organismos competentes en esta materia[5]. Tampoco contemplaba por igual a todo el cine nacional, favoreciendo siempre la promoción de filmes más comerciales.

La censura de las películas españolas empieza con el guión, posteriormente es necesario conseguir el permiso de rodaje y para terminar, una vez finalizada la película, ya sea española o extranjera, y desde 1938, es obligatorio presentarla a la Comisión y Junta Superior de Censura Cinematográfica, dependiente del departamento de Prensa y Propaganda del Ministerio de Gobernación, hasta que en 1941 pasan a estar en manos de la Vicesecretaría de Educación Popular de Falange Tradicionalista y de las JONS, de la Secretaría General de FET y de las JONS, y desde 1945, del Ministerio de Educación Popular.

En 1942 se crean la Junta Nacional de Censura Cinematográfica y la Comisión Nacional de Censura Cinematográfica. Y en 1946 ambas instituciones se refunden para formar la Junta Superior de Orientación Cinematográfica. Según AÑOVER DÍAZ (1999:107), esta Junta en su artículo 3º "*asumía todas las responsabilidades de clasificación del material cinematográfico a efectos de protección económica y, muy especialmente, la tarea de ejercer la censura de toda clase de películas nacionales y extranjeras, que hayan de proyectarse en territorio nacional, así como la del material de propaganda de las casas distribuidoras o propietarias de películas que remitan con éstas a las salas de proyección*".

La tercera etapa, de 1951 a 1962, destaca por la profesionalización y organización de la censura, estableciéndose la censura preventiva, lo que conlleva la intervención del gobierno en todo el proceso de creación y producción cinematográfica.

[5] Se creaban dos versiones de una misma película, que se filmaba a la vez con dos cámaras. La interpretación más suave se estrenaba en España mientras que la otra se distribuía fuera del país. El público español, ansioso por ver estas películas se desplazaba al país vecino creando, de esta manera, una industria cinematográfica española fuera de nuestras fronteras.

En julio de 1951 se crea el Ministerio de Información y Turismo, comenzando así una nueva etapa para el cine español. De este Ministerio, a partir de ahora, pasa a depender todo lo relacionado con el cine, y es presidido en un primer momento por Gabriel Arias Salgado, quien según TRENZADO ROMERO (1999:97) "*dirigió durante más de una década los designios de las políticas comunicativas franquistas con el mismo celo falangista e integrista que le había caracterizado en la postguerra"*. En este momento, uno de los cinco directores generales de Cinematografía y Teatro va a ser José Mª García Escudero, cuyo cometido duraría tan sólo unos meses debido al escándalo producido por la clasificación oficial de las películas *Alba de América* (Juan de Orduña, 1951) y *Surcos* (José Antonio Nieves Conde, 1951). Esta última narra los problemas de adaptación a la vida urbana de los inmigrantes rurales, mostrando lacras sociales como el paro, el estraperlo o la prostitución, lo que no gusta nada a la jerarquía eclesiástica y política, pero aún así, García Escudero le consigue la calificación de Interés Nacional, en contra de todos y dejando sin esta distinción a la realizada por Juan de Orduña, mucho más afín con los principios del régimen.

La Dirección General de Cinematografía y Teatro cuya función principal es *"tutelar las actividades culturales, políticas, morales, artísticas y administrativas de los espectáculos públicos no deportivos"*[6] va a tener en este período cinco directores generales: el ya nombrado García Escudero, Joaquín Argamasilla, Manuel Torres López, José Muñoz Fontán y Jesús Suevos, lo cual explica, según TRENZADO ROMERO (1999:99) "*las contradicciones en el seno del aparato estatal de control cinematográfico, que frecuentemente cristalizaban en algún escándalo coyuntural y finalizaban con la salida del director general correspondiente*".

La cuarta etapa, de 1962 a 1969 supone siete años de afianzamiento del sistema de censura: se regula qué se censura, quién y cómo. Al frente del Ministerio de Información y Turismo se coloca a Manuel Fraga Iribarne y en la Dirección General de Cinematografía, desde 1962 a 1967, de nuevo a García Escudero quien, según GUBERN (1981:184), se distingue en este mandato por la elaboración del primer código de censura gubernamental en el año 63 y el establecimiento de un nuevo modelo de política de protección y fomento. TRENZADO ROMERO (1999:59) subraya como relevante la norma decimoséptima de este código, "*según la cual se prohibirían las películas que de alguna manera atentasen contra «la Iglesia católica, su dogma, su*

[6] Artículo 19 del Decreto de 15 de Febrero de 1952.

moral y su culto», contra «los principios fundamentales del Estado, la dignidad nacional y la seguridad exterior o interior del país», o bien contra «la persona del Jefe del Estado»".

En 1967 se elimina la Dirección General de Cinematografía, pasando sus competencias a la nueva Dirección General de Cultura y Espectáculos, regida por Carlos Robles Piquer. Dos años después, Manuel Fraga es sustituido por Alfredo Sánchez Bella.

La quinta etapa, de 1970 a 1975, puede considerarse como los años de apertura del régimen franquista, sin embargo conservando el control gubernativo. También es un período de continuas reorganizaciones administrativas para la gestión del cine. Así, en 1970 se crea la Subdirección General de Cinematografía, en 1972 la Dirección General de Cultura y Espectáculos se divide en la Subdirección General de Cinematografía y la Dirección General de Espectáculos. El Ministerio de Información y Turismo es presidido, tras Sánchez Bella, por Fernando Liñán Zoilo, Pío Cabanillas Gallas y León Herrera. No obstante, en enero de 1974 de nuevo se reinstaura la Dirección General de Cinematografía (ya sin Teatro), con Rogelio Díez al frente.

Pero quizá lo más interesante es que se promulgan las Nuevas Normas de Censura Cinematográfica, cuyo Preámbulo argumenta que se trata de adapta el anterior Código de 1963 al momento presente de la sociedad española. Evidentemente, el 19 de febrero de 1975 se aprueba una orden ministerial que legisla las Normas de Censura Cinematográfica que suprime la censura previa de guiones, pero en ella subsisten todavía normas de evidente incoherencia, así como un elevado número de vaguedades y abstracciones, lo que automáticamente conlleva un alto porcentaje de arbitrariedades en las decisiones de la junta de calificación. Ya en su introducción, y según HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2005:181-182): "*…se apela a una libertad* «*que tiene por límite natural el respeto a los valores sociales compartidos y a cuya defensa el Estado viene obligado por razones de bien común. (…) Tampoco debe ir más allá de las justas limitaciones que impone el respeto a la intimidad y la dignidad de la persona humana y a los principios constitucionales del Estado*». *Aduciendo el debido respeto a la verdad, a los Principios y Leyes Fundamentales del Estado, al buen gusto, a las creencias y prácticas religiosas y a la Iglesia Católica, quedarán excluidos de la representación fílmica (de la realidad oficial) el suicidio, el homicidio por piedad, la venganza y la violencia* «*como medio de solucionar problemas sociales y humanos*», *la prostitución,*

las perversiones sexuales, el adulterio, las relaciones sexuales ilícitas, el aborto y cuanto atente contra la institución matrimonial y la familia, la toxicomanía y el alcoholismo. En definitiva, «se admitirá la presentación de lacras individuales o sociales, aunque pueda producir malestar en algún espectador al mostrar la degradación y el sufrimiento ajenos, siempre que no subviertan los principios del orden natural y del bien común y se obedezca a una crítica rectamente hecha»".

TRENZADO ROMERO (1999:59) asegura que en estas nuevas normas "*la novedad más considerable la ofrece el artículo primero apartado séptimo, que admite el desnudo «siempre que esté exigido por la unidad total del film», aunque paradójicamente se rechazará «cuando se presente con intención de despertar pasiones en el espectador normal o incida en la pornografía»*". A pesar de ello, continúa diciendo el autor, esta nueva censura no era más que una mera continuación de la anterior, pero "*camuflada por una nueva retórica más humanista*" y que "*la admisión del desnudo no hacía sino responder a las exigencias y presiones comerciales de la industria*".

La sexta y última etapa, de 1976 a 1978, recoge el último período franquista y la transición democrática. Lo más característico en este momento es la supresión de la censura, la regulación de la publicidad exterior de espectáculos y la implantación de la libertad de difusión, con matices conforme a la política de protección de la infancia y de la juventud.

La publicidad de las películas también es sometida a protección. Así, el Real Decreto 3071 de 11 de noviembre, por el que se regulan determinadas actividades cinematográficas, recogido por el BOE, núm. 287 de 1 de diciembre de 1977[7], establece

[7] Mostramos a continuación el texto de algunos artículos del Real Decreto 3071/1977, de 11 de noviembre, por el que se regulan determinadas actividades cinematográficas, referentes a la publicidad cinematográfica:

Artículo seis. Clasificación de películas.

Cinco. La clasificación de toda película habrá de insertarse obligatoriamente en la publicidad de la misma, difundida por cualquier medio, así como antes del primer fotograma de cada copia de la misma, y habrá de darse a conocer a los espectadores en lugar bien visible de las taquillas de la sala de exhibición donde aquellas se proyecten.

Artículo siete. Salas especiales. Uno. Las películas destinadas exclusivamente a salas especiales no podrán recibir ayuda, protección o subvención del Estado, y estarán sometidas a las normas fiscales especiales que se establezcan.

Dos. La publicidad de las películas destinadas a salas especiales sólo podrá utilizar los datos de la ficha técnica y artística de cada película, con exclusión de toda representación icónica, y deberá hacer constar la advertencia de su proyección exclusiva en dichas salas. Dicha publicidad sólo podrá ser exhibida en el interior de los locales donde se proyecta la película y en las carteleras informativas o publicitarias de los periódicos y demás medios de comunicación social.

en su preámbulo que *"la aparición en nuestra vía pública de determinadas escenas, imágenes y expresiones que pueden resultar agresivas para la formación de nuestros menores (…) hace necesario que (…) se imponga una moderación a tales manifestaciones, en defensa principalmente de la infancia y de la juventud"*. Esta norma también establece las fases del expediente administrativo para la imposición de sanciones por incumplimiento del proceso que autoriza la publicidad exterior de espectáculos.

En cuanto a la censura, en los años 70 ésta desaparece rápidamente. En 1976 se suprime la censura previa de guiones, y poco después, en noviembre de 1977, con el mencionado Decreto Ley 3071 de 11 de noviembre de 1977 se elimina definitivamente la censura, cuyo preámbulo comienza con las siguientes palabras: *"La cinematografía, como componente básico de la actividad cultural, debe estar acorde con el pluralismo democrático en el que está inmersa nuestra sociedad. Es requisito indispensable para esta actualización adaptar el vigente régimen jurídico de la libertad de expresión cinematográfica a la nueva ética social resultante de la evolución española"*. A partir de ahora, toda película española recibe su licencia de exhibición[8], salvo que la cinta sea sospechosa de constituir un delito, caso en el que se pondría en conocimiento del Ministerio Fiscal y se suspendería entre tanto la tramitación de la licencia.

Artículo nueve. Publicidad de películas: Uno. Sin perjuicio de las limitaciones generales en materia de publicidad previstas por el artículo séptimo de la Ley sesenta y uno/mil novecientos sesenta y cuatro, de once junio, queda prohibida la publicidad por medio de carteles o vallas exteriores que contengan desnudos, imágenes, escenas o expresiones inconvenientes o peligrosas para los menores.

Dos. El incumplimiento de lo previsto en el párrafo anterior dará lugar a la retirada de la publicidad por la Administración, sin perjuicio de las restantes responsabilidades administrativas o penales en que pudiera incurrirse.

Tres. Toda persona natural o jurídica, legalmente autorizada, que desee hacer publicidad de una película, podrá comunicar su proyecto a la Dirección General de Cinematografía, adjuntando los dibujos, textos y fotografías publicitarias, e indicando asimismo el lugar donde se desea efectuar la publicidad.

Cuatro. Autorizado el proyecto por la Dirección General de Cinematografía o transcurridos quince días sin resolución expresa, quedará exento el interesado de toda responsabilidad administrativa en esta materia.

Cinco. Las normas de publicidad a las que se refieren los párrafos anteriores de este artículo, no son de aplicación para las películas destinadas a salas especiales, que se regularán por sus disposiciones específicas contenidas en el artículo séptimo de este Real Decreto.

[8] Sin embargo, esto no significa que ya no exista ninguna limitación moral. Trenzado Romero (2007:80-81) explica cómo el tema de la moral sexual se regula entonces mediante tres métodos: la autorización de asistencia según la edad, que establece unos máximos de edad a partir de los cuales se prohíbe la entrada; el principio de señalización, con el anagrama "S", cuando el contenido o tema de la película puede herir la sensibilidad del espectador; y la creación de salas especiales para aquellas películas cuyo tema principal fuera el sexo o la violencia, y destinadas exclusivamente a mayores de dieciocho años.

No obstante, según HOPEWELL (1989:142) "*aún había excepciones y restricciones vigentes*". A finales de los 70 se producían altercados, destrozos y agresiones en algunas salas cinematográficas por parte de algunos sectores del público hacia aquellos otros más afines a determinadas ideologías representadas en la película.

Parece ser que la censura real seguía existiendo y películas como *Pascual Duarte* (Ricardo Franco, 1976); *Las largas vacaciones del 36* (Jaime Camino, 1976); *El proceso de Burgos* (Imanol Uribe, 1980); *Rocío* (Fernando Ruiz Vergara, 1980), o *El Crimen de Cuenca* (Pilar Miró, 1981) sufrieron sus consecuencias. Así, Ricardo Franco, que basa su película en la novela de Camilo José Cela "La familia de Pascual Duarte", tuvo que soportar el garrote de una censura nada dispuesta a mostrar un personaje ejemplo de antihéroe español que simboliza a los pobres moralmente maniatados de un país inmerso en el caciquismo. Por su parte, *Las largas vacaciones del 36* muestra una guerra vivida en territorio republicano y vista por un grupo de adolescentes. Camino presenta el efecto de la guerra en unas familias burguesas catalanas que suponiendo que la guerra era cosa de unos días alargan sus vacaciones estivales en sus casas de verano. Fueron unas vacaciones muy largas que terminan con el desfile de las tropas moras por las calles de Madrid, aunque esta secuencia fue prohibida y no pudo verse hasta años más tarde.

También Imanol Uribe con *El proceso de Burgos* sufriría este maltrato administrativo ya bien entrado el período democrático. El film es un documental compuesto por entrevistas y testimonios de los encarcelados en el Consejo de Guerra de 1970 acusados de asesinar a tres personas y de pertenecer a la organización terrorista ETA. En este caso se intentó impedir la presentación oficial del documental en el Festival de San Sebastián y su posterior distribución en salas comerciales. También se le denegó la subvención automática porque su director había utilizado en exceso materiales de archivo.

Del mismo modo, el director y la guionista de la película *Rocío*, Fernando Ruiz y Ana Vila, así como el vecino de Almonte que aparece en el film relatando diversos hechos ocurridos en su pueblo, son procesados por supuesto delito de injurias graves a una persona ya fallecida, José María Reales[9]. La cinta trata de mostrar las características sociológicas, antropológicas y populares de la conocida romería andaluza pero se

[9] El País, 30 de abril de 1981.

muestra a Reales, ex alcalde de la localidad de Almonte, como el jefe de una banda que fusilaba a vecinos del pueblo, tras el golpe de 1936.

Pero quizás el caso más polémico por el atentado que suponía a la libertad de expresión fue *El crimen de Cuenca*, de Pilar Miró. La película, que estuvo prohibida durante muchos meses al creer la Dirección General de Cinematografía del Ministerio de Cultura que podía tener escenas delictivas, se refiere a un hecho ocurrido a comienzos del siglo pasado en el que la Guardia Civil jugó un papel preponderante y contiene escenas que, según la Administración, podían ser constitutivas de delito contra la citada institución, llegando incluso la entonces autoridad militar a incoar un proceso a la directora del filme[10]. La cinta narra lo sucedido a dos personas acusadas de un crimen a principios de siglo, denunciando la condena de dos inocentes, puesto que el supuesto asesinado termina apareciendo vivo, pero mostrando con gran realismo las torturas infligidas por la guardia civil a los dos acusados.

Del mismo modo, y según TRENZADO ROMERO (1999:79-91), aunque la censura estatal desaparece en 1977, y poco a poco también la poderosa influencia de la Iglesia y sus axiomas católicos, también es cierto que surge en estos años una especie de autocensura por parte de la industria cinematográfica española como consecuencia de los largos años de represión vividos. MORODO (1984:145) y BESAS (1985:185) hablan de la existencia de ciertos tabúes no escritos, como no cuestionar el sistema socioeconómico, no pedir responsabilidades por sucesos anteriores al pacto, y no polemizar con la dualidad Monarquía – República según el primero, y a los que el segundo autor añade las intocables fuerzas armadas, la policía y, sobre todo, la Guardia Civil. Aunque en cambio sí pueden tratarse temas como la guerra civil, la corrupción, la pobreza de la clase obrera, la homosexualidad, las relaciones sexuales o la violencia. Y todo ello en pos de la conciliación nacional pues la transición es un período político frágil y vulnerable por muchos frentes.

[10] El País, 16 de abril de 1980.

4.2.4 La producción cinematográfica de la transición.

4.2.4.1.- Panorama cinematográfico:

La decrepitud y posterior muerte del franquismo hace que surjan en España nuevas tendencias culturales, sociales y políticas, y el período definido como transición española a la democracia se muestra altamente conveniente para la cultura de este país, pues el grueso de acontecimientos políticos y sociales vividos en esos años influye formidablemente en las normas de creación artística. El cine, siempre sometido al devenir histórico, y ante esta nueva circunstancia de mayor libertad, trata de reflejar en mayor o menor medida lo que sucede entonces en nuestro país, buscando nuevos perfiles y señas de identidad.

Son muchos los historiadores de cine que aseguran el indudable hecho de que el cine es un medio inherente en la sociedad y que por ello se presenta como un instrumento altamente idóneo para el análisis de la realidad político-social[11]. Así, por ejemplo, CAPARRÓS LERA (1992:386) afirma que *"El cine español, por tanto, tenía que ser un reflejo de lo que pasaba en el país. Si todo film, incluso el más comercial, retrata de algún modo la sociedad en que está realizado –como manifestación artística que es-, las películas de la democracia han testimoniado, mejor o peor, las diversas mentalidades de España, desde 1975 hasta hoy. De ahí que el historiador del futuro tendrá que visionar algunas de las cintas más significativas –al igual que consultará la prensa de la época, etc.- a la hora de escribir la historia de este período. El cine será –es- una fuente más de la ciencia histórica"*. También HUESO (1998:160) alega que *"El profundo cambio que se produce en la sociedad española a raíz de la desaparición de Franco plantea una visión nueva de la imagen del cine y, sobre todo, una reflexión sobre la vinculación de la misma con la realidad social del país"*.

Nuestra investigación se centra en el período de la transición democrática, por lo que primeramente es necesario establecer los límites temporales de esta etapa

[11]Véase, por ejemplo, el trabajo de JACKSON (1983:14) quien afirma que: *"El cine ha de ser considerado como uno de los depositarios del pensamiento del siglo XX, en la medida que refleja ampliamente la mentalidad de los hombres y mujeres que hacen los films. Lo mismo que la pintura, la literatura y las artes plásticas contemporáneas, el cine ayuda a comprender el espíritu de nuestro tiempo"*. También los libros de MARC FERRO, *Cine e historia*; y de PIERRE SORLIN, *Sociología del cine*; entre otros.

histórica[12]. Aunque el cine español parece ser que ya había comenzado una cierta transición en los años sesenta con la política aperturista de Fraga Iribarne y la aparición del llamado Nuevo Cine Español, no va a ser hasta los primeros años setenta cuando empiezan a verse algunos signos que hacen presagiar el cambio político y, consecuentemente, su incidencia en el cine. Es por ello que fijamos el comienzo de nuestro tiempo de estudio en los años inmediatamente anteriores a la muerte de Franco, concretamente en el año 1973, y finalizamos en 1982, con el comienzo de una nueva legislatura.

La característica más general del cine español producido en estos años es que se trata de un cine de apertura, consecuencia del paulatino aumento de libertad según avanza la década. Y esa apertura se va a manifestar principalmente en una mayor ampliación temática, en un aumento considerable de lo que se puede decir o contar. MONTERDE (1993:42) nos dice que *"Del mismo modo, empieza a producirse un cierto cine de denuncia, en el que se atacan los grandes estigmas costumbristas de la sociedad española, que si bien utiliza el sexo como principio temático, se tocan cuestiones como el aborto, la prostitución, las madres solteras, la iniciación al sexo, el adulterio, etc. Es decir, según avanza la década de los setenta, la nombrada apertura cinematográfica se va haciendo más eficiente y, poco a poco aumenta la producción de filmes con una temática mucho más atrevida y explícita, con propuestas impensables corto tiempo atrás"*.

Pero también se distingue por ser seguramente la época en la que el fenómeno del destape[13] irrumpe drásticamente en el cine español. Se pasa de la censura cinematográfica a la más absoluta liberación, lo que supone un cambio drástico para el público español si tenemos en cuenta todas las restricciones de períodos anteriores. De nuevo MONTERDE (1993:33) nos dice que *"con el «destape», […], se comenzó una alocada carrera exhibicionista que ilustraría –en el sentido literal del término- los años del tardofranquismo. Desde la teta de Carmen Sevilla en «La loba y la paloma» (1973), de Gonzalo Suárez, hasta el pubis entrevisto de María José Cantudo en «La trastienda» (1975), de Jorge Grau, pasando por el trasero de Patxi Andión en «El libro del buen*

[12] Véase el Capítulo VI, en su apartado 6.2: Acotación del período de estudio. PP. 318-322.
[13] Parece ser que este término, según PONCE (2004:14): *"lo acuñó Ángel Casas, periodista musical que alcanzaría un notable éxito al final de la década de los ochenta con el programa de televisión «Un día es un día», en el que se incluía un striptease a modo de cierre. Sea como fuere, la palabra en cuestión se introdujo en el vocabulario cotidiano para describir cualquier atrevimiento erótico, por pequeño que fuese"*.

amor» (1974), todo fue una progresión exhibicionista que sirvió para hacer efímera y coyunturalmente famosas a una pléyade de «starlettes» como Nadiuska, Ágata Lys, María José Cantudo, Bárbara Rey, Mirta Millier, Susana Estrada, Mary Francis, Eva León, Dianik Zurakowska, Claudia Gravi y un largo etcétera, que enturbiaron los ya complicados sueños de muchos españoles en esos momentos históricos, así como la familiaridad de los dormitorios, los cuartos de baño y la bañera como decorado justificativo de la escena". Igualmente HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2005:188) nos hablan de cambios en lo representado: "*...chulos, prostitutas, proxenetas y buscavidas salieron del "infierno" e invadieron las pantallas en títulos tan evocadores como «Las marginadas (Ignacio F. Iquino, 1975), «Sensualidad» (Germán Lorente, 1975), «La mujer es cosa de hombres» (Jesús Yagüe, 1975), «Strip-tease» (Germán Lorente, 1976) o «Las que empiezan a los quince años» (Ignacio F. Iquino, 1978)*".

PONCE (2004:18) expone el hecho de la llegada masiva de turistas a España en los años sesenta y primeros setenta y cómo ello propicia importantes cambios sociales y, sobre todo, que el régimen franquista aumentase su permisividad moral hacia ciertos temas, con tal de no perder los ingresos del turismo. Cuenta cómo "*las calles de las ciudades españolas se llenaron de chicas en minifalda y en las playas era patente el incremento de mujeres en bikini. Las «suecas», como el españolito de la época denominaba a todas las extranjeras jóvenes y minifalderas, trajeron un cierto aire fresco a las monótonas y grises calles del país. (…) La mujer española, sometida a la dura disciplina paterna (no olvidemos que la mayoría de edad femenina se alcanzaba a los 23 años) y a las costumbres impregnadas de puritanismo religioso de la época (…) difícilmente podían competir con esas chicas de relajadas costumbres, que bebían, fumaban y enseñaban piernas y ombligo*".

Sin embargo HOPEWELL (1989:165) nos cuenta que, y citando las palabras de Carr y Fusi, nuestro país es en estos momentos una combinación chocante de valores tradicionales, especialmente católicos, y de modos de proceder lógicos de una sociedad de consumo. Dice además que "*A pesar del progreso, las películas insistían en que los españoles todavía eran diferentes. La prueba crucial de ello era el sexo, que para una mujer soltera constituía el preludio del embarazo y la perdición. El papel de la censura con respecto al sexo consistía no tanto en impedir que se le diera expresión (…) como*

en limitar estrictamente sus manifestaciones a lo condenable o lamentable: violaciones, pasiones, prostitutas, etc".

No obstante, pese al protagonismo tan extraordinario de este fenómeno, nos encontramos seguramente ante unos años en los que se realizan largometrajes de excelente factura. Son muchos los cineastas que, a partir sobre todo de la muerte de Franco, se atreven a narrar la historia reciente, a revisar el pasado, a incluir referencias políticas en sus filmes, la inclusión de acontecimientos sociales de mayor relevancia en el momento, etc. Y también se produce la oportuna renovación de los géneros, como la desaparición del cine religioso, folklórico y taurino, por ejemplo. La comedia va a seguir teniendo un protagonismo absoluto, y en un segundo puesto, el drama, con adaptaciones literarias o la representación de temas inconvenientes anteriormente, como pueden ser las drogas, la prostitución, la inseguridad ciudadana, la delincuencia, la situación del País Vasco, la guerra civil, etc.

4.2.4.2.- El cine del tardofranquismo (1973-1976):

En estos años, de creciente inestabilidad sociopolítica, y como consecuencia de la mayor apertura moral en los últimos años del franquismo, proliferan las películas comerciales y enormemente taquilleras basadas en el ya comentado landismo y destape. Pero también encontramos un cine de autor de mayor calidad, que va aumentando su variedad temática y enriqueciendo la producción cinematográfica española. Podemos, por tanto establecer tres grupos o categorías dentro de lo que hemos denominado cine del tardofranquismo: el cine comercial y de subgéneros, el cine metafórico y la aparición de lo que se conoce como "tercera vía", y que trataremos de abordar a continuación.

4.2.4.2.a.- Cine comercial y de subgéneros:

La mayor producción española de este período se encuentra, cuantitativamente hablando, en el cine de subgéneros. Se trata, en opinión de MONTERDE (1993:34) de un cine de interés sociológico, que se expone como degeneración de ciertos modelos de Hollywood, y sin embargo con una alta proporción de valores patrios que, según el

autor, sólo adquieren importancia desde un punto de vista sociológico pues lo define como *"una producción cinematográfica que hizo de su raquitismo estético y conceptual –además de industrial– su mejor virtud"*. Pero, no obstante, se trata de películas más o menos representativas de ciertos sectores sociales y por ello los responsables de la industria cinematográfica creían que eran las necesidades y anhelos de una parte importante de la población.

El autor se refiere a las coproducciones de bajo nivel que ya habían empezado a producirse en la década anterior (*spaghetti-western*, cine de agentes secretos, thrillers de terror o policíaco, etc.) y a la evolución sufrida por la comedia cinematográfica española.

A partir de 1971 se desmonta la política de coproducciones y ya en 1973 prácticamente han desaparecido los westerns hispano-italianos, tras unos años de exceso de realización. Sólo parece subsistir el cine de terror, con León Klimovsky, Amando de Osorio, Paul Naschy, Jorge Grau, Eugenio Martín, etc. Según TORREIRO (1995:362-363), quien citando a Juan Miguel Company, afirma que este subgénero se puede definir como *"una estructura formal deficiente cuyos elementos constitutivos se encuentran en un estado de caos, incontrolado en sus últimas connotaciones por el director"*, además de tratarse de *"una producción que usufructuó ampliamente –tanto como para suponer que el contenido terrorífico y hemoglobínico de los films era una mera excusa– los nuevos márgenes de la tolerancia sexual del momento, y duró prácticamente toda la década"*.

También puede decirse que es un período en el que se retoman las adaptaciones de la literatura clásica, como *Tormento* (1974), de Pedro Olea; *La Regenta* (1974), de Gonzalo Suárez; *El buscón* (1976), de Luciano Berriatúa; *El libro del buen amor* (1976), de Julián Marco; *Beatriz* (1976), de Gonzalo Suárez, basada en el *Jardín umbrío* de Valle Inclán; *La lozana andaluza* (1976), de Vicente Escrivá; etc. Y, por supuesto, se continúa con la producción de un cine musical a la española, cuyos protagonistas serían Manolo Escobar o Raphael, por ejemplo, y que BLANCO MALLADA (2005:1) califica como: *"…los años setenta empiezan con una serie de productos que parecen hechos para volver a la visión real del país, de su sociedad, de su régimen político, de su desertitud cultural, de su aislamiento con respecto al resto del mundo"*. Son películas tales como: *Volveré a nacer* (1973) de Javier Aguirre; *La boda o la vida* (1973) de Rafael Romero-Marchent; *Me has hecho perder el juicio* (1973) de Juan de Orduña; *Lo*

matas tu … o lo mato yo (1974) de Butch Lion; *Cinco almohadas para una noche* (1974) de Pedro Lazaga; *Eva, ¿qué hace ese hombre en tu cama?* (1975) de Tulio Demicheli; etc.

No obstante, según la mayoría de investigadores, es en la comedia sexy y en el drama erótico donde el cine de subgéneros produce sus mayores frutos. La comedia sexy ya arranca en la década anterior con el fenómeno conocido como "landismo"[14] o "españolada", pero en los setenta va evolucionando, según MONTERDE (1993:40): *"hacia aspectos más descaradamente vinculados al sexo, con un creciente grado de explicitud en temas y situaciones […], capaces de abordar, en forma tan reaccionaria como siempre, asuntos como el adulterio, la represión, la homosexualidad, los problemas psicosexológicos, etc., resueltos siempre, no obstante, en clave de equívoco y de recomposición de las normas establecidas"*. No obstante, TORREIRO (1995: 364) manifiesta que *"la comedia sexy hispánica siguió explotando sin pudor y con zafias maneras el imaginario sexual del macho ibérico"*. Hablamos de títulos como: *Manolo la nuit*, (1973) de Mariano Ozores; *El amor empieza a medianoche* (1974) de Pedro Lazaga; *Sex o no sex* (1974) de Julio Diamante; *El reprimido* (1974), de Mariano Ozores; *Cuando el cuerno suena* (1974), de Luis María Delgado; *Dormir y ligar, todo es empezar* (1974), de Mariano Ozores; *Los pecados de una chica casi decente* (1975) de Mariano Ozores; *Virilidad a la española* (1975) de Francisco Lara Polop; *Yo soy fulana de tal* (1975) de Pedro Lazaga; *Zorrita Martínez* (1975) de Vicente Escrivá; *Adulterio a la española* (1976) de Arturo Marcos; etc.

Sin embargo, HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2004:188) nos señalan que, contrariamente a los filmes anteriores, se presentan personajes menos punibles con una versión de la vida más tradicional que se van a debatir entre lo conservador y lo moderno, pero que al final se rinden ante las bondades de una vida moderada, ordenada,

[14] El término "Landismo" se refire a una colección de películas que, bajo el género de la comedia, concretamente de la comedia de enredo, tienen como protagonista más destacado al actor Alfredo Landa, (aunque posteriormente se le unirían José Luis López Vázquez, Manolo Gómez Bur, Andrés Pajares, Fernando Esteso o José Sacristán, entre otros), y arranca con la película *No desearás al vecino del 5º* (1970) de Ramón Fernández. El éxito en taquilla de este film hizo que proliferase enormemente esta tendencia hasta el punto que, como bien dice PONCE (2004:22): *"… Cortadas por el mismo patrón y dirigidas por directores como Pedro Lazaga, Vicente Escrivá, Fernando Merino, Mariano Ozores y el ya citado Ramón Fernández, las películas del landismo se parecen unas a otras como dos gotas de agua. Todas contaban con chicas más o menos ligeras de ropa, todas trataban argumentos aparentemente escabrosos, todas satirizaban temas de actualidad, todas presentaban al español medio como un individuo reprimido y bastante idiota y todas basaban su tirón en el chiste fácil y la broma erótica"*. Véase también ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1993): "El cuerpo y la máscara. Para una tipología del actor español: el caso de Alfredo Landa", en *El paso del mudo al sonoro en el cine español. Actas del IV Congreso de la AEHC*. Madrid, Editorial Complutense, pp. 207-213.

cautelosa, y no se dejan seducir por las perversiones de la nueva sociedad. Quizá el icono más representativo sea el actor Paco Martínez Soria, abuelo honrado e intachable, que vende la moral de la sociedad rural como salida a tanto desorden. Son películas suyas *El abuelo tiene un plan* (1973), *El alegre divorciado* (1975), *Estoy hecho un chaval* (1975) y *Vaya par de gemelos* (1977), todas dirigidas por Pedro Lazaga, así como *El calzonazos* (1974) y *Es peligroso casarse a los 60* (1980), ambas de Mariano Ozores, o *La tía de Carlos* (de Luis María Delgado, 1981).

También HOPEWELL (1989:90) nos cuenta que *"El destape de 1975 fue alucinógeno porque era higiénico. Los personajes femeninos de entre dieciséis y cuarenta años estaban eternamente enjabonándose en la ducha o cambiándose las prendas interiores en la habitación. Mario Camus dio expresión ala irritación que les producía a muchos cineastas liberales este convencionalismo en «La joven casada» (1975). Obligado, no por las necesidades del guión, pero sí por las necesidades de los productores, Warner-Impala, a incluir el desnudo de rigor, cuando ni él ni Ornella Muti lo querían, comenzó la película mostrándonos a esta bella y sudorosa mientras hace gimnasia en la azotea; la cámara pasa entonces a la escena de la ducha, y luego a un plano de la entrepierna de la actriz vestida con unos vaqueros muy ajustados y acurrucada en una silla. Finalmente, la chica hace el amor con su marido, y a partir de ahí Camus empieza con lo que realmente quería hacer; ya no hay más desnudos en toda la película"*.

HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2005:217) también desaprueban este subgénero. Para los autores *"La entonces llamada «comedia sexy», de estética grosera y planteamientos ideológicos marcadamente reaccionarios, domina […] ad nauseam el panorama rutinario de un género que hunde sus raíces en la tradición hispana del sainete, el astracán, la revista…, al servicio de un discurso que no pretende otra cosa que caricaturizar los conatos democratizadores de la sociedad y, por tanto, perpetuar la cultura del subdesarrollo"*. Pero, pese a que se trata este último de un cine no muy valorado por la mayoría de eruditos en materia cinematográfica, no deja de ser cierto que se trata de productos fílmicos que poseen una gran importancia social debido a su tremenda repercusión popular y a los éxitos de taquilla alcanzados[15].

[15] MONTERDE (1993:41) nos recuerda que *"Bajo ningún concepto se debe olvidar, pese al habitual menosprecio crítico hacia este subgénero, que «No desearás al vecino del quinto», «La ciudad no es para mí» y «Pero… ¡en qué país vivimos!» ocupaban la segunda, tercera y cuarta posición entre los films con mayor número de espectadores del cine español hasta finales de 1987"*.

4.2.4.2.b.- Cine metafórico:

MONTERDE (1993:43-54) apunta la existencia en este período de un cine metafórico, iniciado en las primeras etapas del régimen de Franco como consecuencia segura de la convivencia de nuestra industria cinematográfica con un régimen totalitario basado en la ausencia sistémica de libertad de expresión, lo cual genera formas narrativas basadas en alusiones, insinuaciones y sugerencias a los temas vetados. Se trata de un cine autoral con voluntad de hacer específico cada filme concreto, pero sin embargo, se puede hablar de una característica común en todas aquellas películas que engloban esta categoría: marcado cariz antifranquista, ya sea por mostrar temas de revisión histórica, de crítica política, o de revisión social e ideológica del franquismo.

Años más tarde, el mismo autor (2005:273) lo definiría como *"…ese cine que hacía del desplazamiento, de las formas alusivas, indirectas o implícitas de referencia a lo prohibido y con ello de una aproximación oblicua a la realidad inmediata o histórica que permitiese traspasar los límites de lo permitido. Un cine que hizo de la «doble lectura» para iniciados su estrategia central, integrándola con mayor o menor fortuna en el conjunto del relato, pero que también se ofreció como la forma más divulgada del cine «de autor» en España, salvando la presencia de ciertos francotiradores situados prácticamente fuera de los límites del cine institucional"*.

Hablamos de películas como *El espíritu de la colmena*, (1973), de Víctor Erice; *Habla mudita*, (1973), de Manolo Gutiérrez Aragón; *Los viajes escolares*, (1974), de Jaime Chávarri; *La prima Angélica* (1974) y *Cría cuervos*, (1976), de Carlos Saura; *Furtivos*, (1975), de José Luis Borau; *Pascual Duarte*, (1976), de Ricardo Franco; etc.

Quizás los máximos exponentes de este cine metafórico sean el productor Elías Querejeta y el director Carlos Saura, pero va a ser *El Espíritu de la colmena*, de Víctor Erice, la obra maestra de esta corriente, la cual en opinión de ALBERICH (1982:25): *"Constituido en uno de los escasos ejemplos de auténtico cine del conocimiento, el gran acierto del film de Erice reside en su habilidad para recrear la atmósfera de una localización social perfecta y parabólicamente generalizable, en su poderosa capacidad para describir el ambiente opresivo, enfermizo y perennemente agónico de una posguerra íntimamente angustiante"*. No obstante, es evidente que genera disparidad de opiniones, pues para algunos autores, como MONTERDE (1978:13) esta película "*permanece como una obra única e insólita, sin abrir ningún nuevo camino"*.

Sin embargo, hay otros como HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2005:224) que afirman que el filme de Erice posibilita múltiples lecturas que lo convierten en todo un hito de la cinematografía española y que "*tendrá proyección en el cine inmediatamente posterior, como ponen de manifiesto «Los viajes escolares», «Cría cuervos», «Los restos del naufragio», «Demonios en el jardín», «In memoriam», «Los motivos de Berta»…*".

4.2.4.2.c.- El cine de la "tercera vía":

MONTERDE (1993:54) nos cuenta que tanto el cine metafórico y de subgéneros comentados anteriormente empiezan a funcionar en los años precedentes al período que hemos denominado tardofranquismo, sin embargo "*la llamada «tercera vía» se constituyó en el perfecto paradigma de la coyuntura sociopolítico-cultural de aquellos años de transición*" y lo define como "*una marca de fábrica de ciertos filmes inventada por un productor avispado y ya veterano –José Luis Dibildos–, pero a su vez, analizando el diseño de producción que los sostenía, podremos apreciar que es generalizable a otros títulos y […] llegará a caracterizar a una parte considerable del cine posfranquista*".

El autor además sostiene que esta "tercera vía" no consiste sólo en una nueva fórmula para hacer películas, sino que sobre todo, se fundamenta en el hecho de ser una nueva propuesta de relación con un público determinado, aquellos sectores de la población situados en lo que podría ser la clase media urbana, cada vez más cultos, pero que se sienten ignorados por ese cine más comercial, de carácter más populista y por el metafórico, quizá más exquisito desde un punto de vista intelectual. Se ha definido como "*cine comercial más cine de autor partido por dos*"[16], por estar claramente situado en medio de las propuestas cinematográficas comentadas anteriormente.

Han sido muchos los investigadores que han profundizado en las particularidades de esta corriente cinematográfica, como CAPARRÓS LERA (1983:58) quien defiende que se trata de "*un cine que pretende reflexionar sobre algunos aspectos de la vida española, con un tratamiento sencillo, de forma que las películas sean*

[16] COLECTIVO MARTA HERNÁNDEZ (1976): *El aparato cinematográfico español.* Madrid, Akal, p. 237. Citado en ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.

accesibles a un público amplio y, por tanto, rentables". También ANTONIO DROVE[17] lo define como "*tema importante, pero tratado en tono de comedia para hacerlo asequible comercialmente y sin problemas de censura*". Y del mismo modo, ALBERICH (1983:24) expresa en su dossier sobre cine español que el objetivo prioritario de esta corriente cinematográfica es alcanzar el beneplácito del público, lo que no significa que renunciara a la crítica social. Por eso afirma que las películas que se adscriben a esta tendencia "*debían incluir temas candentes, cotidianos y de interés general asimilándolos en un esquema narrativo convencional, acogiéndose preferentemente a una estructura de comedia, aunque a menudo con ribetes más o menos trágicos"*.

Sin embargo, también ha habido autores que consideran esta tendencia como todo un fracaso, presumiblemente porque no responde a las expectativas políticas del momento, de tal forma que personajes como PAU ESTEVE y COMPANY (1975) lo bautizan como la "vía muerta del cine español". También CAPARRÓS LERA (1983:58) afirma "*…que este cine jugó más con los tópicos denunciatorios y farisaicos entonces en boga que con un auténtico «compromiso» ideológico. Acaso porque el «engagement» era sólo económico. De ahí que esa «tercera vía» quedara como una vía muerta"*.

Sea como fuere, Dibildos se rodea de una serie de profesionales progresistas (José Luis Garci, Roberto Bodegas, Antonio Drove, etc.) para realizar películas sobre cuestiones clave del momento, utilizando guiones más atrevidos quizás que en períodos anteriores, pero, como dice ARNAU ROSELLÓ (2006:261) "*con un tratamiento totalmente alejado de cualquier riesgo de experimentación y mucho menos de transgresión"*.

Hablamos de películas como *Vida conyugal sana* (1974) y *Los nuevos españoles* (1974), ambas de Roberto Bodegas; *Tocata y fuga de Lolita* (1974) y *Mi mujer es muy decente, dentro de lo que cabe* (1975), ambas de Antonio Drove; *Yo la vi primero* (1974), de Fernando Fernán Gómez; *La mujer es cosa de hombres* (1975), de Jesús Yagüe; *Jo Papá* (1975), de Jaime de Armiñán; *Ya soy mujer* (1975), de Manuel Summers; etc.

[17] Citado en SÁNCHEZ VIDAL, A. (1995): "El cine español y la transición", en MONLEÓN, J. B.: *Del franquismo a la posmodernidad. Cultura española 1975-1990*. Madrid, Ediciones Akal, pp. 87.

4.2.4.3.- El cine de la reforma (1977-1982):

Como hemos comentado anteriormente, esta etapa se diferencia claramente de la anterior pues está determinada por una serie de cambios estructurales en el cine: la desaparición de la censura previa de guiones, la posterior eliminación de la censura sobre las películas, junto con la abolición de la obligatoriedad en la exhibición del NODO poco después. Así mismo, se intenta dinamizar económicamente esta industria reestableciendo la subvención automática del 15% a toda película española, así como la cuota de distribución, aunque ello no sirviera para sacar al cine español de la crisis que sufre en estos momentos.

No obstante, en este período denominado de reforma, y como bien dice MONTERDE (1993:149) no se presentan grandes cambios desde el punto de vista temático con respecto a los años inmediatamente anteriores, sino que la producción cinematográfica española continúa en la misma dirección, con pequeñas diferencias. También HOPEWELL (1989:138) mantiene que *"la transición cinematográfica supuso no tanto la aparición repentina de movimientos nuevos como el aumento de la popularidad de éstos. Este hecho comportó una desviación estructural de todas las tendencias del cine español hacia terrenos propios de un cine «mainstream» (es decir, comercial)"*.

Pero del mismo modo, HOPEWELL (1989:137) asegura que es ahora cuando aparece una cierta tendencia hacia un cine liberal: *"el periodo comprendido entre 1976 y 1978 fue testigo de una popularización de un estilo liberal y de una transformación de la cinematografía española marcado por una pluralización de las prácticas cinematográficas. En ambos aspectos, fue entre 1976 y 1978 cuando se despega realmente la transición del cine español"*. También HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2004:26) sostienen la misma idea: *"…el cine español entrará, paralelamente a la situación política del país, en una evolución liberalizadora hasta el advenimiento de una nueva etapa con la histórica victoria electoral del PSOE en octubre de 1982. Paradójicamente, la riqueza de opciones ideológicas y prácticas fílmicas que caracteriza al celuloide de la Transición se sacrificará en buena medida, a través del marco legislativo impuesto por la administración socialista, en beneficio de una producción más sólida industrialmente, más homogénea, más académica y, en consecuencia, bastante menos creativa*".

El resultado es que seguimos encontrando géneros clásicos como westerns, filmes fantásticos y de aventuras, musicales, dramas, thrillers, pero sobre todo, comedias –ya sean políticas, costumbristas o sexys–.

Con todo ello, lo primero a destacar, sobre todo originado por la tan esperada desaparición de la censura, es el progresivo cese del cine metafórico. Aún así, todavía se pueden nombrar títulos que bien en clave de comedia esperpéntica o de ficción histórica, tratan de continuar con este poco rentable recurso. HOPEWELL (1989:101) alega que, en general, el cine con pretensiones políticas, y a lo que nosotros añadimos también aquél que trata de realizar una revisión y crítica social, no puede subsistir en una sociedad que vive una transición política. Según él, *"un régimen dictatorial se limitará a reprimirlo, y uno democrático quita la principal motivación de su existencia. Aunque aisladas y limitadas en la renovación formal, tales películas estaban inspiradas por lo que para cualquier generación de cineastas constituye un don del cielo: el sentido del propósito. Después de 1977, tal sentido nunca más volvió a ser tan agudo"*.

Sin embargo, todavía se encuentran ejemplos como *Sonámbulos* (1978, de Manuel Gutiérrez Aragón), *Las truchas* (1978, de José Luis García Sánchez), *Reina Zanahoria* (1978, de Gonzalo Suárez), *Arriba Hazaña* (1978, de José Mª Gutiérrez), *Los restos del naufragio* (1978, de Ricardo Franco), *La Sabina* (1979, de José Luis Borau), *Mamá cumple 100 años* (1979, de Carlos Saura), *La verdad sobre el caso Savolta* (1979, de Antonio Drove), *Maravillas* (1980, de Manolo Gutiérrez Aragón), *Con el culo al aire* (1980, de Carles Mira), *Los fieles sirvientes* (1980, de Francesc Betriu), *Tú estás loco Briones* (1980, de Javier Maqua), *Dulces horas* (1981, de Carlos Saura), *F.E.N*. (1981, de A. Hernández), etc.

Al mismo tiempo, quizás lo más característico de estos años sea la aparición de una nueva temática: la recuperación del pasado histórico, tantas veces marginado y manipulado por el franquismo. De hecho afloran una serie de filmes de temática sociopolítica, con tramas basadas en los nacionalismos, especialmente el catalán, las luchas obreras y los movimientos sindicales, el nuevo papel de la mujer, la guerra civil y los duros años de posguerra, los maquis, el franquismo, la radicalidad ideológica, la transición política, el terrorismo, etc.

No obstante, se nos plantea un problema metodológico a la hora de definir el cine político. ENRIQUE ALBERICH (1983:24) ya expone el hecho de encontrar gran

dificultad a la hora de determinar las características peculiares de lo que entendemos por "cine político" de modo que claramente se distinga del resto de la producción cinematográfica, afirmando que es un tema planteado en numerosas ocasiones pero que nunca encuentra una respuesta satisfactoria. TRENZADO ROMERO (1999:300-302) afirma que *«el sentido de una película en su conjunto –o de las representaciones sociales que articula– no reside exclusivamente en el propio texto fílmico. Dicho sentido debe ser considerado en relación a unas determinadas condiciones y un momento histórico concreto. Los espectadores que ven una película la integran en su cuadro cognitivo para dotarla de sentido. Estos cuadros cognitivos dependen de factores individuales y sociales muy variados (…): la opinión de la crítica, los incidentes en torno a algunos filmes, la publicidad, las declaraciones de los autores, la función narrativa de las "stars" que las protagonicen, o el ambiente político del momento del estreno. Además, un mismo film puede tematizar simultáneamente distintos aspectos de la realidad con diversos grados de concreción»*. Al mismo tiempo, continúa diciendo el autor, que es imposible para el cine responder con prontitud en la tarea de producir películas basadas en temas emergentes y coyunturales, pues hasta que un tema no se institucionaliza a medio o largo plazo, no puede ser abordado en el cine.

Sin embargo, es de nuevo ALBERICH (1983:24) quien afirma que es posible hablar de *«un cine básicamente interesado en la revisitación del pasado, en la recuperación de la memoria colectiva, y otro que, a través de un enmarque de la acción en tiempo presente, pretende hilvanar un discurso más o menos reflexivo y crítico en torno a esa misma realidad»*. Y también JOSÉ ENRIQUE MONTERDE (1978:8-9) diferencia entre un cine "conocimiento" y otro del "reconocimiento". Para él, el cine del "reconocimiento" es un cine de identificación colectiva que busca la adhesión del público y no la reflexión. El espectador, en este caso, contempla y observa pasivamente aquello que ya conoce antes del visionado de la película. Sin embargo, el cine del "conocimiento" busca el enriquecimiento del público, es un cine de reflexión y análisis político, que no da lugar a muchas producciones.

Sea como fuere, esta nueva corriente de temática sociopolítica, por así decirlo, se va a desarrollar siguiendo principalmente dos tendencias narrativas: la ficcional y la documental. La primera, está fuertemente condicionada por su recurso a presentar relatos novelescos, inspirándose en muchas ocasiones en conocidas obras literarias, y poniendo el centro de atención en el núcleo familiar. La segunda, en un afán más

informativo, toma escenas de la realidad y utiliza el exitoso formato televisivo que mezcla esos sucesos con entrevistas a los protagonistas involucrados en alguna medida en tales hechos. Son películas como: *Pim, pam, pum… ¡fuego!* (1975, de Pedro Olea); *Canciones para después de una guerra* (1976, de Basilio M. Patiño); *La ciutat cremada* (1976, de Antoni Ribas); *Las largas vacaciones del 36* (1976, de Jaime Camino); *Retrato de familia* (1976, de Giménez Rico); *El desencanto* (1976, de Jaime Chavarri); *Mi hija Hildegart* (1977, de Fernando Fernán Gómez); *Los días del pasado* (1977, de Mario Camus); *Caudillo* (1977, de Basilio M. Patino); *Raza, el espíritu de Franco* (1977, de Gonzalo Herralde); *La vieja memoria* (1977, de Jaime Camino); *Camada negra* (1977, de Gutiérrez Aragón); *El puente* (1977, de J. A. Bardem); *La criatura* (1977, de Eloy de la Iglesia); *Asignatura pendiente* (1977, de José Luis Garci); *Comando Txikia* (1977, de José Luis Madrid); *¿Por qué perdimos la guerra?* (1978, de Diego Santillán y Luis Galindo); *El diputado* (1978, de Eloy de la Iglesia); *Solos en la madrugada* (1978, de José Luis Garci); *La verdad sobre el caso Savolta* (1979, de Antonio Drove); *Companys, procès a Catalunya* (1979, de José Mª Forn); *El corazón del bosque* (1979, de Manuel Gutiérrez Aragón); *Siete días de enero* (1979, de J. A. Bardem); *Las verdes praderas* (1979, de José Luis Garci); *Miedo a salir de noche* (1980, de Eloy de la Iglesia); *Operación Ogro* (1980, de Gillo Pontecorvo); *El proceso de Burgos* (1980, de Imanol Uribe); *La fuga de Segovia* (1981, de Imanol Uribe); *La colmena* (1982, de Mario Camus); *Demonios en el jardín* (1982, de Manuel Gutiérrez Aragón); etc.

Pero también hay que hablar de un cine de extrema derecha, bien en clave de comedia o de denuncia política. TORREIRO (1995:389-390) nos dice que *"este cine, cuyos films concretos parecen nacidos sólo para ilustrar consignas esgrimidas en la calle por la extrema derecha organizada, fue paradójicamente el último refugio de un grupo de cineastas de género, otrora muy comerciales –Mariano Ozores, Pedro Lazaga–, que realizaban un tipo de films en evidente decadencia ya entonces"*. Y continúa diciendo el autor que se trata de *"productos más que nada episódicos (…) que tuvieron un destino no demasiado diferente al de los grupos, partidos o grupúsculos que se reclamaban herederos del franquismo; arrinconados por un público que nada quería de ellos (…) se fue extinguiendo con más pena que gloria, privado de salas, limitado progresivamente al reducto de los vídeo-clubs y herido de muerte por la política proteccionista puesta en práctica por Pilar Miró desde comienzos de 1983"*.

Son películas como *Alcalde por elección* (1976, de Mariano Ozores); *El apolítico* (1977, de Mariano Ozores); *El asalto al castillo de la Moncloa* (1978, anónima); *Vota a Gundisalvo* (1978, de Pedro Lazaga); *La boda del señor cura* (1979, de Rafael Gil); *El día del presidente* (1979, de Pedro Ruiz); *Hijos de papá* (1980, de Rafael Gil); *Un cero a la izquierda* (1980, de Gabriel Iglesias); *Y al tercer año resucitó* (1980, de Rafael Gil); *¡Qué vienen los socialistas!* (1982, de Mariano Ozores); *Todos al suelo* (1982, de Mariano Ozores); *De camisa vieja a chaqueta nueva* (1982, de Rafael Gil); *Los autonómicos* (1982, de José Mª Gutiérrez); *El gran mogollón* (1982, de Ramón Fernández); etc.

Asimismo hay que hablar de un cine encaminado a presentar las nuevas costumbres de la sociedad española. MONTERDE (1993:169) nos dice que *"de una forma u otra, la sociedad posfranquista tal vez no representase un cambio radial en el terreno de las estructuras socioeconómicas del país, pero ciertamente sí que se vio caracterizada por un llamativo cambio en muchas de sus costumbres, bien fuese porque los hábitos reprimidos o disimulados surgiesen al exterior sin mayores ambages, bien porque arraigasen nuevas formas de relación y comportamiento. Evidentemente, ese carácter «externo» de las costumbres debía retomarse fílmicamente en la enésima convalidación del principio del doble y recíproco efecto del reflejo: el cine refleja la realidad social y ésta se ve influida por los modelos sociales divulgados desde aquel"*.

En consecuencia, bien bajo la fórmula del drama pero sobre todo de comedia, se van a representar problemas de identidad, género, homosexualidad, racismo, relaciones de pareja, insatisfacción ante normas sociales, problemas comunes de la vida urbana, etc., en películas como *A un Dios desconocido* (1977, de Jaime Chavarri); *Tigres de papel* (1977, de Fernando Colomo); *Vámonos Bárbara* (1978, de Cecilia Bartolomé); *Las palabras de Max* (1978, de Emilio Martínez Lázaro); *Con uñas y dientes* (1978, de Paulino Viota); *Sus años dorados* (1980, de Emilio Martínez Lázaro); *Gary Cooper que estás en los cielos* (1980, de Pilar Miró); *El hombre de moda* (1980, de Fernando Méndez Leite); *La mano negra* (1980, de Fernando Colomo); *Estoy en crisis* (1982, de Fernando Colomo); *Cuerpo a cuerpo* (1982, de Paulino Viota); etc.

Sin embargo, también hay que incluir en esta sección costumbrista todas aquellas películas de estilo "ozores", las cuales según MONTERDE (1993:133) trataban de *"satirizar las nuevas costumbres que caracterizan a la sociedad española de la transición, las más de las veces desde una óptica que se quiere satírica, pero que sólo*

disimula –dificultosamente– la reprobación. Sin embargo, siguiendo el modelo de la comedia «para reprimidos» del «landismo», se juega al exhibicionismo y divulgación de las costumbres que se denuncian como corruptoras o disolventes de la Arcadia legada por el siempre innominado franquismo". Así, el autor expone una serie de títulos para ejemplificar las bufonadas realizadas con temas como los impuestos, el divorcio, la inseguridad ciudadana, etc. Por ejemplo, podríamos nombrar *Los bingueros* (1979, de Mariano Ozores); *El divorcio que viene* (1980, de Pedro Masó); *127 millones libres de impuestos* (1981, de Pedro Masó); *La momia nacional* (1981, de José Ramón Larraz); *Caray con el divorcio* (1982, de Juan Bosch); etc.

Para terminar, podemos hablar de la proliferación de un cine sexual o erótico. HOPEWELL (1989:164) afirma que *"Más allá del destape, la verdadera revolución sexual del cine español tuvo lugar entre 1976 y 1978, con la repentina aprobación de la sexualidad para ambos sexos dentro o fuera del matrimonio"*. Y continúa diciendo unas páginas más tarde que *"… durante la transición, las restricciones impuestas a la problemática sexual (principalmente femenina, pero también homosexual) se fueron erosionando poco a poco por varios frentes: desapareció el complejo de la virgen-puta; en películas «mainstream», la pareja (casada o no) desplazó a la familia del eje ético de la obra; la mujer sexualmente agresiva y la homosexualidad explícita hicieron acto de presencia"*.

Como consecuencia en estos años se producen cuantiosas películas en las que el sexo es el motivo o el eje principal, con temas como transexualismo, homosexualidad, travestismo, sexo colectivo, la mujer fatal, lesbianismo, incesto, onanismo, iniciación sexual, insatisfacción sexual matrimonial, etc.

MONTERDE (1993:164-165) nos habla de dos tendencias a la hora de hablar de sexualidad en el cine posfranquista. La primera, aquélla que se interesa únicamente por el exhibicionismo y la explicitud, y que engloba el cine "S" y posteriormente el calificado como "X". La segunda, calificada por el autor como "erótica", no se limita a exhibir el sexo (que sí lo hace) sino que plantea determinadas reflexiones sobre la cuestión sexual. Afirma que *"son filmes donde lo sexual –con una presentación más o menos acentuadamente erótica– centra la atención, se convierte en núcleo argumental pero sin desgajarlo de las restantes constantes del comportamiento humano. Y en ellos también empieza a manifestarse la eclosión del polimorfismo sexual, es decir, de la variedad de formas de relación que la propia represión franquista había reprimido con*

mayor saña o, lo que es peor, convertido en objeto de burla y vergonzante explotación: homosexualidad, transexualidad, incesto, fetichismos, «perversiones» varias, etc.”.

En cuanto al primer grupo, podríamos nombrar numerosos y exuberantes títulos, especialmente los de las películas de Ignacio F. Iquino: *Las que empiezan a los 15 años* (1978); *Los violadores del amanecer* (1978); *La caliente niña Julieta* (1980); *Inclinación sexual al desnudo* (1981); etc. Y dentro de la segunda tendencia, encontramos títulos como *Cambio de sexo* (1977, de Vicente Aranda); *Nunca es tarde* (1977, de Jaime de Armiñán); *Los claros motivos del deseo* (1977, de Miguel Picazo); *La criatura* (1977, de Eloy de la Iglesia); *Ocaña, retrat intermitent* (1978, de Ventura Pons); *Un hombre llamado Flor de Otoño* (1978, de Pedro Olea); *L’Orgia* (1978, de Francesc Bellmunt); *Bilbao* (1978, de José Juan Bigas Luna); *Caniche* (1979, de José Juan Bigas Luna); *El nido* (1980, de Jaime de Armiñán); *Dedicatoria* (1980, de Jaime Chávarri); *La muchacha de las bragas de oro* (1980, de Vicente Aranda); *A contratiempo* (1981, de Oscar Ladoire); *En septiembre* (1981, de Jaime de Armiñán); *La mujer del ministro* (1981, de Eloy de la Iglesia); *Pestañas postizas* (1982, de Enrique Belloch); etc.

4.2.5 Referencias bibliográficas.

- ALBERICH, E. (1983): "Cine español, 1972-82. Memoria de una época", en *Dirigido por…*, núm. 100. Barcelona, Dirigido por…
- AÑOVER DÍAZ, R. (1992): *La política administrativa en el cine español y su vertiente censora*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens.* Denver, Arden Press.
- BLANCO MALLADA, L. (2005): "El musical en los años setenta (1ª parte: 1970-1975)", en *Área Abierta*, núm. 11. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I.
- CÁNOVAS, ORTEGA, M. C. (2008): "La construcción de la moral social franquista a través del cine y la crítica cinematográfica durante el primer franquismo (1940-1945)", en ALDUNATE LEÓN, O. y HEREDIA URZÁIZ, I. (Coords): *I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1983): *El cine español bajo el régimen de Franco, 1936-1975*. Barcelona, Universidad de Barcelona.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1992): *El cine español de la democracia: de la muerte de Franco al "cambio" socialista (1975-1989).* Barcelona, Anthropos.
- CUEVAS, A. (1999): *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*. Madrid, Imaginógrafo.
- DÍEZ PUERTAS, E. (2003): *Historia social del cine en España.* Madrid, Fundamentos.
- ESTEVE, P. y COMPANY, J. M. (1975): "Tercera vía, la muerte del cine español", en *Dirigido Por…*, Núm. 22. Barcelona, Dirigido por…
- FERRO, M. (1980): *Cine e historia*. Barcelona, Gustavo Gili.

- GONZÁLEZ BALLESTEROS, T. (1981): *Aspectos jurídicos de la censura cinematográfica en España: con especial referencia al periodo 1936-1977*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- GUBERN, R. (1981): *La censura: Función política y ordenamiento jurídico bajo el franquismo (1936-1975).* Barcelona, Península.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2004): *Voces en la niebla*. Barcelona, Paidós.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2005): "Esperanzas, compromisos y desencantos. El cine durante la transición española (1973-1983)", en CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs): *La nueva memoria. Historia(s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.
- HOPEWELL, J. (1989): *El cine español después de Franco. 1973 – 1988.* Madrid, Ediciones El Arquero.
- HUESO, A. L. (1998): *El cine y el siglo XX*. Barcelona, Ariel.
- JACKSON, M. A. (1983): "El historiador y el cine" en ROMAGUERA i RAMIÓ, J. [et al.]: *La historia y el cine*. Barcelona, Fontamara.
- MÉRIDA, P. (2002): *El cine español. Historia. Actores y directores. Géneros. Principales películas.* Barcelona: Larousse: Spes.
- MONTERDE, J.E. (1978): "Cine político español. 1973-1978", en *Dirigido por…*, núm. 58. Barcelona, Dirigido por…
- MONTERDE, J.E. (1993): *Veinte años de cine español (1973-1992). Un cine bajo la paradoja.* Barcelona, Paidós Ibérica.
- MORODO, R. (1984): *La transición política*. Madrid, Tecnos.
- PELAZ LÓPEZ, J. V. y RUEDA, J. C. (Eds) (2002): *Ver cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX*. Madrid, Ediciones Rialp.
- PONCE, J. M. (2004): *El destape nacional. Crónica del desnudo en la transición.* Barcelona, Ediciones Glénat España.
- SANCHEZ VIDAL, A. (1995): "El cine español y la transición", en MONLEÓN, J. B. [et al.]: *Del franquismo a la posmodernidad. Cultura española 1975-1990.* Madrid, Ediciones Akal.
- SORLIN, P. (1988): *Sociología del cine*. México, FCE.

- TERUEL RODRÍGUEZ, L. (2004): "La información cinematográfica en Andalucía durante la Transición como garante de los valores del régimen", en *Ámbitos. Revista internacional de Comunicación*, núm. 11-12. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- TORREIRO, C. (1995): "Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)", en GUBERN, R. [et al.]: *Historia del cine español*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- TRENZADO ROMERO, M. (1999): *Cultura de masas y cambio político: el cine español de la transición*. Madrid, Centro de Investigaciones sociológicas.
- ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1993): "El cuerpo y la máscara. Para una tipología del actor español: el caso de Alfredo Landa", en *El paso del mudo al sonoro en el cine español. Actas del IV Congreso de la AEHC*. Madrid, Editorial Complutense.

CAPÍTULO IV

MARCO CONTEXTUAL: CINE Y SOCIEDAD EN LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA

4.3 Bibliografía y documentación del capítulo

- ABEL, R… [et al.] (1998): *Historia general del cine*, Vol. III. Madrid, Cátedra.
- ABELLA, R. [et al] (1986): *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- ALBERDI, I. (1994a) (2ª Ed): "Actividad laboral de las mujeres", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
  - (1994b) (2ª Ed): "Modelos matrimoniales", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
  - (1994c) (2ª Ed): "Roles femeninos", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.

- ALBERICH, E. (1983): "Cine español, 1972-82. Memoria de una época", en *Dirigido por…*, núm. 100. Barcelona, Dirigido por…
- ALCOBENDAS, P. (1983): *Datos sobre el trabajo de la mujer en España.* Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ALFEO ÁLVAREZ, J. C. (2005): "Haciendo estudios culturales. La homosexualidad como metáfora de libertad en el cine de la Transición" en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- ALONSO BARAHONA, F. (1992): *Biografía del cine español*. Barcelona, CILEH.
- ALONSO TORRENS, J. M. (1983): "Análisis demográfico de la familia española", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- ALONSO, L. E. y REINARES, F. (1994) (2ª Ed): "Conflictividad", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- AMELL, S. y GARCÍA CASTAÑEDA, S. (Eds) (1988): *La cultura española en el postfranquismo. Diez años de cine, cultura y literatura (1975-1985).* Madrid, Playor.
- ANDERSON, B. S. y ZINSSER, J. P. (2007): *Historia de las mujeres: una historia propia*. Barcelona, Crítica.
- ANGULO EGEA, M. (2003): "Reforma, ruptura y olvido en la transición democrática española: de «Intersecciones» a «Amanece que no es poco»", en *Salina: revista de lletres,* núm. 17. Salina, Universitat Rovira i Virgili.
- AÑOVER DÍAZ, R. (1992): *La política administrativa en el cine español y su vertiente censora*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.
- BABIANO, J. (Ed.) (2007): *Del hogar a la huelga. Trabajo, género y movimiento obrero durante el franquismo.* Madrid, Catarata.
- BALLESTEROS, I. (2001): *Cine (ins)urgente: textos fílmicos y contextos culturales de la España posfranquista.* Madrid, Fundamentos.
- BARREDA, M. y BORGE, R. (Coords.) (2006): La democracia española: realidades y desafíos. Análisis del sistema político español. Barcelona, Editorial UOC.
- BARRENETXEA MARAÑÓN, I. (2008): "La Transición y ETA: la fuga de Segovia", en *Quaderns de cine,* núm. 2. Alicante, Universidad de Alicante.

- BARRERA DEL BARRIO, C. (2010): "La transición a la democracia y sus dificultades (1975-1982)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- BENET, V. J., COMPANY, J. M. [et al] (1989): *Escritos sobre el cine español, 1973-1987*. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- BERRIATÚA, L. (2005): "La censura no se rinde" en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens.* Denver, Arden Press.
- BLANCO MALLADA, L. (2005): "El musical en los años setenta (1ª parte: 1970-1975)", en *Área Abierta*, núm. 11. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I.
- BORREGUERO, C., y CATENA, E., [et al.] (1986): La mujer española: de la tradición a la modernidad. Madrid, Tecnos.
- BRÄNDLE SEÑÁN, G. (2008): Bienestar doméstico y cambio social en la sociedad de consumo española: el valor de los objetos en la vida cotidiana. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- CAMACHO, J. M. (1994a) (2ª Ed): "Consumo de drogas", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
  - (1994b) (2ª Ed): "Delincuencia", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- CÁNOVAS, ORTEGA, M. C. (2008): "La construcción de la moral social franquista a través del cine y la crítica cinematográfica durante el primer franquismo (1940-1945)", en ALDUNATE LEÓN, O. y HEREDIA URZÁIZ, I. (Coords): *I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1983): *El cine español bajo el régimen de Franco, 1936-1975.* Barcelona, Universidad de Barcelona.
  - (1992): *El cine español de la democracia: de la muerte de Franco al "cambio" socialista (1975-1989).* Barcelona, Anthropos.
  - (2007): *Historia del cine español*. Madrid, T&B.
- CAPEL, M. R., [et al.] (1988): *Mujer y sociedad en España, 1700-1975*. Madrid, Ministerio de Cultura.
- CARR, R. y FUSI, J. P. (1979): *España, de la dictadura a la democracia*. Barcelona, Planeta.

- CARRERAS, A. y TAFUNELL, X. (2004): *Historia económica de la España contemporánea*. Barcelona, Crítica.
- CASAS, J. I. (1987): *La participación laboral de la mujer en España.* Madrid, Instituto de la Mujer.
- CASTELLET, J. M. y CASTILLA del PINO, C. [et al] (1977); *La cultura bajo el franquismo.* Barcelona, Ediciones de bolsillo.
- CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs). (2005): *La nueva memoria. Historia (s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.
- CASTRO GARCÍA, A. (2009): *La representación de la mujer en el cine español de la Transición (1973-1982)*. Oviedo, KRK.
- CEBEIRO, J. [et al] (1995): Memoria de la transición: del asesinato de Carrero a la integración en Europa. Madrid, Diario El País.
- CHECA GODOY, A. (2008): "Maquis y emigrantes, una recuperación y un vacío en el cine de la Transición", en *Quaderns de cine,* núm. 2. Alicante, Universidad de Alicante.
- COLLADO ALONSO, R. (2011): "El destape del cartel de cine español. La nueva libertad sexual en la transición española", en *Revista Icono14 [en línea] 1 de Octubre de 2011, Núm. 3, Vol. Especial,* en http://www.icono14.net
- COLMEIRO, J. F. (2005): *Memoria histórica e identidad cultural: de la postguerra a la postmodernidad.* Barcelona, Anthropos.
- COMAS, D. (1990): "Las drogas en la sociedad española", en GINER, S. (dir): *España: sociedad y política*. Madrid, Espasa Calpe.
- COMÍN, F.; HERNÁNDEZ, M. y LLOPIS, E. (Eds.) (2002): *Historia económica de España: siglos X-XX*. Barcelona: Crítica.
- CUEVAS, A. (1999): *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*. Madrid, Imaginógrafo.
- DEFENSOR DEL PUEBLO ANDALUZ (Ed.) (2002): *La situación de las drogas y otras adicciones en Andalucía.* Sevilla, Defensor del Pueblo Andaluz.
- DEL AMO, A. [et al.] (2004): *Apuntes sobre las relaciones entre el cine y la historia: (el caso español).* Valladolid, Consejería de Cultura y Turismo.
- DEL CAMPO, S. (1994) (2ª Ed): "Fecundidad y familia", en DEL CAMPO, S. (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.

  – (1985): *Análisis sociológico de la familia española*. Barcelona, Ariel.

- DÍAZ-SALAZAR, R. (1994) (2ª Ed): "La Iglesia Católica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- DÍEZ PUERTAS, E. (2003): *Historia social del cine en España*. Madrid, Fundamentos.
- EL PAÍS (Ed.) (1996): *Memoria de la transición: del asesinato de Carrero a la integración en Europa*. Madrid, El País.
- ESPÍN, M. (2002): "Cine y transición: un camino accidentado" en *Visto, oído y contado:* [Congreso celebrado en el campus de Vicálvaro, del 17 al 11 de mayo de 2001]: Jornadas "25 años del reinado de Juan Carlos I".
- ESQUEMBRE VALDÉS, M. del M. (2006): "Género y ciudadanía, mujeres y Constitución", en *Feminismo/s: revista del Centro de Estudios sobre la Mujer de la Universidad de Alicante*, núm. 8. Alicante, Universidad de Alicante.
- ESQUIROL, M. y FECÉ, J. L. (2005): "Haciendo estudios culturales. Una aproximación a los discursos legitimadores de la Transición. El caso de Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón, de Pedro Almodóvar" en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- ESTEBAN RECIO, A. [et al.] (eds.) (2010): *Memoria de la transición*. Valladolid, Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio editorial.
- ESTEVE, P. y COMPANY, J. M. (1975): "Tercera vía, la muerte del cine español", en *Dirigido Por…*, Núm. 22. Barcelona, Dirigido por…
- FERRARY, A. (2010): "Cambio político, cambio social y cambio cultural: la cultura española después de Franco", en PAREDES, J. (dir.) (2010): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- FERRO, M. (1980): *Cine e historia*. Barcelona, Gustavo Gili.
- FUNDACIÓN FOESSA (1976): Estudios sociológicos sobre la situación social de España, 1975. Madrid, Suramérica.
  - (1981): Informe sociológico sobre el cambio político en España, 1975-1981. Vol. I. Madrid, Suramérica.
- GÁMEZ FUENTES, M. J. (2005): "Acordes y desacuerdos. La madre en el cine español de la democracia", en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- GANGA GANGA, R. M. (2008): "Memoria quebrada y consenso mediático de la Transición", en *Quaderns de cine*, núm. 3. Alicante, Universidad de Alicante.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, E. C. (1985): *Historia ilustrada del cine español*. Barcelona, Planeta.

- GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. (2005): "Algunos casos singulares e irrepetibles del cine de la Transición" en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- GARRIDO, A. (1994) (2ª Ed): "Normas de conducta", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- GIL CALVO, E. (1994) (2ª Ed): "Formas de expresión erótica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- GONZÁLEZ BALLESTEROS, T. (1981): *Aspectos jurídicos de la censura cinematográfica en España: con especial referencia al periodo 1936-1977*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J. A. (1985): "Nacionalidades y autonomías" en *Revista de Occidente*, núm. 54. Madrid, Fundación Ortega y Gasset.
- GONZÁLEZ MANRIQUE, M. J. (2007): *Mujer y moral católica en el cine de la Transición española*. Granada, Universidad de Granada.
  - (2008): "La descomposición de la familia tradicional en el cine español de la Transición", en *Quaderns de cine*, núm. 2. Alicante, Universidad de Alicante.
- GONZÁLEZ MARTÍN, R. (2003): "La publicidad en el imaginario cultural de la democracia española (1976-2003)" en PIZARROSO QUINTERO, A.: *Libertad de expresión. 25 años de la Constitución española.* Catálogo de exposición. Valencia.
- GUARINOS, V. (2008): "Mujer en Constitución: la mujer española en el cine de la Transición", en *Quaderns de cine*, núm. 2. Alicante, Universidad de Alicante.
- GUBERN, R. (1981): *La censura: Función política y ordenamiento jurídico bajo el franquismo (1936-1975).* Barcelona, Península.
  - [et al.] (1995): *Historia del cine español*. Madrid, Cátedra.
  - (1997): "Los difíciles inicios" en DE LA MADRID, J.C. (Coord): *Primeros tiempos del cinematógrafo en España*. Oviedo, Universidad de Oviedo.
- HEREDERO, C. F. (1989): "El reflejo de la evolución social y política en el cine español de la transición y de la democracia: historia de un desencuentro", en BENET, V. J. [et al.]: *Escritos sobre el cine español, 1973-1987*. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- HERNÁNDEZ ANDREU, J. (2006): "La transición centrista, 1975-1982", en GONZÁLEZ ENCISO, A. y MATÉS BARCO, J. M.: *Historia económica de España*. Barcelona, Ariel.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2004): *Voces en la niebla*. Barcelona, Paidós.

– (2005): "Esperanzas, compromisos y desencantos. El cine durante la transición española (1973-1983)", en CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs): *La nueva memoria. Historia(s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.

- HOPEWELL, J. (1989): *El cine español después de Franco. 1973 – 1988*. Madrid, Ediciones El Arquero.
- HUESO, A. L. (1998): *El cine y el siglo XX*. Barcelona, Ariel.
- IMBERT, G. (1990): Los discursos del cambio: imágenes e imaginarios sociales en la España de la Transición (1976-1982). Madrid, Akal.
- INGLEHART, R. (1991): El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas, Madrid, Ed. Siglo XXI.
- JACKSON, M. A. (1983): "El historiador y el cine" en ROMAGUERA i RAMIÓ, J. [et al.]: *La historia y el cine*. Barcelona, Fontamara.
- JARVIE, I. C. (1974): *Sociología del cine: ensayo comparativo sobre la estructura y funcionamiento de una de las principales industrias del entretenimiento*. Madrid, Guadarrama.
- JULIÁ DÍAZ, S. (1994): "Orígenes sociales de la democracia en España", en *Ayer*, núm. 15. Madrid, Asociación de Historia Contemporánea y Marcial Pons.
- JULIÁ, S., PRADERA, J. y PRIETO, J. (1996): *Memoria de la transición*. Madrid, Taurus.
- LARA GARCÍA, A. (1985): "El cine de la transición" en *Revista de Occidente*, núm. 54. Madrid, Fundación Ortega y Gasset.
- LARAÑA Y RODRÍGUEZ, E. (1986): "Las drogas como problema social tipología y tratamiento". *Revista española de Drogodependencias*, nº 34. Madrid.
- LINZ, J. J. y MONTERO, J. R. (1986): *Crisis y cambio. Electores y partidos en la Españá de los años ochenta*. Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.
- LLINÁS, F. (1986): "Los vientos y las tempestades", en *El cine y la transición política española*, Valencia, Generalitat Valenciana.
- LÓPEZ PINTOR, R. (1985): "La opinión pública y la transición: una mirada retrospectiva" en *Revista de Occidente*, núm. 54. Madrid, Fundación Ortega y Gasset.
- LÓPEZ RODÓ, L. (1986): "La economía española", en ABELLA, R. [et al]: *España diez años después de Franco: (1975-1985)*. Barcelona, Planeta.
- MARÍN, J. M., MOLINERO, C. y YSÁS, P. (2010): *Historia política de España, 1939-2000*. Vol. 2. Madrid, Ediciones Istmo.

- MARTÍN MORÁN, A. y DÍAZ LÓPEZ, M. (2005): "Haciendo estudios culturales. La asignatura de las fulanitas" en *Cuadernos de la Academia*, núm. 13-14. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- MATÉS BARCO, J. M. (2010): "Economía y sociedad en la España democrática (1975-2008)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- MATUD JURISTO, A. (2009): "La transición en la cinematografía oficial franquista: el NO-DO entre la nostalgia y la democracia", en *Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación.* Universidad de Navarra.
- MELERO SALVADOR, A. (2010): *Placeres ocultos: gays y lesbianas en el cine español de la transición.* Madrid, Notorious.
- MÉRIDA, P. (2002): *El cine español. Historia. Actores y directores. Géneros. Principales películas.* Barcelona: Larousse: Spes.
- MIGUEL, A. de (1976): *Desde la España predemocrática*. Madrid, Ediciones Paulinas.
- MONLEÓN, J. B. (1995): *Del franquismo a la posmodernidad: cultura española 1975-1990.* Madrid, Akal.
- MONTERDE, J.E. (1978): "Cine político español. 1973-1978", en *Dirigido por…*, núm. 58. Barcelona, Dirigido por…
  - (1993): *Veinte años de cine español (1973-1992). Un cine bajo la paradoja.* Barcelona, Paidós Ibérica.
  - (2005): "El tabú y el cine del franquismo, la transición y la democracia", en DOMÍNGUEZ, V. (Coord): *Tabú. La sombra de lo prohibido, innombrable y contaminante.* Gijón, Festival Internacional de Cine de Gijón.
- MONTERO GARCÍA, F. (1994): "La Iglesia y la transición", en *Ayer*, núm. 15. Madrid, Asociación de Historia Contemporánea y Marcial Pons.
- MONTES FERNÁNDEZ, F. J. (2003): "Del chal al desnudo, pasando por el destape. Repaso a los últimos 25 años de la televisión española" en PIZARROSO QUINTERO, A.: *Libertad de expresión. 25 años de la Constitución española.* Catálogo de exposición. Valencia.
- MORODO, R. (1984): *La transición política*. Madrid, Tecnos.
- NAVARRO M. (1972): "Pautas de consumo en España y diferencias regionales", en FRAGA IRIBARNE, M., VELARDE FUERTES, J. y DEL CAMPO URBANO, S. (dirs.): *La España de los años 70 (Volumen I. La sociedad).* Madrid, Moneda y Crédito.
  - (1994) (2ª Ed): "Consumo", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.

- ORIZO, F. A. (1991): *Los Nuevos Valores de los españoles. España en la encuesta europea de valores*. Madrid, Fundación Santa María.
- PALACIOS BAÑUELOS, L. (2002): "La cultura en la transición: una cultura poliédrica y de consumo" en *Visto, oído y contado:* [Congreso celebrado en el campus de Vicálvaro, del 17 al 11 de mayo de 2001]: Jornadas "25 años del reinado de Juan Carlos I".
- PELAZ LÓPEZ, J. V. y RUEDA, J. C. (Eds) (2002): *Ver cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX*. Madrid, Ediciones Rialp.
- PÉREZ PEÑASCO, A. y BENAVIDES FISSURE, T. (1983): "Grupos de presión y grupos sociales", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- PÉREZ PERUCHA, J. y PONCE, V. (1986): "Algunas instrucciones para evitar naufragios metodológicos y rastrear la transición democrática en el cine español", en *El Cine y la transición política española*. Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- PONCE, J. M. (2004): *El destape nacional. Crónica del desnudo en la transición.* Barcelona, Ediciones Glénat España.
- PORRAS FERREYRA, J. (2008): "El cine como instrumento de reinterpretación histórica en periodos de transición democrática", en *Revista de Ciencias Sociales*, núm. 122. Universidad de Costa Rica.
- POWELL, CH. T. (1985): "El primer Gobierno de la Monarquía y la reforma Suárez", en *Revista de Occidente*, núm. 54. Madrid, Fundación Ortega y Gasset.

  ─ (2001): *España en democracia: 1975-2000*. Barcelona, Plaza y Janés.
- PRESTON, P. (2004): *Franco "Caudillo de España"*. Barcelona, Editorial DeBolsillo.

  ─ (2005): Juan Carlos: el rey de un pueblo. Barcelona, Folio.
- RECIO, J. L. (1981): *La población española ante las drogas*. Madrid, Documentación Social – Cáritas.
- REINARES NESTARES, F. (1985): "Terrorismo y transición a la democracia en España" en *Revista de Occidente*, núm. 54. Madrid, Fundación Ortega y Gasset.
- RIAMBAU, E. (1997): "El cine español durante la Transición (1973-1978): una asignatura pendiente", en *Cuadernos de la Academia*, núm. 1. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
- ROBLES OROZCO, G. (1986): "La juventud española", en ABELLA, R. [et al.]: *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- SAN JOSÉ, B. (1986): *Democracia e Igualdad de Derechos de la Mujer*. Madrid, Instituto de la Mujer.

- SÁNCHEZ JIMÉNEZ, J. (1991): *La España contemporánea III. De 1931 a nuestros días*. Madrid, Ediciones Istmo.
- SANCHEZ VIDAL, A. (1995): "El cine español y la transición", en MONLEÓN, J. B. [et al.]: *Del franquismo a la posmodernidad. Cultura española 1975-1990.* Madrid, Ediciones Akal.
- SEGUIN, J. C. (1995): *Historia del cine español*. Madrid, Acento.
- SERRANO SANZ, J. M. (1994): "Crisis económica y transición política" en *Ayer*, núm. 15. Madrid, Asociación de Historia Contemporánea y Marcial Pons.
- SINOVA, J. (Ed) (1995): *Historia de la democracia*. Madrid, El Mundo, Unidad editorial.
- SORIANO GIL, M. A. (2005): La marginación homosexual en la España de la transición. Barcelona, Egales.
- SORLIN, P. (1988): *Sociología del cine*. México, FCE.
- SOTO, A. (2005): Transición y cambio en España. 1975-1996. Madrid, Alianza Editorial.
- TAMAMES, R. (Dir.) (1976): *Anuario económico y social de España. 1975*. Barcelona, Planeta.
  - (1977): Anuario económico y social de España. 1977. Barcelona, Planeta.
- TERUEL RODRÍGUEZ, L. (2004): "La información cinematográfica en Andalucía durante la Transición como garante de los valores del régimen", en *Ámbitos. Revista internacional de Comunicación*, núm. 11-12. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- TEZANOS, J. F. (1975): *Estructura de clases en la España actual.* Madrid, Cuadernos para el diálogo.
  - (1989): "Modernización y cambio social en España", en TEZANOS, J. F., COTARELO, R. y DE BLAS, A. (Eds): *La transición democrática española*. Madrid, Sistema.
- TORREIRO, C. (1995): "Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)", en GUBERN, R. [et al.]: *Historia del cine español*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- TRASOBARES, J. L. (2007): *La segunda oportunidad. Crónica sentimental de los años setenta*. Zaragoza, biblioteca Aragonesa de Cultura.
- TRENZADO ROMERO, M. (1999): *Cultura de masas y cambio político: el cine español de la transición*. Madrid, Centro de Investigaciones sociológicas.
  - (2007): "Cine y poder: el cine español y la secularización del discurso público sobre la moral durante la transición y consolidación democrática", en *Política y Sociedad*, vol. 44, núm. 3. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- TUÑÓN DE LARA [et al] (2000): *Historia de España*. Valladolid, Ámbito.
- TUSELL, J. (2005): *Dictadura franquista y democracia.* Barcelona, Crítica.

  – (et al.) (2003): "La transición a la democracia y el reinado de Juan Carlos I". Vol. 42 de *Historia de España Menéndez Pidal*. Madrid, Espasa Calpe.
- VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. (1992): *Historia de la política de fomento del cine español.* Valencia, Filmoteca de la Generalidad Valenciana.
- VALLS BLANCO, J. M. [et al.] (1988): *La conducta sexual de los españoles.* Barcelona, Ediciones B.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1985): Crónica sentimental de la transición. Barcelona, Planeta.
- VELARDE FUERTES, J. (2002): "Consolidación de la apertura: la economía" en *Visto, oído y contado:* [Congreso celebrado en el campus de Vicálvaro, del 17 al 11 de mayo de 2001]: Jornadas "25 años del reinado de Juan Carlos I".
- VILAR, S. (1986): La década sorprendente (1976-1986). Barcelona, Planeta.
- VILARÓS, T. M. (1998): *El mono del desencanto: una crítica cultural de la transición (1973-1993).* México, Siglo XXI.
- VV.AA. (1975): *La condición social y jurídica de la mujer: estudios con motivo del "Año internacional de la mujer"*. Granada, Escuela Social.
- ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1993): "El cuerpo y la máscara. Para una tipología del actor español: el caso de Alfredo Landa", en *El paso del mudo al sonoro en el cine español. Actas del IV Congreso de la AEHC*. Madrid, Editorial Complutense.

CAP. V

Principales artífices del cartel cinematográfico en este período

Dibujo de Ángela Molina, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.212.*

CAPÍTULO V

PRINCIPALES ARTÍFICES DEL CARTEL CINEMATOGRÁFICO EN ESTE PERÍODO

5.1 Introducción

El presente capítulo recoge las aportaciones de los principales cartelistas de cine que trabajan en nuestro período de estudio, los años comprendidos entre 1973 y 1982, ambos inclusive.

Los artistas reseñados son muy distintos en cuanto a estilo y técnica, y su llegada al universo del cartel cinematográfico tiene procedencias muy diversas: algunos, como Zulueta, vienen del mundo del cine; otros de la pintura, como *Mcp*, *Jano* o *Mac*, y otros desde la publicidad y el diseño gráfico, como Cruz Novillo. Pero también desde el cómic, la música, la ilustración, etc.

Su participación en este sector es también diversa, pasando por contribuciones inmensas, como es el caso de *Jano*, -cuya capacidad de trabajo le permite generar una copiosa colección de carteles-, hasta colaboraciones tan reducidas que no dejaron más

que una o dos muestras en este período, el caso de Enric Satué, por ejemplo, pero que hemos hecho constar por su alta calidad artística.

Algunos comienzan su andadura en el cartel de cine más o menos en los años que abarca nuestro período de estudio –Cruz Novillo o Zulueta–, aunque otros ya llevan tiempo en esta profesión –*Mcp*, *Jano*, *Mac*, o Montalbán–, pero siguen manteniendo una importante producción hasta bien entrados los años ochenta.

Y muchos otros autores podrían haberse incluido -Carmen Peña, Casaro, Chez, Enrique Picazo, Febi, Fernando Ramos, Fregenal, Guitart, Hermida, Herreros, I. M. Helena, J. Arnas, J. Bergada, Oko, Pepa Estrada, Perceval, Sanjulián, Santana, T. Calderón, Teseta, Tino Calabuig, Villa Melguizo, Villamayor, etc.-, pero que no comentamos porque su mayor producción se encuentra fuera de nuestro período de análisis.

Tampoco hemos incluido piezas anónimas, por no estar del todo seguros de su autor. Todavía hoy muchos diseñadores de carteles de cine siguen sin firmar sus obras, bien debido a cierto desprecio por este sector o debido a limitaciones impuestas por quien hace el encargo. Y el propósito de este capítulo es mostrar la producción y cualidades artísticas de los autores.

5.2 El eficaz eclecticismo del Estudio Esquema

Situado en la ciudad de Barcelona, el Estudio Esquema lo forman Ramón Martí, Josep Clavé Baserte y Hernán Picó, quienes firman sus trabajos con la rúbrica "Mcp", que se corresponde con la inicial de sus apellidos. Si bien su labor cartelística empieza en la década de los cuarenta del siglo pasado, su mayor producción se sitúa entre las décadas de los cincuenta y los ochenta. Su trabajo gira en torno a la elaboración de grandes murales para las fachadas de las salas cinematográficas y en menor medida al diseño de carteles comerciales, pero sobre todo al dibujo de publicidad cinematográfica: carteles, programas de mano, pressboooks, desplegables, etc.

Nada más terminar la Guerra Civil los tres amigos fundan la empresa de publicidad en la calle Julio Verne nº 15 de la capital catalana, decisivamente influidos por su amigo Antoni Clavé, con quien coinciden en la Escuela Superior de Bellas Artes. Según Gabriel Martín (2009) durante cuarenta años su estudio se ocupa de la promoción de más de dos mil películas, y desde el principio adquieren un puesto destacado en el terreno de la publicidad: ganan concursos, trabajan para el extranjero y se suman en el año 1959 a la Asociación de Maestros Pintores de Barcelona como empresa dedicada al diseño publicitario.

Con trayectorias similares como pintores, dibujantes y diseñadores gráficos, alternan su trabajo en publicidad cinematográfica con el diseño de fachadas y ambientaciones de vestíbulos de cine, proyectos para *stands* en distintas ferias de muestras, decoración de escaparates y espacios en congresos, diseño de logotipos, etc., lo que les permitía tener mayores ingresos puesto que el trabajo para la industria del cine no era muy rentable.

De nuevo en opinión del historiador GABRIEL MARTÍN (2009), en el departamento de cine del Estudio Esquema llegan a trabajar hasta diez personas. En un primer momento, los tres diseñadores se ocupan de cada proyecto, pero con el tiempo sólo realizan los bocetos y son los otros integrantes del taller quienes terminan el diseño, lo que supone no pocos problemas de autoría que la empresa solventa firmando todos los trabajos con las iniciales "MCP". Perez Perucha (1986:20) manifiesta que un *"bien formalizado y eficaz eclecticismo hace sospechar la presencia en su estudio de una gran diversidad de firmas anónimas a sueldo"*. No obstante, al margen de no presentar soluciones extremas, su producción muestra características pictóricas e icónicas muy variadas, no sólo porque el Estudio está formado por tres dibujantes, cada uno con su técnica y estilo, sino también debido al trabajo de muchos artistas que firman su trabajo con el nombre de la empresa y no con el suyo propio. Precisamente podemos nombrar a cartelistas tan consagrados como Carlos Escobar (Esc), Enrique Mataix Román (Mataix) o el propio Macario Gómez Quibus (*Mac*), quienes empiezan su labor cartelística al servicio de este taller pero que pronto se desligan de él y emprenden su carrera por su cuenta.

Son contratados por empresas tanto nacionales como internacionales, unas veinticinco en total, especialmente la Warner Bros y la Universal en el ámbito foráneo, o CB Films y Filmax en el caso español. Evidentemente también trabajan para la Metro

Goldwyn Mayer, aunque es difícil encontrar su firma en estos carteles, pues la política de la compañía prohibía expresamente que ningún artista suscribiera su diseño, e incluso los diseñadores debían evitar usar cualquier rasgo estilístico que fuera excesivamente característico. Según Miller (1994), la MGM tenía un Departamento de Publicidad en Barcelona que se ocupaba de unificar los diseños bajo la potente imagen corporativa de su logotipo, el león, siguiendo su política internacional de promover una imagen basada en los valores corporativos de la compañía en cuanto a estilo, estrellas, símbolos, etc. Así, sus carteles se imprimían sin firma ya que la empresa consideraba que los artistas ya contaban con el formidable honor de poder diseñar sus carteles, alegando que ellos "vendían artistas".

Su concepto de cartel resume perfectamente las características de su producción cartelística. *"Para Martí, «el cartel ha de ser una mancha. Un grito. Es decir, muchas cosas en pocas palabras. Ha de ser muy sutil, tanto por lo que respecta a la idea como a la realización y ha de poderse comprender en un instante». Según Clavé, «ha de poderse leer sin letras y ha de ser optimista, alegre». Para Picó, «ha de ser estilizado también. Hemos rehusado muchos encargos porque huimos como de la peste de la standarización realista»"*[1].

En consecuencia, sus carteles, que abarcan prácticamente todos los géneros cinematográficos, y a pesar de que podría decirse que su estilo es claramente convencional y basado en el norteamericano, en el que la estrella protagonista es la base para toda la composición, su trabajo posee gran personalidad, con excelentes retratos, enorme expresividad y un tratamiento colorista tan singular que dota de una gran fuerza comunicativa a sus dibujos. Así, un recurso muy utilizado por este taller es el uso de colores fuertes, brillantes, oscuros en muchas ocasiones, que sustentan la composición y que se oponen a los amarillos y anaranjados de los textos.

Entre los temas empleados para transmitir sus mensajes destaca sobre todo el uso en primer lugar, como no, del *star-system*, utilizando los rostros y cuerpos de las estrellas como principal reclamo publicitario y en muchas ocasiones imitando el estilo de Soligó con las "cabezas que flotan". En segundo término se presenta una escena más o menos realista, a modo de fotograma extraído de la propia película. Y todo ello, sobre fondos de color o ilustraciones que ambientan y sustentan toda la composición.

[1] Mylos (Sebastiá Gasc): "Martí, Clavé y Picó", *Destino*, nº 915, Barcelona: 1955. Citado en Gabriel Martín, F. (2009).

Normalmente, y citando a GABRIEL MARTÍN (2009), sus diseños se organizan basándose en un generoso repertorio de variables espaciales: "*1) Ilustración principal a mayor tamaño, enmarcada por una zona neutra, blanca por lo general, que la aísla, o sobre fondos de variados colores; 2) Ilustración secundaria a menor tamaño que, aunque parezca paradójico, proporciona más cantidad de información; 3) Fondo alusivo, generalmente con una escena de acción o un ambiente pertinente, magníficamente resueltos. Un modelo muy frecuente, en sintonía con la recurrencia fílmica y publicitaria a la historia de amor, es la composición basada en la pareja situada sobre un fondo narrativo y colorista. En lanzamientos donde el atractivo publicitario se deposita en la imagen de un solo personaje, el diseño sigue el esquema anterior. MCP realizan en otros trabajos composiciones de mayor audacia que enfatizan las posibilidades expresivas de cada imagen a partir del empleo de diversos puntos de vista (planos, si queremos) y de la compartimentación del espacio*".

No obstante, el discurso de sus carteles es directo y sencillo, sin soluciones extremas, con el que se aseguran una interpretación clara y sin desviaciones. Utilizan sólo los elementos necesarios para una adecuada transmisión del mensaje, eliminando todo lo superfluo. Así, sus diseños reproducen básicamente, y de una u otra forma, los rostros principales del filme y la información textual necesaria en cada caso. En muy pocos casos se dibuja a los personajes principales dentro de la acción, sino que son sus posturas o actitudes las que nos muestran una posible relación con el argumento.

Su técnica es la pintura a la aguada, o *guache*, con la que crean trabajos muy seductores e interesantes, bien realizando todo el diseño con este procedimiento o bien completándolo con el dibujo de formas y figuras trazadas más desenvueltamente o con el inevitable uso de la fotografía, ésta generalmente sin retocar, pero en otras ocasiones virada a sepia, pintada con anilinas, corregida con *gouache*, etc.

Y, por supuesto, también recurren a la caricatura, no en la misma proporción que lo hace su coetáneo *Jano*, pero sí en bastantes ocasiones y siempre que el argumento y el género de la película lo permiten. Es frecuente su uso en las comedias, ya sea como imagen exclusiva o bien alternándola con dibujos más realistas.

Independientemente del estilo o la técnica empleada en cada caso, se observan características comunes en todos ellos. Así, el centro visual del cartel suele situarse en la parte superior, albergando los rostros principales y sus nombres. Son composiciones de

marcada verticalidad, que se apoyan casi siempre en el título de la película, colocado en la base o parte inferior del cartel.

La presentación de los créditos se resuelve siempre de manera satisfactoria. Mientras que los nombres de las estrellas protagonistas suelen colocarse en la parte superior o por encima del título, con tipografías grandes y colores bien visibles para una rápida lectura y reconocimiento; los nombres del resto de intérpretes, así como la identidad visual de las casas productoras, tienen un tratamiento más discreto y suelen colocarse en aquellos lugares que ayuden a equilibrar la composición.

En la producción nacional podemos ver carteles con su firma en las películas *El malvado Caravel,* 1956, Fernando Fernán Gómez (Fig. 46); *Manolo Guardia urbano,* 1956, Rafael J. Salvia (Fig. 146); *La muralla,* 1958, Luís Lucía (Fig. 165); *Los tramposos,* 1959, Pedro Lazaga (Fig. 177b); *Plácido,* 1961, Luís García Berlanga (Fig. 203); *Senda torcida,* 1962, Antonio Santillán (Fig. 223); *Piso de soltero,* 1964, Alfonso Balcázar (Fig. 257); *Sangre en el ruedo,* 1968, Rafael Gil (Fig. 317); *Las crueles,* 1969, Vicente Aranda (Fig. 326); *¿Por qué te engaña tu marido?,* 1969, Manuel Summers (Fig. 333); *Todos o ninguno,* 1970, Fianni Crea (Fig. 354); *Adiós, cigüeña, adiós,* 1971, Manuel Summers (Fig. 359); *Experiencia prematrimonial,* 1972, Pedro Masó (Fig. 385); *El retorno de Clint el solitario,* 1972, Alfonso Balcázar; y un larguísimo etc.

También en su producción para el cine extranjero se encuentran algunos de sus trabajos más notorios y representativos de su diversidad de estilos. Quizá señalar, por ejemplo, el cartel realizado para publicitar la famosa película de Michael Curtiz, *Casablanca*. Poderoso y enérgico, nos cautiva con un primerísimo primer plano de Ingrid Bergman. Toda la composición está basada en su rostro y tan sólo hace referencia a la trama argumental colocando un pequeño personaje que nos da idea del lugar donde se desarrolla la acción. La pasión del personaje de Ingrid Bergman está simbolizada en el color rojo utilizado en su retrato, lo que a su vez confiere al cartel una intensidad cromática asombrosa, que contrasta visiblemente con el color amarillo utilizado en el título.

También el cartel de la película de Robert Aldrich, *¿Qué fue de Baby Jane?*, presenta un estilo similar. En la composición destacan los rostros de las hermanas enfrentadas, Bette Davis y Joan Crawford, coloreadas con tonalidades verdes y grisáceas, apoyando así el carácter dramático de la cinta. De nuevo en este caso el título

en amarillo, sirviendo de base y apoyo al resto de la composición, y coronado por la cabeza rota de una vieja muñeca. Icono este último que refuerza el argumento del film haciendo referencia al pasado glorioso pero fracasado de una de las hermanas.

Asimismo, los carteles de *Arsénico por compasión,* S*alomé, Mares del Sur, Noche y Día,* o de la española *El malvado Caravel,* pueden incluirse dentro de este grupo o estilo, caracterizado por tratarse de composiciones de gran cromatismo, cuyos principales elementos comunicativos son siempre el rostro y nombre del protagonista, acompañados de algún elemento icónico relativo a la película.

Algunas veces se encuentran diseños de "Mcp" algo más atrevidos. Por ejemplo el cartel de *Matar un ruiseñor,* de Robert Mulligan. En este caso, si bien la referencia a la gran estrella, Gregory Peck, es inevitable, tanto gráfica como textualmente, vemos cómo la mitad del espacio visual se ha reservado para colocar un dibujo infantil. Es el esbozo de un pájaro, un ruiseñor, rasgado por la mitad, que nos lleva directamente al título de la película, y que enlaza a su vez con el argumento del film. Se trata de un dibujo realizado por los dos niños protagonistas.

Igualmente el cartel de *La guerra privada del Mayor Benson*, de Jerry Hopper. No vemos el rostro de Charlton Heston ni el de Julie Adams, tan sólo unas largas piernas que suponemos son del protagonista y que ocupan prácticamente toda la superficie del cartel.

También destacar el diseño para *Río Bravo,* de Howard Hawks. Nada convencional para su época, el diseño se resuelve exclusivamente con tipografía, aunque acompañada sutilmente por algunos iconos que nos sugieren que se trata de un western: el rifle, el sombrero, el revólver, e incluso la presencia de una figura femenina, resuelta con el trazado de unos labios sinuosos.

El caso de *Esplendor en la yerba*, de Elia Kazan, resulta de igual forma distinto, no tanto por la iconografía utilizada sino por la técnica. El paso de la litografía al offset supuso no pocos problemas a los cartelistas de la época. El Estudio Esquema lo resuelve aquí con gran acierto, aprovechando la trama de impresión para conseguir una textura especial en las sombras de la imagen. El abrazo en blanco y negro de Warren Beatty y Natalie Wood se funde con el fondo también negro, pero dejando ver todos los detalles de la imagen gracias al punto exagerado de la trama. A modo de collage, sólo utiliza color en la parte superior, dando profundidad al fondo plano, y en el título del film.

Precisamente, todo el peso visual recae sobre la zona del título, por el color y la tipografía utilizada, de estilo hippie, característica de los años sesenta.

En nuestro período concreto de análisis, cabe citar, por ejemplo, el cartel para *Una chica y un señor,* de Pedro Masó, (figura AI.73-38). En este caso, toda la estructura gráfica se resuelve en una diagonal que destaca sobremanera la figura de Ornella Muti colocando dos fotografías de gran tamaño tramadas en rojo y azul y dejando en la parte central el dibujo de un abrazo de los dos protagonistas que nos revela la trama argumental: "*La vida de una joven y atractiva cantante en busca de éxito cambia cuando conoce a un consagrado abogado, mayor que ella. Su romance dará lugar a una historia de amor, en la que la diferencia de edad supone un problema añadido a la relación de la pareja*"[2]. Para equilibrar la composición coloca la información textual en la diagonal contraria, destacando especialmente el título del film, colocado en la parte inferior izquierda.

Por otra parte, nos muestra un rotundo primerísimo primer plano de Fernando Fernán Gómez en *Vera, un cuento cruel*, de Josefina Molina (figura AI.73-41). Tras la cortina, especialmente colocada para albergar las referencia textuales, vemos a una esposa enferma asistida por su marido bajo la estrecha mirada del mayordomo.

En el caso de *Polvo eres,* de Vicente Escrivá y de *Jo, papá*, de Jaime de Armiñán, (figuras AI.74-32 y AI.75-15, respectivamente), el elemento gráfico principal es un plano americano de los actores principales, colocados sobre fondos de color y acompañados por otras imágenes que ilustran o sugieren la posible trama argumental. En el primer caso, son pequeñas fotos sacadas de un fotograma de la película, mientras que en el cartel de *Jo, papá,* se trata de un primer plano de la actriz Ana Belén, cuyo personaje mira desafiante a un padre autoritario que no la comprende.

Un ejemplo similar podría ser el realizado para *Las adolescentes*, de Pedro Masó (Figura AI.75-18). El motivo gráfico nos avanza el argumento, mostrando a tres jóvenes con la vestimenta de un internado y cuya historia se desarrolla en la ciudad de Londres. Tan sólo un fotograma tramado en rosa destapa el drama vivido por estas chicas, que se verán inmersas sin querer en el mundo de la pornografía.

[2] Disponible en web: http://alpacine.com/pelicula/7787/. [Consulta: 21 de abril de 2007].

También destacamos el *affiche* para *La joven casada,* de Mario Camus, (figura AI.75-17), el cual, dividido en dos mitades separadas por el título del film, deja que todo el peso gráfico recaiga sobre la parte superior, que presenta de nuevo un bellísimo retrato de Ornella Muti. La parte inferior, compuesta por una imagen en blanco y negro que equilibra la composición, anticipa de alguna manera el fondo argumental presentando una escena en la que podemos ver las desavenencias de una esposa con su abúlico marido.

Un caso distinto es el de *Los pájaros de Baden-Baden*, de nuevo de Mario Camus (figura AI.75-23). Exclusivamente tipográfico, tan sólo presenta a los personajes principales con fotografías en blanco y negro que acompañan a las letras coloreadas del título. No desvela el argumento, ni siquiera avanza el género de la película que tenemos delante. Vemos la imagen de Elisa (Catherine Spaak) en la parte superior, del fotógrafo Pablo (Frederik de Pasquale) en la inferior, y en medio de ambos, al hijo de Pablo (José Luis Alonso), sin poder adivinar que se trata de un drama que cuenta una historia de amor entre los personajes.

Y en el cartel de la comedia *Amor casi libre*, de Fernando Merino, (figura AI.76-3) se ha dividido la superficie en dos mitades con la imagen de una mujer en actitud apacible y sensual, dejando la parte superior para exponer algunos fotogramas de la película, y la inferior para el inevitable mensaje tipográfico. El guión, de Manuel Summers y Francisco Lara Polop, trata sobre el efecto que las impresiones recogidas por un provinciano español sobre el amor libre durante una estancia en París produce en sus convencionales vecinos.

También para *Los días del pasado,* de Mario Camus, (AI.77-27), se trabajan dos planos distintos en el espacio del cartel que nos resumen el asunto a tratar en la película. Después de finalizada la Guerra Civil, Juana, una chica malagueña viaja hacia un pueblecito montañoso del norte, donde le han concedido el puesto de maestra, con un fin determinado: encontrar a su novio, Antonio, que está refugiado en las montañas, con los maquis.

Un diseño habitual en su trabajo está representado por el proyecto para *El anacoreta,* de Juan Estelrich, (figura AI.76-9). La película cuenta la historia de un hombre, personificado por Fernando Fernán Gómez, que cierto día decide vivir en el cuarto de baño, el cual ha modificado de manera que parezca un apartamento. Cuando

ya lleva once años sin salir, uno de los mensajes que periódicamente arroja por el inodoro, llega a manos de Arabel Lee y entre ambos se entabla una relación amorosa que no tendrá final feliz. El cartel muestra únicamente a estos dos personajes, otra vez como si hubiesen sido sacados de un fotograma del film, sobre la imagen monocroma de un cuarto de baño. Y de nuevo es el título y toda la información textual lo que se coloca en la parte inferior para sostener el conjunto de la composición.

Terminamos con el cartel para *Pepito Piscinas*, de Luis María Delgado, (figura AI.77-32), como ejemplo perfecto de síntesis gráfica. Fernando Esteso representa a Don José, un tipo que se pasa los veranos en las piscinas tratando de ligar, aparentando que es millonario, y no es nada más que un vulgar vendedor de coches al que todos llaman Pepito Piscinas. La imagen de los protagonistas se complementa con la piscina del fondo y toda una galería de personajes secundarios que rematan la información aportada en el cartel.

5.3 El juego intelectual de Cruz Novillo

Pintor, grabador, escultor y diseñador gráfico. Nace en Cuenca en 1936. A finales de los años cincuenta, abandona sus estudios de Derecho, acude a la Escuela de Artes y Oficios de Cuenca, se inicia en la pintura y entra como dibujante en Publicidad Clarín. En 1959 comienza a colaborar como diseñador industrial en SEDI (Sociedad de Estudios del Diseño Industrial). Y es en 1965, cuando siendo director creativo, abandona Clarín y crea su propio estudio de diseño.

Su obra conjuga dos facetas paralelas, la artística y la de diseñador, con conexiones estéticas y estilísticas muy importantes. Para DE LA PLAZA (1996:71) "*…su visión del arte como una actividad integradora, dentro de una línea de pensamiento próxima al racionalismo de la Bauhaus, aunque al margen de la profesión arquitectónica, le llevará a interesarse progresivamente por el mundo del diseño gráfico, al que aplicará su conocimiento y su experiencia creadora. Cruz Novillo no es partidario de jerarquizar los géneros artísticos, sino de considerarlos profundamente conectados entre sí*".

Su producción artística en el comienzo de los años setenta se caracteriza por tener un alto grado de movilidad y dinamismo, aunque posteriormente vaya evolucionando hacia formas más simples, influido por el constructivismo y el arte minimal. Ha trabajado todos los campos —el dibujo, la pintura, la escultura y la música—, y todos ellos con el mismo principio: transformar unos códigos en otros, una expresión artística en otra, en sucesión temporal, buscando una visualidad que rompa con los límites y las divisiones artísticas establecidas.

Sus inicios en la pintura dejan ver una clara influencia constructivista, con superficies monocromas en las que el color, el volumen, la textura o la composición son piezas fundamentales. Posteriormente introduce la imagen figurativa y las fotografías, dando el salo a los objetos y la escultura, para terminar introduciendo la música como parte esencial y necesaria en sus obras. Él mismo se reconoce como un artista conceptual, influido tremendamente por Mondrian o Duchamp.

En el campo de la escultura estudia con Fausto Culebras y asiste al taller del imaginero José Navarro Gabaldón. Utiliza materiales como el acero, bronce, latón y piedra de Calatorao. En 1972 realiza su primera exposición individual en la Galería Skira, de Madrid, presentando sus "Esculturas manipulables". Y 1974, comienza un estudio entorno a las relaciones existentes entre el plano y el volumen, con el ciclo "tximparta", formado por seis esculturas y doce pinturas. Y a partir de este momento, no interrumpe su labor creadora ni un momento. Puede decirse que desde el comienzo de los años setenta, participa activamente en los movimientos culturales de vanguardia madrileños, exponiendo individualmente con frecuencia y participando en programas de investigación plástica colectivos.

Destacar, por ejemplo, que ha expuesto individualmente en la Galería AELE de Madrid, en más de veinte ocasiones, pero también en las Galería Tórculo y Anselmo Álvarez, también de Madrid, en el Museo Bartola de Gijón, en la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Navarra, en la Casa del Cordón de Burgos, en la Sala Amós Salvador de Logroño, en el Colegio de Arquitectos de Málaga, en la Fundación Antonio Pérez de Cuenca, en la Sala Luzán de Zaragoza, en la Galería Tolmo de Toledo, en Sao Paulo, Basilea, París, La Haya, Colonia, etc.

En cuanto a sus exposiciones colectivas, podemos citar, a modo de ejemplo, algunas en las que ha participado[3]: "Originales y múltiples": Caja de Ahorros de Navarra, Santillana del Mar, Santander, (1972); "Forma y medida en el Arte Español", Biblioteca Nacional, Madrid, (1977); "Pintura Española Contemporánea", Fundación Gulbenkian, Lisboa, (1978); "Escultura en el jardín", Madrid, (1978); "Artistas españoles en la Bienal de Sao Paulo", Galería Grifé y Escoda, Madrid, (1978); "El Collage", Galería AELE, Madrid, (1980); "Abstracción Geométrica", Itinerante por España, (1980); "Experimentación en el Arte", Sala Conde Duque, Madrid, (1983); "La cultura de Castilla-La Mancha y sus raíces", Palacio de Velásquez, Madrid, (1984); "Arte y Nuevas Tecnologías", Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Santander, (1984); "Propuestas Objetivas", Galería Fernando Vijande, Madrid, (1985); "Nuevas Formas y Construcción", Galería AELE, Madrid, (1986); "I Bienal Iberoamericana de Arte Seriado", Sevilla, (1986); "Constructivistas Españoles", Caja de Ahorros de Córdoba, Madrid, (1987); "Homenaje al Cubismo", Facultad de Bellas Artes, Madrid, (1987); "Arte Geométrico en España 1957-1989", Centro Cultural de la Villa, Madrid, (1989); "Forma y Conceptos. Esculturas", Estudio Theo, Sala Celina, Madrid, (1982); "Cuadros de una exposición", Galería AELE, Madrid, (1993); "Arriba y abajo", Galería AELE, Madrid, (1994); "Julián Gil, José María Iglesias y Cruz Novillo", Caja Provincial de Ahorros de Córdoba, (1994); "El nacimiento de una ilusión", 100 años de cine / 20 años, Galería AELE, Madrid, (1996); "La medida armónica", Galería Edurne, Madrid, (1999); "Puntos de vista", Galería Sandunga, Granada, (2000); "Memoria y Modernidad". Arte y Artistas del Siglo XX en Castilla-La Mancha, Exposición itinerante, (2001); "Mirando los 70", Galería AELE-Evelyn Botella, Madrid, (2002); "Expresiones exactas", Centro Puerta de Toledo, Madrid, (2003); "Viceversa", Galería AELE-Evelyn Botella, Madrid, (2005); "Diafragma Hexafónico Chair", Feria Casa Pasarela, Madrid, (2008).

Asimismo ha presentado sus obras en ferias internacionales: Bienal de Saô Paulo, en Arco de Madrid, FIAC de París, BASEL ART de Basilea, Fundación Gulbenkian de Lisboa, en la Habana, en la Haya, etc.

Es un artista plástico con más de cuarenta años de trayectoria profesional, los últimos de los cuales se han centrado en el desarrollo del concepto "Diafragma", denominación que engloba multitud de formatos de obras cuya característica común es

[3] Disponible en web: http://www.cruznovillo.com/. Página oficial. [Consulta: 5 de mayo de 2007].

la combinación de un número variable de elementos monocromáticos, sonoros, fotográficos o tridimensionales. Uno de sus últimos trabajos sería el "Diafragma Decafónico de Dígitos" en las fachadas del Instituto Nacional de Estadística, en Madrid, el cual, junto con la labor del equipo de arquitectos de Ruiz-Larrea y Asociados, ha conseguido dar un aspecto más renovado y colorido al obsoleto edificio. Se trata de un sistema de transcripción de cifras a colores en el que cada color equivale a un digito del 0 al 9, por lo cual se pensó que era idónea su aplicación al edificio de una institución como el Instituto Nacional de Estadística, que presenta el resultado de sus estudios de forma principalmente numérica.

No obstante, son muchos los edificios que albergan obras de este autor: los edificios Bancaya, CAMPSA, Puerta de Europa, BBVA, Cajamadrid, Repsol, Torre Picasso, el Banco de España, la Fundación Antonio Camuñas, el Centro Tecnológico Repsol YPF, (todos ellos de Madrid), o la fachada del Hotel Los Lebreros, en Sevilla.

En su perfil de diseñador destacamos asimismo su participación como fundador y miembro activo del llamado "Grupo 13", que según DE LA PLAZA (1996:71), "*…cuyo propósito era promocionar y dignificar el diseño gráfico y hacer llegar la consciencia de su significado en la vida contemporánea al hombre de la calle, de modo similar a o que había tratado de conseguirse en Barcelona desde 1961 al crearse el F.A.D. —Agrupación de Grafistas para el Fomento de las Artes Decorativas —*".

Como grafista ha contribuido a la modernización de la imagen corporativa de muchas empresas y entidades españolas. Desde que a finales de los años sesenta diseñara la imagen para los productos fabricados por Fósforos del Pirineo, ha realizado portadas de discos, envases de medicamentos, portadas para el anuario de *El País*, diseño de billetes (las monedas de 100 y los billetes de 1.000, 2.000 y 5.000 de las antiguas pesetas), pero sobre todo, logotipos. Entre sus hitos más destacados podemos citar, entre otros, los símbolos del Tesoro Público, del PSOE, de las marcas Sprint o Repsol, el globo terráqueo del diario El Mundo, las estrellas de la Comunidad de Madrid, el Banco de España, el puño y la rosa del PSOE, las vías bifurcadas de Renfe, los dos mundos con la cifra del V Centenario del Descubrimiento de América, un símbolo para Telefónica, el distintivo de la COPE, el Banco Pastor, Antena 3 Televisión, Hache Muebles, Consejo Superior de Cámaras, Chocolates Trapa, Club de Golf La Moraleja, Caja de Ahorros de Sevilla, Comisión Nacional de Energía, Bicentenario de la Guerra de la Independencia, Fundación Antonio Camuñas,

Fundación Once, Cuerpo Nacional de Policía, el Instituto Español de Comercio, el Banco Cooperativo, y un largísimo etc.

En muchas ocasiones, no se limita únicamente al diseño del símbolo, sino que también realiza todo el programa de identidad visual corporativa. Es el caso, por ejemplo, del Tesoro Público, el Banco Pastor, RENFE, la Comunidad de Madrid, etc.

Ha sido galardonado en 1978 con el Premio Laus por el diseño de la Identidad Visual para Correos. También es Premio Nacional de Diseño en 1997, Premio de Pintura Caja Castilla-La Mancha 2002, Medalla del FAD en 2006, Premio Castilla-La Mancha de Diseño 2008, además de Académico de Bellas Artes desde el año 2007.

Su andadura en el diseño de carteles de cine comienza a principios de los años sesenta. Por entonces trabaja en la agencia de publicidad Clarín ocupándose de la dirección artística, mientras que su compañero José Luis Borau se ocupa de la creación conceptual, la redacción. En 1964 realiza los títulos de crédito de *Brandy*, de Borau, y es éste quien le pone en contacto con José Luis Viloria realizando para su película, *El rapto de TT*, de 1965, no un cartel sino una campaña de anuncios en prensa y de nuevo los títulos de crédito. Anteriormente ya había trabajado en dibujos animados y en gráfica audiovisual para televisión. Había hecho cabeceras para programas de Jaime de Armiñán y de Adolfo Marsillach.

Su relación con estos directores de cine y, por supuesto, su amistad con Luis Cuadrado, le llevaron a entablar amistad con el productor Elías Querejeta, lo que ha sido decisivo para su carrera como diseñador de carteles de cine, ocupándose prácticamente de la publicidad y los títulos de crédito de casi todas sus películas.

Reconoce que casi siempre trabaja para sus amigos: el cámara Luis Cuadrado, los productores Alfredo Matas, Eduardo Manzano, Benito Perojo y Elías Querejeta, los directores José Luis Borau, Manuel Summers, Luis García Berlanga, Fernando Trueba, Francisco Regueiro, Julio Diamante, José Luis Viloria, Pilar Miró y Gracia Querejeta. En una entrevista realizada por la autora de esta Tesis reconoce que: "…*Entre otras cosas porque creo que el trabajo que yo hago no le gusta nada a quienes no son mis amigos. No porque no medie la amistad sino porque es un trabajo que, en parte durante mucho tiempo, ha estado en contra del sistema. Incluso, muchos carteles míos que existen, que están en papel, que se colocan reproducidos en algunas publicaciones, son carteles hechos para festivales, para acontecimientos especiales de una película, y para*

su explotación y distribución comercial se han usado carteles distintos. Y es ahora, (en el momento en que se realiza la entrevista), *desde hace unos años, que soy menos convencional, curiosamente. Digamos que me he rendido a la evidencia, es decir, hay una barrera casi insalvable de opiniones que están confabuladas para que los carteles tengan que ser figurativos, descriptivos, explícitos, y poco a poco voy entrando en ello…*".

Admirador de la obra de Saul Bass, del cartel de cine polaco (reconoce la influencia de Jan Lenica, Henryk Tomaszewski y Roman Cieslewicz) y del cubano Félix Beltrán, siempre se ha opuesto a que sus diseños sean descriptivos y figurativos. Trata de interpretar el significado de cada película y sintetizarlo al máximo en sus carteles.

Para ello, le gusta trabajar desde el comienzo mismo del proyecto. En la citada entrevista afirma que "*…En general, tengo relación cotidiana con los productores, …, y me cuentan casi en su comienzo la idea. Suele ser una sinopsis de cinco líneas y, me gusta trabajar desde el origen, en el comienzo mismo del proyecto. En el momento que es posible, por supuesto, leo el guión, me lo estudio. En el comienzo del rodaje empiezo a guiarme por fotografías para hacerme una idea de la atmósfera, los actores, las caras; los elementos visuales son muy importantes. Y luego, suelo ver los montajes previos de las películas lo antes posible. …Y todo esto lo hago sólo para informarme, no intento tener ninguna idea ni nada, sino tener cuanta más información mejor para cuando vea la película, la primera copia cero que es cuando de verdad me pongo a trabajar*".

Sus carteles representan metáforas, alegorías, símbolos que nos llevan al fondo del relato, evitando siempre el estilo preponderante, es decir, huyendo continuamente del empleo del *star-system*, aunque en algunas ocasiones haya tenido que utilizar este recurso, introduciendo imágenes fotográficas más reconocibles. Así, en los últimos años se ha rendido a la evidencia, y hace carteles más explícitos, pero sin perder el estilo que le caracteriza. Por ejemplo, el cartel de la película *Barrio*, 1998, de Fernando León, reproduce una fotografía, sin ninguna complejidad semántica ni técnica, pero tiene algo de enigmático y jeroglífico que se descifra sólo después de haber visto la película. También, de la misma manera, los realizados para *Asesinato en febrero*, *Carta de amor de un asesino*, *Una estación de paso*, o *La espalda del mundo*, por ejemplo.

Como sus compañeros de oficio, tiene que soportar el peso de la censura y algunos de sus carteles no llegan a utilizarse. Tal es el caso de *Cría cuervos*, 1976, de Carlos Saura, o *Los desafíos*, 1969, de Víctor Erice. Otras veces, son los productores y distribuidores quienes son reacios a sus diseños, que se alejan demasiado de la forma habitual de promocionar las películas. Como hemos comentado anteriormente, muchos de sus carteles se han utilizado en festivales o para acontecimientos especiales de una película, pero para su explotación y distribución comercial se han usado otros.

Siempre ha trabajado para la producción nacional. Algunos de sus carteles son: *El rapto de T.T.,* (1964), de José Luis Viloria; *Brandy,* (1964) de J. L. Borau; *Crimen de doble filo,* (1964), de J. L. Borau. (La distribución utilizó otros más tradicionales); *El juego de la oca*, (1965), de Manuel Summers; *Si volvemos a vernos,* (1967), de Francisco Regueiro; *Peppermint Frappé,* (1967), de Carlos Saura (Fig. 303); *Último encuentro,* (1967), de Antonio Eceiza; *Stress es tres, tres,* (1968), de Carlos Saura; *La madriguera,* (1969), de Carlos Saura; *Urtain, el rey de la selva … o así,* (1969), de Summers; *Los desafíos* (1969) de Claudio Guerín, José Luis Egea y Víctor Erice; *Las secretas intenciones,* (1970), de Antonio Eceiza (Fig. 1970); *El jardín de las delicias* (1970), de Carlos Saura (Fig. 345); *Carta de amor de un asesino*, (1972), de Francisco Regueiro (Fig. 380); *El Sur*, (1983), de Víctor Erice; *Coto de caza,* (1983), de Jorge Grau; *Feroz* (1984), de Manuel Gutiérrez Aragón; *Tasio*, (1984), de Montos Armendáriz; *El año de las luces,* (1986), de Fernando Trueba; *Veintisiete horas* (1986), de Montxo Armendáriz; *Las cartas de Alou,* (1990), de Montxo Armendáriz; *Una estación de paso,* (1992), de Gracia Querejeta; *Después de tantos años,* (1994), de Ricardo Franco; *El último viaje de Robert Rylands,* (1996), de Gracia Querejeta; *Familia*, (1996), de Fernando León de Aranoa; *Barrio,* (1998) de Fernando León de Aranoa; *Cuando vuelvas a mi lado*, (1999), de Gracia Querejeta; *La espalda del mundo*, (2000), de Javier corchera; *Los lunes al sol* (2002), de Fernando León de Aranoa; *Asesinato en febrero*, (2001), de Eterio Ortega Santillana; *Perseguidos*, (2004), de Eterio Ortega Santillana; etc.

En todos ellos podemos apreciar como Cruz Novillo trata de interpretar el relato y el propósito último de sus creadores, sin recurrir a planteamientos facilones. Así, para *El rapto de T.T.*, una comedia que narra la historia de una estrella de cine francesa raptada por unos delincuentes, escoge una imagen real manipulada de una muñeca rubia de bazar atada y amordazada. También para *Si volvemos a vernos*, tercer largometraje

de Regueiro, selecciona una serie de fotografías manipuladas de manera que unas cabezas se meten dentro de otras, tratando de reflejar las dudas de la protagonista del film, que tiene tres días para hacer recuento de su vida y decidir sobre su futuro.

El caso del cartel realizado para *Los desafíos* es un ejemplo perfecto de su labor de síntesis. Tan solo una calavera de color negro sobre un fondo blanco nos presenta la película que narra tres distintas formas de ver y expresar cómo una situación que parece normal termina desembocando inexorablemente en un estallido de violencia. Un padre que teme perder a su hija. Un marido que se siente engañado. Un viajero que decide que su viaje y el de sus compañeros no tiene porqué continuar. Tres formas diferentes de ver y expresar cómo una situación que parece normal se resuelve violentamente.

Otras veces pretende rendir homenaje a diferentes personajes del mundo del diseño, como es el caso de Saul Bass con su cartel para *Anatomía de un asesinato*, de Otto Preminger. Justamente es en *La madriguera* para la que realiza una perfecta y ordenada composición desmontando un cadáver en formas geométricas exactas: círculos y rectángulos con sus combinaciones o fragmentos.

En *Las secretas intenciones*, (Fig. 1970), un drama de Querejeta que habla del desencanto que domina la vida de un diseñador cuarentón y su relación con Blanca, una mujer que ha intentado suicidarse, nos diseña un cartel que muestra una mano de papel con una cuchilla de afeitar a la altura de la muñeca y de la cual cae una gota de sangre.

Para *El jardín de las delicias*, (Fig. 345), sintetiza el contenido argumental con un dibujo plano de una silla de ruedas sobre la cual una figura negra, sin rostro, apunta con un fusil. El dibujo representa a un ejecutivo que ha sufrido un accidente de automóvil tras el cual queda paralítico física y mentalmente. Sentado en su jardín, consume el tiempo con sus fantasías, alucinaciones, memorias y sueños mórbidos.

En *Coto de caza* de nuevo un dibujo esquemático, plano, negro sobre fondo claro, con personajes sin rostro, tan sólo se ve que se trata de una mujer y un asesinato. Y muy similar es el tratamiento para *El año de las luces*. En este caso es una comedia sobre un adolescente internado en un sanatorio antituberculoso donde se enamora de una muchacha, y para ello Cruz Novillo experimenta con imágenes ambiguas y juegos de percepción visual. Es un dibujo plano, de color sólido, que representa dos perfiles humanos enfrentados y simétricos. Según se observe el cartel, se ven esos rostros como

figura o bien el fondo se convierte en una especie de pie de lámpara y las caras desaparecen.

Un caso especial es el trabajo realizado para *Las cartas de Alou*, en el cual la imagen de la estrella llena todo el cartel, seguramente porque se trata de un actor desconocido. Alou es un senegalés que, junto con un grupo de compañeros, desembarca clandestinamente en la costa sur española. Sin dinero ni documentos, busca la forma de sobrevivir como temporero y vendedor ambulante. El cartel es un primer plano del rostro del protagonista, pero la parte superior es un experimento con las tramas del fotograbado, en un intento de ampliar la frente de Alou y desvelar el mecanismo de su cerebro. Se añaden dos flechas dibujadas a mano alzada, intentando simbolizar el conflicto de sentimientos de este inmigrante.

Algunas veces, Cruz Novillo resuelve los carteles a modo de bodegones fotográficos compuestos por objetos significativos en el desarrollo del relato. Tal es el caso, por ejemplo de *Una estación de paso* y de *Después de tantos años*, por ejemplo.

En su producción de los últimos años es frecuente ver cómo al final ha terminado recurriendo a la representación de los actores, pero no de modo convencional, sino que se trata de fotografías extraídas de alguna escena de la película y que le siguen dando al cartel un cierto aire de misterio. Como ejemplos podemos citar *Tasio*, *Veintisiete horas*, *El último viaje de Robert Rylands*, *Familia*, *Cuando vuelvas a mi lado*, *Los lunes al sol*, …etc.

En cuanto a nuestro período de análisis, destacan fundamentalmente los siguientes carteles:

El cartel realizado para *El espíritu de la colmena*, (Fig. AI.73-8), es una referencia explícita al título de la película: diez hexágonos colocados de manera que simbolizan un panal de una colmena, y en ellos vemos un fotograma extraído del film, las dos niñas protagonistas jugando en las vías del tren. Una de ellas, la pequeña Ana, tras haber visto en el cine del pueblo la película Frankenstein, queda fascinada por la aparición de un fugado. Sus padres viven sus nostalgias y sus frustraciones sin aprovechar lo que esconde la mente de su hija pequeña, que un día desaparece y nadie, salvo ella, podrá conocer el final de la aventura.

Para *Hay que matar a B.*, (figura AI.74-17), Cruz novillo, quizá influenciado por el movimiento futurista italiano, utiliza una especie de juguete, de muñeco de cuerda

armado con un rifle que camina y se mueve rítmicamente. Con ello alegoriza inteligentemente el contenido argumental de la película: un asesino a sueldo manipulado por los demás que mata sin motivación alguna, un hombre que lleva a cabo un crimen político del que ignora el motivo y la víctima.

En el caso de *La prima Angélica*, (figura AI.74-21), ha escogido la silueta de un corazón que corta diagonalmente quedando el dibujo de un corazón roto, que simboliza el amor frustrado. En el interior de este corazón se representa un fotograma de la película en el que se ve a Luis, interpretado por José Luis López Vázquez y a su prima Angélica, quien despertó sus primeros sentimientos amorosos.

Cría cuervos, (figura AI.76-7), de Carlos Saura, es un ejemplo más en los que Cruz Novillo utiliza tan sólo un retrato enigmático de los personajes. Vemos a Geraldine Chaplin y a una jovencísima Ana Torrent posando para una fotografía que no desvela en absoluto la trama del film, que sólo se puede entender tras haber visto la película. Ésta narra la historia de tres niñas, tres hermanas y sus problemas, vistos a través de los ojos de una de ellas, la interpretada por Ana Torrent, quien cree poseer el don de invocar la presencia de su madre muerta y con quien revive una relación llena de ternura y, a veces, de dominio.

Jaime Chavarri rueda en 1976 el documental *El desencanto*, (figura AI.76-11), que narra cómo la viuda y los tres hijos del poeta falangista Leopoldo Panero dialogan entre ellos y contrastan los recuerdos de su conflictiva relación familiar. A través de la palabra y del recorrido por las habitaciones, objetos, calles y lugares perdidos se desvela la historia de unos años y unas personas unidas por vínculos familiares que en ningún momento huyen de sus diferencias y sus identidades. Por ello, el cartel trabaja con dos ideas: la nostalgia y la destrucción. No es más que una fotografía arrugada y envejecida de los niños, deteriorada y acompañada de una rosa marchita.

Pascual Duarte, (figura AI.76-35), es una adaptación que Ricardo Franco hace de una de las novelas más conocidas de Camilo José Cela. En ella se relata la vida de Pascual Duarte, un humilde campesino de Extremadura, analfabeto y dado al fatalismo, que se deja llevar irreflexivamente por sus instintos, que mata a sus animales de compañía y a su propia madre en una España marcada por el yugo franquista, el hambre y la pobreza. El cartel, realizado con una exagerada trama lineada, muestra el final trágico del protagonista, muerto a garrote vil.

Para *A un dios desconocido*, (figura AI.77-1), elige un comodín de baraja, carta que puede asumir el valor de otras, símbolo perfecto para expresar el conflicto de personalidad del protagonista, atormentado por sus vivencias y recuerdos.

Posiblemente los cuatro carteles que vamos a nombrar a continuación sean menos conocidos pero no por eso desmerecedores de elogio. El realizado para *Elisa, vida mía*, (figura AI.77-19), juega con las fotografías de los dos protagonistas, Geraldine Chaplin y Fernando Rey, que se funden el uno en el otro, para representar una relación entre padre e hija cada vez más ambigua y más contradictoria. Y a base de fotografías realizará también los tres siguientes: *Dedicatoria*, (figura AI.80-9), un beso que resume tres historias de amor entrelazadas, una que comienza, una que declina y una tercera brutalmente interrumpida; *Deprisa, deprisa*, (figura AI.80-10), imagen sencilla para un tema sincero: el "Mini", el "Meca", el "Sebas" y "Ángela" no quieren huir sino de lo que viven; y *Dulces horas*, (figura AI.81-12), para el que utiliza una fotografía envejecida que alude a los recuerdos de Juan, que han marcado e influenciado su vida de manera exagerada.

En *Hablamos esta noche*, (figura AI.82-20), tan sólo un dibujo sintético y plano de una pareja besándose, que supuestamente representa a los protagonistas, y acompañados del dibujo de un papel milimetrado que puede hacer alusión a la profesión del personaje Víctor, ingeniero en una central nuclear.

Para *Los ojos vendados*, (figura AI.78-26), elige un fondo negro sobre el que coloca tan sólo un rostro de mujer, rígido, sin mirada, con unas enormes gafas opacas que cubren sus ojos, inexpresivo salvo por el gesto de la boca. Síntesis perfecta del tema del film: un hombre impresionado profundamente por el testimonio de una mujer, que disfrazada y con unas grandes gafas de espejo cuenta cómo fue torturada.

Por último, destacar los trabajos realizados para Berlanga y su trilogía de los Leguineche: *La escopeta nacional*, (figura AI.78-23); *Patrimonio Nacional*, (figura AI.81-39); y *Nacional III,* (figura AI.82-37).

La primera cinta cuenta cómo Jaime Canivell (José Sazatornil), un fabricante catalán de porteros electrónicos, viaja con su amante (Mónica Randall) a Madrid para asistir a una cacería que él mismo ha organizado, con el objetivo de codearse con la alta sociedad para mejorar su negocio. Y el cartel muestra a ocho personajes distribuidos en dos filas bajo una bandera española. Son muñecos que se definen únicamente por su

indumentaria (sombreros, bigotes, uniformes, etc.) o por los objetos que acarrean, y que manifiestan su cometido en el escenario social.

La segunda cinta no es una continuación de la primera, ni por cronología ni por el contenido de la historia, pero les une la presencia de los personajes y el discurso narrativo. Tiene todos los ingredientes del cine de Berlanga: la crítica social y la ironía hacia los grandes valores de los que se ha presumido siempre en España. El asunto gira de nuevo en torno al Marqués de Leguineche quien, con el fin del régimen franquista, pone fin a su exilio voluntario confiando que la restauración de la monarquía le devuelva su vida cortesana de antaño y su antiguo esplendor. El cartel muestra de nuevo una serie de personajes, a modo de muñecos, aristocráticos por su atuendo, pero sin cabeza, sin rostro, anónimos, y de papel. Colocados como si fueran una portería de futbol y delante de ellos, el balón. No hay nada más que pegar una patada y caerán.

La saga termina con *Nacional III*, con un cartel diferente a los anteriores, más del estilo del autor, más dibujo, más esquemático. Es un monigote que corre con un maletín lleno de dinero que compendia la historia espléndidamente: los Leguineche deciden sacar de España el poco dinero que les queda por medio de una peregrinación a Lourdes.

5.4 El prolífico *Jano*

Francisco Fernández-Zarza Pérez nace en la calle Núñez de Arce de Madrid en 1922, dedicando toda su vida a su trabajo como cartelista, ilustrador, dibujante y rotulista hasta que muere el 13 de Mayo de 1992 a punto de cumplir los setenta años.

La Guerra Civil impide su ingreso en el estudio de escenografía de Sigfredo Burmann y, a partir de ese momento, su formación será totalmente autodidacta. Según ZARZA (2001:45-47), él mismo confiesa alguna vez que aprende sobre la marcha, a medida que va trabajando y fijándose en los dibujos de otros artistas, algo que cuesta mucho creer al contemplar la excelencia de sus dibujos, sobre todo el retrato.

Antes de empezar a trabajar para el mundo del cine, durante los años de la guerra, trabaja como ilustrador para varias revistas republicanas, como "Nova Catalunya" y "Hierro", actividad que le llevó a prisión durante algo más de un año. Sin embargo, esta incipiente actividad artística durante la contienda le lleva a conocer y a entablar amistad con otros grandes cartelistas de ese período, como Bardasano, Renau, Briones o Parrilla.

Empieza su carrera de diseñador en los años cuarenta del siglo pasado, ilustrando libros y cómics, como "Ginesito" o "Zanahorias" en el estudio de Adolfo López Rubio. El personaje central de uno de estos cómics –una historieta de la revista "La Motorizada"- le sirve para adoptar el seudónimo con el que posteriormente firmará todos sus diseños: *"Jano"*; aunque también utiliza los seudónimos de *"Karpa"* y *"Z"*. Para GARCÍA-RAYO (2005:15), la elección de este distintivo, *Jano*, deidad de dos caras, la explica como sigue: *"Jano era un Dios de dos rostros y a mi me gustó su simbolismo para colocármelo de apodo. Por mis dos facetas, la de pintor y la de cartelista. Bueno, yo llamo cartelista a dibujante, es igual. Lo mismo tengo que hacer un cartel de una ilustración que una caricatura. Y además fachadas de cine, que las hacía con Padilla a medias. En aquella época había que hacer de todo y era una suerte que hubiera encontrado trabajo. Yo empecé con el cartel de cine, aparte de porque me casé y necesitaba ganar más dinero que el que me daban por la ilustración, que se pagaba muy mal entonces, sobre todo, porque era un entusiasta del cine"*.

Así, durante su trayectoria profesional combina su labor como cartelista y como ilustrador, realizando abundantes portadas para revistas de cómics e ilustrando novelas a la vez que dibuja los rostros de innumerables personajes del mundo del cine en los murales de la Gran Vía madrileña y en los carteles impresos que promocionan las películas.

Como portadista e ilustrador hay que destacar su colaboración en la colección de José Mallorquí, "El Coyote", pero también para la revista "Chicas" o las portadas de la editorial Dólar para las colecciones "Flash Gordon", "El Príncipe Valiente" o "Rip Kirby", por ejemplo.

También deja su huella en carteles para los más variados espectáculos: revistas musicales, circo –para el Price, Americano, Mundial y Atlas, principalmente- o teatro,

como los realizados para las compañías de Antonio Garisa, Guadalupe Muñoz Sanpedro, o Tony Leblanc, entre otros.

Como cartelista de cine, es considerado uno de los más fecundos de todos cuantos han dejado su firma en el cartelismo cinematográfico español. Desde su debut con el cartel de *El Rebelde*, de 1945, y hasta su jubilación en el año 1987, en su estudio de la calle Bordadores en Madrid trabaja para varias decenas de distribuidoras, nacionales y extranjeras, y realiza más de cinco mil carteles, dejando ver en todos ellos su extraordinaria calidad como dibujante y su destreza en el empleo del color.

Pero además de los carteles, realizará otros materiales para la promoción cinematográfica, como programas de mano, dibujos para prensa, o fachadas del cine, especialmente para el Gran Vía de Madrid, siendo la primera la de la película *Rebeca*, de 1945, de Alfred Hitchcock. También realizó escenografías o dibujos para los títulos de crédito de algunos filmes, e incluso trabajos de arte durante los rodajes, como en *La Patrulla*, de 1954, de Pedro Lazaga.

A partir de 1945 comienza a diseñar carteles para las distribuidoras Procines e Hispamex, sucediendo a otro gran cartelista, Emilio Chapí Rodríguez, que muere por esas fechas. Y un año después, *Jano* se independiza y se convierte, en el cartelista oficial de la mayoría de las distribuidoras cinematográficas españolas: Hispamex, Procines, Chamartín, Suecia Films, CEPICSA, As Films, Filmayer, Mercurio Films, CEA, Dipenfa, etc., llegando a trabajar para más de veinte empresas cinematográficas al mismo tiempo.

Él mismo le cuenta sus inicios a ANTONIO GARCÍA-RAYO (2005:14): *"Yo comencé a hacer fotomontajes y dibujos en línea, en el cine, por el 42; aunque no fue hasta el 45 cuando comencé a dibujar carteles. Emprendí esta profesión gracias a que se murió un gran cartelista y una gran persona, Chapí, el dibujante catalán, que era muy bueno, y entonces me dieron a mí lo que él hacía en Hispamex y poco después también el trabajo de Procines. Así inicié mi carrera como cartelista"*.

Pocos años después se anima a montar su propio estudio, y contará con un gran equipo de colaboradores formado por dibujantes y rotulistas y por el que pasan figuras como el propio José Montalbán o incluso, Iván Zulueta.

No obstante, siempre le dedica tiempo a su otra pasión: la pintura. A partir de los años setenta, expone en diversas ocasiones, a veces individualmente y otras

participando en muestras colectivas, teniendo casi siempre como tema principal de sus obras la ciudad de su infancia, Madrid. Muchas de sus piezas serían caricaturas pero también dibujos a carboncillo, óleos, temple, gouache y acuarela.

En sus últimos años, dedica casi toda su producción a la realización de dibujos para carátulas de vídeo.

TOSANTOS (1990:59-63) afirma que su producción cartelística es inmensa pero, como él mismo confiesa, sólo se siente satisfecho de una docena de ellos. Y también PONGA (1992:115) alega que la mayoría de las veces tuvo que anteponer los deseos de distribuidores y productores a su propio estilo personal. *"Muy pocas veces tuve oportunidad de hacer lo que quería",* declara *Jano*. *"Me han atado mucho y ha habido carteles que ni siquiera los he firmado. Por ejemplo, el que hice para "Calle Mayor", de Bardem, mostraba a la protagonista paseando por la calle mayor de un pueblo bajo la lluvia, pero la síntesis de la película estaba en un cartel checoslovaco que me admiró y en el que ella aparecía vista desde atrás con un monigote de papel en la espalda. Aquí, ese tipo de cosas eran impensables. Yo me preguntaba, ¿para qué quieren tantas caras, si ya las van a ver en la película?"*.

Otras veces los problemas los encontró con la censura cinematográfica. Antes de su impresión, todos los materiales publicitarios debían pasar por la Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo. Por ejemplo, para el cartel de la película *Surcos*, de 1951, de José Antonio Nieves Conde. En un intento por dejar de lado la tendencia realista a la que estaba acostumbrado, Jano realizó un magnífico cartel para esta película. De nuevo TOSANTOS (1990:59-63) recoge la opinión del autor. Así, él mismo nos explica cómo era: *"... aparecía un hombre de aspecto siniestro atrayendo a la pueblerina familia hacia la ciudad, a través de un camino hollado por los surcos de un arado que llegaban hasta la misma metrópoli"*. Esta idea para el cartel fue censurada por su carga social y Jano tuvo que realizar otro menos intencionado. Aún así, la idea original fue premiada en un concurso internacional convocado por una empresa suiza que quería premiar las doce mejores muestras de la especialidad.

Aunque su estilo puede parecer realista y convencional, en principio por necesidad, por querer satisfacer los deseos de productores y distribuidores, no es el caso. Sus composiciones reproducen la imagen de los protagonistas del film, bien aislados o acompañados de motivos o escenas extraídos del largometraje que le ayudan a

comunicar el contenido argumental de la película de que se trate, pero siempre retratando con notable habilidad a los actores protagonistas. GARCÍA-RAYO (2005:17) nos cuenta cómo él mismo lo describe: *"Yo dibujaba bien los perfiles de los actores y eso hizo que me encasillaran desde el principio. He hecho carteles muy modernistas y me los han rechazado. Un jefe de publicidad me dijo un día que esos los pintara cuando me presentase a una Bienal"*.

Es indudable que lo que mejor define su trabajo en este sector es su capacidad para adaptar sus diseños a los distintos temas de las películas, reflejando, además, en cada momento, la sensibilidad de la época en la que se inscribían sus carteles.

Incluso, ha recibido premios y menciones internacionales por carteles como el de *Surcos*, (Fig. 96), como hemos comentado anteriormente, y por *Muerte de un ciclista*, de 1958, de Juan Antonio Bardem, (Fig. 133).

Algunos de sus carteles más representativos para la producción foránea, y seleccionando algunos de los títulos más conocidos pueden ser: *Duelo al sol*, de 1946, de King Vidor; *Vacaciones en Roma*, de 1953, de William Wyler; *Johnny Guitar*, de 1954, de Nicholas Ray; *Mr. Arkadin*, de 1955, de Orson Welles; *Bus stop*, de 1956, de Joshua Logan; *El séptimo sello*, de 1956, de Ingmar Bergman; *Centauros del desierto*, de 1956, de John Ford; *Gigante*, de 1956, de George Stevens; *El príncipe y la corista*, de 1957, de Lawrence Olivier; *La dolce vita*, de 1959, de Federico Fellini; *Cimarrón*, de 1960, de Anthony Mann; *La caída del imperio romano*, de 1964, de Anthony Mann; *Matrimonio a la italiana*, de 1964, de Vittorio De Sica; *Zorba el griego*, de 1964, de Michael Cacoyannis; etc.

Cuando comienza a dibujar carteles a mediados de los años cuarenta está muy influenciado por la obra de Josep Renau, que pintaba con aerógrafo sobre colores planos. En general, la litografía determinaba su trabajo que consistía en aplicar sobre las tintas planas la técnica del aerógrafo y del "pincel seco". Pero, más adelante, los nuevos métodos de impresión le ofrecen la posibilidad de enriquecer cromáticamente sus trabajos y la posibilidad de emplear soluciones plásticas más variadas, desde el brochazo expresivo al modelado más suave y realista. Es entonces cuando comienza a destacar por su excelente estilo colorista y por la singularidad de su estilo, pasando a ser el cartelista más solicitado.

ZARZA (2001:40) recoge la opinión del cartelista José Montalbán *"Jano marcó una nueva pauta dentro del cartelismo en nuestro país. Cuando sólo se trabajaba mediante tintas limitadas, él rompió con todo eso e impuso una nueva línea más colorista, con un estilo muy personal"*.

En algunas ocasiones se aleja de su estilo habitual y realiza carteles más atrevidos, con tratamientos más esquemáticos. Podemos encontrar algunos ejemplos en los que utiliza para su composición metáforas y/o motivos alegóricos, e incluso casos en los que se refleja la influencia de determinadas vanguardias artísticas, o el empleo del fotomontaje. Véanse, por ejemplo, los carteles de: *Surcos*, de 1951, de José Antonio Nieves Conde (Fig. 96); *Cómicos*, de 1954, de Juan Antonio Bardem (Fig. 118); *Un vaso de whisky*, de 1958, de Julio Coll (Fig. 169); *El verdugo*, de 1963, de García Berlanga (Fig. 231); *Lola, espejo oscuro*, de 1965, de Fernando Merino (Fig. 268); y *Tuset Street*, de 1968, de Luis Marquina, (Fig. 318).

Con el tiempo, sus creaciones son cada vez más realistas, en el sentido fotográfico, debido principalmente al predominio del estilo norteamericano, que era seguido a rajatabla por los jefes de publicidad en las distribuidoras españolas. Pero, debido a que su trabajo parte de un excelente tratamiento del dibujo, resuelve magníficamente esta eventualidad como puede verse en la muestra presentada.

Sin embargo, lo que le hizo único en este mundo del cartel cinematográfico fue la caricatura y el dibujo de los rostros. El parecido con los actores caricaturizados y su talento para destacar los rasgos más destacados y definitorios de sus fisonomías, además de dibujarlos con gracia y humanidad, le llevaron a colocarse en la cima del cartelismo.

En muchos carteles emplea procedimientos propios del cómic y de los dibujos animados. La utilización del humor gráfico y la caricatura fue un recurso habitual en *Jano* para promocionar películas calificadas como comedias, especialmente en las décadas de los sesenta y setenta.

La comedia siempre ha sido el género preferido del cine español. En todas las épocas de nuestro cine ha habido directores, guionistas y actores altamente cualificados para la comedia y el público siempre ha estado dispuesto a pasar un rato de diversión en la sala cinematográfica.

En cuanto a los recursos estilísticos empleados en los carteles de este tipo de comedias, hay que señalar que *Jano* es leal al estilo dominante en el cartel

cinematográfico español. Desde que las industrias cinematográficas norteamericanas marcaran como "norma" la utilización de la figura de la estrella protagonista como elemento base y fundamental en el diseño de sus carteles, prácticamente todos los cartelistas españoles hacen uso de este recurso –eso sí, casi siempre por imposición de distribuidores y productores-, de manera que se ha creado un estilo monótono y aburrido en su concepción visual. La imagen, e incluso el nombre del protagonista o protagonistas principales de la película sobresalen siempre del resto de elementos, que quedan relegados a un segundo plano.

De una u otra forma, bien mostrando únicamente a la estrella protagonista, o bien colocando a ésta en alguna escena que nos da idea de la trama de la película, el caso es que el diseño siempre está al servicio de estos artistas. Y *Jano* lo resuelve de distintas formas, pero siempre haciendo uso del cartel pintado en lugar de la fotografía, aunque a veces integre lo pictórico con el montaje fotográfico.

Básicamente se ven tres estilos en los trabajos de *Jano* para las películas de este género, de modo que se pueden establecer tres grupos de carteles basados en el estilo de dibujo o técnica empleada.

El primer grupo estaría formado por aquellos diseños en los que se dibujan de manera realista los principales rostros del filme. Pese a ser un recurso fácil, este artista deja ver en todos ellos su habilidad en el dibujo y el retrato, así como en la aplicación del color. Fueron muchos los actores españoles que en estos años trabajaron en este tipo de comedias: Tony Leblanc, José Isbert, José Sacristán, Concha Velasco, Rafaela Aparicio, Manolo Gómez Bur, Alfonso del Real, Chus Lampreave, Esperanza Roy, José Sazatornil, etc., pero la superficie del cartel era para aquellos que mayor éxito de taquilla conseguían: Lina Morgan, Alfredo Landa, Concha Velasco, José Luis López Vázquez, Gracita Morales, Paco Martínez Soria, Fernando Esteso, o Andrés Pajares. También en las comedias musicales, con Rocío Durcal, Marisol, el Dúo Dinámico, Peret, Manolo Escobar, etc. Todos ellos han ocupado los primeros planos en los carteles de *Jano*, por ejemplo en *Marisol rumbo a Río,* (Fig. 238); *Buenos días condesita,*(Fig. 282); *Las cuatro bodas de Marisol,* (Fig. 298); *Un novio para dos hermanas,* (Fig. 305); *Las leandras,* (Fig. 327); *Una señora llamada Andrés,* (Fig. 352); *El apartamento de la tentación,* (Fig. 360); *Préstame quince días,* (Fig. 377); *Los novios de mi mujer,* (Fig. 391); *El abuelo tiene un plan,* (Fig. AI.73-6); *Hay que educar a papá,* (Fig. 374); *El hijo del cura,* (Fig. AI.82-13); *Caray con el divorcio,* (Fig. AI.82-6); etc.

Las imágenes representadas en estos carteles tienen un alto grado de iconicidad. Los retratos parecen fotografías tomadas de alguna escena de la película, pero en las que se ha aislado a los personajes del resto de elementos que los sitúan dentro de la acción y la trama. Tan sólo los gestos, posturas y actitudes nos muestran a veces una posible relación con el argumento del filme, pero sobre todo le sirven al artista para mostrarnos que nos encontramos ante una comedia.

Son pocos los casos en los que *Jano* dibuja a los personajes dentro de la propia acción. Este recurso lo deja para aquellos carteles que se corresponden con películas de otros géneros, como aventuras, drama o *western*. Así, en *Operación secretaria,* (Fig. 288), vemos a los protagonistas inmersos en una escena de intriga. José Luís López Vázquez y su secretaria son arrinconados por unos ladrones de los que sólo vemos el brazo y el arma con el que les atemorizan. El carácter de comedia viene dado por los propios protagonistas, pareja cómica por excelencia, así como por el hecho de que se trata de una película del director Mariano Ozores.

La presencia de los actores secundarios la resuelve casi siempre colocando una serie de fotografías del rostro de estos personajes. Son imágenes de pequeño tamaño, siempre impresas o bien en blanco y negro o bien a dos tintas. En este último caso es evidente su preferencia por los colores rojos, verdes y amarillos, de manera que le sirven al artista para llenar de color aquellas zonas del cartel que no son ocupadas por la imagen principal.

Un segundo grupo lo formarían los carteles en los que *Jano* emplea procedimientos propios del cómic y de los dibujos animados. La utilización del humor gráfico y la caricatura es un recurso frecuente en *Jano* para promocionar películas calificadas como comedias, especialmente estas comedias más populares.

Normalmente son composiciones basadas en la caricaturización de los protagonistas. En numerosas ocasiones recurre sólo al actor o actriz principal como único atractivo para atraer al público a la sala cinematográfica. Tal es el caso, por ejemplo, de Alfredo Landa en *Guapo heredero busca esposa*, (Fig. 386), o Lina Morgan en *La Graduada,* (Fig. 373). En ambos casos, estos actores tienen la suficiente popularidad y tirón para ser el principal reclamo publicitario. Alfredo Landa va a ser el protagonista indiscutible de una serie de comedias que fueron definidas como la *Landada* o el *Landismo*. A partir del éxito obtenido con la película *No desearás al*

vecino del 5º, (Fig. 347), este actor repite hasta la saciedad el papel de macho ibérico entusiasmado con cualquier señora que se le ponga delante, a ser posible extranjera.

Otras veces la caricatura agrupa más de un personaje. Ocasionalmente se centra únicamente en la pareja protagonista, como vemos en el cartel de *Operación Mata-Hari,* (Fig. 316), que muestra el célebre dúo cinematográfico formado por José Luís López Vázquez y Gracita Morales. Y a menudo la ilustración se basa en una galería de personajes, como en *¡Qué cosas tiene el amor!,* (Fig. 378), y *Los energéticos,* (Fig. AI.79-20). En estos casos, las figuras principales se sitúan en primer plano, de tamaño superior a las demás, y el resto aparecen en un segundo nivel más pequeñas y parodiando situaciones que pueden aludir al contenido argumental de la película.

El tercer grupo lo constituyen una serie de carteles en los que *Jano* utiliza recursos de los dos grupos anteriores, donde quizás el ejemplo más claro sea el cartel de *La ciudad no es para mí,* (Fig. 264). Las composiciones recrean dos planos distintos. La imagen de la estrella sigue siendo el eje central de la composición, ya sea sólo el rostro, el torso o el cuerpo entero, pero siempre destacando del resto de elementos. Casi siempre recurre al retrato para su representación, dejando la caricatura o el cómic para mostrar a los actores secundarios. La estrella llena prácticamente todo el espacio, mientras los secundarios se muestran de tamaño mucho más pequeño, como si su presencia no fuese necesaria, tan sólo porque ayudan a llenar la superficie blanca del cartel.

Muchas veces utiliza la fórmula del cómic para volver a presentar a las estrellas protagonistas, pero esta vez inmersas en la acción, en una escena sacada de la película. En estos casos, *Jano* coloca una especie de tira cómica en la parte inferior de la composición, haciendo evidente de esta manera que estamos ante un producto cómico.

Incluso en ocasiones, cuando el personaje principal es el artista cómico por antonomasia y el reclamo más significativo de la comedia, *Jano* se permite el lujo de presentarlo caricaturizado, dejando el retrato para los otros actores que integran el reparto. Es el caso de *No desearás al vecino del quinto*, (Fig. 347), en el que la caricatura de Alfredo Landa ocupa casi todo el cartel.

También en este grupo utiliza la fotografía. Las fotos de los rostros principales sustituyen al retrato, presentando el resto de elementos con la técnica del cómic. Son los

carteles de *Mi marido y sus complejos,* (Fig. 331), o *Simón contamos contigo*, (Fig. 394), por ejemplo.

Una vez resuelta la ilustración de una u otra manera según los tres grupos anteriores, se ven características comunes a todos ellos.

Así, el centro visual del cartel se suele colocar en la parte superior, donde figuran los rostros principales y sus nombres. Las composiciones son estables, utilizando sobre todo trapecios y círculos centrales.

En prácticamente todos ellos la base de la composición es un fondo plano de color, incluso blanco, sobre el que se colocan todos los elementos susceptibles de aportar información en el soporte publicitario. Hay veces que coloca un gran círculo de color sobre el fondo liso y blanco que le ayuda a dar profundidad a la ilustración y a aumentar el contraste cromático, como en *El señor está servido,* (Fig. AI.75-11). En pocas ocasiones el fondo sirve como escenario para una ilustración que nos cuente la narración, como es habitual en muchos de los carteles cinematográficos de otros géneros.

En cuanto al título, se observan varias soluciones, aunque en algunas ocasiones su uso sea únicamente un artificio para comunicar el producto. Por un lado se encuentran ejemplos en los que *Jano* lo coloca formando parte de la ilustración, como en *Guapo heredero busca esposa,* (Fig. 386), o bien otros en los que aparece como un elemento más dentro del conjunto del cartel: *Objetivo Bi-Ki-Ni,* (Fig. 315); *Los extremeños se tocan,* (Fig. 329); o *El grano de mostaza,* (Fig. 213). Pero quizá su recurso más utilizado sea insertar un recuadro de color que enmarca el texto, generalmente negro, sobre el que se imprime el título del filme y de esta manera lo resalta del resto de la información. De esta forma encontramos los carteles de *Los claveles,* (Fig. 188); *¡Aquí mando yo!,* (Fig. 280); o *Dormir y ligar todo es empezar*, (Fig. AI.74-7), entre otros.

La presentación de los créditos acompaña a la composición pero sin perjudicarla demasiado. Así, la distribución de los textos en estos carteles es un tanto convencional: colocados como base de la ilustración, en la parte inferior del cartel, sirviendo como apoyo al resto de elementos. Claramente se observa el efecto del *star-system* en el tratamiento tipográfico de las estrellas protagonistas. Sus nombres se escriben con letras más grandes que las usadas para el resto de intérpretes, lo que les hace ser más visibles

y destacar sobre los demás. Igualmente, se colocan en la parte superior de la superficie del cartel, o por lo menos, por encima de la zona donde se ha colocado el título, lo que hace que el espectador empiece a leer la información empezando por los nombres de las estrellas protagonistas.

Al margen de su trabajo para las comedias, es necesario señalar también la extraordinaria variedad de métodos y soluciones compositivas que Jano fue capaz de ejecutar, buscando insistentemente la manera de reflejar la temática de cada una de las películas de manera inequívoca, y consiguiendo así su sello personal, inconfundible.

Justamente podemos ver esta variedad de estilos en trabajos como el cartel de *El muerto hace las maletas*, (figura AI.73-12), una coproducción franco-alemana de misterio que narra las aventuras de un detective de Scotland Yard que persigue a un asesino lanzador de puñales por todo Londres y su relación con un doctor que trafica con drogas. La base para la composición del cartel es una espiral que alude a los enredos en los que se ve envuelto el protagonista, así como a la relación con las drogas.

Nada tienen que ver con el estilo anterior los realizados para *Proceso a Jesús*, (figura AI.73-33) o *Rostros*, (figura AI.78-35), por ejemplo. El primero de ellos, para la versión cinematográfica del conocido texto de Diego Fabbri, utiliza la técnica del fotomontaje, y nos presenta a un personaje que nos mira y señala con el dedo, amenazante, buscando culpables. Sin embargo, en el segundo, un voluptuoso cuerpo femenino sirve para dar cabida a los personajes principales del film, cuyo argumento gira en torno a una mujer atractiva y misteriosa.

Y absolutamente diferentes son los de *Los amantes de la isla del diablo*, (figura AI.74-27) o *La noche de los sexos abiertos*, (figura AI.82-25), tratado como si fuese un dibujo coloreado para prensa que nos revela de manera suave y sutil que estamos ante una película erótica que narra la historia de grupo de hombres y mujeres que se entregan a todo tipo de relaciones sexuales; mientras que el ejemplo precedente, quizás más convencional, recurre al retrato de los actores principales, aunque acompañados de pequeñas imágenes, como sacadas de algún que otro fotograma, que avanzan el contenido argumental.

Son muchos los ejemplos que podemos nombrar que sirven para recalcar su calidad para el dibujo, sobre todo en el retrato, y para la aplicación del color, que es intachable, de manera que absorbe la personalidad de cada intérprete con unos trazos

simples, agudos, e inteligentes. Véanse sino los carteles de *La chica del Molino Rojo*, (AI.73-18); *No es bueno que el hombre esté solo*, (figura AI.73-30); *El calzonazos*, (figura AI.74-11); *Una mujer de cabaret*, (figura AI.74-38); *Una pareja … distinta*, (figura AI.74-39); *Y si no, nos enfadamos*; *Ambiciosa*, (figura AI.75-2); *Terapia al desnudo*, (figura AI.76-38); *Yo hice a Roque III*, (figura AI.80-49); o *Le llamaban JR*, (figura AI.82-31)

En sus últimos años tiene que sobrellevar el hecho de ir quedando relegado y dar paso a nuevas formas de trabajo con técnicas nuevas, con otros estilos, básicamente realistas y fotográficos, con una creatividad quizás menos exigente aunque, por supuesto, excepciones hay siempre. Pero su larga y productiva vida profesional ha puesto de manifiesto que es un cartelista con una capacidad de trabajo extraordinaria y una persona de iniciativa, intuición y talento sorprendentes.

5.5 El exquisito *Mac*

Macario Gómez Quibus nace en Reus (Tarragona) el 8 de marzo de 1926. Huérfano de padre, con tan sólo cinco años es ingresado en la Casa de la Caridad de esta localidad, puesto que la delicada y débil salud de su madre no le permite atender a sus cinco hijos. Y ya en esta institución, desde muy temprano, se hace visible su talento para el dibujo, por lo que se le incorpora rápidamente a la escuela por sus notorias aptitudes para pintar.

Al cumplir los nueve años, abandona la Casa de la Caridad y, recomendado por los profesores del internado, ingresa en la Escuela de Bellas Artes de Reus. Pero su estancia allí no durará mucho tiempo pues estalla la Guerra Civil y su madre confina a todos sus hijos en casa. Tiempo que le servirá a Macario para ensayar con las técnicas del claroscuro, las luces y las sombras, consiguiendo una destreza que será de gran valía para su posterior futuro profesional.

Finalizada la guerra, la familia es acogida por un hermano de su madre en un pueblo de Girona hasta que cinco años después se trasladarán a Barcelona. Es en 1946,

con veinte años, cuando decide retomar sus estudios en la Escuela de Bellas Artes de Barcelona. Pero de nuevo habrá de abandonarlo pues necesita encontrar un empleo para ayudar en la precaria situación económica de la familia.

El destino hace que una de sus hermanas trabaje en casa de Modest Castañé Lloret, un reputado empresario cinematográfico barcelonés, lo que le lleva a conseguir su primer empleo conectado con la industria del cine. Pero la decepción llega pronto, pues se le requiere para limpiar botes de pintura y pinceles que otros han usado y para trabajos de poca importancia.

En 1947 tiene que realizar el servicio militar, pero por suerte su destino es la misma ciudad de Barcelona, por lo que podrá seguir vinculado con esta recién iniciada actividad. Modest Castañé le confía la realización de los anuncios plumas destinados a la prensa y, aunque se trata de una disciplina que no ha trabajado hasta ahora, le permite experimentar y formarse con las técnicas de encuadre, tipografía, rotulación, claroscuros, tramados, etc., y sobre todo, seguir vinculado con el mundo de la pintura y el cine.

A punto de terminar el servicio militar, su madre muere prematuramente y Macario decide buscar un trabajo que haga realidad sus sueños. La oferta cinematográfica es escasa, por lo que acepta un trabajo en el sector publicitario, Publicidad Vila, con la que permanecerá los tres años siguientes, pero sin abandonar su relación con el cine. En su tiempo libre sigue realizando encargos para Castañé.

En 1952 es contratado por el Estudio Esquema, en principio únicamente para la realización de anuncios pluma con destino a la prensa, pero ocasionalmente se le encarga algún trabajo de diseño, aunque sin libertad de finalización. Él se tiene que ocupar de esquematizar el cartel, los elementos principales, encuadres o tipografías, pero son otros dibujantes más experimentados los que terminan el trabajo.

PONGA (1992:112) relata que, estando allí, uno de los jefes de publicidad de la Metro, admirado por su trabajo para *Ivanhoe*, le encargó la realización del cartel de *Quo Vadis*. Este publicitario de la Metro recomendó a los directivos de MCP que recompensaran con una gratificación al joven cartelista por su obra. Éstos estimaron que doscientas pesetas eran suficiente con lo cual *Mac* se sintió ofendido y abandonó el estudio, pasando a partir de entonces a trabajar por su cuenta.

Su excelente trabajo para los anuncios en prensa va a ser decisivo para que algunas compañías independientes del sector de la distribución le contraten sus servicios. Al mismo tiempo, y por mediación de su mujer, la distribuidora Tandem Films le encarga la elaboración de todo el material publicitario que compone la lista de películas de la primera temporada inaugural de la empresa. Los diseños realizados para esta compañía le otorgan una gran notoriedad en el mundo de la industria cinematográfica, por lo que aumentan enormemente los encargos recibidos de otras compañías independientes y, por supuesto, de las grandes de Hollywoood.

En 1955 decide que su trabajo debe llevar su marca, su emblema, y comienza a firmar todos sus trabajos con el nombre de *"Mac"*, realizando más de 6000 creaciones, entre carteles, guías, plumas de prensa y carátulas de vídeo.

Las grandes compañías norteamericanas pronto se dan cuenta de su valía y le piden diseños para sus estrenos en España. Así, para el lanzamiento en nuestro país de *Los diez mandamientos*, en 1956, el director de publicidad de la Paramount –empresa que ya tenía contratados los servicios de Fernando Albericio-, le encarga el cartel y otros materiales gráficos de la misma cinta, por los que recibió numerosas felicitaciones de la central de esta compañía en París, hasta el punto de ofrecerle un contrato de trabajo en la sede de esta ciudad, pero que *Mac* tiene que rechazar motivado por su desconocimiento de la lengua francesa y por ser padre de dos niños de corta edad.

Sus carteles no pasan desapercibidos para nadie. Su calidad artística es apreciada en el extranjero por personas como Francis F. Coppola, Charlton Heston, Stanley Krammer, Jayne Mansfield, Kirk Douglas, o el mismísimo George Lucas.

Justamente, Charlton Heston quedó fascinado con el cartel de *Los diez mandamientos* y pidió conocer al autor. En la cita *Mac* le regaló un retrato del mismo actor en su papel de Moisés, y se sabe que poco después éste lo habría colgado en su despacho. También, Jayne Mansfield, quien durante una visita a España, se enamoró de la imagen que *Mac* había realizado de ella para la película *Sucedió en Atenas*. Parece ser que no se separó ni un momento del cartel en la sesión fotográfica que se improvisó en los estudios de Televisión Española. Y fue Kirk Douglas quien le envió una carta a *Mac* con sus felicitaciones más sinceras por el trabajo para *Los justicieros del Oeste*, a la vez que manifestaba su entusiasmo por añadir el cartel a su colección particular. Incluso George Lucas, cautivado con sus diseños, le encarga personalmente la realización del

cartel español de *La guerra de las galaxias*, aunque *Mac* no pudo hacerse cargo del pedido porque la productora decidió adelantar el estreno.

Son muchos los artistas que se sienten complacidos con los dibujos de este autor. Él mismo nos cuenta en la página 23 de su libro *Mac, traços de cinema*, editado por la Fundación Caixa Tarragona, cómo Sara Montiel publica un artículo en el que manifiesta una gran admiración por su obra: *"Pienso que la industria del cine está en deuda con el artista, como también está la ciudad de Barcelona. Es un artista, cuya obra ha dado la vuelta al mundo; de su mente y de sus manos han salido creaciones básicas para el espectáculo rey de nuestra época: el cine. Probablemente si Mac, en lugar de haber nacido en España, hubiera nacido en Estados Unidos, Inglaterra o Francia, en estos momentos poseería uno de los Oscar con que la Academia de Hollywood premia la labor de aquellos hombres que con esfuerzo, dedicación, arte, inventiva, etc., han aportado su granito de arena a favor del séptimo arte (...)".*

Tanto para el mercado nacional como el internacional, ha dibujado gestos y expresiones de las figuras cinematográficas más importantes de cada momento con una grandiosa habilidad, destacando su dominio de la línea, el contraste de luces y sombras y los encuadres, con una sencillez gráfica extraordinaria amparada por altas dosis de creatividad que hacían uso continuamente de simbolismos, alegorías y metáforas pese a sufrir los condicionamientos dominantes en el sector cinematográfico en lo referente al tratamiento visual de los carteles.

Su trabajo para la producción española es uno de los más gratificantes, como él mismo reconoce en su libro de la Fundación Caixa Tarragona, y en el que ha podido expresarse con mayor creatividad y libertad puesto que no suele haber ningún referente externo, al ser creaciones de primera mano y estar libre de condiciones, salvo las marcadas por los propios códigos de creación del cartel cinematográfico. Sí sufre el control de la censura franquista, aunque no con mucha dureza. Él mismo recuerda algún caso, como el del cartel realizado para la coproducción franco-italiana titulada *La verdad*, de 1960, en el que se le obliga a retocar y retocar los pechos de la actriz hasta convertirlos en uno solo.

Sin embargo, para la producción extranjera se ha visto sometido a otros condicionantes, principalmente los relacionados con el hecho de que hay que vender estrellas y no películas. El propio *Mac* publica un artículo, citado en la página 26 del

libro "*Mac, traços de cinema"*, en el que afirma: *"Hace unos años, no muchos, en España, el cartel de una película se consideraba como algo estándar, debían figurar casi obligatoriamente las figuras principales de la película. Si esta era estadounidense, con más razón. Recordemos aquella anécdota de un distribuidor -precisamente de una casa americana- que decía: yo vendo artistas y no películas. Naturalmente, si la película es un Clark Gable o Ava Gardner, ya es un factor importante, publicitariamente hablando. No es suficiente que el nombre del artista aparezca en letras grandes; debe figurar la estrella, porque no olvidemos que son muchos los espectadores que no saben quién es Spencer Tracy, pero si que lo saben si aparece una imagen del actor en el cartel. Ahora bien, no debemos limitarnos a pintar más o menos bien el busto de los actores, hay que buscar una originalidad que automáticamente debe renovarse en cada cartel nuevo".*

Así, Stanley Krammer, director de *La hora final*, de 1959, organiza un concurso internacional para la creación del cartel de dicha película, cuyas bases dejan una categórica libertad creativa. Por ello, *Mac* diseña una pieza insólita prescindiendo del rostro de los actores. Con gran carga simbólica, su dibujo representa un globo terráqueo, con forma de calavera, del que aflora un hongo nuclear. Y, por supuesto, el cartel no es elegido por considerar que en lugar de atraer al público, lo espanta. No tiene más remedio que idear otra versión en la que predominará el protagonismo de las dos estrellas principales: Gregory Peck y Ava Gardner.

Otro ejemplo sería el caso de la película *Objetivo: Patton*, de John Hough. En el cartel de *Mac*, un soldado apunta a la figura del general Patton, con la intención de atentar contra él. Los responsables de la Metro Goldwyn Mayer creen que es políticamente incorrecto, incluso subversivo, así que la solución está en sustituir a ese militar por un civil, además de incorporar al cartel el rostro de Sofía Loren, que no figura en el diseño inicial.

Realiza encargos para muchas distribuidoras: Paramount, Fox, Universal, Metro-Goldwyn-Mayer, C. B. Films, Cinema International Corporation, Mundial Films, Regia Film, Manuel Salvador, S.A., Emi Films, Esteban Alenda, S.A., y un largo etcétera. Incluso consigue ganar un premio internacional como mejor cartelista en la especialidad. Sería por su cartel para la película de Stanley Krammer, *La hora final.*

Sin renunciar nunca a su estilo personal se encargaría de los diseños para *Vidas rebeldes*, de John Huston; *Un tranvía llamado deseo*, de Elia Kazan; *La muerte tenía un precio*, de Sergio Leone; *La millonaria*, de Anthony Asquith; *El rostro impenetrable*, de Marlon Branco; *Psicosis*, de Alfred Hitchcock; o *Doctor Zhivago*, de David Lean; *Sonrisas y lágrimas*, de Robert Wise; *Raíces profundas*, de George Stevens; *Desde Rusia con amor*, de Terence Young; *Un hombre y una mujer*, de Claude Lelouch; *Primera plana*, de Billy Wilder; *Mientras Nueva York duerme*, de Fritz Lang; o *Guerra y Paz*, de King Vidor; *El puente sobre el río Kwai*, de David Lean; *Duelo de titanes*, de John Sturges; o *Dos hombres y un destino*, de George Roy Hill, por citar algunos.

A finales de los años sesenta, puede decirse que comienza un nuevo período para el cartel cinematográfico que no se presenta nada halagüeño para los dibujantes que trabajan este arte: la incursión de la fotografía como base compositiva en el cartel sobre la técnica habitual de la ilustración. Pero *Mac*, junto a su coetáneo *Jano*, se resisten todo lo que pueden frente a este atropello de la fotografía.

Mac defiende la superioridad del cartel pintado sobre la fotografía, aunque en algunas ocasiones combinara lo pictórico con el montaje fotográfico, casi siempre por imposición. En una entrevista realizada por MOYA (1983:61) afirma: "*...Yo con mi pincel puedo dar ese matiz necesario, ese dramatismo que la foto no siempre puede transmitir. La foto estará más o menos bien, pero es imprescindible la mano del artista que le dé un toque de gracia en las pinceladas*".

También MOYA (1983:57) recoge su visión del cartel: "*...el secreto del cartel no está solamente en saberlo pintar o en saberlo dibujar muy bien. Hay que tener algo que yo he conseguido a base de mucho tiempo de dedicación, y es que el cartel tiene que ser una mancha de color. ¡Pinta lo que tú quieras! Pero el cartel tiene que entrar por los ojos. A cincuenta metros tienes que darte cuenta de lo que el cartel significa y que, al mismo tiempo, te de la idea de lo que puede ser la película. Existen algunos carteles en los que hay muchas cosas y no ves nada, y otros en los que, al contrario, hay pocas cosas que no dicen nada. El cartel para mí es algo tan particular que creo que hay pocos que sepan expresar en un solo motivo, en dos, ..., en tres como máximo, lo que quiere decir la película; ¡y con una mancha de color que te llame la atención a una distancia de cincuenta metros!"*.

Mac considera el cartel pictórico como una obra de arte. En la citada entrevista declara así mismo que fue con la llegada de la cuatricromía a España cuando pudo hacer el cartel a su manera, adaptando al cartel de cine la pintura artística.

Desde que realiza su primer cartel, hasta el último (*El placer de matar*, de 1988, de Félix Rotaeta), ha hecho muchos trabajos singulares y excepcionales. Su opinión es que cada cartel tiene que ser original, al margen de estrellas y géneros cinematográficos, aunque concediera toda su objetividad y sensibilidad estética en el dibujo del rostro de las estrellas. Para él, hay que dibujar con la misma autoexigencia un western o una comedia, y buscar continuamente nuevas fórmulas de expresión. Hay que ser atrevido cuando el film lo permite, y elegante y delicado cuando el tema lo exige. Así, su obra deja ver un trabajo de creatividad firme y decidido. Es un experto en interpretación gráfica que dota a sus carteles de una pasión estética y cinematográfica enormemente expresiva.

A finales de la década de los ochenta, se va reduciendo su producción de carteles y se dedica a realizar encargos para la exhibición videográfica o a la docencia en la Escuela Municipal de Artes y Oficios de Olesa de Montserrat, pero sigue disfrutando de la pintura con la misma energía que en sus primeros años. En su libro de la Fundación Caixa Tarragona nos cuenta que, en verdad, nunca dejó de pintar, ni siquiera en sus años de mayor producción cartelística, trabajando lo que él llama "pintura social", que son individuos sacados de la calle en momentos de reflexión o de ocio, realizando una pintura que capta fragmentos de la vida, y que le lleva a realizar multitud de exposiciones, individuales y colectivas, incluso internacionales, donde ha dejado patente su habilidad como retratista.

Su trabajo para el cine español es uno de los capítulos de mayor interés artístico. Por citar algunos ejemplos, ha realizado los carteles de *Saeta Rubia*, 1956, de Javier Setó, (Fig. 148); *Un vaso de whisky*, 1958, de Julio Coll, (Fig. 169); *A sangre fría*, 1959, de Juan Bosch; *El cochecito*, 1960, de Marco Ferreri, (Fig. 183); *El príncipe encadenado*, 1960, de Luis Lucía, (Fig. 184); *Bahía de Palma*, 1962, de Juan Bosch; *La reina del Chantecler*, 1962, de Rafael Gil, (Fig. 218); *El verdugo*, 1963, de Luis García Berlanga, (Fig. 231); *Operación embajada*, 1963, de Fernando Palacios, (Fig. 239); *Aquélla joven de blanco*, 1964, de León Klimovsky, (Fig. 241); *La niña de luto*, 1964, de Manuel Summers, (Fig. 252); *Un vampiro para dos*, 1965, de Pedro Lazaga, (Fig. 273); *Zampo y yo*, 1965, de Luis Lucía, (Fig. 277); *El arte de casarse*, 1966, de José

María Font-Espina, (Fig. 283); *El arte de no casarse*, 1966, de José María Font-Espina, (Fig. 284); *Las salvajes en puente San Gil*, 1967, de Antonio Ribas, (Fig. 299); *Novios 68*, 1967, de Pedro Lazaga, (Fig. 301); *Las nenas del Mini-Mini*, 1969, de Germán Lorente, (Fig. 328); *Enseñar a un sinvergüenza*, 1970, de Agustín Navarro, (Fig. 342); *Blanca por fuera y rosa por dentro*, 1971, de Pedro Lazaga, (Fig. 363); *La casa de las Chivas*, 1971, de León Klimovsky, (Fig. 366); *Una chica casi decente*, 1971, de Germán Lorente, (Fig. 367); *El desafío de Pancho Villa*, 1971, de Eugenio Martín, (Fig. 368); y un largísimo etcétera.

En todos ellos trata de reflejar un estilo nada convencional. Si bien tienen un marcado carácter pictórico, se aleja siempre que puede de la norma marcada por el modo de hacer norteamericano, como hemos comentado anteriormente. Prefiere usar metáforas y alegorías en lugar del rostro de la estrella protagonista, aunque no siempre se lo permitan. En otras ocasiones, se aleja de lo pictórico y recurre al uso de la caricatura o del fotomontaje. Muestra una gran preocupación a la hora de plasmar el color en sus diseños. Para *Mac* el color es capaz de transmitir el significado de la película. De ahí su interés por procedimientos de impresión que consigan acercar el cartel a la obra pictórica.

Quizás habría que destacar su trabajo para *El cochecito*, (Fig. 183), una tragicomedia de Marco Ferreri, en la que se narra la historia de Anselmo, un anciano que vive plácidamente hasta que un amigo le enseña el coche de inválido con el que se desplaza cómodamente, lo que crea en Anselmo un complejo de inferioridad que le lleva a comprarse un cochecito último modelo. El cartel muestra, en blanco y negro, la parte trasera de uno de estos cochecitos, sobre una enorme mancha de color naranja.

También sus creaciones para *A sangre fría* y *Bahía de Palma,* por su potente carga expresiva conseguida con el tratamiento del color o el de *Un vaso de whisky*, (Fig. 169), con ciertos matices cubistas.

Pero seguramente sea su diseño para *El verdugo*, de Berlanga, (Fig. 231), una de sus creaciones más sutiles y contundentes y un ejemplo perfecto de su trabajo de síntesis. Sobre un fondo blanco un hombrecito deslucido y viejo proyecta una enorme sombra negra que parece la de un ogro demoledor, el verdugo.

En nuestro período de análisis figura casi medio centenar de películas cuyos carteles son firmados por este autor. A continuación pasamos a reseñar aquéllas que de una u otra manera merece la pena recalcar.

Primeramente señalamos las que posiblemente acentúan mejor su potente habilidad para el retrato. Tal es el caso, por ejemplo, de los carteles de *Flor de santidad,* (figura AI.73-15); *Me has hecho perder el juicio,* (figura AI.73-27); *Caballos salvajes,* (figura AI.74-1); *Y el prójimo?,* (figura AI.74-40); *Guerreras verdes,* (figura AI.76-17); *Esperando a papá,* (figura AI.80-26); *Tres mujeres de hoy,* (figura AI.80-44); o *Adolescencia,* (figura AI.81-4).

Otra concepción distinta de cartel es la que utiliza en aquellos casos en los que se le permite trabajar con un mayor margen de libertad. Son composiciones que se alejan de la práctica obligada y no insisten tanto en el retrato de actores, aunque si lo hace, procura darle a cada pieza una personalidad única. Hablamos de *Ana y los lobos*, (figura AI.73-1); *Mi profesora particular,* (figura AI.73-29); *Una vela para el diablo,* (figura AI.73-40); *El reportero*; *Más allá del deseo,* (figura AI.76-34); *Secuestro*; o *A la legión le gustan las mujeres (… y a las mujeres les gusta la legión),* (figura AI.76-1).

Como ejemplos de auténtico trabajo de síntesis, destacamos *La corrupción de Chris Miller,* (figura AI.73-19); *De profesión polígamo,* (figura AI.75-4); *Olvida los tambores,* (figura AI.75-30); *Volvoreta,* (figura AI.76-39); *Chely,* (figura AI.77-8); *Doña Perfecta,* (figura AI.77-13); *El fin de la inocencia*; o *La muerte ronda a Mónica,* (figura AI.77-23).

Y otras veces encontramos carteles más alegres, más descuidados quizás, ya que se corresponden con películas con menos carga dramática e, incluso, llega a utilizar frecuentemente la caricatura en las calificadas como comedias. Es el caso de *Tres suecas para tres Rodríguez,* (figura AI.75-35); *Yo soy fulana de tal,* (figura AI.75-39); *La mujer es un buen negocio,* (figura AI.76-22); *Esposa de día, amante de noche,* (figura AI.77-20); *Donde hay patrón…,* (figura AI.78-11); *Alejandra, mon amour,* (figura AI.79-1); *Adulterio nacional,* (figura AI.82-1); *La vendedora de ropa interior,* (figura AI.82-29); *Buscando a Perico,* de Antonio del Real; o *Caperucita y roja,* (figura AI.76-6).

5.6 El genial Zulueta

Sin duda alguna, podemos considerar a Iván Zulueta como el más interesante cartelista de cine español de los últimos cuarenta años. Su verdadero nombre es Juan Ricardo Miguel Zulueta Vergarajauregui y fue diseñador, cartelista y cineasta. Un artista heterodoxo que ejerce distintas disciplinas, desde la decoración hasta la música, pero que es conocido principalmente por su película *Arrebato* y por su obra gráfica para el cine. El hecho es que trabajar para el cine le permite que en sus carteles se conjuguen una comprensión profunda del hecho cinematográfico y una utilización de recursos expresivos propios del cine con un intachable dominio técnico.

Como director cinematográfico es autor de una de las más sugestivas, asombrosas y extraordinarias propuestas del cine español, *Arrebato,* de 1979. Rodada en 16 mm y con un coste de producción escaso, se inspira en la idea de un individuo que se filma mientras duerme. Pero la película va más allá y nos quiere transmitir el miedo a la cámara – capaz de tomar y guardar imágenes y con ellas, el alma – el rechazo a lo cotidiano, el deseo de vivir rápido, el cine dentro del cine, etc. Se trata, en definitiva, de una obra maestra, inquietante, sin prejuicios y original que aportó una bocanada de aire fresco al panorama del cine español.

Su primer largometraje fue *Un, dos, tres, al escondite inglés*, realizado en 1969. Se trata de una película marcada por la estética pop y la psicodelia. Surge de una idea de José Luis Borau que propone a Iván para que dirija una película barata y musical; el film sería el primero de la productora El Imán, dedicada hasta ese momento al rodaje de anuncios publicitarios. Los decorados y toda la campaña publicitaria fueron también responsabilidad de Zulueta.

Durante la década que separa ambos largometrajes, se dedica a hacer un cine experimental, rodando mayoritariamente en Super-8, pero también en 16 ó en 35 mm. Realizó cortos como *Frank Stein* y *Masaje*, de 1972, *Los viajes escolares*, de 1974, *A Mal Gam A* y *Leo es pardo*, de 1976, etc.

En 1979, año de *Arrebato*, se ausenta de la aventura cinematográfica hasta que nos sorprende experimentando de nuevo en la pequeña pantalla con un corto de treinta

minutos, *Párpados*, en 1989. Fecha en la cual abandona definitivamente su actividad como cineasta.

Paralelamente a su creación cinematográfica Zulueta desarrolló una notoria labor como cartelista y diseñador gráfico. Sus carteles constituyen una de las series más interesantes de la publicidad cinematográfica española, una aportación decisiva y original en la que conjuga un juego artístico y creativo con la voluntad de convertir cada cartel en una obra única, no dependiente del realismo fotográfico al que está sometido este género. En su obra se observa un gran interés por las letras y los rótulos, con los que alcanza refinamientos muy sutiles y potentes. Pero lo que más le diferencia del resto del cartelismo español es su tenaz preocupación por profundizar en el sentido y contenido de la película a fin de conseguir en cada cartel una auténtica síntesis visual del film y así lograr la perfecta simbiosis entre el cartel y la película anunciada.

Iván Zulueta nace el 29 de Septiembre de 1943 en San Sebastián. Hijo de una mujer con aficiones artísticas, enseguida manifestó una gran habilidad con el dibujo, lo que le llevó en 1960 a marcharse a Madrid para ingresar en el Centro Español de Nuevas Profesiones, donde cursó estudios de decoración. Mientras completaba los tres cursos de la carrera, asistió también a clases de Bellas Artes. Interesado en la realización de alguna actividad gráfica remunerada, trabaja durante un corto periodo de tiempo en el taller de *Jano*. Sería esta su primera aproximación al mundo del cartel de cine, que le sirvió para darse cuenta de que el estilo del maestro en ese momento, no le gustaba, no era el suyo.

Es en estos primeros años 60 cuando Zulueta diseña lo que se puede considerar como su primer cartel. Se trata de una página publicitaria para la revista *Primer Plano* (nº 1121, de 1962) de la película *Madame sans gene*, una coproducción franco-italo-española dirigida por Christian Jaque.

Poco después, en 1963, se marcha a Nueva York y se matricula en la *Arts Students League*, donde recibe clases de dibujo publicitario -cuyo maestro fue el famoso ilustrador y dibujante Robert Peak- y de pintura al óleo.

Su estancia en Estados Unidos le deja una huella muy profunda en su personalidad que no será difícil de ver en toda su obra posterior. Sufre la influencia de nuevas corrientes artísticas y de la cultura Pop, descubre la obra de Tom Wesselmann, James Rosenquist, Roy Lichtenstein, Richard Hamilton y, desde luego, Andy Warhol.

La importancia de la tipografía, el gusto por el grafismo y la ruptura con lo convencional, pasarán a ser sus principios en el dibujo.

De vuelta en Madrid, en 1964, Zulueta consigue el ingreso en la EOC, (la Escuela Oficial de Cine) emprendiendo así su carrera cinematográfica. Y es entonces también cuando inicia su labor de cartelista, para sus propios trabajos y para los de sus compañeros.

Así, realiza los carteles del cortometraje de Jaime Chávarri, *Estado de sitio*, de 1970, y de su primer largometraje, *Los viajes escolares*, de 1974; del corto en Super 8 de Almodóvar*, La caída de Sodoma*, etc.

El cartel de su película *Arrebato*, (figura AI.80-2), es el ejemplo perfecto de verdadera síntesis visual. Manipuló una escena de la película hasta conseguir lo que quería. Eusebio Poncela y Cecilia Roth son atacados por la luz de un proyector que no se ve. Sitúa a estos personajes delante de una pantalla, sobre la cual proyectan sus sombras. Algo amenaza a los personajes, algo que no vemos. Pedro, el personaje interpretado por Eusebio Poncela se protege con la mano de ese chorro de luz y en ella, en Cecilia Roth, vemos una expresión de terror y de miedo. Recordemos que la película nos quiere transmitir el miedo a la cámara, el miedo al cine.

Los carteles de Zulueta están muy influidos por el lenguaje del comic. Me refiero a carteles como el de *Furtivos*, (figura AI.75-13), *Viridiana,* y *Maravillas,* (figura AI.80-35). Carteles que evidencian gráficamente ese gusto de Iván por los comics, por los tebeos antiguos, por los cromos, mediante la utilización de tintas planas, el diálogo que establece entre el texto y la imagen y el tipo de grafismo que define ese lenguaje.

Uno de sus mayores éxitos lo consigue con el cartel de *Furtivos*, (figura AI.75-13). Película en la que Borau nos cuenta en imágenes una historia dura, un drama de admirable complejidad narrativa que retrata una España atávica, cruel y llena de primitivismo.

En la composición del cartel se diferencia claramente la idea de un entorno, un sujeto y su problema: la parte inferior es narrativa, anecdótica; en un segundo grado superior se presenta al personaje principal; y en una última parte, con la que otorga un gran dramatismo a la escena, realiza un dibujo desgarrador y bastante expresivo que simboliza a la madre y sus celos. Se trata de una figura de color malva y amarillo, con el

rostro blanco y sin más facciones que una boca devoradora y unos brazos y piernas rematados en garras que se apoyan sobre los hombros de su hijo. Cerrando esta composición vertical se encuentra un rótulo en forma de arco, blanco, al igual que el rostro de la madre, que interrumpe así toda la masa de color que sube hacia arriba.

También el cartel de *Maravillas,* (figura AI.80-35), segundo trabajo de Manuel Gutiérrez Aragón, está influido por el comic, en este caso por el de los años 60 y 70, sobre todo por el rostro fantástico situado en el centro de la composición. Con una estructura de collage, donde todos los elementos parecen imágenes de un sueño de Fernando Fernán Gómez que, tumbado en la parte inferior del cartel, sirve de punto de apoyo de toda la composición, nos da la sensación de que todo el protagonismo lo poseen sólo las letras. Usó una tipografía en la que los caracteres parecen cristales o diamantes, aludiendo a las joyas que aparecen en la película, y produciendo un efecto de prisma que, por su colorido, resalta del resto.

En el de *Viridiana,* y según PILAR PEDRAZA (1990), todos los elementos figurativos confieren al cartel el aspecto de una esquela. En este caso, Zulueta está influenciado por el surrealismo. La transgresión en la proporción de la navaja confiere una sensación de gran dramatismo a la escena. Se trata de un cartel enteramente en blanco y negro, incluso las letras, para una película en blanco y negro, en el que una gran masa blanca sujeta a una gran masa negra, produciendo ese juego de claro-oscuro típico del cine en blanco y negro.

La atipicidad de las propuestas de Zulueta hizo que en algunas ocasiones sus carteles sufrieran importantes alteraciones o algún que otro retoque por parte de los productores de las películas.

En otra versión del cartel para *Viridiana,* e influida también por el surrealismo, un mendigo envuelto en un velo surge de un gran fondo negro. El velo lo cubre prácticamente todo, lo que está debajo sólo se intuye.

Este último cartel es el inicio de una serie de obras que Zulueta realizó para las reposiciones de películas de Luis Buñuel. En el cartel de *Simón del desierto*, repuesta en 1978, el personaje también aparece en un fondo negro, dándonos la sensación de movimiento con la columna ondulada, la barba y el pelo llevados por el viento, aunque contrasta ese dinamismo con la colocación al pie del cartel de unas figuras totalmente estáticas, muy estables, que sujetan, mantienen en equilibrio a la columna central.

También realizó el cartel para la reposición en 1983 de *La Edad de Oro* y, de nuevo, simbología surrealista. La traducción del título de la obra se superpone, como siempre con sombra oscura, sobre el título original en francés. Presenta en un primer plano un personaje de la película, al que otorga cierto carácter al aparecer en blanco y negro. Sin embargo, aparece con los labios pintados, llamando la atención hacia el gesto de morderse los labios.

Volviendo a los carteles influidos por el lenguaje del cómic, el de su primer largometraje, *Un, dos, tres, al escondite inglés*, nos remite al dibujo pop de los comics de los años 60 y 70 y a las portadas de discos inglesas. De hecho, parece una copia de la portada de "El submarino amarillo" de los Beatles. Con una composición simétrica, y usando colores planos del Pop, tiene influencias también de la psicodelia y de la técnica del caleidoscopio.

En *La octava mujer de Barba Azul*, de nuevo realiza un cartel en blanco y negro para una película en blanco y negro. Mientras que en el de *Viridiana* un reborde negro irregular enmarcaba el fondo blanco, en este caso el fondo es negro y el reborde blanco. Con influencia del cómic policíaco, lo más destacado son los abundantes letreros y el magnífico juego de blancos y negros que presenta.

Como he mencionado anteriormente, Zulueta es un maestro del rótulo. En una entrevista recogida por CARLOS F. HEREDERO (1989:245) afirma *"Yo les doy una gran importancia a las letras, lo que más me enrolla de un cartel es que pueda tener unas letras adecuadas y, sin embargo, aquí siempre las han considerado un estorbo..."*. Hay que decir que no sólo no las considera un estorbo sino que ha llegado a crear un estilo indiscutiblemente personal en la utilización de la tipografía. Los ejemplos más evidentes son los carteles de *Furtivos,* (figura AI.75-13); *Camada negra,* (figura AI.77-6); *Sonámbulos,* (figura AI.78-38); *Maravillas,* (figura AI.80-35); *Demonios en el jardín*, (figura AI.82-11); y *Laberinto de pasiones*, (figura AI.82-30).

Incluso tiene carteles, –no incluidos en la muestra por no pertenecer a nuestro universo de análisis–, como el *de México, México, ra, ra, ra, The bus* y el de *Hi, Mom,* que basan sus efectos únicamente en el juego de las letras, careciendo casi completamente de elementos figurativos.

El hecho de que valore la tipografía tanto o más que el propio dibujo lo vemos, sin duda, en el diseño de *¿Qué he hecho yo para merecer esto?*, –tampoco perteneciente

a la muestra de análisis–, donde un falso collage en la disposición de los rótulos consigue dar al cartel toda su personalidad. Es un original affiche en el que las letras se adueñan de casi todo el espacio. La pequeña figura de Carmen Maura aparece debajo del texto, con expresión de terror y delante de ella, cortando su imagen, y quizá hacienco uso de influencias kitch, Zulueta coloca un lagarto sobre el que cae un chorro de sangre desde la parte superior del cartel.

Iván Zulueta siempre ha sabido adecuar el estilo de los carteles al estilo de las películas. Ha comprendido perfectamente el mundo terrible y a la vez humano, dramático y divertido, irónico y frívolo de Almodóvar y lo traslada acertadamente al lenguaje del cartel.

También tiene una serie de carteles que resucitan el estilo de los carteles americanos de los años cuarenta. Son para películas de producción foránea como *Ivanhoe, La señora Miniver, Sólo ante el peligro*, etc. Este estilo lo puede explicar el hecho de que se trata de reposiciones de películas antiguas, aunque uno de ellos es para una película española moderna, el de *Sonámbulos*, (figura AI.78-38). El componente visual más elocuente es, de nuevo, la mancha del letrero que resalta del fondo.

La actividad gráfica de Zulueta es bastante abundante. Sólo entre 1975 y 1980, ambos inclusive, realiza un total de veintidós carteles. Y como buen profesional, no rechaza ningún encargo. Por esa razón realiza también el divertido cartel de la pésima comedia *Fulanita y sus menganos*, (figura AI.76-16), de Pedro Lazaga.

En este periodo elabora así mismo algunos magníficos affiches no mencionados anteriormente: el cartel de uno de los pocos films taurinos españoles que se apartan del folklore y la sensiblería, *El monosabio*, (figura AI.78-16), de Ray Rivas; el de *El corazón del bosque*, (figura AI.79-7), de Manuel Gutierrez Aragón y el *de Con uñas y dientes*, film de Paulino Viota, de 1977, en el que juega con los rostros ocultos de los personajes, con lo que consigue darles más personalidad pero a costa de perder su identidad.

Pero, Zulueta realiza igualmente algunos carteles que pueden ser calificados de mediocres y poco meritorios. Es el caso del convencional diseño de *Pantaleón y las visitadoras*; del poco eficaz y recargado cartel *de Tiempos de Constitución*, (figura AI.79-28); del cartel del segundo film de Miguel Angel Díez, *De fresa, limón y menta*, en el que Iván se limitó a amontonar a todos los intérpretes sobre un cucurucho de

helado; o también el de *Asignatura pendiente*, (figura AI.77-3), de José Luis Garci: en uno de los bocetos previos al cartel, Zulueta ya dejaba claro que esa asignatura era Franco, pero los productores prefirieron algo menos arriesgado, aunque también más vulgar.

No es el caso de *Los restos del naufragio*, (figura AI.78-27), y de *Trágala, perro (Sor Patrocinio, la monja de las llagas)*, (figura AI.81-48). En el primero recrea un mundo onírico para los estrambóticos proyectos de un anciano y en el segundo, crea un sugerente fondo tramado con la imagen de la monja mentirosa, protagonista del film.

Se puede decir que casi todas sus composiciones son estables. Utiliza trapecios, triángulos y círculos centrales. En la mayoría de sus carteles se presentan tres planos en los que se definen los personajes, la acción y una tercera parte que nos cuenta la narración simbólica o metafóricamente. Pero estos tres aspectos no se ordenan siempre igual. Utiliza múltiples combinaciones. Numerosas veces recurre también a la superposición de diferentes figuras. En cuanto a la presentación de los créditos, premios,..., suelen acompañar a la composición pero sin dañarla demasiado.

Fuera del mundo del cine, Zulueta también ilustró algunos libros, como es el caso de un relato corto de Carlos A. Cornejo, *Esperándote*, (Sedmay Ediciones. Madrid, 1976) y unos cuentos infantiles de Vicente Marco, *Carlitos Ferrocarril*, *Con el burro a cuestas, Tim el blanco* y *El padrenuestro de Severino*, dentro de una colección dirigida por Luis Gasca (Ed. Palau. San Sebastián, 1973). Igualmente hizo algunas aportaciones al campo del diseño discográfico, como las cubiertas de vinilos grabados por *Los Brincos, Vainica Doble*, la *Orquesta Mondragón* y los grupos *Brakaman* y *Negativo*.

Como hemos visto, el conjunto de la obra de Zulueta es una contribución decisiva, y de excelente singularidad en el panorama del cartelismo cinematográfico español.

La mayoría de sus carteles han anunciado lo más significativo y nuevo de los últimos treinta años de nuestra cinematografía. A partir del insólito cartel de *Furtivos*, (figura AI.75-13), su actividad gráfica se multiplicó considerablemente, desarrollando un estilo particular y adquiriendo un prestigio más que merecido. *"Los primeros carteles de Iván eran simplemente bonitos y elegantes"*, recuerda José Luis Borau, en su entrevista con CARLOS F. HEREDERO (1989:246), *"pero a partir de "Furtivos" empezó a indagar en sí mismo y en sus propios dibujos, que es lo que hacen los*

creadores que más penetran y profundizan en lo que trabajan. Ha conseguido así generar un estilo muy particular y claramente identificable". Eso sí, Zulueta se vio apoyado por algunas de las figuras más sobresalientes del cine español, como, Gutierrez Aragón, Almodóvar, Jaime Chávarri, Borau y algunos otros, que supieron ver en él a un artista imaginativo y con un profundo conocimiento de su oficio.

JOSÉ ESTEBAN ALENDA (1999:69), propietario de la empresa cinematográfica José Esteban Alenda Distribución, le encargó a Zulueta la mayoría de los carteles que dibuja para el cine. *"Para mí los carteles de Iván siempre han sido los mejores. Yo creo que dibujaba poco para lo que valían y valen. No sé si era debido a una limitación que él mismo se había impuesto, y que hacía que sólo trabajara con ciertas películas que le gustaban"*. Su amistad y confianza en este cartelista le permite mantener una relación comercial fructífera para ambos. *"…casi siempre le dejaba que improvisara. Iván se basaba en el visionado de la película. Le indicaba más o menos por dónde quería ir, pero tenía una confianza absoluta en su trabajo. Le metía mucha prisa, porque en el cine siempre pasa igual: con los materiales siempre vas muy justo. Así que le apretaba, pero él siempre respondía muy bien. Era un estilo diferente"*.

ALENDA reconoce que en este tiempo no distribuye películas aparentemente fáciles, y que adémas exigen otro tipo de publicidad, distinta del estilo convencional. Recuerda que Iván no conectaba con algunas empresas, que su trabajo no le gustaba a todo el mundo e, incluso, en alguna ocasión los exhibidores le obligan a encargar otros carteles más comerciales. Pero él defiende su postura: "*Pienso que si confías en una película, tienes que hacerlo desde el principio hasta el final. Entonces hay que hacer un cartel con la idea de la clase de película que es. Y para mí, el único que sabía hacer esto –porque aportaba su creación y su propia mano artística– era Iván*".

En los años ochenta, su adicción a la heroína le provoca un largo retiro en San Sebastián. Allí sigue un tratamiento con metadona y le surgen varios proyectos para volver al cine, el más importante es *Dos y dos son cuatro*, de la productora Tesauro, pero nunca llega a terminarlo. Siempre se reconoció abiertamente consumidor de heroína y abogó por su legalización. Aunque está mucho tiempo alejado de la cámara, realiza unos últimos trabajos para televisión, *Párpados*, en 1989, y *Ritesti*, en 1992, un capítulo para la serie *Crónicas del mal*. Pero vuelve a desaparecer de la imagen pública, si bien sigue diseñando carteles para otros directores. Muere el 30 de diciembre de 2009 en San Sebastián.

Este complicado, nada convencional y magnífico creador vasco, influenciado por Saul Bass y por *Mac*, ha sido capaz de crear numerosas obras muy bien depuradas, ausentes de simplicidad y de gran belleza, que son verdaderas obras maestras del arte del cartel, debido sobre todo a que no se doblegó ante los condicionamientos comerciales imperantes en el género.

5.7 Otros creadores

Muchos otros cartelistas, dibujantes e ilustradores trabajan para el cartel cinematográfico español en el período de nuestro análisis, formando un grupo que ofrece una gran diversidad de estilos. A continuación comentamos algunos de ellos, bien porque su producción cartelística es considerable o bien por la calidad indiscutible de sus trabajos.

Primeramente, comentar la aportación de José Montalbán Saiz, quien firma sus trabajos como *Montalbán*. Es un hombre que alterna su trabajo en publicidad con la ilustración, para *Blanco y Negro*, por ejemplo, pero su gran pasión y mayor producción la dedica al cartel cinematográfico, especialmente a partir de los años sesenta, con encargos de Pelimex y Procines, para quienes también realizaría murales para fachadas y programas de mano. Después se sumarán Bengala, Manuel Salvador, Víctory, Arturo González, Belén, etc.

Es fachadista, cartelista, ilustrador, portadista, publicista, caricaturista y pintor.

Nace en Alcocer, Guadalajara, en 1926 y de formación prácticamente autodidacta –tan sólo acude a clases de dibujo del natural en la Escuela de Artes y Oficios de Madrid–compagina su formación con varios empleos. Por casualidad comienza a trabajar para Archilla, fachadista madrileño, aunque realizando tareas poco meritorias, pero después pasa al estudio de Ladislao Biro y empieza a destacar por mostrar un estilo de gran expresividad y soltura de trazo.

Unos cuatro años después pasa al taller de *Jano*, comenzando su carrera como cartelista. Son los primeros años cincuenta, y su primer trabajo es una serie de displays,

expositores, para promocionar la película británica *El farol azul*, de Tom Riley. Y en poco tiempo empieza a firmar con su propio nombre, dada la calidad artística de sus trabajos.

Trabaja también para el Departamento Creativo de los Estudios Moro, y recibe un premio en la XVI edición del Festival Internacional de Cine Publicitario (Cannes, 1967), por su primer trabajo en esta empresa: un anuncio realizado para la compañía Pepsi-Cola, titulado *La ventana*. Estará en esta empresa prácticamente hasta su cierre y dedica los últimos años al diseño de carátulas de vídeo.

Su estilo, caracterizado por pinceladas sueltas y efectistas en un principio, pero más vigorosas y pictóricas después, le hacen un auténtico especialista en el retrato y un gran fisonomista en la caricatura.

Tiene un estilo compositivo particular, que se caracteriza por colocar en el centro de la superficie al actor o actores principales, de gran tamaño, y acompañados de más o menos imágenes de acción que representan la posible trama del film. Los textos suelen ir colocados en la parte inferior del cartel sujetando y dando asiento al resto de elementos compositivos. Su uso del color es brillante, y unido a su destreza para el dibujo, consigue dotar de una enorme fuerza expresiva a sus composiciones.

Es el caso de *Santo contra el Doctor Muerte*, (figura AI.73-34); *Tu fosa será la exacta, amigo*, (figura AI.73-36); *No quiero perder la honra*, (figura AI.75-26); *La petición*, (figura AI.76-25); o *Viva, muera, don Juan Tenorio*, (figura AI.77-41). Merece la pena destacar los realizados para dos de las películas de Lara Polop y una de Eloy de la Iglesia. Las primeras, *Perversión*, (figura AI.74-31), y *Las protegidas*, (figura AI.75-21), son dos rigurosos ejemplos del enorme poder expresivo de sus diseños gracias a una ardiente aplicación de color y a un dibujo vigoroso y preciso. También lo es *La otra alcoba*, (figura AI.76-24), una escena de cama de Patxi Andión y Amparo Muñoz que simboliza los engaños e infidelidades de una pareja que no puede tener hijos.

Menos afortunados son quizás los realizados para *El ataque de los muertos sin ojos*; *El jorobado de la morgue*; *San Francisco de Asís, vida y obra*; *Las cuatro novias de Augusto Pérez*, (figura AI.76-30); *El consenso*, (figura AI.80-15); o *Los autonómicos*, (figura AI.82-32), éste último combinando dibujo y fotografía.

También es frecuente en su estilo el uso de la caricatura, realizando ocurrentes dibujos de Lina Morgan en *La llamaban «la madrina»,* (figura AI.73-20), o en *Señora*

Doctor, (figura AI.73-35); o de José Sazatornil, Esperanza Roy y José Sacristán en *El insólito embarazo de los Martínez*, (figura AI.74-12) y en *Soltero y padre en la vida*, (figura AI.74-33), respectivamente. Del mismo modo, los realizados para *Celedonio y yo somos así*, (figura AI.74-2), –donde se ve a Daniel (Alfredo Landa) con su novia y su toro semental Celedonio, con el que se gana la vida– y para *Ligeramente viudas*, (figura AI.75-22), una comedia de enredo con su toque picante, propiciada por el tardofranquismo que cuenta cómo dos mujeres jóvenes enviudan por el accidente de sus respectivos esposos. Y buscarán recambio sin demasiado recato.

Por último, señalar un caso muy distinto de su producción, el cartel de *No matarás*, (figura AI.74-30), de estilo *kitsch*, con una pareja de cabellos floridos cuyo amor les llevará a tener un bebé. Todo un testimonio antiabortista para una película que cuenta como una joven fallece durante un aborto clandestino.

También el artista René Ferracci, nacido en 1922, es uno de los cartelistas franceses más famosos, con una formidable producción de carteles de cine, unos 2.500 aproximadamente. Según SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:110), este cartelista empieza a trabajar en esta profesión en los años cincuenta y fue asistente de la Paramount, la MGM y la 20th Century Fox, también director artístico de Cinedis hasta que en los sesenta se establece por su cuenta y realiza encargos para Columbia, la Warner, United Artists o Walt Disney. Diseña carteles para Fellini, Tati, Truffaut, Godard y Buñuel, llegando incluso a recibir un *César* de la Academia Francesa de Cine, aunque fuese a título póstumo.

Su trabajo para las películas de Buñuel –se encargará de realizar el cartel para las tres últimas películas de este cineasta– puede considerarse un conjunto de auténticas obras de arte, auténticas síntesis visuales inspiradas por Magritte o Dalí. A la genialidad de las películas de Buñuel se suman las extraordinarias creaciones de Ferraci. Para su última película, *Ese oscuro objeto de deseo*, (figura AI.78-19), crea una imagen de gran fuerza y provocación: sobre un fondo oscuro coloca en la parte central unos grandes labios rosas cosidos, haciendo referencia a la virginidad de la joven protagonista, Conchita, interpretada por Carole Bouquet y Ángela Molina.

Martí Ripoll realiza el cartel de *Busco tonta para fin de semana*, (figura AI.73-2), de Ignacio F. Iquino, una solución sencilla para una comedia liviana. Es un cartelista polifacético, lo mismo hace carteles, que plumas, que programas de mano. Inicia su

actividad en los años cincuenta de la mano de la distribuidora española Ifisa, pero abandona para dedicarse al mundo del cómic y al diseño de revistas.

Enrique Mataix comienza su trayectoria en el cartelismo cinematográfico en el Estudio Esquema, pasando después a trabajar principalmente para la distribuidora CB Films. Sus diseños continúan en la línea de lo realizado para el estudio catalán mencionado, pero con un estilo de dibujo más naturalista, combinado a veces con la fotografía. Suyos son los carteles de *Los caballeros del botón de ancla*, (figura AI.73-25); *Al otro lado del espejo*, (figura AI.75-1); *Mi mujer es muy decente dentro de lo que cabe*, (figura AI.75-25); *Retrato de familia*, (figura AI.76-37; *Perros callejeros*, (figura AI.77-33); o *Arriba Hazaña*, (figura AI.78-4).

Manuel Boix es pintor, escultor, grabador, ilustrador y un gran cartelista. Formado en Bellas Artes en la Academia de San Carlos de Valencia, destaca en un primer momento por realizar una pintura con unos referentes poéticos muy personales, truculentos y fantásticos a la vez, pero después continúa por caminos más alegóricos y de mayor capacidad expresiva, faceta que queda claramente patente en sus carteles. Dibuja una espectacular imagen del diablo en *Jalea real*, (figura AI.81-21), y todo un conjunto de personajes caricaturizados para *Con el culo al aire*, (figura AI.80-6), película en la que Ovidi Montllor encarna a un hombre que pierde la razón y es internado en un manicomio donde todos creen ser personajes famosos de la historia.

Igualmente destaca la obra de uno de los cartelistas más versátiles, Prieto, capaz de utilizar distintos estilos y técnicas en función de las demandas comerciales, pero con criterio y habilidad suficientes para producir excelentes diseños.

En un primer momento, con técnicas cercanas al fotomontaje, realiza los diseños de *La revolución matrimonial*, (figura AI.74-22), y *Tormento*, (figura AI.74-35). Éste último, afín al estilo de los carteles soviéticos a no ser por la malograda elección de la tipografía.

Influenciado por el estilo cubano, trabaja con grandes manchas de color que pueden abaratar el proceso de impresión. Así son sus carteles para *El buscón*, (figura AI.76-10), *La Corea*, (figura AI.76-20), *La siesta*, (figura AI.76-27), *Bruja, más que bruja*, (figura AI.77-4), o *Colegas*, (figura AI.82-7).

En el caso de *La trastienda*, (figura AI.76-29), emplea el estilo *Pop Art* para sintetizar todo el argumento –una enfermera seduce a un médico, que a su vez es

engañado por su esposa– con una gran mancha de color, una puerta abierta que deja ver un desnudo femenino y un ideograma de un toro.

Nada tienen que ver con los anteriores los carteles de *Secretos de alcoba*, (figura AI.77-35), y *Quién puede matar a un niño*, (figura AI.76-36). El primero, aunque fiel a su uso del color, es un anodino fotograma extraído del film. El segundo caso, mejor resuelto pese a seguir incluyendo una imagen de la película, sintetiza de manera original el argumento al colocar una serie de puñales repetidos, ensangrentados, junto a la fotografía de los niños, una imagen dramática para una película de terror de Narciso Ibáñez Serrador.

Y tenemos que señalar un último ejemplo, realizado para *Un hombre llamado Flor de Otoño*, (figura AI.78-40) y para el que utiliza elementos decorativos del modernismo catalán de principios de siglo con el objetivo de representar a un hombre, abogado, que de noche trabaja como travestido y que es condenado a muerte por ello.

Asimismo, hay que destacar la labor del santanderino José Ramón Sánchez, dibujante e ilustrador. Su pasión por el cine empezó muy pronto. En 1957 entra a trabajar en los "Estudios Moro". Dirige el cine-club AUN, a la vez que diagrama y dibuja para las revistas especializadas "Cinestudio" y "Film ideal". Ha realizado cortometrajes de animación que han obtenido varios premios y el largometraje *El desván de la fantasía*, en 1979. Alcanza gran popularidad por sus colaboraciones para los espacios de Televisión Española *Un globo, dos globos, tres globos* y *Dabadabadá*. Durante los ochenta desarrolla también la colección de dibujos *La gran aventura del cine*, compuesta por 104 cuadros de películas y 20 retratos de actores y actrices y que expone en el Museo Español de Arte Contemporáneo (1982-1983). Le siguen las colecciones *50 años de cine español* (1985), *Nijinsky y los grandes ballets rusos* (1989) y *Don Quijote de la Mancha* (1993).

Entre sus carteles señalamos los realizados para *Las truchas*, (figura AI.78-24); *Las verdes praderas*, (figura AI.79-18); *El desván de la fantasía*; y *En septiembre*, (figura AI.81-20). Con un estilo nuevo y agradable, cercano a la caricatura y muy influido por la estética pop, su aportación al cartelismo cinematográfico supone toda una bocanada de aire fresco.

También Mauro, de estilo heterogéneo pero interesante, pondría su firma en carteles como *Una gota de sangre para morir amando*, (figura AI.73-39); *El refugio del*

miedo, (figura AI.74-13"; *Parranda*, (figura AI.77-31); o *Carne apaleada*, (figura AI.78-8). Éste último, una ventana enrejada a través de la cual vemos a unas mujeres en un patio. Imagen perfecta para presentar la historia de Berta, una mujer acusada de estafa que va a prisión, donde sufre todo tipo de humillaciones y vejaciones, a la vez que se enamora de una reclusa más joven.

En los años setenta, la publicidad parece adueñarse en buena medida del sector del cartel cinematográfico, lo que produce algunos cambios notables, participando, en mayor o menor medida, numerosos talleres de diseño gráfico.

Tal es el caso, por ejemplo de Dimas García Moreno y Manuel López Parra, que firman algunos trabajos conjuntos como *Zen*[4]. Suyos son los carteles de *Gary Cooper, que estás en los cielos*, (figura AI.80-27); *Tac Tac*, (figura AI.81-47) y *Corazón de papel* (figura AI.82-9).

Del mismo modo Carlos Rolando y Frank Memelsdorf, –Rolando & Memelsdorf Diseñadores– , especializados en el diseño de identidad visual corporativa, confeccionan los carteles de *Siete días de enero*, (figura AI. 79-27), y *Ensalada Baudelaire*, (figura AI.78-18). Para el primero, una película contra la violencia y el terrorismo que recoge los hechos de la trágica noche conocida como "la matanza de Atocha", el cartel, elaborado a base de tintas planas, y con una sencillez absoluta representa una España desgarrada a la altura del país vasco. Y el segundo, un drama de Leopoldo Pomés, también prestigioso publicitario, que narra las vejaciones que sufre una pareja atacada por unos psicópatas, a modo de fotomontaje de realismo exacerbado.

Y el ilustrador y portadista catalán, Enric Satué, se encarga de la película policíaca *Tatuaje, primera aventura de Pepe Carvalho*, (figura AI.77-38), con guión de Manuel Vázquez Montalbán, Bigas Luna y José Ulloa, y que cuenta cómo el personaje Pépe Carvalho debe solucionar el caso de un cadáver que aparece en la playa con un extraño tatuaje en el brazo. Para el cartel, Satué diseña igualmente un fotomontaje a modo de paella, que sintetiza y combina todos los intereses de ese personaje: sexo, crimen, gastronomía y tradición.

También el escenógrafo y diseñador gráfico Tomás Adrián colabora en esta tarea. Su aportación es para *Demasiado para Gálvez*, (figura AI.81-10), de Antonio

[4] No hay que confundir esta denominación con la de Alejandro Cirici Pellicer, quien también escoge la palabra *Zen* para firmar sus trabajos.

Gonzalo. Y, por supuesto, Pere Torrent, *Peret*, conocido por sus trabajos para "Tintín en Barcelona", el "Grec 86" y la Bienal de Barcelona. Empieza a trabajar en el diseño a los veinte años y de 1970 a 1976 se marcha a París, donde trabaja como director artístico en *Delpire-Advico*, *Grapphorm* y *Prisunic*, colabora con ilustraciones para las revistas "Marie-Claire" y "L'Express", y con empresas como *Air France* y *Citroën*. De vuelta en España, con la democracia, trabaja para "Playboy" y "Penthouse" y en varias agencias de publicidad barcelonesas. Su aportación al cartel cinematográfico se produce con *Mater Amatísima*, (figura AI.80-36) y *La plaza del diamante*, (figura AI.82-26). Dos composiciones que esencialmente reproducen los rostros de los protagonistas en esa necesidad de dependencia inevitable que tiene el cartel con respecto a la película publicitada. En el primero vemos cómo Clara se enfrenta a los problemas que le plantea su hijo autista, mientras que en el siguiente, un primerísimo primer plano de Silvia Munt acompañado de un par de fotogramas de 1928 y los años sesenta, en un intento de fijar el contenido argumental en el cartel.

Y es Alberto quien firma los carteles de *La cruz del diablo*, (figura AI.75-16); *No profanar el sueño de los muertos*, (figura AI.75-27); *Pepita Jiménez*, (figura AI.75-313); o *El último guateque*, (figura AI.78-17).

Además, son muchos los autores que desde la pintura, el cómic, la música, el humor u otras disciplinas se acercan esporádicamente al mundo del cartel cinematográfico. Así, por ejemplo, Isern firma *La ciudad quemada*, (figura AI.76-19), o el catalán Cuixart, con su diseño abstracto para *Naftalina*, (figura AI.81-37).

Otros artistas plásticos que participan son, por ejemplo, Alfredo Alcaín, con dos trabajos, y los hermanos Ángel y Vicente Pascual Rodrigo –Hermandad Pictórica–, con un excelente diseño para *La sabina*, (figura AI.79-16), que recoge fielmente el espíritu de la película de Borau con un fotograma de aspecto vaporoso y mágico. Mientras que el primer trabajo de Alcaín, para *Canciones para después de una guerra*, (Fig. 364), resulta un tanto ingenuo acumulando una serie de imágenes de la posguerra y acompañadas de una nada acertada tipografía. Su segunda pieza, para *Caudillo*, (figura AI.77-7), es un simple fondo grisáceo sobre el que coloca la efigie del general Franco.

Y desde el mundo de la música, el cantautor Luis Eduardo Aute diseña la metáfora que encarna el cartel de *Mi hija Hildegart*, (figura AI.77-29), una película de

Fernando Fernán Gómez que relata cómo Aurora mata deliberadamente a su hija Hildegart y se pone en manos de la justicia para explicar los motivos de su acto.

También en el terreno del cómic surgen participaciones. Destacamos los trabajos de Ballesta para *El nido*, (figura AI.80-22), por ser un inteligente trabajo de metáfora visual, y a Ceesepe, que realiza el cartel para la película de Almodóvar *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón*, (figura 80-39).

Asimismo, son muchos los humoristas que se acercan al mundo del cartel cinematográfico. En opinión del diseñador Enric Satué, y recogido por SÁNCHEZ LÓPEZ (1997:166), *"Con la dictadura del general Franco, la excepcional situación española propició la formación de una serie de humoristas e ilustradores, verdaderos maestros en el arte de la metáfora. Tono, Mingote, Chumy Chúmez y Forges, en Madrid, o Cesc –Francesc Vila Rufas- y Jaume Perich, en Barcelona, colaboran muy activamente en la formulación del nuevo diseño gráfico hispano, no sólo con sus constantes colaboraciones en publicidad, sino, sobre todo, por su papel de "iniciadores" en la incorporación –a través de la metáfora visual- de la carga crítica e ideológica a la imagen de consumo tradicional"*. De esta manera, tenemos los ejemplos de Forges y Chumy Chúmez para *El bengador justiciero y su pastelera madre*, en el primer caso, y de *Dios bendiga cada rincón de esta casa*, (figura AI.77-12), en el segundo, de Perich para *Furia española*; de Manuel Summers para *Ángeles gordos*, (figura AI. 81-6), *To er mundo e güeno*, (figura AI.82-43), y *To er mundo e mejor*, (figura AI.82-44); y por último de Mingote, con su aportación para *Hasta que el matrimonio nos separe*, (figura AI.77-22), una película de Pedro Lazaga que plantea los problemas religiosos, familiares y legales de una pareja que decide separarse antes de que se apruebe la ley de divorcio en España.

Y muchos otros autores podrían añadirse: Carmen Peña (*Vecinos*, figura AI.81-49); Casaro (*También los ángeles comen judías*); Chez, (*Adulterio a la española)*; Enrique Picazo, (*Crónica de un instante*, figura AI.80-7); Febi, (*F.E.N.*, figura AI.79-11); Fernando Ramos, (*Loca por el circo*); Fregenal, (*Campanys, proceso a Cataluña*, figura AI.79-4); Guitart, (*La familia, bien, gracias*, figura AI.79-14); Hermida, (*Mi hijo no es lo que parece «Acelgas con champán y mucha música»*, figura AI.73-28); Herreros, (*Tío, ¿de verdad vienen de París?*, figura AI.75-34; I. M. Helena, (*Historia de «S»*, figura AI.79-12); J. Arnas, (*Valentina*, figura AI.82-47); J. Bergada, (*Como un adiós*, figura AI.82-8); Oko, (*La fuga de Segovia*, figura AI.81-26); Pepa Estrada, (*La*

orgía, figura AI.78-30); Perceval, (*Vámonos, Bárbara*, figura AI.78-41); Sanjulián, (*Los diablos del mar*, figura AI.82-33); Santana, (*Estoy en crisis*, figura AI.82-17); Soligó, (*Sexy, amor y fantasía*, figura AI.77-36); T. Calderón, (*Huevos revueltos*, figura AI.82-21); Teseta, (*La casada divertida*, figura AI.82-23); Tino Calabuig, (*El puente*, figura AI.77-17); Villa Melguizo, (*Habla mudita*, figura AI.73-16); Villamayor, (*El poder del deseo*, figura AI.75-9); etc. Pero que no comentamos porque su mayor producción se encuentra fuera de nuestro período de análisis.

5.8 Referencias Bibliográficas

- COLLADO ALONSO, R. (1999): "El cartel de cine español según José Mª Cruz Novillo", en *Publifilia. Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 2.
- DE LA PLAZA, F. J. (1996): "Cruz Novillo", en *Cine de Papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.
- ESTEBAN ALENDA, J. (1999): "Historia de una relación", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 2.
- GABRIEL MARTÍN, F. (2009): "La publicidad cinematográfica en Barcelona: MCP y la empresa Esquema" [en línea]. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes [ref. de 2 de febrero de 2009]. Disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12146182018922617210213/p0000001.htm#I_1_>
- GARCÍA RAYO, R. (2005): "El cartelista que miraba a las estrellas", en *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. Madrid: El Gran Caíd.
- GÓMEZ, M. (2007): *Mac, traços de cinema: Macari Gómez, cartells 1955-1980.* Tarragona, Fundació Caixa Tarragona.
- HEREDERO, C. F. (1989): *Iván Zulueta. La vanguardia frente al espejo*. Alcalá de Henares, Festival de Cine de Alcalá de Henares.
- MOYA, C. (1983): "Entrevista con Macario Gómez", *Dirigido por* ..., núm. 100.

- PEDRAZA, P. (1990): *Pausas de papel: carteles de cine de Iván Zulueta* [exposición]. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared", *Fotogramas*, núm. 1790.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- TOSANTOS, C.M. (1990): "Fulgor y muerte del cartel cinematográfico", *Mensaje y Medios*, núm. 19.
- ZARZA, V. (2001): "Ilusión y Memoria", en *ABC Cultural*, noviembre de 2001.

5.9 Bibliografía y documentación del capítulo

- ACEDO DÍAZ, T. (2003): *Cómplices del 7º sueño. El afiche y su aventura*, Madrid, Beturia Ediciones.
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. (1999): "El estilo publicitario de los años 20 y 30", en *AGR, coleccionistas de cine*, núm. 2, 1999. Madrid, El Gran Caíd.
- ANÓNIMO (2002): "Carteles de cine", en *Academia: Revista del Cine Español*, núm. 32.
- ANÓNIMO (2007): "Creatividad para la cartelera del cine", en *Control: La primera revista de publicidad*, núm. 536.
- ARCONADA, A. (2006): "José Ramón Sánchez: las tareas del cíclope", en *La revista de Cantabria*, núm. Enero-Marzo.
- BAENA PALMA, F. (1994): *Los programas de mano en España*, Barcelona: F.B.P.
  - BAENA PALMA, F. (1996): *El cartel de cine en España*, Barcelona: F. B. P.
  - BAENA PALMA, F. (2006): "Los carteles de Mac", en *AGR, núm. 32.* Madrid: El Gran Caíd,
- BAENA, P. y WILLIS, J. (Autor – Eds) (2006): *MacCartel: Macario Gómez: Obra gráfica (1955-1980).* Barcelona.
- BEJARANO PÉREZ, R. (1986): *El prospecto, propaganda cinematográfica*, Málaga, Facultad de Filosofía y Letras de Málaga. [Folleto].
- BORDE, R. (1982): "El cartel cinematográfico", en *Historia universal del cine*, Barcelona: Planeta.
- BRASÓ, E. (1975): "Una cierta tendencia del cine español (Función y estructura en «Lo verde empieza en los Pirineos»)" en *7 Trabajos de base sobre el cine español*. Valencia: Fernando Torres.
- BRAVO, E. (2010): "Iván Zulueta: adios al diseñador pop más pop", en *Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*, núm. 142.
- CEREZO TORRES, E. [et al.] (2005): *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. Madrid, El Gran Caíd.

- COLLADO ALONSO, R. (1999): "El cartelismo surrealista de Iván Zulueta", en *AGR, Coleccionistas de cine,* núm. 2. Madrid, El Gran Caíd.
  - (1999a): "El cartel de cine español según José Mª Cruz Novillo", *Publifilia. Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 2. Segovia, Colegio Universitario de Segovia.
  - (2004a): "Color y expresividad en los carteles de Mcp", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 24. Madrid, El gran Caíd.
  - (2004b): "El espíritu de la comedia: los carteles de Jano", en *Publifilia. Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 8. Segovia, Colegio Universitario de Segovia.
  - [et al.] (2010): "El cine comercial y sus carteles durante la transición española: comunicación de nuevos valores" en BORDERÍA ORTÍZ, E.; MARTÍNEZ GALLEGO, F.; RIUS SANCHÍS, I. (Coords): *Política y comunicación en la historia contemporánea*. Madrid, Fragua.
  - (2011a): "Nuevos estilos y nuevas técnicas para el diseño cinematográfico español. De lo convencional a lo excepcional en el período de la transición democrática", en RODRIGO MARTÍN, L. (Coord): *Publicidad, innovación y conocimiento*. Zamora, Comunicación Social.
  - (2011b): "El cartel de cine español. La nueva libertad sexual en la transición española", en *Revista Icono14* [en línea], 1 de Octubre de 2011, núm. 2, Vol. Especial. http://www.icono14.net.
- CUENCA, L. A. de (2005): "Carteles de cine", en *Nueva revista de política, cultura y arte*, *núm. 100.*
- DE LA PLAZA, F. J. (1996): "Cruz Novillo", en *Cine de Papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1999): "El cine a través del cartel publicitario", en *AGR, Coleccionistas de cine,* núm. 1. Madrid, El Gran Caíd.
  - EGUIZÁBAL MAZA, R. (2005): "El cine negro y sus diseños", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 26. Madrid, El Gran Caíd.
  - EGUIZÁBAL MAZA, R. (2007): "Cerca de las estrellas", en *AGR, Coleccionistas de cine,* núm. 35. Madrid, El Gran Caíd.

- EGUIZÁBAL MAZA, R. (2008): "Polvo de estrellas", en *AGR, Coleccionistas de cine,* núm. 40. Madrid, El Gran Caíd.

- ESTEBAN ALENDA, J. (1999): "Historia de una relación", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 2. Madrid, El Gran Caíd.

- FERNÁNDEZ OLIVA, F.A. (2001): *Carteles de cine: paisajes y figuras de España*. Madrid, Ocho y Medio.

- FERRER, E. (1990): "Los carteles de Ferracci", en *El País*, sábado 24 de noviembre.

GABRIEL MARTÍN, F. (2009): La publicidad cinematográfica en Barcelona: MCP y la empresa Esquema [en línea]. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes [ref. de 2 de febrero de 2009]. Disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12146182018922617210213/p0000001.htm#I_1_>.

- GARCÍA RAYO, R. (2005): "El cartelista que miraba a las estrellas", en *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. Madrid: El Gran Caíd.

- GARÓFANO, R.; OLIVERA, A. (1989): *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz, Caja de Ahorros, D.L.

- GÓMEZ, M. (2007): *Mac, traços de cinema: Macari Gómez, cartells 1955-1980.* Tarragona, Fundació Caixa Tarragona.

- GUARNER, J. L. (1975): "Cartel", en *Enciclopedia ilustrada del cine*, tomo IV. Barcelona, Labor.

- HEREDERO, C. F. (1989): *Iván Zulueta. La vanguardia frente al espejo*. Alcalá de Henares, Festival de Cine de Alcalá de Henares.

- LLOPIS, B. (2003): *Programas troquelados españoles de cine, 1913-2000.* Zaragoza, A. Hernández Ibáñez.

- LUENGO ARIAS, A. (1987): *Héroes de folletos de cine.* Valencia, Col. Catálogo editado por Ángel Luengo Arias.

- LUQUI, J. [et al.] (1987): 30 años de diseño gráfico en el cine español. Móstoles, Erisa.

- MILLER, F. (1994): *MGM Posters*. Atlanta, Turner Publishing.

- MOYA, C. (1983): "Entrevista con Macario Gómez", *Dirigido por ...*, núm. 100. Barcelona, Dirigido Por.

- PACO, J. de (2006): *Diseñadores gráficos del cine español*. Mula (Murcia), Semana de Cine Español, Cine Club "Segundo de Chomón".
- PEDRAZA, P. (1990): *Pausas de papel: carteles de cine de Iván Zulueta* [exposición]. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- PERALES, F. (1999): *El cartel cinematográfico.* Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
- PÉREZ PERUCHA, J. (1986): "Escaparates del espectáculo o indicadores del sentido" , en *Cine/Impreso. Cartelistas españoles de cine, 1955/1985*. La Coruña, Ayuntamiento de La Coruña.
- PÉREZ RUFI, J. P. (2010): "El cartel de cine hoy", en *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias*, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.
- PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared", en *Fotogramas*, nº 1790.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1995): "Vanguardias artísticas y cartel cinematográfico", en *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza*, núm. 11.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (2003): "Los carteles de cine", en *Litoral: revista de la poesía y el pensamiento*, núm. 236.
- SATUÉ, E. (1988): *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Editoria.
- TOSANTOS, C. M. (1990): "Fulgor y muerte del cartel cinematográfico", en *Mensaje y Medios: Revista de los Profesionales de la Comunicación*, núm. 19. Madrid, RTVE.
- VILLALOBOS, R. (1991): "El cartelismo cinematográfico", en *Imágenes de actualidad*, núm. 93. Barcelona, Dirigido Por.
- ZARZA, V. (2001): "Ilusión y Memoria", en *ABC Cultural*, noviembre.
  - ZARZA, V. (2006a): "Montalbán, inolvidable", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 30. Madrid: El Gran Caíd.

– ZARZA, V. (2006b): "El cartelista que miraba a las estrellas", en *AGR*, *Coleccionistas de Cine*, núm. 29. Madrid: El Gran Caíd.

- ZULUETA, I. (2002): *Iván Zulueta: imagen enigma*. San Sebastián, Diputación Foral de Guipúzcoa, Departamento de Cultura, Euskera, Juventud y Deportes.

Catálogos de exposiciones:

- *Buñuel, cien años.* Colección de carteles Lucio Romero. Málaga: Diputación Provincial de Málaga, Área de Cultura y Educación, 2000.

- *Carteles de cine español, años 50*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 30 de mayo al 17 de junio de 2001. Málaga: Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga, 2001.

- *Carteles de cine español, años 60*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 25 de abril al 12 de mayo de 2002. Málaga: Área de Cultura, 2002.

- *Carteles de cine español* (fondos de la Filmoteca Española), Festival de Cine de Huesca (del 9 al 17 de junio de 1995), Huesca: Diputación de Huesca, Ibercaja y Filmoteca Española, 1995.

- *Cine de papel. El cartel de cine en España.* Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, 1996. (25 de junio al 18 de agosto).

- *Cine / impreso. Cartelistas españoles de cine, 1955/1985.* (Palacio Municipal de Exposiciones, Kiosco Alfonso). La Coruña: Ayuntamiento de La Coruña, 1986. (Enero).

- *El cine en sus mejores carteles*. Barcelona : Euroliber, D.L. 1995.

- *El cine español en los carteles de Jano*. Festival de Málaga, del 9 al 17 marzo de 2007, [Sociedad Económica de Amigos del País, Málaga]. Málaga: Festival de Málaga, Cine Español, 2008.

- *El que el cinema ens va deixar*: Dénia, 2006 : L'exposició : Centre de'Art l'Estació, del 16 de desembre de 2006 a l'11 de febrer de 2007, Dénia / [textes, Francisca Viciano ... [et. al.]. Dénia: Ajuntament de Dénia, Delegació de Cultura, 2007.

- *Elogio del guión cinematográfico*: exposición del 6 de julio al 15 de agosto de 2007, sala de exposiciones CAM, Elche. Alicante: CAM, Obras Sociales, 2007.

- *Firmado Mac*: *carteles de cine de Macario Gómez*. Sala de exposiciones de la Filmoteca Española: Palacio de Perales, octubre de 2006. Madrid: Filmoteca Española, 2006.

- Gómez, Macario. *Mac, traços de cinema: Macari Gómez, cartells 1955-1980* : [exposició / textos, Paco Baena, Sandra Baena]. Tarragona: Fundació Caixa Tarragona, 2007.
- *Historia de una pasión*. Exposición de cine, del 4 de abril al 25 de mayo de 2003. Alicante: Ayuntamiento de Alicante, Patronato Municipal de Cultura, 2003.
- *Hollywood en España*: *101 carteles del época dorada*. Colección privada de Gerardo Vera : [exposición] / [textos, Francisco Baena, Gerardo Vera]. Málaga: Festival de Málaga, Cine Español, 2008.
- *Los 70 y Zulueta: carteles y cine español*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 24 de abril al 11 de mayo de 2003 / [textos, Ana Mª Rico Terrón, Lucio Romero]. Málaga: Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga, 2003.
- *Mac, traços de cinema*: *Macari Gómez, cartells 1955-1980.* [exposició / textos, Paco Baena, Sandra Baena]. Tarragona: Caixa Tarragona, Fundació, 2007.
- *Málaga en carteles de cine*: sala de exposiciones del Archivo Municipal, 15 diciembre 05-15 enero 06. [Textos: Lucio Romero]. Málaga: Área de Cultura, 2005.
- *Pausas de papel. Carteles de cine de Iván Zulueta: 1968 – 1989,* Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, 1990.
- Sánchez Guzmán, J.R.; Melendreras, E.; García Fernández, S.: *100 años de cartel español. Publicidad comercial (1875 – 1975)*, Madrid: Ayuntamiento de Madrid y Cámara de Comercio e Industria, 1985.

Webgrafía:

- http://alpacine.com
- http://personal.telefonica.terra.es/web/banderamadrid/jm_cruz_novillo.htm
- http://seronoser.free.fr/laincineradora/roberto7.htm
- http://www.cinejano.com
- http://www.clmdiseno.com/portal/lang__es-ES/rowid__216505,23439/dTabID__1/query15302__1/rel23430__1/query23439__1/tabid__9709/default.aspx
- http://www.cruznovillo.com
- http://www.eliasquerejeta.com
- http://www.iesquintana.net/drupal/node/231
- http://www.mcu.es
- http://www.qbinet.es/2011/03/31/jose-ramon-sanchez/

CAP. VI

Diseño del análisis de la investigación

Dibujo de Andrés Pajares, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.214.*

CAPÍTULO VI

DISEÑO DEL ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Planteamiento general

La década de los años setenta supone un enorme cambio político, económico y social para el país. La transición política, la liberalización social y el aumento del poder adquisitivo, se reflejan en una España que empieza a abrir sus fronteras.

En este marco situamos nuestro estudio, que explora la relación entre cartel de cine y cambio social, centrándose el análisis en el primero y no en el segundo. Es por ello que no estamos delante de un estudio sociológico, sino comunicacional.

Al hilo de lo propuesto por ARREGUI (2009) en su estudio sobre la relación entre propaganda política y cambio social, entre ambas disciplinas pueden producirse dos opciones de interrelación. Primeramente, es posible que el cartel de cine tenga como finalidad únicamente el reflejo de los valores sociales existentes, sin plantearse el compromiso de provocar un cambio social. Pero también puede constituirse como

elemento favorecedor de ese cambio, como herramienta útil para romper con lo establecido e impulsar el cambio social.

La publicidad es una forma de comunicación que muestra, evidencia o refleja lo que acontece en su entorno. Así lo afirman muchos teóricos de la publicidad. Jean Marie DRU (1997:13), por ejemplo, dice que *"nada refleja un país y una época mejor que la publicidad"*, añadiendo a continuación que los publicitarios *"trabajamos al dictado de nuestras culturas"*. También GONZÁLEZ MARTÍN (2004:102) afirma *"Como había ocurrido con las artes plásticas y con el cine en la época de la dictadura, a partir de la finales de los 70, con la transición a la democracia, la publicidad va a asumir el papel de muestra y de proyección exterior de buena parte de los cambios producidos en la sociedad española. Aunque en la mayoría de los anuncios se perciben los cambios en el estilo de vida y los valores en alza, como una sensibilización social hacia los nacientes temas de consumo y de identificación social, la publicidad en absoluto se siente ajena a los debates de la transición democrática y de este país"*. Y un artículo sobre el Festival Internacional de Cannes de Publicidad de 2006, de GONZÁLEZ DE PRADO (2006:30), recoge la misma idea: *"los publicitarios reconocieron su incapacidad para crear tendencias a imitar: el estilo lo marcan los ciudadanos anónimos y a ellos hay que perseguir para ser su reflejo en la publicidad (…) La publicidad ya sólo es un espejo, si es que alguna vez fue otra cosa"*.

Como consecuencia de la idea anterior y de acuerdo con MARCOS MOLANO (1996:24), consideramos también a la publicidad como una forma particular de recoger el devenir social. La historia es un documento sincero de la evolución del hombre y la publicidad, que en sus distintas manifestaciones muestra hábitos, usos y costumbres, hace acopio de las carencias y excesos de una época y de sus soluciones y satisfacciones. En definitiva, sus contenidos van a mostrar una serie de cambios que atestiguan la evolución del hombre hacia estilos de vida distintos en cada época.

Por su parte, TERUEL RODRÍGUEZ (2004:452) alega que el cine, al igual que otros medios de comunicación, resulta un instrumento preferente para interiorizar las normas y valores vigentes en un determinado contexto social, pero con la peculiaridad de ser interpretado por los ciudadanos más como una forma de entretenimiento que como un medio de información. Por eso, MONDELO GONZÁLEZ (1996) afirma que el cine, como forma de narrar historias o acontecimientos, se relaciona con la realidad en un doble sentido: por un lado, representa, refleja de un modo u otro, el contexto en el

que surge, pero por otro lado, la realidad también puede reflejar ciertas propuestas contenidas en sus relatos cinematográficos.

El mismo modo, TRENZADO ROMERO (1999:5) considera que "…las películas –desde el ámbito de ficción y entretenimiento que les es propio– contribuyen en alguna medida a la construcción de la realidad social".

Por todo ello, TERUEL RODRÍGUEZ (Ibíd.) declara que el cine es, por ende, una pieza dinámica de la cultura de un país, en el que intervienen variables políticas, sociales, económicas y creativas como reflejo del contexto socio-histórico en el que nace.

Y nuestro período de análisis se expone como un momento privilegiado para el estudio de la interdependencia que se establece entre los cambios políticos, sociales y cinematográficos, y por extensión, a su publicidad.

Por otro lado, y según EGUIZÁBAL MAZA (2010:138), "el cartel se ofrece como un excelente instrumento para documentar la historia moderna". Con un lenguaje propio –icónico y literario generalmente–, siempre busca un contacto directo con su público, libre de ambigüedades e indeterminaciones, que puedan arruinar su función comunicativa, para lo cual adapta sus mensajes a la realidad de la sociedad a la que se dirige.

Asimismo, y según FERNÁNDEZ MELLADO (2007:1), el cartel de cine representa la memoria histórica de las películas que publicita, constituyéndose por tanto en un documento autónomo –con características propias ajenas a la película que representa– que contiene información y que debe ser tratado como tal.

La década de los años setenta es una etapa de nuestra historia más reciente que recoge una profunda transformación en el sistema político –el paso de la dictadura franquista a un sistema democrático– que es el resultado de una serie de cambios sociales y a su vez el conductor de nuevas transformaciones sociales. Hablamos de cambios demográficos, cambios en la estructura social, cambios de valores y pautas culturales y cambios en instituciones sociales tan importantes en este momento como son la familia o la Iglesia.

Siguiendo la idea de DEL CAMPO (1994), cuando en una sociedad se produce un proceso de cambio político y social de estas características, es indudable que se produce un cambio automático e inconsciente en las valoraciones y actitudes de sus

ciudadanos. A causa de ello, también favorecen la aparición de un proceso de modificación de las pautas de comportamiento. Pero las normas tradicionales que guían la conducta socialmente aceptada no se apartan para dejar paso a pautas nuevas sino que dichas normas se van relativizando, especialmente en lo concerniente a prácticas religiosas, percepción social del matrimonio y la familia, actitudes ante la sexualidad y en definitiva, en el grado de tolerancia de conductas tradicionalmente censurables.

Por todo lo cual, nuestro estudio se plantea la observación de los carteles de cine correspondientes a este período histórico bajo la hipótesis de que es una expresión gráfica de los cambios sociales acaecidos entonces y del consiguiente nuevo sistema de valores que empieza a regir la vida de los españoles.

Así, el diseño de nuestra investigación se ha efectuado en dos fases sucesivas, una primera cuantitativa y una segunda cualitativa. En la fase inicial, intentamos abarcar el máximo número posible de casos con significación suficiente para poder establecer relaciones y dependencias entre el cartel de cine y el cambio social. La segunda etapa nos lleva a aplicar una metodología cualitativa para tratar de descubrir las potenciales interrelaciones entre nuestras variables de estudio, intentando obtener significaciones más completas y dilatadas que las ofrecidas por el mensaje de los carteles en sí mismos.

6.2 Acotación del período de estudio

Nuestro trabajo de investigación plantea el estudio de las interrelaciones que se producen entre el cartel de cine y los cambios de valores experimentados por la sociedad española en el denominado período de transición democrática. Por este motivo, es primordial establecer el momento en el que España vive esa evolución.

Hay que precisar que el período definido como transición española a la democracia se presenta como una nueva oportunidad para la cultura en nuestro país, pues el grueso de acontecimientos políticos vividos en esos años condiciona tremendamente las normas de creación artística en todos los campos y, especialmente, en el cine.

Sin embargo, creemos que señalar una fecha como el momento en el que la historia cambia radicalmente es bastante injusto y cuestionable. Como proponen PÉREZ PERUCHA y PONCE (1986:34-35) es indudable que *"todo corte en asuntos de historia cultural es arbitrario y se justifica siempre sólo a medias"*, pero una investigación necesita unos límites temporales concretos para no perdernos en el tiempo y en una continua retahíla de hechos y testimonios.

TRENZADO ROMERO (2007:40-41) plantea que *"el problema de establecer una periodización de este tipo es que, en principio, supone la presencia de dos lógicas – la política y la cinematográfica– que conceptual y analíticamente obedecen a criterios diferentes. Sin embargo, si esto es cierto de manera general, podemos considerar que la transición política supuso un momento de máxima interdependencia entre factores tales como la evolución de las políticas culturales, la actividad de los autores o el auge de determinados géneros cinematográficos"*.

Así, situar el comienzo de la nombrada transición en 1975, año en que muere el dictador y se proclama a Juan Carlos I como rey de España, justificado por la utilización de un hecho político y no cinematográfico, no es adecuado pues desde el punto de vista de la historia del cine español, en ese año no ocurre ningún suceso significativo.

Si los cambios sociopolíticos no significan extraordinarias transformaciones, es correcto pensar que esos cambios están inspirados en estímulos anteriores y que todo se debe a una concatenación de acontecimientos. Justamente, HERNÁNDEZ RUIZ y PÉREZ RUBIO (2005:181) declaran que *"el historiador encuentra no pocas dificultades en el intento por establecer una periodización útil de estos años, como consecuencia de su carácter especialmente convulso, de la complejidad política que atraviesa España y de las múltiples alternativas que se suceden en este sentido. Los conatos democratizadores afloran en nuestro país en los últimos años de la Dictadura, momentos en los que la ideología dominante se debate entre las concesiones aperturistas y la cerrazón de quienes querían mantenerse a toda costa en el llamado búnker"*.

También HOPEWELL (1989:51-52) afirma que la determinación de los distintos períodos cinematográficos es tremendamente comprometida y utiliza las palabras de Ramón Gómez de la Serna como símil *"es difícil determinar cuando acaba una generación y comienza otra. Diríamos más o menos que es a las nueve de la noche"*.

Con ello el autor trata de justificar los muchos conflictos que surgen a la hora de establecer los distintos períodos cinematográficos, pues *"las películas tardan demasiado en registrar los pequeños detalles de la evolución histórica […]; los períodos que se toman por discontinuos se fusionan; las distintas tendencias cinematográficas confluyen"*.

Conforme con lo dicho anteriormente, es adecuado exponer que en los comienzos de la década de los setenta se ven ya aflorar determinados signos que anuncian el cambio político que está por llegar, como es la permisividad oficial ante un nuevo cine que aborda temas relacionados con política o sexo, por ejemplo, por lo que procede fijar el comienzo de la transición en los años anteriores a la muerte de Franco. De este modo, y citando de nuevo las palabras de HOPEWELL (1989:53): *"Una nueva urgencia se apoderó de la cinematografía española, de izquierdas y de derechas, cuando, a comienzos de los años 70, comenzó a vislumbrar una España sin Franco. En este sentido, el cine posfranquista empezó cuando el dictador todavía vivía. Además, cuando los españoles comprometidos deseaban un cine más liberal, los capitalistas comprometidos de la industria cinematográfica, preocupados por la disminución del público del cine de masas, empezaron a cortejar a un espectador más liberal. El resultado de este matrimonio de conveniencia fue un cine que salió victorioso de algunas de las primeras, pero importantes, escaramuzas que libró con la dictadura y promovió espasmódicamente la liberalización del cine español"*.

Por todo lo cual, ha habido muchos intentos de periodización de este momento histórico. Por ejemplo, PÉREZ PERUCHA y PONCE (1986:34-35) proponen una acotación de este período que se fija desde 1974 hasta 1987: de 1974 a 1976 se desarrolla el "posfranquismo", de 1977 a 1982 la "transición democrática" y de 1983 a 1987 el llamado "período democrático". También TRENZADO ROMERO (1999:40-43), pero en este caso el autor fija los límites en los años comprendidos entre 1975 y 1982, completando su periodización estableciendo dos subperíodos: el primero correspondería a la transición política *strictu sensu*, que iría de 1977 a 1980, y el desencanto, que incluye desde 1980 a 1982. Pero también hay autores que van más allá, como ARNAU ROSELLÓ (2006:233) quien establece los márgenes entre los años 1967 y 1982.

Es muy posible que todos estén en lo cierto por lo que es evidente que, en este caso, es necesario hacer referencia al conocido debate, planteado ya por varios autores,

en torno a las interrelaciones entre transición política y cine español. Así, TRENZADO ROMERO (1999:34-40) habla de "la transición del cine español" y "el cine español en la transición política". Para el autor, "*hablar de «transición del cine español» nos remite a un proceso de cambio a largo plazo de las estructuras institucionales cinematográficas. Este cambio abarcaría facetas tan variadas como las políticas de protección o fomento, los modelos de representación dominantes, el tipo de público al que se dirige, el concepto de calidad aplicable a las películas, las relaciones con las televisiones, la crítica cinematográfica, etc.*" En cuanto al criterio de "el cine español en la transición política" el autor analiza las potenciales relaciones entre el proceso político de la transición democrática, el cine y las películas españolas, llegando a la conclusión de una clara interdependencia entre ellos afirmando que "*desde un punto de vista sociológico probablemente han sido la II República y la Transición los momentos históricos más álgidos de creatividad y sintonía cinematográfica con los discursos sociales de la época en toda la historia del cine español*". Aunque, bien es cierto que el autor también cita los estudios de BESAS (1985) y CARLOS F. HEREDERO (1989), quienes mantienen la absoluta independencia entre el cambio político y el cine, pero seguramente motivados por un análisis únicamente temático (buscando argumentos y representación de hechos políticos) en las películas del período.

No obstante, JOSÉ ENRIQUE MONTERDE (1993:25-28) plantea una división cronológica que utiliza para poner orden en su investigación y que utiliza como pauta de trabajo, y en la que nosotros nos inspiramos a la hora de delimitar la extensión y acotación del intervalo temporal que vamos a estudiar, teniendo en cuenta que él mismo reconoce, debido a las dificultades comentadas anteriormente, que puede estar sujeta a anacronismos, pervivencias, obras tardías, o excepciones, pues la propia naturaleza de la industria cinematográfica imposibilita una delimitación precisa de cada una de las etapas. El tiempo necesario desde la ideación de un filme hasta su estreno es largo y muchas veces su lanzamiento llega en un momento en el que su contenido puede estar ya desfasado, especialmente en los años que sirven de puente del tardofranquismo a la democracia, cuando los cambios son más acelerados.

Así, el autor parcela su período de estudio en tres partes bien diferenciadas: el cine del tardofranquismo (de 1973 a 1976), el cine de la reforma (de 1977 a 1982) y el cine de la democracia (de 1983 a 1992). Sin embargo, nuestro trabajo se circunscribe en las dos primeras etapas planteadas por Monterde, es decir, de 1973 a 1982, de tal

manera que con la acotación del estudio en los años mencionados, pretendemos conseguir una comprensión exhaustiva de los cambios producidos en la sociedad, en el cine español y en sus carteles, en ese período de inestabilidad socio-política.

La justificación en la elección de la fecha de inicio, 1973, también nos parece acertada. Monterde se remonta a ese año pues determina que es entonces cuando surgen las tendencias centrales del período tardofranquista, y que se prolongan hasta el comienzo de la reforma política de 1976. Sin embargo, nuestro período de estudio acaba en 1982, cuando comienza una nueva legislatura democrática con el PSOE y que va a originar su correspondiente contexto político y cultural, y del cine en particular, que pensamos excede ya la tarea de esta investigación.

6.3 Definición del universo documental

En el momento inicial de esta investigación y, para descubrir nuestro universo de estudio, procedemos a listar el número de películas españolas producidas en el período de análisis establecido. Para ello, realizamos una primera selección tras consultar determinadas fuentes bibliográficas pero esta búsqueda nos permite constatar que tales referencias consultadas no coinciden en fechas, títulos, número de films, etc.

Debido a estas discrepancias entre las fuentes consultadas, optamos por escoger un único criterio, el que proporciona el Ministerio de Cultura con su base de datos de películas calificadas[1], entendiendo que la fiabilidad de los datos aquí recogidos es la más adecuada para nuestro trabajo.

Esta base de datos de películas contiene la información de las películas calificadas para su exhibición comercial en salas cinematográficas. Incluye una ficha de cada película con los datos de director, calificación, nacionalidad, países participantes, género, fecha de estreno, premios recibidos, sinopsis, productoras e intérpretes, datos de recaudación de las distribuciones, ficha técnica, datos de formato, duración, rodaje y

[1] Accesible desde su página web:
http://www.mcu.es/cine/CE/BBDDPeliculas/BBDDPeliculas_Index.html

montaje, y página Web; aunque no todas las películas disponen de toda la información indicada.

De igual forma, tomamos como referencia las definiciones de película, y largometraje aportadas por el Ministerio. Así, por película cinematográfica entendemos "toda obra audiovisual, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine. Quedan excluidas de esta definición las meras reproducciones de acontecimientos o representaciones de cualquier índole". Además, serán largometrajes "los que tengan una duración de 60 minutos o superior; o bien los que, con una duración superior a 45 minutos, son producidos en soporte de formato 70 milímetros, con un mínimo de ocho perforaciones por imagen". Y en el caso de tratarse de una coproducción internacional –cuando el film es producido conjuntamente por una empresa productora nacional y otra (u otras) extranjeras– nos atenemos a la calificación que otorga el Ministerio a la hora de conceder el certificado de nacionalidad española a las películas[2].

---

[2] Tendrán la nacionalidad española las obras realizadas por una empresa de producción española o europea establecida en España, siempre que cumplan los siguientes requisitos:

> Que al menos un 75% de los autores de las obras cinematográficas o audiovisuales, entendiendo como tales el director, el guionista, el director de fotografía y el compositor de la música, sean de nacionalidad española o nacionales de los Estados miembros de la Unión Europea, de los Estados parte en el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, o que posean tarjeta o autorización de residencia en vigor en España o en cualesquiera de dichos Estados. En todo caso, se exigirá que el director de la película cumpla siempre dicho requisito.
>
> Que los actores y otros artistas que participen en la elaboración de una obra cinematográfica o audiovisual estén representados al menos en una 75 % por personas que cumplan los requisitos de nacionalidad o residencia establecidos en el párrafo anterior.
>
> Que el personal creativo de carácter técnico, así como el resto del personal técnico que participen en la elaboración de una obra cinematográfica o audiovisual, estén representados, cada uno de ellos, al menos en un 75% por personal que cumplan los requisitos de nacionalidad o residencia establecidos en el primer párrafo.
>
> Que la obra cinematográfica o audiovisual se realicen preferentemente en versión original castellano o en cualquiera de las lenguas oficiales españolas.
>
> Que el rodaje, salvo exigencias del guión, posproducción y los trabajos de laboratorio se realicen en territorio de Estados miembros de la Unión Europea. En el caso de las obras de animación, los procesos de producción también deberán realizarse en dichos territorios.

Asimismo, tendrán la consideración de películas españolas las realizadas en régimen de coproducción con empresas. extranjeras y aprobadas como tales.

Para tener la consideración de película española es necesario obtener el certificado de nacionalidad, que podrá expedirse de oficio o a solicitud del interesado.

Con carácter general, la consideración de película española se expide junto con la calificación de la película una vez finalizada, ya que éste es el momento en el que el organismo competente visiona la cinta, y comprueba que la misma cumple los requisitos necesarios para la obtención de nacionalidad española.

De esta manera, partimos de un universo de 1.210 largometrajes de nacionalidad española (véase el "Listado 1" incorporado en el Anexo incluido en el DVD), con la siguiente participación: 121 películas en 1973; 117 en 1974; 115 en 1975; 114 en 1976; 118 en 1977 y 1978 respectivamente; 87 en 1979; 141 en 1980; 140 en 1981; y 139 en 1982.

6.4 Definición del corpus de análisis. Criterios prácticos de selección

En cuanto a los carteles cinematográficos, el primer paso para la recopilación de aquéllos que corresponderían a nuestro período de análisis, ha consistido en recoger toda la bibliografía –libros, tesis, catálogos y publicaciones periódicas– referente a esta materia, así como la consulta en Internet de aquellos portales y sitios relativos al cine e, incluso, a sus carteles. Con todo ello hemos conseguido una primera base de datos que posteriormente hemos corregido consultando el archivo gráfico de la Filmoteca Española ya que algunos de los carteles obtenidos en esa primera revisión bibliográfica no se correspondían con el cartel original de la película y sí con su programa de mano, con su versión para el lanzamiento en vídeo o DVD, o con el ejemplar realizado para concursos internacionales, por ejemplo.

Sin embargo, somos conscientes de la existencia de un sesgo en nuestra tarea de selección que le da un margen de error a nuestro estudio, y es el hecho de existir cierta documentación perdida que imposibilita el acceso a carteles desaparecidos y no catalogados ni recogidos en fuentes documentales. Por un lado, el hecho de que el cartel de cine sea un producto efímero que deja de cumplir su función cuando la película es retirada de taquilla ha provocado que una parte de ellos no se hayan conservado. Y, por otra parte, aunque en los últimos años muchos coleccionistas particulares y distintas instituciones han intentado recuperar muchos de estos carteles, hay que decir que no se sabe con seguridad cuánto se conserva de lo que ha existido pues se echa en falta una importante tarea de catalogación por parte de estos individuos.

Tras esta primera fase de recogida de material, decidimos establecer unos criterios prácticos para seleccionar nuestra unidad de análisis de manera adecuada, eficaz y proporcional a la realidad.

Los criterios de selección aplicados, buscando una muestra lo más representativa posible, han consistido en lo que denominamos “expresión gráfica”, “autoría” y “género”.

Con el criterio de expresión gráfica tratamos de recoger carteles que muestren una diversidad de estilos, examinando diferencias estéticas y modelos distintos de carteles. Para ello, concebimos el “estilo” como el carácter propio que el artista da a sus carteles y como la manera de componer o diseñar el cartel, buscando piezas que aporten variedad compositiva y originalidad que persigan despertar el interés hacia el mensaje por parte del espectador.

Con la “autoría” intentamos incluir el mayor número posible de autores, cartelistas o diseñadores, teniendo en cuenta que es inevitable que tengan mayor presencia aquéllos cuya principal actividad profesional es la realización de carteles de cine frente a los que colaboran con este sector de manera esporádica.

Con el criterio de “género” buscamos mostrar una variedad adecuada y suficiente de los diferentes géneros cinematográficos con el fin de obtener más datos que favorezcan una mejor interpretación del mensaje de los carteles. En este caso, intentamos que no predomine un género sobre los demás, pero hay que tener en cuenta que hay géneros más practicados que otros, como el drama y la comedia por ejemplo, con lo que intentamos hacer una selección proporcional a la realidad.

Con la aplicación de estos criterios, es probable que no aparezcan largometrajes considerados importantes por su temática o calidad artística, pero no debe olvidarse que nuestro objeto de estudio son los carteles y no las películas, y que lo que buscamos es que se manifieste una diversidad de carteles lo suficientemente representativa que contemple las pautas anteriores.

Con todo ello, partimos de una primera base de datos compuesta por 509 carteles, lo que supone el 42,06% del universo de películas producidas en nuestro período de estudio, y repartidas de la siguiente manera:

Año	Nº de carteles	% con respecto al universo de películas del período
1973	54	44,62%
1974	50	42,73%
1975	53	46,08%
1976	51	44,73%
1977	50	42,37%
1978	43	36,44%
1979	39	44,82%
1980	60	42,55%
1981	52	37,14%
1982	57	41,00%

No obstante, con el fin de subsanar las desigualdades que se manifiestan en cuanto al número de carteles recogidos en cada año, procedemos a fijar un porcentaje idéntico para todos los años de nuestro estudio, quedando de esta manera establecido en un 35%, ya que consideramos que es una cantidad suficientemente representativa para nuestra investigación.

El criterio de selección en este caso ha consistido en excluir del corpus de análisis todos aquellos carteles seleccionados en un primer momento pero que presentan menor calidad estética y su criterio compositivo resulta redundante con respecto al resto del corpus seleccionado.

Nuestro corpus de análisis queda concretado entonces en 419 carteles con la siguiente distribución: 42 carteles en 1973; 40 en 1974; 40 en 1975; 39 en 1976; 41 en 1977 y 1978 respectivamente; 30 en 1979; 49 en 1980 y 1981 respectivamente; y 48 en 1982.

Consideramos de este modo que nuestra muestra de análisis cumple con las cuatro reglas fundamentales que garantizan su idoneidad metodológica expuestas por LAURENCE BARDIN (2002:72-73): la de *exhaustividad*, que propone que una vez definido el criterio de selección, deben recogerse todas las unidades de estudio halladas dentro del criterio; la de *representatividad*, para poder extrapolar los resultados al total de la población de análisis; la de *homogeneidad*, para que las unidades seleccionadas no sean demasiado originales respecto al universo del cual han sido extraídas; y la de *pertinencia*, por el que debe tener sentido en relación a los objetivos perseguidos.

Obedeciendo a lo establecido por la regla de *exhaustividad*, nuestro corpus documental recoge el conjunto de carteles cinematográficos realizados para las películas

de nacionalidad española en el período de la transición democrática y en los años inmediatamente anteriores, cumpliendo así con la finalidad de nuestro objeto de estudio.

Para la regla de *representatividad*, hemos tenido en cuenta un principio temporal, dando el mismo peso específico a cada uno de los diez años incluidos en nuestro período de estudio, así como de creación (atendiendo en este caso a la autoría artística de los carteles y al propio género cinematográfico, entendido éste como la categoría en que podemos clasificar las distintas películas según rasgos comunes de forma y contenido). En el segundo caso, empleamos un criterio proporcional a la realidad, consiguiendo una muestra de 419 carteles, un 35% del total, lo que la convierte en suficientemente representativa del universo total.

Hemos ajustado nuestra investigación al cartel cinematográfico, evitando así distinciones desproporcionadas por la enorme variedad de piezas que forman parte de una campaña cinematográfica, cumpliendo así con la regla de *homogeneidad*, y posibilitando el descubrimiento de relaciones, diferencias o semejanzas en los análisis individuales, así como la obtención de resultados globales.

En último lugar, la regla de *pertinencia* se satisface pues consideramos que el cartel cinematográfico es adecuado como fuente de información para el objetivo que buscamos, como lo manifiesta la generosa cantidad de estudios existentes en los que el cartel se erige como eje substancial del análisis.

En definitiva, nuestra unidad de análisis es el cartel cinematográfico y nuestra muestra, cualitativa y no probabilística, es representativa del universo del que se extrae pues recoge una parte importante de los carteles cinematográficos de nuestro período de estudio.

6.5 Modelo de análisis

El método de investigación empleado para esta investigación es el de análisis de contenido, utilizado frecuentemente desde su origen como técnica de exploración e indagación en numerosas ciencias sociales.

Para GAITÁN MOYA y PIÑUEL RAIGADA (1998:282) *"al conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de refutación aplicadas a «productos comunicativos» (mensajes, textos o discursos) o a procesos singulares de comunicación que, previamente registrados, constituyen un documento, con el objeto de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior, se le llama «análisis de contenido»"*.

Una definición más clásica, la de BERELSON (citado por KRIPPENDORFF, 1997:29) / asegura que es *"una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación"*. Sin embargo, tal y como afirma el propio Krippendorff, esta proposición presenta requisitos demasiado restrictivos, como el hecho de que el contenido sea "manifiesto", excluyendo por tanto todos los contenidos latentes. Y también la exigencia de que la descripción sea "cuantitativa", cuando los métodos cualitativos han demostrado ya su eficacia.

Por todo ello, KRIPPENDORFF (Ibíd.) propone la siguiente definición: *"El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto"*.

Igualmente, BARDIN (2002:7) defiende un modelo de análisis de contenido basado en la deducción, en la inferencia. Afirma que *"en tanto que esfuerzo de interpretación, el análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad. Disculpa y acredita en el investigador esa atracción por lo oculto, lo latente, lo no-aparente, lo potencial inédito (no dicho), encerrado en todo mensaje"*.

También CLEMENTE y SANTALLA (1991:15-16) señalan las características más importantes del análisis de contenido como técnica de investigación social: es una técnica y, por tanto, sólo sirve para recoger información; como se trata de un sistema de

clasificación y codificación debe responder a los criterios de objetividad, sistematización, en tanto que las categorías elaboradas permitan al mensaje ajustarse a ellas, y relevancia social; debe garantizar adecuados resultados de fiabilidad y validez; se utiliza dentro de un proyecto de investigación, por lo que depende del problema y de las hipótesis planteadas; permite convertir un documento en una lista de datos cuantitativos y numéricos con los que realizar ciertos análisis matemáticos; su finalidad primordial es concretar lo que connotan los mensajes y realizar inferencias; y, por último, es una técnica de gran utilidad en el estudio de los procesos de influencia social, y, por tanto, de la publicidad.

ARREGUI (2009:54) declara que *"de forma recurrente, y además de aplicaciones clínicas, judiciales, docentes y psicológicas, el análisis de contenido se ha aplicado a los medios de comunicación (con un énfasis relevante en la televisión), y a la publicidad. El empleo del análisis de contenido con material publicitario resulta relativamente frecuente en la bibliografía disponible, y sus resultados han sido prometedores en cuanto a lograr una mayor comprensión de los recursos más empleados en los mensajes publicitarios, y de los efectos de su íntima conjunción"*.

Por otro lado, son muchos los autores que defienden la tesis de que los medios de comunicación, y la publicidad como tal, normalmente son un reflejo del modelo de sociedad en el que se crean y de sus valores predominantes. Así, DE ANDRÉS DEL CAMPO (2002:23) afirma que *"entre los contenidos que cobijan los anuncios se encuentran aspectos sociales, préstamos de la sociedad en la que la publicidad se genera"*.

Como hemos comentado anteriormente, esta investigación se plantea la observación de los carteles de cine correspondientes al período de la transición democrática española bajo la hipótesis de que el cartel cinematográfico es una expresión gráfica de los cambios sociales acaecidos entonces y del consiguiente nuevo sistema de valores que empieza a regir la vida de los españoles. Por lo tanto, el objeto de análisis de este estudio no es el cambio social, sino su reflejo publicitario.

Como son muchas las formas que puede adoptar la técnica del análisis de contenido (para GAITÁN y PIÑUEL, 1998, p. 83, según los objetivos de la investigación social pueden diferenciarse en exploratorio, descriptivo y verificativo y/o explicativo; para BARDIN, 2002, p. 119-174, se puede hablar de análisis categorial, de

la evaluación, de la enunciación, de la expresión, de las relaciones y del discurso; etc.), la siguiente tarea es la de definir el tipo de análisis de contenido a aplicar.

Así, el modelo de análisis de contenido elegido según el objetivo principal de la investigación se basa en el aplicado por el profesor Raúl Eguizábal para su trabajo de catalogación de los carteles publicitarios del siglo XIX de la Biblioteca Nacional. EGUIZÁBAL (2002:100) plantea el análisis como *"un estudio del texto en su contexto, de un texto en relación con lo que podemos saber de sus emisores, sus usuarios y las condiciones en que se generó"*. Para ello, Eguizábal plantea un sistema de categorías en el que se van inscribiendo los distintos carteles motivo de estudio, de tal forma que, aunque todos son susceptibles de valoración, se trabaja preferiblemente con estas categorías para no repetir afirmaciones de un documento a otro y elaborar un texto excesivamente largo y aburrido. No obstante, el autor expone el hecho de otorgar un tratamiento individualizado para aquellos carteles que presenten diferencias notables con el resto de su categoría.

Según el autor, este análisis conlleva una fase en la lectura de los documentos más *incisiva y comprometida*, y establece entonces tres niveles de lectura:

- Una lectura flotante o superficial que utiliza para definir el corpus y su posterior ordenación en categorías.
- Una lectura horizontal o literal que le permite elaborar una descripción de los carteles.
- Y una lectura vertical o controlada que le faculta para hacer inferencias.

El primer paso, por tanto, tras la lectura flotante es el establecimiento de un sistema de categorías que nos permita estudiar el fenómeno del cambio social y su relación con el cartel cinematográfico. Así, una vez estudiado el contexto histórico, político y social de nuestro período de estudio, optamos por escoger un método de clasificación basado en aquellas dimensiones sociales más afectadas o vinculadas a la población española en ese momento. Y de esta forma, las distintas categorías responden a los principales cambios sociales sobrevenidos entonces.

Seguidamente, y basándonos en los argumentos fundamentales protagonistas de los carteles, atendiendo a todos sus elementos constitutivos (contenido textual e iconográfico), procedemos a la clasificación de nuestro corpus en las distintas categorías.

Finalmente, a cada uno de los distintos conjuntos o categorías en que han sido clasificados los carteles de nuestro corpus de análisis se les aplica una ficha de análisis, cuyos resultados se convierten en la base de la etapa de interpretación y así, citando de nuevo al autor, *"nos permite evaluar, deducir, relacionar, conjeturar y extraer conclusiones sobre el valor (entendido como significado) de cada grupo de documentos"*.

Por otro lado, también EGUIZÁBAL (1990:141) afirma que *"…podemos asegurar que en el análisis cualitativo conformarse con el contenido manifiesto es un error que lleva indefectiblemente al fracaso del análisis"*, por lo que se elaborarán posibles inferencias de mayor significación. Es por ello que el análisis será tanto cualitativo como cualitativo, buscando el contenido manifiesto en los carteles cinematográficos en relación con el cambio sociopolítico en el primer caso, y observando las relaciones y oposiciones, junto con el contexto, en el segundo.

6.5.1 Sistema de categorías.

Una vez definido nuestro corpus de análisis, nuestra investigación se centra en el establecimiento de un sistema de categorías que nos permita ordenar y clasificar nuestro corpus de análisis en relación con nuestras variables de estudio: el cartel cinematográfico y el cambio social.

De esta forma, y tal como indica CRITTO (1982:141) esta tarea se fundamenta en un trabajo de codificación inicial que consiste textualmente en *"definir, para un grupo dado de dimensiones, las categorías en las cuales se clasificará la información disponible"*. El autor añade además dos puntualizaciones: la primera, para destacar la necesidad de definir las categorías con precisión y claridad, y de esta manera cada unidad a analizar se ubicará en una sóla categoría; la segunda, y no menos importante, hace referencia a la condición de ajustar estas categorías a los objetivos de la investigación con objeto de desvelar los aspectos más importantes de la información analizada.

Para BARDIN (2002:90-91) *"la categorización es una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la*

agrupación por género (analogía), a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos (…) bajo un título genérico, reunión efectuada en razón de los caracteres comunes de estos elementos". Para el autor, esta actividad taxonómica no es más que una distribución de objetos en casillas que, en el caso de esta investigación, se efectúa de acuerdo con el primer proceso planteado por él –y que corresponde a aquellos casos en los que la organización del material emana directamente de fundamentos teórico hipotéticos– y que consiste en proporcionar un sistema de categorías y distribuir los elementos de la mejor manera posible según se van analizando.

No obstante, también BARDIN (Ibidem) manifiesta la necesidad de cumplir en cada categorización la cualidad de *"exclusión mutua"*, de tal manera que cada elemento, cada cartel en nuestro caso, no puede estar afectado a más de una categoría. Sin embargo, se acepta la multicodificación, es decir el hecho de que un elemento pueda tener dos o más aspectos susceptibles de hacerle clasificable en dos o más categorías, siempre y cuando no haya ambigüedad en el momento de los cálculos.

Según ello, y centrando el análisis en el propio cartel cinematográfico como objeto de estudio, tratamos de establecer las correspondencias con el fenómeno de cambio social. La primera dificultad surge entonces a la hora de decidir qué sectores o campos sociales se van a incluir en la investigación pues el sistema social está formado por un número amplio de sectores sociales específicos que debemos seleccionar si queremos realizar una investigación razonablemente mensurable.

En primer lugar, hemos escogido el sector *Familia*, porque *"es el ámbito social donde a pequeña escala más se puede reflejar el cambio del conjunto de la sociedad"*[3]. En el período de la transición española a la democracia la familia sufre un cambio trascendental, configurándose ahora el modelo de familia nuclear, que a su vez provoca una serie de cambios muy significativos como son las transformaciones de los roles, valores y pautas familiares. Así, surgen temas como el divorcio, el aborto, el nuevo papel de la mujer, y también, aunque de forma marginal, otros modos de unión y convivencia, como la cohabitación entre solteros, la ausencia voluntaria de hijos, padres solteros con hijos o uniones de parejas homosexuales, por ejemplo.

[3] Referencia extraída de la presentación escrita por Juan Manuel Fanjul Sedeño en la presentación del *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983*, de la FUNDACIÓN FOESSA.

A continuación, entendemos que la transición a la democracia desencadenó un cambio sexual sin precedentes en nuestro país, por lo que la siguiente categoría atenderá a los *Cambios en relación a la expresión sexual*. Como afirma GIL CALVO (1994:181), una vez desaparecida la censura franquista y la intolerancia legal –que lograron impedir que la revolución sexual de los años sesenta influyese al conjunto de toda la población española–, la manifestación pública, clara y determinadamente de cuerpos desnudos y de relaciones sexuales deja de ser inmoral o pornográfica, logrando el estatus de normal y natural en la prensa, la televisión, la publicidad y el cine (en este caso con el popular fenómeno del destape). A su vez, continúa diciendo el autor, debido a las posteriores modificaciones en el código civil y penal, se legalizan los anticonceptivos, el adulterio, el divorcio y el aborto, con lo que se consigue la igualdad jurídica para hombres y mujeres en cuanto a libertad sexual. También, y a causa del desempleo originado por la crisis económica, se retrasa la edad matrimonial, con lo que las generaciones más jóvenes desunen la práctica sexual y el matrimonio, imponiéndose una cada vez mayor permisividad hacia la sexualidad prematrimonial. Por último, en estos años empiezan a surgir movimientos a favor de la normalización de la homosexualidad, que tras la dictadura franquista buscan propiciar el cambio para su total aceptación, aunque la homofobia todavía hoy en día continúa siendo una fuerza muy poderosa en la sociedad española.

Asimismo, asociados a los cambios económicos, y sobretodo como consecuencia de la grave crisis económica en que quedó sumido el país en el ocaso del período franquista, se produce un aumento de nuevos tipos de conductas delincuentes, lo que denominamos *Conductas asociales.* Hablamos de violencia de pandillas, robos de coches, agresiones sexuales, etc. Surge también el problema de la drogodependencia, pero al contrario de la creencia social generalizada y estereotipada, que establece un vínculo directo entre delito y toxicomanía (porque ambos fenómenos se asocian a culturas y grupos marginales), el grupo más elevado de consumidores se encuentra en las capas medias y altas de la sociedad española. El alcohol y el tabaco son las sustancias cuyo consumo, visto con cotidianeidad, está más extendido entre la población española. No ocurre lo mismo con las drogas ilegales, introducidas en España en los albores de la transición por ciertos grupos sociales y que establecía una pauta de uso restringida y minoritaria, pero cuyo consumo se ve tremendamente acelerado por los enormes cambios socioculturales del período.

También queremos considerar el aspecto de la creciente conflictividad social surgida en estos años, preferentemente en torno al tema de la violencia terrorista surgida en la fase terminal del régimen autoritario del general Francisco Franco, cuando surgen movimientos laborales, estudiantiles o nacionalistas y el disentimiento estricto de la oposición política, provocando numerosos desórdenes que dieron lugar a la formación de organizaciones terroristas, siendo ETA (Euskadi ta Askatasuna) la que adquiere mayor relevancia.

La última categoría, *Contenidos ideológicos*, trata de recoger los cambios religiosos, políticos y de género que se producen en nuestros años de estudio. Siguiendo la tesis de TEZANOS (1989), es evidente que también la religión y la Iglesia han tenido y siguen teniendo un papel tremendamente importante en los procesos de cambio social y político en la sociedad española. Uno de los cambios más importantes de nuestra historia es el proceso de secularización de determinados valores sociales y el paso de un Estado confesional a uno laico con la Constitución de 1978. La conciencia religiosa de la sociedad empieza a cambiar, surge una crisis religiosa y de valores que pone en duda tanto la doctrina y la moral difundida tan exhaustivamente por la Iglesia, como a la propia institución. El cambio de mentalidad viene propiciado por la pérdida de la vigencia social de las viejas doctrinas religioso-puritano-tradicionales que tanto habían influido históricamente en amplios grupos de población. Las nuevas generaciones ya no creen que los valores religiosos guíen y organicen las conductas juveniles, y muestran un claro desinterés por lo religioso. Los temas siempre difíciles y polémicos entre la religión católica y la sociedad atienden a cuestiones como el divorcio, el aborto, el control de la natalidad, las relaciones sexuales prematrimoniales, la vida en común de parejas fuera del matrimonio, el adulterio, etc.

Por supuesto, también incluimos en nuestro análisis el cambio en la cultura política, pues como afirma MURILLO y GARCÍA DE LA SERRANA (2006) ya en los últimos años de la dictadura surge un cambio cultural que propicia conductas mucho más relajadas y flexibles de las diferencias. El establecimiento de la democracia constituye un cambio político definitivo que responde a un contexto cultural considerablemente tolerante. No obstante, el interés por la política por parte de los españoles no aumentó mucho en general con la democracia. Pero es bien cierto que la nueva situación administrativa permite expresarse libremente en cuanto a preferencias

políticas y a manifestar su grado de confianza y valoración respecto a las distintas instituciones estatales y a sus dirigentes.

También, y de acuerdo con TEZANOS (1989:108) merecen especial atención las nuevas formas de manifestación de toda la problemática regional y autonómica, que después de tantos años de profundo centralismo franquista, hacen surgir importantes sentimientos autonómicos en casi todas las provincias españolas, unas veces atendiendo a tradiciones políticas y culturales enraizadas y otras a la desigual distribución de la riqueza.

Y, por último, creemos necesario valorar la cuestión de género, en cuanto a la identidad social y cultural del hombre y la mujer, pues la transición democrática supuso el comienzo de una modernización social que tuvo como consecuencia una paulatina equiparación entre hombres y mujeres, normalizándose el papel de la mujer en muchas facetas sociales. Vence su situación de dependencia en el matrimonio, se incorpora plenamente en el mercado educativo y laboral, se empiezan a repartir equitativamente las tareas y responsabilidades del hogar, y a todo ello se suma el hecho de no castigar legalmente el adulterio o el uso de anticonceptivos, la ley del divorcio, el permiso parcial para abortar, etc., con lo que se va igualando con el hombre en lo que concierne a su libertad sexual.

Por ello, nuestro sistema de categorías se establece de la siguiente forma:

A.- Vínculos y estructuras familiares:

A.1.- Familias convencionales / no convencionales

A.2.- Adulterio

A.3.- Divorcio

A.4.- Aborto

B.- Expresiones sexuales:

B.1.- Destape

B.2.- Relaciones sexuales explícitas

B.3.- Homosexualidad

B.4.- Precocidad sexual

C.- Conductas asociales:

C.1.- Drogas

C.2.- Terrorismo

C.3.- Delincuencia

D.- Contenidos ideológicos:

D.1.- Religión

D.2.- Política

D.3.- Género

E.- Otros.

Sin embargo, creemos necesario precisar algunas cuestiones. Como ya hemos mencionado, nuestro análisis se centra en el propio cartel como objeto de estudio, por lo que no se tendrá en cuenta el visionado de los filmes que publicitan los carteles de la muestra para no vernos condicionados en la interpretación de los elementos a analizar.

Por otro lado, hay que señalar que al margen del discurso de las películas, de su argumento, de su narración, de sus intenciones, ideología, género cinematográfico, etc., el cartel no deja de ser una interpretación del cartelista. Se trata de una síntesis gráfica que puede recoger mejor o peor el contenido del filme.

También, una vez realizado el estudio contextual correspondiente a este trabajo de investigación, relativo a los cambios sociales, económicos y políticos vividos por la sociedad española en nuestro período de estudio, y tras una primera lectura flotante realizada con el objetivo de obtener una visión generalizada de la muestra de carteles seleccionada y de percibirla como una unidad global para posteriormente observar sus detalles, indicios, relaciones, nexos y correspondencias, podemos decir que muchos carteles tienen cabida en más de una categoría, por lo que éstas no son excluyentes, lo que tendremos en cuenta en el análisis y en la subsiguiente interpretación de los datos.

Seguidamente, se describe el conjunto de categorías diseñadas para esta investigación:

6.5.1.1.- Vínculos y estructuras familiares:

Como ya hemos comentado, en esta categoría nos encontramos con cuatro subcategorías: Familias convencionales / no convencionales, Adulterio, Divorcio y Aborto. A continuación describimos cada una de ellas:

A.1.- Familias convencionales / no convencionales:

Se hace necesario primeramente fijar una definición de lo que nosotros entendemos por *familia*. Podemos tomar como referencia al famosísimo intelectual y antropólogo LÉVI-STRAUSS (1984:17), quien propone: *"…dicha palabra sirve para designar un grupo social que posee, por lo menos, las tres características siguientes: 1) Tiene su origen en el matrimonio. 2) Está formado por el marido, la esposa y los hijos(as) nacidos del matrimonio, aunque es concebible que otros parientes encuentren su lugar cerca del grupo nuclear. 3) Los miembros de la familia están unidos por a) lazos legales, b) derechos y obligaciones económicas, religiosas y de otro tipo y c) una red precisa de derechos y prohibiciones sexuales, más una cantidad variable y diversificada de sentimientos psicológicos tales como amor afecto, respeto, temor, etc."*.

Pero, por otro lado, hay que tener en cuenta la profunda presión cultural, política e ideológica de la religión cristiana en la sociedad española, por lo que el modelo de familia cristiana está muy arraigado. Para MARTÍN LÓPEZ (2000:68) la definición de familia conyugal cristiana se basa en los siguientes términos: *"uno y una que viven juntos, y por siempre se entregan mutuamente, formando una sola carne y un solo espíritu, para amarse, ayudarse, tener hijos y educarlos, y se unen públicamente y de forma sacramental"*. Por lo tanto, se exige la heterosexualidad, la monogamia, la indisolubilidad y el carácter religioso.

Sin embargo, como ya hemos comentado en el capítulo cuatro, los cambios demográficos, económicos, políticos, sociales y religiosos producen alteraciones y evoluciones en los modos de vida y en los comportamientos de los individuos. Es por ello que la tradicional institución de la familia se ve tremendamente alterada, aceptando transformaciones en su concepción y perfil social, pasando a ser más reducida, nuclear y aislada, y tolerando nuevas relaciones de pareja, la liberalización sexual o un mayor aumento de la independencia de los hijos. También empieza a notarse profundamente el proceso de secularización de la sociedad y de cierta indiferencia religiosa.

Además, la proclamada democracia en 1978 trae consigo la aconfesionalidad del Estado y la libertad religiosa, y con ello el matrimonio civil facultativo, los tribunales civiles resuelven a partir de ahora las causas de separación, nulidad o divorcio, aunque éste último no se aprueba legalmente hasta 1981.

En opinión de BOROBIO (1994) no hay que olvidar que la familia es el resultado de una cultura determinada, pero a su vez también produce cultura, es decir, su labor no consiste sólo en reproducir y transmitir determinados valores y pautas de conducta, sino que además, es origen de cambios. Promueve estilos de vida, nuevas formas de relación y transmite y genera nuevos valores y criterios de funcionamiento social.

Con todo ello, hay que decir que autores como BEUTHLER, BURR, BAHR y HERRIN (1989) proponen una definición mucho más desarrollada y abierta que atiende mejor a la diversidad de morfologías familiares que empiezan a manifestarse en estos años. Así, los autores proponen a la familia como un espacio de interacciones principalmente afectivas con rasgos diferenciales tales como que las relaciones implican a la persona en su conjunto, que sus objetivos son la intimidad, la cercanía, el desarrollo, el cuidado mutuo y el sentido de la pertenencia y, además, dentro de la familia se estimula el cariño, la implicación mutua y la educación.

De esta manera se recogen los modelos tradicionales de familia y las alternativas que van surgiendo en estos años. Hablamos de la unión religiosa o civil de dos personas, de hogares formados por parejas con hijos, de hogares múltiples o compuestos[4], de hogares unipersonales[5], de solteros voluntarios, de adultos solteros con hijos, de cohabitación entre solteros, de parejas con ausencia voluntaria de hijos, de parejas separadas o divorciadas, de hogares monoparentales, de familias adoptivas[6] o de hogares homoparentales.

Por lo tanto, clasificaremos en esta categoría los carteles en los que aparezcan representados:

[4] Familias nucleares y conyugales que incluyen otros parientes.
[5] Personas que viven solas, constituidas principalmente por gente mayor, generalmente viudos y básicamente mujeres.
[6] Aquélla que se forma a base de padres o madres viudos o separados, con hijos, y que se casan con otra para rehacer la familia.

- Figuras de la estructura familiar nuclear occidental tradicional: padre, madre, hijo, hija, abuelo y abuela. Las relaciones son matrimoniales y paterno y materno filial.
- Escenas de modelos familiares no convencionales.
- Las referencias a la viudedad o la orfandad también se incluirán.
- La escena debe aparentar este tipo de vínculos familiares, bien con referencias textuales o bien gráficas.

A.2.- Adulterio:

Entendemos por adulterio el hecho de mantener relaciones sexuales entre una persona casada y otra que no es su cónyuge.

Por lo tanto, clasificaremos en esta categoría los carteles en los que aparezcan representados:

- Escenas en las que, gráfica o textualmente, se haga referencia al adulterio.

A.3.- Divorcio:

Entendemos por divorcio la ruptura definitiva de un contrato matrimonial mediante sentencia legal.

Se considerarán en esta categoría todos aquellos carteles que hagan una referencia directa a la palabra divorcio o a una manifestación gráfica, directa o simbólica de la ruptura del vínculo matrimonial.

A.4.- Aborto:

Entendemos por aborto toda acción de interrumpir el embarazo.

Se considerarán, por tanto, todas aquellas referencias verbales y/o gráficas, ya sean explícitas o simbólicas, al problema o decisión de aborto.

6.5.1.2.- Expresiones sexuales:

Como ya hemos comentado, en esta categoría nos encontramos con cuatro subcategorías: Destape, Relaciones sexuales explícitas, Homosexualidad, y Precocidad sexual. A continuación describimos cada una de ellas:

B.1.- Destape:

Entendemos por destape toda acción de dejar ver alguna parte del cuerpo normalmente oculta, así como la exhibición pública de cuerpos desnudos con intención erótica.

Distinguimos destape de desnudo, ya que el concepto de desnudo no implica expresión sexual. Aquellos desnudos justificados por razones temáticas, es decir, relacionados con el núcleo temático expresado en el cartel, que no expresen intención sexual no se consideran aquí. El destape es un fenómeno que se refiere al desnudo femenino con connotaciones de libertinaje sexual.

No consideraremos el desnudo integral solamente como destape, sino más bien la carga de significación y de insinuación sexual, incluso el descaro del destape en cuestión.

Consideraremos, por tanto, en esta categoría todas aquellas referencias que incluyan figuras en las que se muestran partes del cuerpo y/o desnudos con una clara intención sexual y/o erótica.

B.2.- Relaciones sexuales explícitas

Entendemos por relación sexual el conjunto de comportamientos eróticos que realizan dos o más personas, y que generalmente incluyen el acto sexual.

Nos referimos entonces a la expresión y declaración sexual tanto gráfica como testimonial o textual, no diferenciando si la relación sexual es matrimonial o no matrimonial. La categoría pretende por tanto identificar la nueva libertad de expresión de las relaciones sexuales. En el análisis descriptivo posterior se analizarán aquellas expresiones o actos sexuales representados que puedan considerarse obscenos y los diferenciaremos de los que estén justificados. En esta categoría sólo se considerarán las relaciones sexuales heterosexuales.

B.3.- Homosexualidad

Nos referimos entonces a la expresión y declaración sexual tanto gráfica como testimonial o textual, no diferenciando si la relación sexual es matrimonial o no matrimonial. La categoría pretende por tanto identificar la nueva libertad de expresión de las relaciones sexuales. En el análisis descriptivo posterior se analizarán aquellas expresiones o actos sexuales representados que puedan considerarse obscenos y los

diferenciaremos de los que estén justificados. En esta categoría sólo se considerarán las relaciones sexuales homosexuales.

Del mismo modo, se incluyen aquí todas las referencias gráficas o textuales al travestismo, por considerarlo una tendencia sexual que consiste en adoptar la vestimenta, actitudes y costumbres del sexo opuesto para alcanzar una satisfacción erótica.

Igualmente, se admiten en esta subcategoría todos aquellos casos en los que textual o gráficamente se hace referencia a la transexualidad.

B.4.- Precocidad sexual

Se identificará en esta tipología toda referencia sexual, textual o gráfica, atribuida a personas muy jóvenes (niños, adolescentes) cuya imagen claramente se identifique con infantil. Dentro de este problema se detectarían alusiones a problemas sociales como abusos, el mito de Lolita, y sobre todo, las relaciones prematrimoniales, ya que en aquella época la concepción tradicional católica exigía el matrimonio como previa obligación anterior a las relaciones sexuales.

6.5.1.3.- Conductas asociales:

Entendemos por conducta asocial todo aquel comportamiento humano que ignora o no acepta las reglas que rigen en la sociedad.

Como ya hemos comentado, en esta categoría nos encontramos con tres subcategorías: Drogas; Terrorismo; y Delincuencia. A continuación describimos cada una de ellas:

C.1.- Drogas

Incluiremos aquí todos aquellos carteles en los que se haga referencia gráfica o textual a drogas ilegales o a alteraciones en la conducta provocadas por el consumo tanto de éstas como de las consideradas drogas legales (alcohol y tabaco) en aquella época o a sus efectos, en tanto que se asocia el consumo y tráfico de drogas con conductas asociales.

C.2.- Terrorismo

Entendemos por terrorismo todo acto de violencia realizado con la intención de dominar a otras personas, de infundir terror y de conseguir determinados objetivos, generalmente políticos.

Se incluyen, por tanto, en esta categoría, todas aquellas referencias textuales y/o visuales que hagan referencia de manera explícita o simbólica a atentados terroristas, a personajes terroristas, a actos de extorsión política, etc.

C.3.- Delincuencia

Entendemos por delincuencia el conjunto de delitos, es decir, acciones o conductas voluntarias castigadas por la ley, cometidas por una o más personas. Hablamos de robos, uso y/o tenencia de armas, agresiones, etc.

Incluiremos entonces en esta categoría todas aquellas referencias textuales y/o visuales que hagan referencia de manera explícita a situaciones consideradas delictivas.

También incluiremos todos aquellos carteles que presenten referencias visuales y/o textuales al uso de la violencia.

6.5.1.4- Contenidos ideológicos:

Como ya hemos comentado, en esta categoría nos encontramos con tres subcategorías: Religión, Política y Género. A continuación describimos cada una de ellas:

D.1.- Religión

Entendemos por religión el conjunto de creencias y prácticas relativas a lo que una persona o un grupo de personas considera divino o sagrado. En España, la religión mayoritaria en nuestro período de estudio es la Católica (confesión cristiana regida por el Papa de Roma), pero se recogerán también todas las referencias a otras religiones.

Se incluyen aquí todas aquellas referencias textuales y/o visuales, explícitas que se refieran a una religión, a escenas religiosas, iconos religiosos, personajes religiosos, etc.

D.2.- Política

Entendemos por política todo lo relativo al gobierno del país, la actividad de las personas que gobiernan o aspiran a gobernar, las actividades y/o leyes salidas del gobierno, etc.

Por tanto, tratando de establecer las correspondencias temáticas e iconográficas con el fenómeno del cambio sociopolítico, se incluyen en esta categoría todas aquellas referencias textuales y/o visuales que de manera explícita hacen referencia a España, a la nación, la bandera, la constitución, las instituciones públicas y/o políticas, la guerra civil, gobernantes o personajes políticos, la referencia a partidos políticos o a cualquier ideología política, la crítica política, la revisión histórica o social, etc.

D.3.- Género

Entendemos por género todo lo relativo a la identidad social y cultural del hombre y la mujer. En nuestros años de estudio es característico el nuevo papel desempeñado por la mujer en el hogar y en la sociedad, por lo que se atenderá principalmente a la figura de la mujer.

Tendremos en cuenta igualmente todo lo relativo a sexismo, es decir, tendencias, actitudes o acciones que valoran o discriminan a las personas por razón de su sexo, normalmente por considerarlo inferior al otro. Del mismo modo, se atenderá principalmente a la figura de la mujer.

Se incluyen aquí por tanto todas aquellas referencias textuales y/o visuales, que de manera explícita muestren a la mujer en condiciones de igualdad, superioridad o desigualdad con respecto al hombre.

Se recogerán todas aquellas referencias en las que se muestre a la mujer como ganado, insultos, infantilización, tratamiento degradante de la mujer en el sentido de inferioridad, relaciones manifiestas de subordinación, inferioridad, tratamiento peyorativo, mercantilización del cuerpo, explotación sexual, desnudos injustificados, uso de la mujer como gancho visual (como cebo), asociaciones degradantes con objetos o animales, etc.

E.- Otros.

Se incluirán aquí todos aquellos carteles que , una vez observada su iconografía y su código textual, no pueden ser ubicados de manera clara en ninguna de las categorías anteriormente descritas.

6.5.2 Ficha de análisis.

Cada cartel es sometido a una ficha de análisis con el fin de codificar la información para su posterior interpretación. Esta ficha se ha elaborado en base a dos unidades de análisis:

1.- Código textual: atiende al título de la película anunciada en el cartel, así como aquéllos otros textos que aparezcan pero que no sean relativos a la propia película como producto (dirección, producción, equipo técnico, intérpretes, etc.).

2.- Código visual: contempla todas las imágenes (ilustración, dibujo, fotografía, etc.) que aparecen en el cartel, independientemente de su tamaño o su importancia en la composición gráfica general.

Mostramos a continuación las unidades de análisis para cada una de las categorías definidas:

A.- Vínculos y estructuras familiares:

A.1.- Familias convencionales / no convencionales

Código textual:

- Referencias textuales a la palabra “Familia”. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
- Referencias textuales a los componentes de una familia. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
    - Padre.
    - Madre.

- Hijos.
- Abuelos.
- Otros parientes.

- Referencias textuales a la palabra “Matrimonio”. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
- Referencias textuales a otras estructuras familiares. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de una familia tradicional.
- Representación gráfica de los componentes de una familia:
  - Padre.
  - Madre.
  - Hijos.
  - Abuelos.
  - Otros parientes.
- Representación gráfica del matrimonio.
- Representación gráfica de otras estructuras familiares.

A.2.- Adulterio

Código textual:

- Referencias textuales a la palabra “Adulterio” o a cualquier otra palabra que haga alusión al tema. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica del adulterio.
  - Hombre

- Mujer
- Ambos

A.3.- Divorcio

Código textual:

- Referencias textuales a la palabra “Divorcio” o a cualquier otra palabra que haga alusión al tema. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica del divorcio.
  - Hombre
  - Mujer
  - Ambos

A.4.- Aborto

Código textual:

- Referencias textuales a la palabra “Abortar” o a cualquier otra palabra que haga alusión al tema. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica del aborto.

B.- Expresiones sexuales:

B.1.- Destape

Código textual:

- Referencias textuales al desnudo. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
- Referencias textuales a la sensualidad, erotismo, deseo, pasión, sexo o placer, y otras palabras

relacionadas. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de partes del cuerpo normalmente ocultas y del desnudo:
  - Hombre
  - Mujer
  - Ambos
- Representación gráfica del desnudo femenino con clara intención sexual y erótica.
- Representación gráfica del desnudo femenino como objeto sexual.
- Representación gráfica de la prostitución.
- Representación gráfica de desnudos justificados.
- Representación gráfica del desnudo como adorno.

B.2.- Relaciones sexuales explícitas

Código textual:

- Referencias textuales a la relación sexual. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de la relación sexual:
  - Representación explícita.
  - Representación sutil.

B.3.- Homosexualidad

Código textual:

- Referencias textuales a la homosexualidad. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
- Referencias textuales al travestismo. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.
- Referencias textuales a la tansexualidad. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de la homosexualidad:
  - Hombre.
  - Mujer.
- Representación gráfica del travestismo:
  - Hombre.
  - Mujer.
- Representación gráfica de la transexualidad:
  - Hombre.
  - Mujer.

B.4.- Precocidad sexual

Código textual:

- Referencias textuales a la sexualidad en edades más tempranas de lo que se considera habitual. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de la precocidad sexual:
  - Hombre.
  - Mujer.

C.- Conductas asociales:

C.1.- Drogas

Código textual:

- Referencias textuales a la droga o a la adicción o hábito de consumirla. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de las drogas y la drogadicción.

C.2.- Terrorismo

Código textual:

- Referencias textuales al terrorismo. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica del terrorismo.

C.3.- Delincuencia

Código textual:

- Referencias textuales a conductas delictivas y al uso de la violencia. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de acciones o conductas delictivas y al uso de la violencia.

D.- Contenidos ideológicos:

D.1.- Religión

Código textual:

- Referencias textuales a una religión, así como a escenas, iconos, personajes religiosos, etc. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de la religión, así como de escenas, iconos, personajes religiosos, etc.

D.2.- Política

Código textual:

- Referencias textuales a personajes o cuestiones de índole política. Señalar si van acompañadas o no de referencias visuales que apoyen el texto.

Código visual:

- Representación gráfica de personajes o cuestiones de índole política.

D.3.- Género

Código textual:

- Referencias textuales a cuestiones de género y sexismo.

Código visual:

- Representación gráfica de situaciones, actos, gestos, etc., relativos a sexismo y género.

E.- Otros.

6.6 Resultados del análisis

Una vez ejecutada la ficha de análisis, a continuación mostramos los resultados del análisis de cada categoría y del análisis de las relaciones que se producen entre ellas.

6.6.1 Resultados del análisis de cada categoría.

A.- Vínculos y estructuras familiares:

Una vez ejecutada la ficha de análisis a todos los carteles de la muestra, nos encontramos con 90 piezas que pertenecen a esta primera categoría, lo que supone el 21,47% del total de la muestra, divididas de la siguiente manera:

VÍNCULOS Y ESTRUCTURAS FAMILIARES	CARTELES	% DE LA MUESTRA TOTAL
Familias convencionales / no convencionales.…….	70	16,70%
Adulterio……...	13	03,10%
Divorcio……	12	02,86%
Aborto……...	02	00,47%
TOTAL	97	

Como puede observarse no se corresponde el total de las piezas atribuidas a esta categoría, con los datos que muestra la tabla. El motivo es porque hay 7 carteles que se han asignado a más de una subcategoría por encontrar en ellos índices que les hacen susceptibles de ello. Por lo tanto, hay 3 piezas que presentan coincidencias con las subcategorías “Familias convencionales / no convencionales” y “Divorcio”, ya sea porque hacen referencia a más de un matrimonio de la misma persona o por presentar a los cónyuges de un matrimonio enfrentados. Y los restantes 4 carteles se han asignado a “Familias convencionales / no convencionales” y “Adulterio”, reincidentemente por mostrar a matrimonios cometiendo o con intención de cometer adulterio.

Tal y como refleja la tabla anterior, es bastante significativa la diferencia de porcentajes entre la subcategoría “Familias convencionales / no convencionales” y el resto. Como ya hemos comentado en los capítulos de contextualización a esta investigación, la transición política supone un cambio en el prototipo de familia

tradicional –modelo nuclear y formado mediante matrimonio religioso–, lo que implica que vayan apareciendo modelos alternativos. Pero, por otro lado, también hay que señalar que no es hasta 1978 y 1981 cuando se modifican las leyes relativas al matrimonio y a la familia, respectivamente, lo que explica la enorme diferencia en el número de ejemplares que aparecen en las subcategorías "Adulterio" y "Divorcio", con respecto a la primera.

En cuanto a la subcategoría "Aborto", recordamos que el gobierno presenta un proyecto de ley de reforma del Código Penal para despenalizarlo en 1983, que no entra en vigor hasta 1985, por lo que es muy difícil encontrar referencias claras y explícitas hacia este tema. En el régimen franquista, el aborto es considerado un delito y castigado con gran dureza y, por ello, la censura cinematográfica no permite ninguna representación o insinuación a este tema. Y posteriormente durante los años de la transición, sigue siendo una cuestión difícil de mencionar.

A continuación pasamos a detallar cada una de las subcategorías:

A.1.- Familias convencionales / no convencionales:

En esta categoría se sitúan 70 carteles, lo que supone un 16,7% de la muestra total, de los cuales 31 presentan referencias textuales a la estructura y vínculos familiares y 39 lo resuelven de manera gráfica solamente.

La distribución de estos carteles en los años de estudio que abarca esta investigación se resuelve de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	5	9	9	7	2	4	5	14	6	9
% de los 70 de esta subcat.	7,14%	12,85%	12,85%	10,00%	2,85%	5,71%	7,14%	20,00%	8,57%	12,85%
% de la muestra total	1,19%	2,14%	2,14%	1,67%	0,47%	0,95%	1,19%	3,34%	1,43%	2,14%

Resulta significativa la diferencia de porcentaje de 1980 con el resto de años de la muestra, seguramente debido a que empieza a crearse un clima de mayor confianza política y social hacia los cambios que se producen en este período.

En cuanto a las referencias textuales, decir que tan sólo 2 carteles se refieren textualmente a la Familia, y ambos se presentan acompañados de imágenes que refuerzan esa idea de familia. En el primero, *Retrato de familia*, de 1976, se muestran distintas imágenes de hombres y mujeres, posiblemente pertenecientes al mismo grupo familiar. Mientras que en el segundo, *La familia, bien, gracias*, de 1979, va acompañado de la fotografía de dos hombres, pudiendo interpretarse el hecho de que es una familia está compuesta por dos personas del mismo sexo. Es éste uno de los pocos casos encontrados en los que se hace alusión a una posible relación homosexual.

Por otro lado, 18 carteles hacen alusión a los componentes de una familia tradicional, repartiéndose de la siguiente manera: 4 se refieren al padre, 3 a la madre, 6 a los hijos, 2 a los abuelos y 3 a otros parientes.

Las referencias textuales a la figura del padre van acompañadas en todos los casos de imágenes que refuerzan el texto, presentando a esta persona por un lado, serio y autoritario, y, por otro, jovial y divertido con los hijos.

Es destacable el caso del cartel para *Soltero y padre en la vida*, de 1974, (año en el que todavía está vigente el gobierno de Franco) en el que se habla de una familia donde no ha habido matrimonio y, además, se presenta al padre ocupándose de la alimentación del hijo, tradicionalmente asumido por la mujer.

Otro cartel habla de la figura de dos padres, *Padre no hay más que dos*, de 1982, (Fig. AI.82-39), creando una posible interpretación de familia homosexual, al cargo de un grupo de niños.

También la referencia textual a la figura de la madre va acompañada de imágenes de refuerzo. Se representa siempre a la madre con los hijos. Incluso, uno de ellos, habla de la madre pero se muestra a una abuela, sobre un grupo de personas adultas.

La referencia textual a la figura de los hijos en casi el 100% de los casos va acompañada de imágenes de refuerzo. O bien se presenta una familia en la que se incluyen los hijos (*El niño es nuestro*, de 1973, o *¿Dónde estará mi niño?*, de 1980) o bien se presenta la figura de un progenitor con los niños (*El hijo del cura*, de 1982, e *Hijos de papá*, de 1980).

Sólo en un caso se habla de hijos sin que éstos aparezcan en el cartel, (*Los hijos de…*, de 1976) sino que se trata de una pareja tumbada sobre una cama posiblemente manteniendo relaciones sexuales.

La referencia a los abuelos y a otros parientes también se acompaña de sus correspondientes imágenes. En el último caso, con el cartel de *La tía de Carlos*, de 1981, se presenta un posible caso de travestismo, pues es la misma persona vestida de hombre y mujer.

Por otro lado, aparecen 9 carteles que hacen referencia textual a la institución del matrimonio, que además siempre se refuerzan con imágenes alusivas a este argumento. De ellos, aproximadamente un 44% presenta imágenes en las que se muestra a distintas personas vinculadas con el matrimonio religioso, bien porque la mujer lleva vestido blanco de novia o bien porque aparece el sacerdote. Sin embargo, el otro 66% habla del matrimonio, pero no refleja esa religiosidad, sino más bien los problemas que surgen en la vida en pareja, especialmente de infidelidad.

Las referencias textuales a otras estructuras familiares se resuelve con dos carteles, *Soltero y padre en la vida*, de 1974, e *Imposible para una solterona*, de 1975. Ambos se refieren al estado civil de soltero. Son dos carteles en los que o bien se presenta a una persona soltera pero con hijos, o bien se habla de la imposibilidad y pecado de mantener relaciones sexuales fuera del matrimonio.

En cuanto al análisis de la representación gráfica, sin referencia textual, encontramos 39 carteles, lo que supone un 55,71% del total de carteles asignados a esta categoría.

La representación gráfica de una familia convencional viene marcada por la presencia de 10 carteles (un 25,64% de esos 39), que presentan un diseño gráfico en el que puede verse la composición de una familia. Se muestran distintas escenas familiares de parejas con niños (*Los pájaros de Baden Baden*, de 1975, *Las verdes praderas*, de 1979, *El canto de la Cigarra*, de 1980, *Quiero soñar*, de 1980), una comida familiar (*La colmena*), una pareja embarazada (*Manolo la nuit*), etc.

Hay que destacar el cartel de *El mejor regalo*, de 1973, pues representa un matrimonio acompañado por un niño envuelto en un lazo, convirtiéndose en una defensa a la idea tradicional y conservadora de modelo de familia: “el mejor regalo para un matrimonio es la llegada de los hijos”.

En lo que respecta a la representación gráfica de los componentes de una familia tradicional aparecen asignados 5 carteles a la figura del padre, 4 a la madre y 10 a la figura de los hijos. No hay representación de abuelos y otros parientes, salvo los casos que hemos encontrado con referencia textual.

En cuanto a la figura paterna, se muestra la figura de un personaje masculino adulto con los hijos a su cargo. Se muestra una figura paterna que protege, cuida y se divierte con los niños. Hay que señalar, sin embargo, un cartel del que hablaremos en otra categoría, *Historia de Eva*, de 1978, en el que se denuncia un posible caso de abusos sexuales.

Y de nuevo en este caso, la figura femenina, la madre, siempre aparece acompañada de los hijos (como en *Cría cuervos*, de 1976, o *Vámonos, Bárbara*, de 1978) o bien se muestra a una mujer embarazada (*El último "Penalti"*, de 1982). Es destacable también aquí el cartel para *El amor del capitán Brando*, de 1974, clasificable de igual forma que en el apartado anterior en la categoría de Relaciones precoces, pues muestra una mujer madura en la cama con un adolescente.

Para la representación gráfica del matrimonio se han encontrado 9 carteles, aproximadamente un 23,7 % que representa gráficamente esta institución, mostrando generalmente a una pareja de novios. Es destacable el hecho de representar bodas religiosas, pues salvo uno de los carteles, el resto muestran la novia vestida de blanco. También hay casos en los que se muestra un sacerdote. Sólo uno de ellos, muestra a unos novios con traje informal, salvo por el ramo de flores de ella, por lo que podría pensarse en una boda civil.

Se muestran imágenes de matrimonios, preferiblemente religiosos, pero también adulterio y divorcio (*Salut i força al canut*, de 1979, o *De profesión, polígamo*, de 1975, por ejemplo).

En cuanto a la representación gráfica de otras estructuras familiares, señalamos que hemos encontrado un 30,76% de carteles que muestran únicamente parejas, un hombre y una mujer, en distintas situaciones o escenarios, pero es destacable el hecho de que prácticamente un 66% de ellas lo hace en actitud amorosa, mostrando la nueva modalidad emergente de parejas que conviven sin matrimonio. Son parejas heterosexuales. Como comentamos anteriormente, tan sólo dos carteles muestran

vínculos familiares y a la vez presentan una pareja homosexual: *La familia, bien, gracias*, de 1979, y *Padre no hay más que dos*, de 1982.

A.2.- Adulterio

En esta subcategoría se ubican 13 carteles, lo que supone un 3,1% del total de la muestra. Hay que subrayar que no en todos los años de nuestro período de estudio se han encontrado carteles que pertenezcan a este grupo, no asignando ninguno a los años 1977 y 1978. Posiblemente la razón la encontramos en que son dos años de fuerte incertidumbre política y el adulterio es un tema escabroso que puede resultar inconveniente para algunos sectores del gobierno y de la propia industria cinematográfica.

La siguiente tabla muestra su distribución por los años de estudio:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	2	3	1	1	0	0	1	3	1	1
% de los 13 de esta subcat.	15,38%	23,07%	7,69%	7,69%	0,00%	0,00%	7,69%	23,07%	7,69%	7,69%
% de la muestra total	0,47%	0,71%	0,23%	0,23%	0,00%	0,00%	0,23%	0,71%	0,23%	0,23%

Así, de los 13 carteles, el 15,3% corresponde a 1973; el 23,07% a 1974; el 7,69 a 1975, 1976, 1979, 1981 y 1982; y el 23,07 a 1980. Sorprende ver como el segundo mayor porcentaje corresponde al inicio del período, cuando está aún vigente el régimen de Franco y la censura cinematográfica.

En cuanto a las referencias textuales a la palabra adulterio, hay que señalar que un 38,46%, es decir, 5 carteles, presenta referencias textuales, de las cuales algo más de la mitad muestra explícitamente la palabra adulterio o adúltero, mientras que la otra mitad hace referencia a la infidelidad o a los apodos recibidos popularmente por las personas adúlteras.

El primer cartel de esta subcategoría es de 1973. Sorprende ver cómo todavía con el régimen de Franco, se titula y se presenta el cartel con el texto *El juego del adulterio.* Sin embargo, también hay que destacar de este cartel el hecho de presentar a la mujer como una mercancía, como un negocio. Y en el caso concreto de *Adulterio*

nacional, de 1982, el adjetivo nacional trata de generalizarlo a nivel de todo el país, se entiende como un acto que llevan a cabo todos los españoles.

Por lo que respecta a la representación gráfica, hay que decir que los 13 carteles presentan imágenes que les permite su clasificación en esta categoría, pero distinguimos entre el adulterio cometido por el hombre, la mujer, o ambos.

En el caso del hombre, el primer cartel en el que se hace alusión a su adulterio data de 1973, pero, en general, un 38,46% del total de esta categoría representa al hombre como el culpable del adulterio, de los cuales un 40% presenta a este hombre fascinado y boquiabierto ante la visión de cuerpos semidesnudos de mujer. Otro 40% muestra siemplemente los rostros del hombre y varias mujeres a su alrededor.

Es significativo el cartel de *La querida*, de 1976, en el que se presenta el busto exuberante de una mujer –con la que el hombre mantiene relaciones ilícitas– y un gran corazón rojo por cabeza, representando a la amante del adúltero, sin más referencias gráficas.

En cuanto a la mujer, encontramos el mismo porcentaje que en el caso anterior, un 38,46% del total de esta subcategoría, estando el primer cartel situado en 1974.

En este grupo sí se muestran relaciones sexuales y destape femenino. Es representativo también el hecho de que la mujer señala gráficamente “los cuernos” del marido con descaro. Y tan sólo en uno de ellos hay una pequeña referencia a la visión de la iglesia en este tema: aparecen dos monjas mirando con desagrado ante la imagen de dos parejas supuestamente adúlteras.

Sorprende que antes de la muerte de franco se presentaran estos carteles y, por ende, sus películas, cuando tanto esmero se ponía en vigilar la moralidad femenina. Ya hemos comentado como la ley de 1942 sólo contempla con severidad el adulterio cuando es cometido por la mujer, permitiendo hasta 1962 que padres y maridos pudieran matar a esposa e hijas cuando eran descubiertas en acto de adulterio.

Por último, un 23,07% hace referencia al adulterio cometido por ambos cónyuges, incluso en uno de ellos puede intuirse una posible relación lésbica (*Matrimonio al desnudo*, de 1974)

A.3.- Divorcio.

En este caso nos encontramos con 12 carteles, lo que supone un 2,86% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera: en 1973 y 1974 no hay ninguna pieza que se corresponda con lo buscado en este asunto. El primer cartel lo encontramos en 1975, año en el que se dan 5 carteles en total, lo que supone el 41,6% del total de esta subcategoría; 1 cartel en 1976, 1977 y 1980, que se corresponden con un 8,3 % cada uno; 2 carteles en 1981 y 1982, que suponen un 16,6% cada uno; por lo que de 1977 a 1980 tampoco encontramos ningún caso. Hay que recordar que durante los años de la transición hubo muchos debates sobre el tema del divorcio, pero no se legaliza hasta 1981.

La siguiente tabla muestra su distribución por los años de estudio:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	0	0	5	1	1	0	0	1	2	2
% de los 12 de esta subcat.	0,00%	0,00%	41,66%	8,33%	8,33%	0,00%	0,00%	8,33%	16,66%	16,66%
% de la muestra total	0,00%	0,00%	1,19%	0,23%	0,23%	0,00%	0,00%	0,23%	0,47%	0,47%

En cuanto a las referencias textuales a la palabra divorcio, señalar que un 50% de los ejemplares pertenecientes a esta subcategoría presenta la palabra divorcio en el título, y prácticamente todos van acompañados por imágenes que muestran gráficamente el divorcio.

Sorprende que en 1975, con régimen político franquista, ya se hable de un alegre divorciado.

En cuanto a la representación gráfica del divorcio, distinguimos también entre hombre, mujer y ambos. Así, un 25 % de los carteles de esta subcategoría representan al hombre como sujeto afecto por el divorcio. Y en todos los casos se le añaden adjetivos como alegre, gozoso, satisfecho…, y en las imágenes que les acompañan se les presenta fascinados y rodeados de mujeres.

En el caso de la mujer, sólo 1 cartel hace una posible alusión a la mujer como sujeto del divorcio: *Las bodas de Blanca*, de 1975, dando a entender que esta persona se ha casado varias veces.

Para terminar, señalar que un 58,33 % de los casos de esta categoría presentan a una pareja. 3 de ellos, un 42,85% simbolizan la ruptura del matrimonio mediante peleas de las parejas representadas: se tiran platos, se ven puñales a la espalda, etc. 2 de ellos, un 28,5% , simbolizan el divorcio colocando a la pareja de espaldas, enfrentados. Y los 2 últimos, un 28,5% , simbolizan el divorcio utilizando espejos y corazones rotos.

A.4.- Aborto

En este caso, tan sólo 2 carteles, un 0,47% del total de la muestra se refiere al aborto. Uno de ellos con una clara referencia textual: el título es *Abortar en Londres*, película de Gil Carretero de 1977. Este texto se acompaña con un cuerpo femenino desnudo, sin cabeza, que puede pertenecer a cualquier mujer, lo que puede interpretarse como que el libertinaje sexual de la mujer le lleva a abortar en dicha ciudad.

El otro cartel sí presenta gráficamente el aborto, pero además haciendo una referencia directa al hecho de matar: el título es *No matarás*. De modo gráfico se presenta una pareja besándose y sobre ellos la imagen de un feto ya formado, un bebé, colocado al lado del texto de no matarás. Se trata de todo un testimonio antiabortista.

La siguiente tabla muestra su distribución por los años de estudio:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
% de los 2 de esta subcat.	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% de la muestra total	0,00%	0,23%	0,00%	0,00%	0,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

B.- Expresiones sexuales:

Una vez ejecutada la ficha de análisis a todos los carteles de la muestra, nos encontramos con 152 piezas que pertenecen a esta primera categoría, lo que supone el 36,27% del total de la muestra, divididas de la siguiente manera:

EXPRESIONES SEXUALES	CARTELES	% DE LA MUESTRA TOTAL
Destape.……...……..	117	27,92%
Relaciones sexuales explícitas.....……	34	8,11%
Homosexualidad……..	8	1,90%
Precocidad sexual……	8	1,90%
TOTAL	167	

Como puede observarse no se corresponde el total de las piezas atribuidas a esta categoría con los datos que muestra la tabla. El motivo es porque hay 15 carteles que se han asignado a más de una subcategoría por encontrar en ellos índices que les hacen susceptibles de ello.

Por lo tanto, hay 12 piezas que presentan coincidencias con las subcategorías "Destape" y "Relaciones sexuales explícitas", pues lógicamente la representación de relaciones sexuales va acompañada de un marcado destape. Y también encontramos 3 casos en los que coinciden carteles asignados a la categoría "Destape" y a su vez a la de "Homosexualidad", pues se muestran desnudos en la manifestación de relaciones entre personas del mismo sexo.

Tal y como refleja la tabla anterior, es bastante significativa la diferencia de porcentajes entre las dos primera subcategorías y las dos últimas. No hay que olvidar que el fenómeno del destape tiene una enorme representación en el cine español de este período, tras los largos años de censura vividos. De igual manera, la represión sexual vivida durante la dictadura empieza a mitigarse con las concesiones que hace la institución de la censura en estos primeros años y con las nuevas libertades adquiridas con la democracia.

A continuación pasamos a detallar cada una de las subcategorías:

B.1.- Destape

Esta subcategoría recoge 117 carteles del total de la muestra, lo que supone un 27,92% del total de la muestra, y repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	10	12	12	16	14	9	9	8	17	10
% de los 117 de esta subcat.	8,54%	10,25%	10,25%	13,67%	11,96%	7,69%	7,69%	6,83%	14,52%	8,54%
% de la muestra total	2,38%	2,86%	2,86%	3,81%	3,34%	2,14%	2,14%	1,9%	4,05%	2,38%

Como refleja la tabla anterior, sorprende ver cómo ya desde el primer año del período analizado nos encontramos con carteles que muestran el fenómeno del destape, aún todavía con la censura cinematográfica vigente, pero como ya comentamos en el capítulo 4 de esta investigación, esta época supone el paso de una censura cinematográfica muy restrictiva característica de períodos anteriores a la más absoluta liberación, sobre todo en lo referente a temas sexuales y desnudos. La censura prohíbe drásticamente cualquier intento de insinuación o seducción, vigilando vestimenta, peinados…, especialmente de las mujeres, no permitiendo escotes, minifaldas, transparencias o semidesnudos de ningún tipo, etc. Sin embargo, desde el primer momento de relajación y permisividad del régimen, los cartelistas van a dar rienda suelta a su creatividad, mostrando todo aquello que se les había prohibido hasta entonces.

En cuanto a las referencias textuales al desnudo, tan sólo hemos encontrado 5 carteles, y todos ellos lo incluyen en el título de la película. Además, todos van acompañados de referencias visuales que apoyan ese texto. Es significativo el hecho de que 3 de ellos muestren imágenes de mujeres desnudas: *Fin de semana al desnudo* y *Matrimonio al desnudo*, ambas de 1974, y *Terapia al desnudo*, de 1976. Los otros dos carteles muestran o bien un grupo de personas desnudas en la playa, *Vacaciones al desnudo*, de 1980, o bien el trasero del oso madrileño en *Madrid al desnudo*, de 1979.

Sin embargo, encontramos el doble de casos en el análisis de las referencias textuales a palabras como *sensualidad*, *erotismo*, *deseo*, *pasión*, *sexo*, *placer*, y otra serie de vocablos relacionados. Son 10 carteles en los que el título recoge términos como *sensualidad*, acompañado por la imagen de una mujer totalmente desnuda y

mostrada como objeto de deseo sexual; *pasión*, con el dibujo de un trasero femenino utilizado como metáfora de ser objeto de pasiones; *deseo*, generalmente acompañado de mujeres desnudas representadas con finalidad sexual; *sexo*, *amantes*, *orgía* y *camas calientes*, acompañadas de toda una galería de imágenes que son una mera exhibición de cuerpos desnudos, especialmente de mujer; y *erótico*, amparado por escenas en los que el desnudo, femenino de nuevo, es un simple adorno.

Al mismo tiempo, se han asignado 3 carteles más en los que aparecen referencias textuales a la castidad del varón, a la represión de sus sentimientos y deseos sexuales o a su virilidad. El cartel de *Un casto varón español*, de 1973, es el único de ellos que muestra un desnudo, concretamente de un hombre, mientras que las otras dos piezas, o bien muestran al hombre cohibido y asustado (*El reprimido*, de 1974), o bien embobado ante la actitud erótica y sugerente de la mujer que le acompaña (*Virilidad a la española*, de 1975).

En cuanto a la representación gráfica de partes del cuerpo normalmente ocultas y de desnudo, se han encontrado en el análisis 74 carteles, repartidos de la siguiente manera: 5 de ellos presentan desnudo masculino, 57 femenino y 12 revelan el cuerpo desvestido en su totalidad o en parte tanto del hombre como de la mujer.

Referente a la desnudez masculina, tan sólo 5 carteles muestran únicamente al hombre desnudo o semidesnudo, en un elemental alarde de exhibición de la desnudez. Quizá el ejemplo más claro sea el del cartel para *Viva, muera, Don Juan Tenorio*, dirigida por Tomás Aznar en 1977.

Hay que destacar también el cartel para *La tercera puerta*, de 1976, en el que aparece una fotografía de un hombre semidesnudo en primer plano y acompañado de otras figuras también desnudas al fondo de la imagen, como uno de los primeros ejemplos en los que tan explícitamente se muestra la transexualidad en un cartel.

El desnudo femenino está mucho más explotado en los carteles analizados, encontrando hasta 57 casos en los que se muestra sólo un desnudo o semidesnudo de mujer, siguiendo la idea de que el cuerpo desnudo de una hembra no deja de ser un enérgico reclamo para el público masculino.

Como comentaremos más adelante, se utiliza este desnudo como exhibición, adorno, insinuación y provocación, para incitar deseo, para realzar el erotismo del filme y el propio cartel, etc. Pero la desigualdad sexual entre el hombre y la mujer es más que

evidente: un porcentaje muy superior de carteles muestran a la mujer en actitud más o menos sensual o sugerente, más o menos vestida, pero acompañada la mayoría de las veces por hombres ataviados con normalidad. Véanse sino los carteles de *Sensualidad*, dirigida por Germán Lorente en 1975; *Los energéticos*, 1979, de Pedro Masó; *La momia nacional*, 1981, de José Ramón Larraz; o *Los líos de Estefanía*, 1982, de Augusto Fenollar, por ejemplo.

Para el caso de aparecer tanto el hombre como la mujer desnudos se han asignado 12 carteles, siendo la característica común a la mayoría de ellos el hecho de estar manteniendo relaciones sexuales, y sirviendo como simple exhibición de sexo y desnudos. Aparecen parejas abrazándose, besándose, en la cama…etc. No obstante, mientras que a la mujer se le quita prácticamente toda la ropa, el hombre no deja de enseñar nada más que su torso desnudo. Véase el cartel de *Préstame tu mujer*, 1980, de Jesús Yagüe.

En cuanto a la representación gráfica del desnudo con clara intención sexual y erótica encontramos 34 carteles, en los que aparecen una o varias mujeres semidesnudas en actitud totalmente provocativa, erótica, sensual, o insinuante. Y este grupo podría dividirse estratégicamente en dos grupos: aquellos carteles en los que aparece sólo la figura femenina, desnuda o semidesnuda, que mira y se ofrece desafiante al espectador, como es el caso por ejemplo de *La diosa salvaje*, 1974, de Miguel Iglesias; *Una mujer de cabaret*, 1974, de Pedro Lazaga; *Ambiciosa*, 1975, de Pedro Lazaga; o *La trastienda*, 1976, de Jorge Grau. Y aquellos otros en los que generalmente la mujer está acompañada de hombres que la miran y observan: *El secreto inconfesable de un chico bien*, 1975, de Jorge Grau; *Virilidad a la española*, 1975, de Francisco Lara Polop; o *El liguero mágico*, 1980, de Mariano Ozores, por ejemplo.

Pero también mujeres vestidas, pero insinuantes ante el espectador, disfrutando de la nueva libertad sexual que adquieren en el período de la transición. Así, veánse por ejemplo los carteles de *La madrastra*, 1974, de Roberto Gavaldón; *Beatriz*, de Gonzalo Suárez y *Amor casi libre*, de Fernando Merino, ambas de 1976.

En cuanto al desnudo femenino como objeto sexual, se han asignado 26 carteles en los que se observa la subordinación sexual gráfica y explícita de la mujer por medio de imágenes y/o palabras. En ellos la mujer es presentada como objeto o mercancía sexual (*Busco tonta para fin de semana*, 1973, de Ignacio F. Iquino; *Lo verde empieza*

en los Pirineos, 1973, de Vicente Escrivá; *Polvo eres*, 1974, de Vicente Escrivá; *La mujer es un buen negocio*, 1976, de Valerio Lazarov; etc.); también es presentada en posturas que implican exhibición sexual (*Sensualidad*, 1975, de Germán Lorente; *Haz la loca, no la guerra*, 1976, de José Truchado; *Ensalada Baudelaire*, 1978, de Leopoldo Pomés; etc.); se presentan partes del cuerpo de la mujer de tal manera que ésta queda reducida a esas partes (*Laberinto de pasiones*, 1982, de Pedro Almodóvar, por ejemplo); o es presentada como una puta (*Cinco almohadas para una noche*, 1974, de Pedro Lazaga; *Más fina que las gallinas*, 1977, de Jesús Yagüe; etc).

En lo concerniente a las referencias gráficas a la prostitución femenina hemos encontrado 8 carteles que bien gráfica o bien textualmente, sino con ambos recursos, hacen referencia a tal hecho. Suelen presentar una o varias mujeres, ligeras de ropa, que se muestran sugerentes al espectador y se ubican en un local o ambiente generalmente conocido para tal fin. Además, suelen ir acompañados de referencias textuales que no hacen más que reforzar la idea anterior. Son los carteles para *Casa Flora*, 1973, de Ramón Fernández; *Las señoritas de mala compañía*, 1973, de José Antonio Nieves Conde; *Yo soy Fulana de Tal*, 1975, de Pedro Lazaga; *Zorrita Martínez*, 1975, de Vicente Escrivá; *Fulanita y sus menganos*, 1976, de Pedro Lazaga; etc.

Por otro lado, las referencias gráficas a desnudos justificados sólo han aparecido en 3 carteles. Se trata de *La corrupción de Chris Miller*, 1973, de Antonio Bardem; *Los amantes de la isla del diablo*, 1974, de Jesús Franco; y *Cuentos eróticos*, 1980, atribuida a varios autores. En todos ellos el desnudo se incluye en el núcleo temático expresado por el propio cartel, por lo que no encontramos ninguna otra intención sexual.

Sin embargo, encontramos 46 carteles cuyas referencias gráficas hacen alusión al desnudo como adorno, como simple embellecimiento del cartel. El hecho de exhibir, de mostrar en público un desnudo, trata de llamar la atención, por lo que se colocan en con mayor o menor tamaño, con mayor o menor importancia, sobre la superficie del cartel. Así, podemos poner de ejemplo los carteles de *Tres suecas para tres Rodríguez*, 1975, de Pedro Lazaga; *Abortar en Londres*, 1977, de Gil Carretero; *Mi hija Hildegart*, 1977, de Fernando Fernán Gómez; *Bilbao*, 1978, de José Juan Bigas Luna; *El soplagaitas*, 1981, Mariano Ozores; etc.

B.2.- Relaciones sexuales explícitas

Una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 34 carteles, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	2	3	6	5	6	4	1	2	2	3
% de los 34 de esta subcat.	5,88%	8,82%	17,64%	14,7%	17,64%	11,76%	2,94%	5,88%	5,88%	8,82%
% de la muestra total	0,47%	0,71%	1,43%	1,19%	1,43%	0,95%	0,23%	0,47%	0,47%	0,71%

Como en casos anteriores, también es significativo que se representen relaciones sexuales de manera explícita ya desde el año 1973, con la censura cinematográfica todavía vigente. En ese año, encontramos dos carteles, *La corrupción de Chris Miller*, de Juan Antonio Bardem, y *Volveré a nacer*, de Javier Aguirre. El primero de ellos muestra a una pareja desnuda, abrazándose, que se integra totalmente en el núcleo temático de la composición gráfica. Sin embargo, el segundo, que de nuevo muestra a una pareja abrazándose y besándose, se expone como una simple exhibición de sus relaciones.

Sin embargo, aunque 34 carteles pueden parece pocos en relación a la muestra de estudio, tan sólo supone un 8,11% del total de dicha muestra, es bastante revelador el hecho de que aparezcan este tipo de manifestaciones visuales. La frialdad marcada en el período anterior con respecto a las efusiones amorosas deja paso a todo un elenco de besos, abrazos, pasiones y escenas de cama.

En cuanto a las referencias textuales a las relaciones textuales hemos encontrado 13 carteles que incluyen en el texto palabras como amor, alcoba, sexo, clímax y deseo, y todas se acompañan de referencias visuales que apoyan y confirman su pertenencia a esta subcategoría.

En los casos en que la palabra *amor* se incluye en el texto, las imágenes que acompañan este término son escenas de cama o bien parejas semidesnudas, abrazadas,

besándose o en actitud de hacerlo. Con el vocablo *alcoba* lógicamente se incluyen referencias de parejas en un dormitorio. También el cartel para *Clímax*, 1977, de Francisco Lara Polop, acompaña el texto con una imagen de una mujer en actitud erótica en una escena de dormitorio. Y los textos relativos a sexo y deseo, también incluyen escenarios en los que una pareja mantiene relaciones en una habitación o bien se les exhibe mostrando un trato de carácter amoroso y sexual.

En cuanto a la representación gráfica de las relaciones sexuales, tras el análisis hemos encontrado 34 carteles en los que de manera explícita se muestran escenas relativas al sexo, que hemos separado en dos grupos: por un lado, aquéllos que presentan imágenes de un hombre y una mujer en actitud amorosa, mostrando besos, abrazos, caricias, etc., en los que la referencia sexual es más sutil; por el contrario, aquéllos que de manera más firme hacen una alusión visual y directa al hecho de realizar el acto sexual.

En el primer caso, encontramos 11 carteles en los que vemos a dos personas de distinto sexo, bien mostrando sólo un primer plano, o bien de cuerpo entero, mostrando besos y abrazos, más o menos eróticos o sensuales. Así, tenemos los carteles de *Volveré a nacer*, 1973, de Javier Aguirre; *Perversión*, 1974, de Francisco Lara Polop; o *Del amor y de la muerte*, 1977, de Antonio Giménez Rico.

En el segundo grupo, con 18 carteles asignados, vemos cómo de manera explícita se coloca a la pareja, casi siempre desnuda, en la cama o, cuando menos, en un dormitorio. Son los carteles por ejemplo de *Sensualidad*, 1975, de Germán Lorente; *Asignatura pendiente*, 1977, de Iván Zulueta; *La orgía*, 1978, de Francesc Bellmunt; o *Préstame tu mujer*, 1980, de Jesús Yagüe.

Es destacable también el hecho de que varios de ellos hacen referencia a las relaciones sexuales mantenidas por más de dos personas. Concretamente son los carteles de *El amor empieza a medianoche*, 1974, de Pedro Lazaga y *La noche de los sexos abiertos*, 1982, de Jesús Franco.

Por otro lado, tenemos 5 carteles en los que no se muestra tan manifiestamente el acto sexual. Se trata de piezas gráficas en las que se han incluido distintas manifestaciones sexuales pero no se asignan como escenas de primerísima importancia en la composición, sino que se encuentran situadas al fondo o detrás de los motivos principales que ilustran el cartel y, generalmente, de pequeño tamaño. Hablamos de

Amor casi libre, 1976, de Fernando Merino; *Los claros motivos del deseo*, 1977, de Miguel Picazo; *El último guateque*, 1978, de Juan José Porto; *Sus años dorados*, 1980, de Emilio Martínez-Lázaro; y *Aberraciones sexuales de una mujer casada*, 1981, de Jesús Franco.

B.3.- Homosexualidad

Una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 8 carteles, un 1,90% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	0	1	0	1	3	2	0	0	1	0
% de los 8 de esta subcat.	0%	12,50%	0%	12,50%	37,50%	25,00%	0%	0%	12,50%	0%
% de la muestra total	0%	0,23%	0%	0,23%	0,71%	0,47%	0%	0%	0,23%	0%

Como refleja la tabla anterior, los carteles asignados a esta subcategoría no son muy numerosos, quedando 5 años del período de estudio sin ninguna representación, siendo especialmente significativo el hecho de que en los últimos años, cuando ya podemos hablar de democracia y nuevas libertades, no se exprese el tema de la homosexualidad, el travestismo y la transexualidad con absoluta franqueza, pues se sigue considerando que no respeta las "normas" de comportamiento social.

En cuanto a las referencias textuales a la homosexualidad y al travestismo como tal no hay ningún caso. Sin embargo, sí lo hay a la transexualidad, con el cartel de *El transexual*, 1977, de José Jara, que se acompaña de una imagen que refuerza el significado del texto: una mujer cualquiera, sin rostro, desnuda, se tapa su sexo con las manos, una manera simple de disimular su verdadera sexualidad.

No obstante, encontramos dos casos que si bien no presentan una referencia textual clara y directa, si son susceptibles de inscribirse aquí. Se trata de los carteles de *Una pareja… distinta*, 1974, de José María Forqué, y de *Un hombre llamado Flor de Otoño*, 1978, de Pedro Olea. El primero habla de una pareja diferente y se acompaña de

la imagen de un hombre travestido, y el segundo, quizá más explícito, directamente incluye en el título un nombre de mujer asignado a un hombre, además de acompañarse de la correspondiente imagen también de travestismo.

En cuanto a la representación gráfica de la homosexualidad, encontramos un caso de homosexualidad masculina, *La tercera puerta*, 1976, de Álvaro Forqué, en el que un hombre semidesnudo, en clave explícita de feminidad masculina, se exhibe ante el espectador. A través del ojo de una cerradura, se muestra un escenario en el que aparentemente todo es sexo, además de añadir determinados juegos de travestismo.

En el caso de la homosexualidad femenina, se han asignado aquí dos carteles, *Dios bendiga cada rincón de esta casa*, 1977, de José María González Castrillo, y *La mujer del ministro*, 1981, de Eloy de la Iglesia. Ambos presentan dos parejas de mujeres en las que abiertamente se someten al juego del sexo.

Y en lo referente a la representación gráfica del travestismo, aparte de los carteles ya mencionados anteriormente, hay que añadir los de *Elisa, vida mía*, 1977, de Carlos Saura, en el se juega con la ambigüedad de hombre-mujer, así como el de *Ocaña, retrat intermitent*, 1978, de Ventura Pons, en el que un hombre maquillado y vestido de mujer llena toda la superficie del cartel.

B.4.- Precocidad sexual

Una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 8 carteles, un 1,90% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	1	2	2	0	0	2	1	0	0	0
% de los 8 de esta subcat.	12,50%	25,00%	25,00%	0%	0%	25,00%	12,50%	0%	0%	0%
% de la muestra total	0,23%	0,47%	0,47%	0%	0%	0,47%	0,23	0%	0%	0%

Como refleja la tabla anterior, hay 5 años de nuestro período de estudio que no manifiestan ningún caso en esta subcategoría, pero se trata de 8 carteles que se encuentran repartidos uniformemente en los años analizados.

En cuanto a las referencias textuales, podemos concluir que son 4 los carteles asignados a esta subcategoría. Sin embargo, todos ellos necesitan de una referencia visual para corroborar la intención de su discurso. Así, en el primero de ellos, *Una chica y un señor*, 1973, de Pedro Masó, si bien la palabra *chica* puede designar a una mujer más o menos joven, la referencia visual establece el nexo necesario para incluirlo en la subcategoría de relaciones precoces, pues muestra de forma comprensible la excesiva juventud de la muchacha que, sin embargo, aparece abrazada a un hombre adulto.

Lo mismo podemos decir de los carteles de *Las adolescentes*, 1975, de Pedro Masó, y de *Ya soy mujer*, 1975, de Manuel Summers, aunque éste último con otra referencia visual muy diferente: se muestra a una niña vistiéndose de mujer.

Y el último caso, *Tocata y fuga de Lolita*, 1974, de Antonio Drove, el texto hace una franca sugerencia al mito de Lolita, es decir, a las fantasías que provoca el encuentro sexual con una niña, aunque posteriormente la referencia visual no esté tan clara. El código gráfico del cartel muestra a un hombre, de espaldas, y sobre él aparece colocado el rostro de una muchacha, aunque es imposible establecer con claridad la diferencia de edad entre ambos.

Con respecto a la representación gráfica de la precocidad sexual, podemos decir que son 7 los carteles que se incluyen en esta subcategoría: 2 se asignan al hombre y 5 a la mujer, y en todos los casos se expone de manera más o menos explícita la posible relación sexual entre una persona muy joven y otra adulta.

C.- Conductas asociales:

En esta categoría incluimos todos aquellos carteles en los que se hace referencia a una conducta asocial, entendida como todo aquel comportamiento humano que ignora o no acepta las reglas que rigen en la sociedad en la que se encuentra. Incluimos, por tanto, las subcategorías de drogas, terrorismo y delincuencia.

Por lo tanto, una vez ejecutada la ficha de análisis a todos los carteles de la muestra, nos encontramos con 66 piezas que pertenecen a esta primera categoría, lo que supone el 15,75% del total de la muestra, divididas de la siguiente manera:

CONDUCTAS ASOCIALES	CARTELES	% DE LA MUESTRA TOTAL
Drogas.……...……..	11	2,62%
Terrorismo…….....……	2	0,47%
Delincuencia…...…….	54	12,88%
TOTAL	67	

Como puede observarse en la tabla anterior, de nuevo en este caso no coinciden los resultados mostrados en la tabla con el número de carteles asignados a la categoría Conductas asociales. El motivo es porque uno de los carteles, concretamente el de la película *Él y él*, 1980, de Eduardo Manzanos, se ha incluido tanto en la subcategoría "Drogas" como en "Delincuencia", pues su composición gráfica así lo requiere al mostrar elementos de una y de otra dimensión.

A continuación pasamos a describir cada una de las subcategorías:

C.1.- Drogas.

En esta categoría incluimos todos aquellos carteles en los que se hace referencia gráfica o textual a drogas ilegales o a alteraciones en la conducta provocadas por el consumo tanto de éstas como de las consideradas drogas legales (alcohol y tabaco) en aquella época o a sus efectos, en tanto que se asocia el consumo y tráfico de drogas con conductas asociales.

Una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 11 carteles, un 2,62% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	0	0	0	0	1	2	0	5	2	1
% de los 11 de esta subcat.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,09%	18,18%	0,00%	45,45%	18,18%	9,09%
% de la muestra total	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,23%	0,47%	0,00%	1,19%	0,47%	0,23%

Como puede observarse en la tabla anterior, no es hasta 1977 cuando empieza a manifestarse el consumo de drogas en los carteles cinematográficos, pese a que ya a comienzos de los años setenta, su consumo comienza a ser un verdadero problema de salud pública. A partir de 1980 encontramos más carteles, quizá porque ya entonces las tasas de morbilidad y mortalidad de personas drogadictas son muy elevadas, por lo que el cine y también sus carteles empiezan a absorber este problema social.

En cuanto a las referencias textuales a la droga o al hábito de consumirla encontramos 4 carteles: *Chocolate*, de Gil Carretero, y *La quinta del porro*, de Francesc Bellmunt, ambos de 1980; *El crack*, de José Luis Garci, y *La batalla del porro*, de Joan Minguell, ambos de 1981, refiriéndose al hachís, a los cigarrillos mezclados con marihuana y tabaco y a una droga compuesta principalmente por cocaína.

Uno de ellos, *Chocolate*, añade además una frase que complementa la información aportada por el cartel: “500.000 españoles son adictos a las drogas”, siendo quizá el cartel que más explícitamente refleja este asunto.

En cuanto a la representación gráfica de las drogas y la drogadicción, hay que decir que principalmente se hace referencia gráfica al tabaco y al alcohol, por este orden. En cuatro de los carteles aparecen mujeres fumando y hombres en otros dos, a los que hay que añadir otro en el que aparece una figura femenina también consumiendo bebida. También aparece un caso en el que no se ve consumir tabaco, pero sí se muestra claramente un cenicero lleno de colillas.

Aquellos carteles que hacen referencia al consumo del porro, lo hacen de manera que muestran un grupo numeroso de gente alegre, animada y de parranda. Pero, como

hemos comentado anteriormente, es el de *Chocolate*, de Gil Carretero, el más rotundo en la referencia al consumo de drogas: unos jóvenes ocupan prácticamente toda la superficie del cartel en un acto de simulación de compra o intercambio del denominado chocolate, mientras al lado una imagen de dos personas pinchándose droga.

C.2.- Terrorismo.

Una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han encontrado 2 carteles, un 0,47% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
% de los 2 de esta subcat.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,50%	0,00%	0,00%
% de la muestra total	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,23%	0,23%	0,00%	0,00%

Como muestran los datos anteriores, sólo dos carteles se han asignado a esa subcategoría, algo realmente extraño cuando el terrorismo es uno de los problemas más graves de la sociedad de entonces y también de la de hoy en día.

Ambos carteles presentan referencias textuales y visuales al terrorismo en España, por lo que pasamos a comentar cada uno de ellos.

Siete días de enero, 1979, de Juan Antonio Bardem, muestra la silueta de una España que se rompe. Unas manos negras rasgan la nación en la zona del País Vasco, haciendo referencia al terrorismo de ETA. Por otro lado, la referencia textual incluida en el propio título se refiere a la matanza de Atocha del 24 de enero de 1977, incluyendo los días anteriores y posteriores a tal atentado.

Por otro lado, *Operación Ogro*, 1980, de Gillo Pontecorvo, tiene una evidente referencia textual en el título al nombre en clave con el que ETA denominó la acción terrorista que lleva a cabo en 1973 y en la que muere Luis Carrero Blanco. Además, la

representación gráfica del cartel muestra el momento justo del atentado, cuando el coche salta por los aires.

C.3.- Delincuencia.

Como hemos comentado anteriormente, entendemos por delincuencia el conjunto de delitos, es decir, acciones o conductas voluntarias castigadas por la ley, cometidas por una o más personas. Hablamos de robos, uso y/o tenencia de armas, agresiones, etc., por lo que incluimos entonces en esta categoría todas aquellas referencias textuales y/o visuales que hagan referencia de manera explícita a situaciones consideradas delictivas, y al uso de la violencia.

Por lo tanto, y una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 54 carteles, un 12,88% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	11	6	6	5	7	5	1	5	7	3
% de los 54 de esta subcat.	20,37%	11,11%	11,11%	9,25%	12,96%	9,25%	1,85%	9,25%	12,96%	5,55%
% de la muestra total	2,62%	1,43%	1,43%	1,19%	1,67%	1,19%	0,23%	1,19%	1,67%	0,71%

Como muestra la tabla anterior, se empieza nuestra década de estudio con un alto porcentaje de carteles en los que se manifiesta de alguna manera la delincuencia, y termina con prácticamente ¾ menos de los casos, aunque se han sufrido altibajos durante todo el período.

En cuanto a las referencias textuales a conductas delictivas o al uso de la violencia, se han encontrado 11 carteles en los que se muestra una referencia textual a la muerte, los muertos, el hecho de morir, matar y no matar, de los cuales tres de ellos se acompañan con imágenes más o menos descriptivas de cadáveres, dos muestran peleas entre varios hombres, otros dos exhiben pistolas o escopetas, otros presentan una

secuencia de cuchillos goteando sangre, o de personas aterrorizadas tras el título del filme, o hace alusión directa al imperativo ético, moral y legal de no matar.

Encontramos igualmente una referencia textual a la corrupción con el cartel de *La corrupción de Chris Miller*, 1973, de Juan Antonio Bardem, en el que se muestran signos de violencia y se incluye un hombre ensangrentado en el suelo.

Con respecto a la referencia textual al asesino o al asesinato aparecen cuatro carteles que también se acompañan de imágenes que refuerzan el argumento del título: peleas entre varias personas, personas con armas de fuego, rostros de los asesinos tras unas rejas de una cárcel o bien el arma del asesinato.

Igualmente aparecen una serie de referencias como crimen, furtivos, navajeros o fuga, entendida ésta última como el hecho delictivo de fugarse, casi todos ellos con representaciones gráficas de imágenes violentas o armas de fuego. Sólo uno de ellos, *Larga noche de julio*, 1974, de Luis José Comerón, no presenta imágenes que acompañen a la palabra crimen que aparece en su frase publicitaria. Y, por último, el cartel de *Carne apaleada*, 1978, de Javier Aguirre, incluido en esta subcategoría por referirse a personas que reciben golpes. El cartel muestra a las mujeres de una cárcel.

En cuanto a la representación gráfica de acciones o conductas delictivas y al uso de la violencia tenemos que decir que de los 53 carteles asignados a esta categoría, tan sólo 3 no muestran imágenes que acompañen o refuercen el texto aparecido en el cartel. Se trata de los carteles de *Larga noche de julio*, 1974, de Luis José Comerón, *Furtivos*, 1975, de José Luis Borau, y *No matarás*, 1974, de Cesar F. Ardavín.

El 95% restante, por lo tanto, sí muestran referencias gráficas que les asegure su pertenencia a este grupo y, además, 35 de esos carteles presentan estas referencias como escena principal del cartel, es decir, el hecho delictivo o motivo de violencia es la base argumental de toda la pieza gráfica. Sin embargo, quedan 15 piezas que sólo lo manifiestan en un segundo plano, y generalmente de tamaño muy inferior al motivo principal.

Por lo que respecta a la iconografía utilizada, la primera preferencia es la incursión de armas en el diseño del cartel, principalmente armas de fuego y cuchillos, seguido de cadáveres, peleas entre varias personas, la colocación de sangre en personas y objetos y otras escenas más o menos explícitas de violencia, como rostros aterrorizados, cárceles, la silla eléctrica, etc.

D.- Contenidos ideológicos:

Una vez ejecutada la ficha de análisis a todos los carteles de la muestra, nos encontramos con 131 piezas que pertenecen a esta primera categoría, lo que supone el 31,26% del total de la muestra, divididas de la siguiente manera:

CONTENIDOS IDEOLÓGICOS	CARTELES	% DE LA MUESTRA TOTAL
Religión……...……..	19	4,53%
Política…….....……	45	10,73%
Género…….	70	16,70%
TOTAL	134	

Como puede observarse en la tabla anterior, de nuevo no se corresponde el total de las muestras atribuidas a esta subcategoría con los datos que muestra la tabla. Y el motivo reincidentemente es que aparecen tres carteles que se han asignado a más de una subcategoría por encontrar en ellos índices que les hacen susceptibles de ello.

Se trata de los diseños para: *Alicia en la España de las maravillas*, 1978, de Jorge Feliu, en el que aparece una mujer totalmente desnuda utilizada como gancho visual y por lo que se le ha asignado a la subcategoría de "Género", pero además aparece amordazada, con lo que se impide que hable y exprese libremente, y todo ello bajo la bandera española, por lo que se le ha colocado también en "Política". También el cartel para *Historia de "S"*, 1979, de Francisco Lara Polop, igualmente asignado a "Política" y "Género" por aparecer la figura de Adolfo Hitler maltratando a una mujer. Y, por último, el diseño para *Pero no vas a cambiar nunca, Margarita?*, 1978, de "Chumy-Chúmez", incluido en "Religión" por representar un ángel y un diablo, pero también en "Género", por presentarles bajo un desnudo injustificado.

A continuación pasamos a detallar cada una de las subcategorías:

D.1.- Religión

Entendemos por religión el conjunto de creencias y prácticas relativas a lo que una persona o un grupo de personas considera divino o sagrado. En España, la religión mayoritaria en nuestro período de estudio es la Católica (confesión cristiana regida por el Papa de Roma), pero se recogerán también todas las referencias a otras religiones.

Se incluyen aquí todas aquellas referencias textuales y/o visuales explícitas que se refieran a una religión, a escenas religiosas, iconos religiosos, personajes religiosos, etc.

Por lo tanto, y una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 19 carteles, un 4,53% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	1	1	3	0	2	2	3	0	4	3
% de los 19 de esta subcat.	5,26%	5,26%	15,78%	0,00%	10,52%	10,52%	15,78%	0,00%	21,05%	15,78%
% de la muestra total	0,23%	0,23%	0,71%	0,00%	0,47%	0,47%	0,71%	0,00%	0,95%	0,71%

Como muestra la tabla anterior, en 1976 y 1980 no hay ningún cartel que bien textual o gráficamente haga referencia a la religión. Sin embargo, la totalidad de los carteles atribuidos a esta subcategoría se muestran repartidos uniformemente por el resto de nuestro período de estudio, destacando ligeramente el año 1984.

En cuanto a las referencias textuales podemos decir que han aparecido 9 carteles en los que se han encontrado distintas referencias a cuestiones religiosas, aunque todas ellas hacen mención a la religión católica. Así, tenemos dos referencias a figuras esenciales vinculadas a creencias religiosas (a Jesús, como figura central del cristianismo, y a Dios, como ser supremo de la religión cristiana), cinco referencias a personajes religiosos (sacerdotes o curas, vicarios y monjas), una referencia al símbolo y emblema más importante de la religión cristiana –la cruz–, y un último cartel en el que aparece mencionada la máxima institución de la Iglesia Católica: el Vaticano.

No obstante, hay que señalar que, como ya comentamos en el capítulo 4, una de los cambios sociales que se viven en la Transición es la creciente secularización de la población, lo que conlleva un cambio importante de cambio de valores religiosos que, unido a la desaparición de la censura y a la pérdida del miedo por parte de la sociedad

ante posibles represalias gubernamentales, provoca el aumento del campo temático del cine español y, por tanto, de sus carteles. Por todo ello, algunas referencias textuales manifiestan cuestiones hasta ahora prohibidas por la religión y las "normas" morales. Hablamos de los carteles de *Cartas de amor de una monja*, 1978, de Jorge Grau, *La boda del señor cura*, 1979, de Rafael Gil, o de *El hijo del cura*, 1982, de Mariano Ozores.

Prácticamente todos los casos de referencias textuales aparecen acompañados de imágenes que recalcan su significado, de tal forma que en los casos en los que se menciona a personajes religiosos, la composición gráfica les muestra abiertamente. También el cartel para *La cruz del diablo*, 1975, de John Gilling, presenta una cruz en primer plano que contiene el rostro de un personaje, posiblemente el diablo. Y el cartel de *Muerte en el Vaticano*, 1982, de Marcello Aliprandi, muestra al Papa sobre el perfil de la ciudad del Vaticano.

Sin embargo, aparecen dos piezas en las que la referencia gráfica no es tan clara y directa. El cartel de *Proceso a Jesús*, 1973, de José Luis Sáenz de Heredia, muestra el rostro irritado de un hombre que nada hace pensar que sea el Jesús de su época. Y la solución gráfica para el cartel de *A un dios desconocido*, 1977, de Jaime Chavarri, se resuelve ocupando toda la superficie con un comodín de una baraja, metáfora del ser que todo lo puede.

En cuanto a la representación gráfica de los carteles asignados a esta subcategoría, y tras los comentados anteriormente, vemos que se siguen incorporando personajes religiosos (la figura del sacerdote en *Pepita Jiménez*, 1975, de Rafael Moreno Alba, en *Doña Perfecta*, 1977, de César F. Ardavín, en *F.E.N.*, 1979, de Antonio Fernández, y en *La casada divertida*, 1982, de Augusto Fenollar; la figura de un prelado superior en el cartel para *Unos granujas decentes*, 1979, de Mariano Ozores, en el que un obispo se besa con una mujer semidesnuda); también referencias a los ángeles y el diablo (*Pero no vas a cambiar nunca, Margarita?*, 1978, de Chumy Chumez, y *La casa del paraíso*, 1981, de Santiago San Miguel); pero también ritos religiosos como en el cartel de *Las bodas de Blanca*, 1975, de Francisco Regueiro, y la recreación de algunos mitos, como los representados en los carteles de *Y el prójimo?*, 1974, de Ángel del Pozo, que hace referencia a la creación del hombre, y *Reborn (Renacer)*, 1981, de José Juan Bigas Luna, que incorpora el renacimiento.

D.2.- Política

Tratando de establecer las correspondencias temáticas e iconográficas con el fenómeno del cambio sociopolítico, se incluyen en esta categoría todas aquellas referencias textuales y/o visuales que de manera explícita hacen referencia a España, a la nación, la bandera, la constitución, las instituciones públicas y/o políticas, la guerra civil, gobernantes o personajes políticos, la referencia a partidos políticos o a cualquier ideología política, la crítica política, la revisión histórica o social, etc.

Consiguientemente, esta subcategoría recoge 45 carteles del total de la muestra, lo que supone un 10,73% del total de la muestra, y repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	2	0	1	7	5	7	4	7	3	9
% de los 45 de esta subcat.	4,44%	0,00%	2,22%	15,55%	11,11%	15,55%	8,88%	15,55%	6,66%	20,00%
% de la muestra total	0,47%	0,00%	0,23%	1,67%	1,19%	1,67%	0,95%	1,67%	0,71%	2,14%

Con los datos anteriores, vemos cómo en los primeros años de nuestro estudio, las referencias en clave política son escasas. No hay que olvidar que en esos años todavía está vigente la dictadura, pues Francisco Franco no muere hasta 1975 y no se celebran las primeras elecciones democráticas hasta 1977. Concretamente, en el último año de nuestro estudio es cuando se presentan más casos, coincidiendo con el momento de mayor estabilidad política.

En cuanto a las referencias textuales a personajes o cuestiones de índole política se han asignado a esta subcategoría 24 carteles, de los cuales siete hacen referencia a distintas autoridades gubernativas: rey, reina, alcalde, caudillo, diputado, presidente de la República o ministro; dos hacen referencia al ejército o las Fuerzas Armadas, concretamente a la legión y a los soldados; uno más a la guerra civil; cuatro, para las referencias a movimientos políticos, como el fascismo, el socialismo e, incluso, menciones a personajes ajenos a la política; cinco carteles mencionan a España y a la

nación; y cuatro más que hacen referencia a la Constitución, el consenso, y problemas político-sociales como el despido improcedente y las autonomías.

Y por último, se incluye un cartel que si bien su referencia no es directa y explícita, se ha incorporado pues el título recoge una frase por todos conocida. Se trata del cartel de *Todos al suelo*, 1982, de Mariano Ozores, en el que se alude al golpe de Estado de 1981.

Todos estos carteles van acompañados de imágenes que refuerzan o contradicen su acepción. Así, en el caso de aquéllos que hacen referencia a autoridades gubernativas, tan sólo el cartel de *Caudillo*, 1977, de Basilio Martín Patiño, muestra el rostro real de Francisco Franco, mientras el resto de carteles muestran a distintos actores que personifican a cada gobernante. De igual forma, el cartel para *Reina Zanahoria*, 1978, de Gonzalo Suárez, muestra un dibujo la estatua americana de la libertad sosteniendo la hortaliza.

Y el resto de carteles con referencias textuales vienen acompañadas de diferentes escenarios situacionales a los que se colocan algunos detalles como la bandera española en las referencias a la nación, una rosa en los que mencionan el socialismo, guerra y armas en los que aluden a la guerra civil, etc.

Sin embargo, es necesario mencionar aquéllos en los que claramente se contradice su contenido textual con el gráfico. Es el caso por ejemplo de *El consenso*, 1980, de Javier Aguirre, en el que se muestra a dos mujeres semidesnudas peleándose sobre los leones de las Cortes, o de *Alicia en la España de las maravillas*, 1978, de Jorge Feliu, en el que aparece una mujer totalmente desnuda pero amordazada, con lo que se impide que hable y se exprese libremente.

En cuanto a la representación gráfica de personajes o cuestiones de índole política seguimos encontrando en numerosos carteles la bandera española (*La corea*, 1976, de Pedro Olea, y *La nova cançó*, 1976, de Francesc Bellmunt); alusiones al ejército (*Los caballeros del botón de ancla*, 1973, de Ramón Torrado; *Novios de la muerte*, 1975, de Rafael Gil; o *Guerreras verdes*, 1976, de Ramón Torrado); a la guerra civil (*La vieja memoria*, 1977, Jaime Camino, *Los días del pasado*, 1977, de Mario Camus, e *Interior rojo*, 1982, de Eugeni Anglada); a Francisco Franco (*Historia de "S"*, 1979, de Francisco Lara Polop, *Hijos de papá*, 1980, de Rafael Gil, y *De camisa vieja a chaqueta nueva*, 1982, de Rafael Gil); al fascismo, con el cartel para *Dimorfo*, 1981, de

Manuel Rodjara Rodríguez; al terrorismo político (*Siete días de enero*, 1979, de Juan Antonio Bardem, y *Operación Ogro*, 1980, de Gillo Pontecorvo); etc.

Por otro lado, hay que señalar un cartel más incluido en esta subcategoría en el cual su representación gráfica no es tan manifiesta. Se trata del diseño para *La ciudad quemada*, 1976, de Antoni Ribas, en el que toda la composición se basa en una gran llamarada, pero en la base del cartel aparecen pequeñas escenas relativas a la famosa "Semana trágica" de comienzos del siglo XX.

D.3.- Género

Se incluyen aquí todas aquellas referencias textuales y/o visuales, relativas a sexismo, es decir, tendencias, actitudes o acciones que valoran o discriminan a las personas por razón de su sexo, normalmente por considerarlo inferior al otro.

Se recogerán igualmente todas aquellas referencias en las que se muestre a una persona como ganado, insultos, infantilización, tratamiento degradante de la persona en el sentido de inferioridad, relaciones manifiestas de subordinación, inferioridad, tratamiento peyorativo, mercantilización del cuerpo, explotación sexual, desnudos injustificados, uso de la persona como gancho visual (como cebo), asociaciones degradantes con objetos o animales, etc.

Por lo tanto, y una vez efectuado el análisis, en esta subcategoría se han colocado 70 carteles, un 16,7% del total de la muestra, repartidos de la siguiente manera:

	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Nº Carteles	8	8	10	8	7	7	7	3	8	4
% de los 70 de esta subcat.	11,42%	11,42%	14,28%	11,42%	10,00%	10,00%	10,00%	4,28%	11,42%	5,71%
% de la muestra total	1,90%	1,90%	2,38%	1,90%	1,67%	1,67%	1,67%	0,71%	1,90%	0,95%

Como muestra la tabla anterior, los carteles que muestran cuestiones de género o sexismo se encuentran repartidos uniformemente a lo largo de los años del estudio, si bien al final empiezan a reducirse ligeramente.

En cuanto a las referencias textuales a cuestiones de género y sexismo se han asignado a esta subcategoría 16 carteles, de los cuales 6 de ellos presentan claramente argumentos sexistas. Son los carteles de: *Busco tonta para fin de semana*, 1973, de Ignacio F. Iquino, en el que además se acompaña el texto con una mujer ligera de ropa en primer plano; *El calzonazos*, 1974, de Mariano Ozores, como clara referencia al hombre débil y condescendiente que se deja manejar por una mujer; *Polvo eres*, 1974, de Vicente Escrivá, al que se añade la imagen de una sugerente mujer que llena todo el cartel; *Ambiciosa*, 1975, de Pedro Lazaga, acompañado de la imagen de una mujer que se desnuda ante el espectador; *La mujer es un buen negocio*, 1976, de Valerio Lazarov, en el que se presenta una mujer semidesnuda bailando ante el rostro de un hombre; y *Préstame tu mujer*, 1980, de Jesús Yagüe, en el que se considera a la mujer como un objeto que se puede prestar.

Por otro lado, dos carteles más manifiestan un tratamiento de género. Son las piezas para *Señora doctor*, 1973, de Mariano Ozores, y *Virilidad a la española*, 1975, de Francisco Lara Polop. El primero de ellos sitúa a la mujer en una profesión todavía muy masculina en esos años, mientras que el segundo menciona la virilidad masculina, y todavía más si vemos que la imagen que lo acompaña es la de un hombre aturdido ante la exposición más que sugerente del cuerpo de una mujer.

No obstante, hemos incluido seis carteles más en los que textualmente hacen una referencia algo incierta a la mercantilización del cuerpo, siempre femenino en todos los casos, pero que se confirma con las imágenes que acompañan ese texto. Son los carteles de: *Las señoritas de mala compañía*, 1973, de José Antonio Nieves Conde; *Yo soy Fulana de Tal*, 1975, de Pedro Lazaga; *Zorrita Martínez*, 1975, de Vicente Escrivá; *Fulanita y sus menganos*, 1976, de Pedro Lazaga; *Camas calientes*, 1979, de Luigi Zampa; y *Los chulos*, 1981, de Mariano Ozores.

Hay que añadir además otros dos carteles: *Un casto varón español*, 1973, de Jaime de Armiñán, en el que se hace referencia textual a la castidad del hombre, mientras las imágenes muestran a unas lascivas mujeres; y *Mi mujer es muy decente dentro de lo que cabe*, 1975, de Antonio Drove, en el que al contrario que el caso

anterior se habla de la decencia de la mujer, pero por el contrario se la dibuja metida en una jaula, como un animal al que hay que vigilar.

En cuanto a la representación gráfica de situaciones, actos, gestos, etc., relativos al sexismo y al género hemos encontrado principalmente carteles en los que se utiliza a la mujer bien como un mero gancho visual o bien como objeto sexual. Pero también se dan casos de mercantilización del cuerpo, de nuevo femenino, y de explotación sexual, de lo que hoy se denomina violencia de género, de cambios en los roles de género, y por último, de un uso de tratamiento peyorativo hacia la persona.

En cuanto al uso de una persona como gancho visual, se han encontrado 25 casos en los que se presenta a la mujer en actitudes eróticas e insinuantes con la única finalidad de llamar la atención sobre el cartel. Hay que decir, que también se da el caso de un cartel en el que es un hombre desnudo el que se usa como cebo. Quizá los carteles más representativos sean: *La chica del molino rojo*, 1973, de Eugenio Martín; *Abortar en Londres*, 1977, de Gil Carretero; *Puerco mundo*, 1979, de Sergio Bergoncelli; *El lago de las vírgenes*, 1981, de Jesús Franco; y *Viva, muera, don Juan Tenorio*, 1977, de Tomás Aznar.

En el caso de los carteles en los que se muestra a la persona como objeto sexual, de nuevo es la mujer la que sufre este tratamiento, encontramos seis piezas en las que se exhiben los cuerpos desnudos o semidesnudos de mujeres que se exponen ante la mirada ansiosa de los hombres. Son los carteles de: *Lo verde empieza en los Pirineos*, 1973, de Vicente Escrivá; *Pisito de solteras*, 1973, de Fernando Merino; *El poder del deseo*, 1975, de Juan Antonio Bardem; *Sensualidad*, 1975, de Germán Lorente; *Más allá del deseo*, 1976, de José Antonio Nieves Conde; y *Tamaño natural*, 1977, de Luis García Berlanga.

También los casos encontrados de mercantilización del cuerpo y explotación aluden a la figura femenina únicamente. Son cinco casos en los que la mujer se prostituye ante la mirada del hombre, como en *Haz la loca… no la guerra*, 1976, de José Truchado.

En cuanto a lo que hoy denominamos violencia de género, es decir, que una persona de un sexo ataque o agreda a otra del sexo contrario, se han detectado siete casos, en los que de nuevo es la mujer la que sufre el maltrato. En cinco de los casos se dibuja a un hombre pegando o pisoteando a una mujer (por ejemplo, el cartel de *El*

límite del amor, 1976, de Rafael Romero-Marchent), mientras que en los otros dos o bien se la amenaza con un hacha (*Bruja, más que bruja*, 1977, de Fernando Fernán Gómez) o bien con una pistola de caza, a la vez que se refieren a ella como un animal (*Batida de raposas*, 1976, Carlos Serrano).

Se han encontrado además dos casos en los que se hace mención a la identidad cultural y social del hombre y la mujer. Los carteles para *El insólito embarazo de los Martínez*, 1974, de Javier Aguirre, y *El señor está servido*, 1975, de Silesio Isla, muestran un cambio en el rol tradicional y culturalmente transmitido y aceptado, rompiendo expectativas de comportamiento. Así, ambas piezas representan al hombre en situaciones o conductas que se espera más propias de la mujer: ante un embarazo, es el hombre el que necesita más cuidados, en el primero de los casos, y es también el hombre el que se ocupa de las tareas domésticas, en el segundo.

Por último, se han asignado nueve carteles a esta subcategoría por el hecho de mostrar un tratamiento gráfico peyorativo hacia la mujer, que queda reducida en todos los casos a aquellas partes de su cuerpo que más atraen sexualmente a un hombre. Véanse sino los carteles de *La querida*, 1976, de Fernando Fernán Gómez; *La miel*, 1979, de Pedro Masó; *La momia nacional*, 1981, de José Ramón Larraz; o *Laberinto de pasiones*, 1982, de Pedro Almodóvar.

6.6.2 Resultados de la relación entre categorías.

Una vez analizadas cada una de las categorías, procedemos a continuación a observar el grado de representatividad de cada una de ellas dentro del conjunto total de la muestra, así como a establecer las pautas y relaciones que se producen.

El corpus de análisis se ha establecido en 419 carteles cinematográficos elaborados para la promoción de largometrajes de nacionalidad española desde 1973 a 1982 y, una vez efectuado el análisis, nos encontramos los resultados que muestra la siguiente tabla:

CATEGORÍAS	Nº CARTELES	% DE LA MUESTRA
VÍNCULOS Y ESTRUCTURAS FAMILIARES EXPRESIONES SEXUALES CONDUCTAS ASOCIALES CONTENIDOS IDEOLÓGICOS	332	79,24%
OTROS	87	20,76%

Vemos cómo se han asignado 332 carteles al conjunto de las categorías definidas para el análisis, lo que supone un 79,24% del total de la muestra, frente a los 87, un 20,76% que no presentan elementos gráficos o textuales que les permitan ser ubicados en ninguna de ellas.

Estos resultados obtenidos demuestran cómo el cambio social y político que se produce en el período de la transición democrática española tiene su reflejo en el cartel cinematográfico español correspondiente a ese período. El porcentaje de carteles asignados es muy alto y esto nos lleva a pensar que posiblemente se hubiesen encontrado más casos si se hubiera establecido un mayor número de categorías en el análisis.

En cuanto al número de carteles asignados a cada categoría, las tablas siguientes nos permiten apreciar su reparto, teniendo en cuenta que, como ya hemos comentado anteriormente, hemos tenido en cuenta la posibilidad de asignar el mismo cartel a más

de una categoría y/o subcategoría cuando así ha sido necesario, por lo que no se corresponde el total reflejado en cada categoría con la suma de sus subcategorías:

CATEGORÍAS	Nº CARTELES	% DE LA MUESTRA
VÍNCULOS Y ESTRUCTURAS FAMILIARES	90	21,47%
EXPRESIONES SEXUALES	152	36,27%
CONDUCTAS ASOCIALES	66	15,75%
CONTENIDOS IDEOLÓGICOS	131	31,26%

CATEGORÍA	Nº CARTELES	% DE LA MUESTRA TOTAL
VÍNCULOS Y ESTRUCTURAS FAMILIARES		
Familias convencionales / no convencionales	70	16,70%
Adulterio	13	03,10%
Divorcio	12	02,86%
Aborto	02	00,47%
EXPRESIONES SEXUALES		
Destape	117	27,92%
Relaciones sexuales explícitas	34	08,11%
Homosexualidad	08	01,90%
Precocidad sexual	08	01,90%
CONDUCTAS ASOCIALES		
Drogas	11	02,62%
Terrorismo	02	00,47%
Delincuencia	54	12,88%
CONTENIDOS IDEOLÓGICOS		
Religión	19	04,53%
Política	45	10,73%
Género	70	16,70%

CATEGORÍA	Nº CARTELES / AÑO										TOTAL	% MUESTRA
	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982		
VÍNCULOS Y ESTRUCT. FAMILIARES												
Familias convencionales / no convencionales	5	9	9	7	2	4	5	14	6	9	70	16,70%
Adulterio	2	3	1	1	0	0	1	3	1	1	13	03,10%
Divorcio	0	0	5	1	1	0	0	1	2	2	12	02,86%
Aborto	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	02	00,47%
EXPRESIONES SEXUALES												
Destape	10	12	12	16	14	9	9	8	17	10	117	27,92%
Relaciones sexuales explícitas	2	3	6	5	6	4	1	2	2	3	34	08,11%
Homosexualidad	0	1	0	1	3	2	0	0	1	0	8	01,90%
Precocidad sexual	1	2	2	0	0	2	1	0	0	0	8	01,90%
CONDUCTAS ASOCIALES												
Drogas	0	0	0	0	1	2	0	5	2	1	11	02,62%
Terrorismo	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	00,47%
Delincuencia	11	6	6	5	7	5	1	5	7	3	54	12,88%
CONTENIDOS IDEOLÓGICOS												
Religión	1	1	3	0	2	2	3	0	4	3	19	04,53%
Política	2	0	1	7	5	7	4	7	3	9	45	10,73%
Género	8	8	10	8	7	7	7	3	8	4	70	16,70%
TOTAL	42	46	55	51	49	44	33	49	53	45		

Vemos cómo la categoría “Expresiones sexuales” es la más grande, seguida de “Contenidos ideológicos”, “Vínculos y estructuras familiares” y, por último, “Conductas asociales”.

Pero hay que tener en cuenta la existencia de carteles que se han asignado a más de una categoría. Así, se han encontrado doce casos en los que el mismo cartel se ha colocado en “Vínculos y estructuras familiares” y en “Expresiones sexuales”. Generalmente la coincidencia viene marcada porque los carteles presentan signos gráficos o textuales que les otorga su pertenencia a la primera categoría, pero también muestran signos de destape y relaciones sexuales principalmente, aunque hay dos casos en los que aparecen indicios de relaciones precoces.

Por otro lado, también hay cinco casos de coincidencia entre “Vínculos y estructuras familiares” y “Conductas asociales”, siendo el motivo la inclusión de escenas de violencia en el contenido gráfico del cartel.

También siete carteles se han asignado indistintamente a la primera categoría y a “Contenido ideológico”, y la razón principal es la manifestación gráfica de matrimonios religiosos, católicos, aunque también se mencionan cuestiones como los hijos y los matrimonios de los sacerdotes. Además, se relaciona también a la familia con escenas de asunto político.

Al mismo tiempo, aparece un cartel asignado a tres categorías (“Vínculos y estructuras familiares, “Expresiones sexuales” y “Conductas asociales”), y cinco más colocados en “Vínculos y estructuras familiares”, “Expresiones sexuales” y “Contenido ideológico”. En el primer caso, se trata de una pieza que incluye a una familia rodeada de escenas de sexo y violencia. En el segundo, son cinco carteles que plantean distintos escenarios familiares (matrimonios, aborto, divorcios) acompañados de escena donde claramente se aprecia el fenómeno del destape, pero utilizando a la figura femenina como gancho visual y objeto sexual.

En definitiva, podemos decir que se manifiesta principalmente el modelo de familia tradicional, de matrimonios con hijos, pero también van apareciendo modelos alternativos, como padres solteros o parejas sin hijos. También se reconocen y se aceptan las infidelidades, el adulterio y las rupturas matrimoniales. Así, las referencias al adulterio, al divorcio y al aborto son menores, pero ya empiezan a reflejarse estas cuestiones en el tratamiento gráfico de los carteles. Se acompañan las escenas familiares

con sexo, violencia en algunos casos, pero sobre todo con destape del cuerpo femenino, la mayoría de las veces tratado de forma peyorativa.

La categoría de "Conductas asociales" es la menos representativa, con tan sólo un 15,75% de los carteles de la muestra, pese a que en los años de estudio aumenta significativamente la violencia y el consumo de drogas. No obstante, también encontramos coincidencias entre las piezas asignadas a esta categoría con otras del análisis. Además de las ya comentadas con "Vínculos y estructuras familiares", aparecen seis casos en los que coincide con "Expresiones sexuales" y siete con "Contenido ideológico".

Su relación con la categoría "Expresiones sexuales" es bastante evidente, pues además de presentar distintos ambientes o escenarios asociales, se incluyen en los carteles distintos personajes desnudos o semidesnudos, simplemente como gancho visual, por lo que no se puede hablar de una relación directa de estas conductas asociales con cuestiones sexuales.

Por otro lado, la coincidencia de siete casos con "Contenido ideológico" sí manifiesta la relación que se produce entre escenas de violencia y cuestiones de violencia de género y terrorismo político.

Las dos categorías con mayor número de carteles asignados son "Expresiones sexuales" y "Contenido ideológico", por ese orden, con un 36,27% y un 31,26% del total de la muestra, respectivamente. Y el motivo es evidente. Por un lado, el fenómeno del destape se extiende rápidamente desde el cine a todos los medios de comunicación, y el cartel cinematográfico no es ajeno a ello, presentando porcentajes muy altos de carteles asignados a esta subcategoría a lo largo de los años de nuestro estudio, aunque empieza a frenarse ligeramente en el último año. Por otro lado, en cuanto al contenido ideológico, también es incuestionable la importancia que adquieren los carteles que muestran contenido político y, sobre todo, de género.

Es indiscutible que la nueva situación política y social de este período contribuye a la creación de lo que hemos denominado cine de apertura, lo que significa un aumento considerable de nuevos temas a contar, al margen de que su expresión busque más o menos reflexión o implicación política por parte del espectador.

No obstante, pese a que en este caso la subcategoría "Política" presenta uno de los porcentajes más altos, no creemos que esa nueva libertad temática se manifieste

gráficamente de manera significativa en los carteles de cine que corresponden a tales películas. Tan sólo son 45 piezas que si bien, desde este punto de vista, presentan un código gráfico que no manifiesta cambios importantes con respecto a la década anterior –salvo la inclusión en algunos casos de imágenes de la guerra, representaciones de instituciones policiales como la Guardia Civil, el retrato de Franco o la figura de Hitler, por ejemplo– pero sin embargo en su parte textual, concretamente en la elección del título del filme, sí podríamos decir que el cartel es revelador y testimonio de la nueva situación socio-política española.

Sin embargo, es muy más revelador el porcentaje de carteles asignados a la subcategoría de género. Son 70 piezas en las que principalmente se presentan argumentos sexistas, mercantilización del cuerpo, explotación sexual, desnudos injustificados, uso de la persona como gancho visual, etc.

Por este motivo, encontramos hasta 54 carteles que se han asignado igualmente a las categorías de “Expresiones sexuales” y “Contenido ideológico”, principalmente por unir el fenómeno del destape con un tratamiento peyorativo de la imagen de la mujer.

Pero también se añaden dos carteles más en los que se manifiesta la coincidencia anteriormente mencionada con la categoría de “Conductas asociales”, simplemente por el hecho de nuevo de presentar escenas violentas.

En definitiva, vemos cómo es cierta la desigualdad sexual entre el hombre y la mujer. Es el hombre el que principalmente busca el sexo, mientras que la mujer, aparece como un objeto al servicio del deseo sexual del varón. También la inmoralidad de ciertos escenarios o ambientes deja de ser tan deshonesta y obscena y se representan los cabarets, la prostitución y las relaciones sexuales con más de una persona como un hecho natural y aceptable. La frialdad marcada anteriormente en las efusiones amorosas deja paso a todo un abanico de besos, abrazos, pasiones y escenas de cama.

6.7 Referencias bibliográficas

- ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.
- ARREGUI, J. F. (2009). *Por el cambio. 30 años de propaganda política en España*. Sevilla, Comunicación Social.
- BARDIN, L. (2002) (3ª Ed): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens.* Denver, Arden Press.
- BEUTLER, I.; BURR, W.; BAHR, K. y HERRIN, D. (1989): "The Family Realm: Theoretical contributions for understanding its uniqueness", en *Journal of Marriage and the Family*, vol. 51.
- BOROBIO, D. (1994): *Familia, sociedad, Iglesia: identidad y misión de la familia cristiana.* Bilbao, Desclée de Brouwer.
- CLEMENTE, M. y SANTALLA, Z. (1991): *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao, Deusto.
- CRITTO, A. (1982): *El método científico en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Paidós.
- DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2002): *Estereotipos de género en la publicidad de la II República española: Crónica y Blanco y Negro*. Tesis Doctoral. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- DEL CAMPO, S. (1994). *Tendencias sociales en España (1960-1990)*. Bilbao, Fundación BBV.
- DRU, J. M. (1997): *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*. Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1990): *El análisis del mensaje publicitario*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
  - —(2002): *Memoria de la seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*. Madrid, Biblioteca Nacional.
  - —(2010): "La historia del cartel como forma de Historia Cultural", en de Andrés del Campo, S., (Coord): *Otros fines de la Publicidad*, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- FERNÁNDEZ MELLADO, R. (2007): "El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 18. Universidad Complutense, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. [en línea]. Consultado el 5 de mayo de 2008.
- GAITÁN MOYA, J. A. y PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1998): *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid, Síntesis, 1998.
- GIL CALVO, E. (1994) (2ª Ed): "Formas de expresión erótica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- GONZÁLEZ DE PRADO, M. (2006): "¿De dónde vienen las ideas?". *Control, la primera revista de publicidad*, nº 526, Madrid, Edipo.
- GONZÁLEZ MARTÍN, R. (2004): "La publicidad en el imaginario cultural de la democracia española: 1976-2003". *Historia y Comunicación Social*, nº 9. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- HEREDERO, C. F. (1989): "El reflejo de la evolución social y política en el cine español de la transición y de la democracia: historia de un desencuentro", en BENET, V. J. [et al.]: *Escritos sobre el cine español, 1973-1987*. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2005): "Esperanzas, compromisos y desencantos. El cine durante la transición española (1973-1983)", en CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs): *La nueva memoria. Historia(s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.
- HOPEWELL, J. (1989): *El cine español después de Franco. 1973 – 1988*. Madrid, Ediciones El Arquero.
- LÉVI-STRAUSS, CL. (1984) (4ª Ed.): "La familia", en LÉVI-STRAUSS, SPIRO y GOUGH: *Polémica sobre el origen y la universalidad de la familia*. Barcelona, Anagrama.
- MARCOS MOLANO, M. (1996): *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975:1985*. Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 23 de octubre de 2009.
- MARTÍN LÓPEZ, E. (2000): *Familia y sociedad: una introducción a la sociología de la familia*. Madrid, Rialp.
- MONDELO GONZÁLEZ, E. (1996): *Rasgos de identidad de los jóvenes en el cine español de los años 1960 y 1990-91*. Tesis Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 5 de marzo de 2010.

- MONTERDE, J.E. (1993): *Veinte años de cine español (1973-1992). Un cine bajo la paradoja.* Barcelona, Paidós Ibérica.
- MURILLO, F., GARCÍA DE LA SERRANA, J. L., et al (2006): *Transformaciones políticas y sociales en la España democrática*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- PÉREZ PERUCHA, J. y PONCE, V. (1986): "Algunas instrucciones para evitar naufragios metodológicos y rastrear la transición democrática en el cine español", en *El Cine y la transición política española*. Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- TERUEL RODRÍGUEZ, L. (2004): "La información cinematográfica en Andalucía durante la Transición como garante de los valores del Régimen" en *Ámbitos: Revista internacional de Comunicación*, nº 11-12, Sevilla, Universidad de Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, pp. 451-464.
- TEZANOS, J. F. (1989): "Modernización y cambio social en España", en TEZANOS, J. F., COTARELO, R. y DE BLAS, A. (Eds): *La transición democrática española*. Madrid, Sistema.
- TRENZADO ROMERO, M. (1999): *Cultura de masas y cambio político: el cine español de la transición*. Madrid, Centro de Investigaciones sociológicas.

  —(2007): "Cine y poder: el cine español y la secularización del discurso público sobre la moral durante la transición y consolidación democrática", en *Política y Sociedad*, vol. 44, núm. 3. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

6.8 Bibliografía y documentación del capítulo

- ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.
- AYALA, F. (1988) (1ª Ed.: 1952): *Introducción a las Ciencias Sociales*. Madrid, Cátedra.
- ARREGUI, J. F. (2009). *Por el cambio. 30 años de propaganda política en España.* Sevilla, Comunicación Social.
- BARDIN, L. (2002) (3ª Ed): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BERELSON, B. (1971): *Content Analisis in Communication Research,* New York, Hafner.
- BERICAT, E. (1998): *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativos en la investigación social. Significado y medida.* Barcelona, Ariel.
- BERMEJO BERROS, J. (2005): "Cambio social, cambio publicitario: efectos sobre el receptor", en BERMEJO BERROS, J. (Coord.): *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens.* Denver, Arden Press.
- BEUTLER, I.; BURR, W.; BAHR, K. y HERRIN, D. (1989): "The Family Realm: Theoretical contributions for understanding its uniqueness", en *Journal of Marriage and the Family*, vol. 51.
- BOROBIO, D. (1994): *Familia, sociedad, Iglesia: identidad y misión de la familia cristiana.* Bilbao, Desclée de Brouwer.
- BUNGE, M. (1983) (1ª Ed. 1969): *La investigación científica*, Barcelona, Ariel Métodos.
- CATHELAT, B. (1987): *Publicité et Société.* Paris, Payot.
- CLEMENTE, M. y SANTALLA, Z. (1991): *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao, Deusto.
- COSTA, J. (1993): *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*, Madrid, FUNDESCO.
- CRITTO, A. (1982): *El método científico en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Paidós.
- DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2002): *Estereotipos de género en la publicidad de la II República española: Crónica y Blanco y Negro*. Tesis Doctoral. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- DEL CAMPO, S. (1994). *Tendencias sociales en España (1960-1990)*. Bilbao, Fundación BBV.

- DRU, J. M. (1997): *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*. Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1990): *El análisis del mensaje publicitario*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

  —(1998): Historia de la Publicidad, Madrid, Eresma y Celeste Ediciones.

  —(2002): *Memoria de la seducción. Carteles del siglo XIX en la Biblioteca Nacional*. Madrid, Biblioteca Nacional.

  —(2010): "La historia del cartel como forma de Historia Cultural", en de Andrés del Campo, S., (Coord): *Otros fines de la Publicidad*, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- FERNÁNDEZ MELLADO, R. (2007): "El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 18. Universidad Complutense, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. [en línea]. Consultado el 5 de mayo de 2008.
- FERRER, E. (1994): *El lenguaje de la publicidad*, México, Fondo de Cultura Económica.
- GAITÁN MOYA, J. A. y PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1998): *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid, Síntesis, 1998.
- GIL CALVO, E. (1994) (2ª Ed): "Formas de expresión erótica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- GONZÁLEZ DE PRADO, M. (2006): "¿De dónde vienen las ideas?". *Control, la primera revista de publicidad*, nº 526, Madrid, Edipo.
- GONZÁLEZ MARTÍN, J. A. (1982): *Fundamentos para la teoría del mensaje publicitario*, Madrid, Forja.

  —(1996): *Teoría General de la Publicidad*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- GONZÁLEZ MARTÍN, R. (2004): "La publicidad en el imaginario cultural de la democracia española: 1976-2003". *Historia y Comunicación Social*, nº 9. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- HEREDERO, C. F. (1989): "El reflejo de la evolución social y política en el cine español de la transición y de la democracia: historia de un desencuentro", en BENET, V. J. [et al.]: *Escritos sobre el cine español, 1973-1987*. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2005): "Esperanzas, compromisos y desencantos. El cine durante la transición española (1973-1983)", en CASTRO DE PAZ, J. L.,

PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs): *La nueva memoria. Historia(s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.

- HOPEWELL, J. (1989): *El cine español después de Franco. 1973 – 1988.* Madrid, Ediciones El Arquero.
- KIENTZ, A. (1974): *Para analizar los mass media. El análisis de contenido*, Valencia, Fernando Torres.
- LEÓN, J. L. (1996): *Los efectos de la publicidad*, Madrid, Ariel.
- LÉVI-STRAUSS, CL. (1984) (4ª Ed.): "La familia", en LÉVI-STRAUSS, SPIRO y GOUGH: *Polémica sobre el origen y la universalidad de la familia*. Barcelona, Anagrama.
- LÓPEZ-ARANGUREN, E. (1994): "El análisis de contenido", en GARCÍA FERRANDO, M; IBÁÑEZZ, J.; y ALVIRA, F. (comps.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.* Madrid, Alianza Universidad Textos.
- LÓPEZ PÉREZ, S. (2005): "La publicidad como factor de cambio en los procesos de transformación social: el caso de España en el paso del franquismo a la democracia", en BERMEJO BERROS, J. (Coord.): *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro.* Sevilla, Comunicación Social.
- MARCOS MOLANO, M. (1996): *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975:1985.* Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 23 de octubre de 2009.
- MARTÍN LÓPEZ, E. (2000): *Familia y sociedad: una introducción a la sociología de la familia.* Madrid, Rialp.
- MAZO DEL CASTILLO, J. M. (1994): *Estructuras de la comunicación por objetivos. Estructuras publicitarias y de Relaciones Públicas*, Barcelona, Ariel.
- MONDELO GONZÁLEZ, E. (1996): *Rasgos de identidad de los jóvenes en el cine español de los años 1960 y 1990-91*. Tesis Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 5 de marzo de 2010.
- MONTERDE, J.E. (1993): *Veinte años de cine español (1973-1992). Un cine bajo la paradoja.* Barcelona, Paidós Ibérica.
- MORALES, J. F.; MOYA, M.; [et al.] (1997): *Psicología social*, Madrid, McGraw Hill.
- MURILLO, F., GARCÍA DE LA SERRANA, J. L., et al (2006): *Transformaciones políticas y sociales en la España democrática*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- OROZCO, G. (1997): *La investigación de la comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Buenos Aires, Instituto Latinoamericano para el Desarrollo Comunitario-Universidad Nacional de la Plata.

- PÉREZ PERUCHA, J. y PONCE, V. (1986): "Algunas instrucciones para evitar naufragios metodológicos y rastrear la transición democrática en el cine español", en *El Cine y la transición política española*. Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. y GAITÁN MOYA, J. A. (1995): *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Madrid, Síntesis.
- SANTOS, M. (1986): "Perspectivas sociológicas de la comunicación", en YARCE, J. (Ed.): *Filosofía de la Comunicación*. Pamplona, EUNSA.
- SZTOMPKA, P. (1995): *Sociología del cambio social*. Madrid, Alianza Editorial.
- TERUEL RODRÍGUEZ, L. (2004): "La información cinematográfica en Andalucía durante la Transición como garante de los valores del Régimen" en *Ámbitos: Revista internacional de Comunicación*, nº 11-12, Sevilla, Universidad de Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, pp. 451-464.
- TEZANOS, J. F. (1989): "Modernización y cambio social en España", en TEZANOS, J. F., COTARELO, R. y DE BLAS, A. (Eds): *La transición democrática española*. Madrid, Sistema.
- TOPOLSKY, J. (1982) (1ª Ed.: 1973): *Metodología de la historia*, Madrid, Cátedra.
- TRENZADO ROMERO, M. (1999): *Cultura de masas y cambio político: el cine español de la transición*. Madrid, Centro de Investigaciones sociológicas.

  —(2007): "Cine y poder: el cine español y la secularización del discurso público sobre la moral durante la transición y consolidación democrática", en *Política y Sociedad*, vol. 44, núm. 3. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- TUÑÓN DE LARA, M. (1973): *Metodología de la historia social de España*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.
- WIMMER, R. D. y DOMINICK, J. R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona, Bosch Casa Editorial.

CAP. VII

Conclusiones

Dibujo de Antonio Ozores, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.184.*

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

Toda vez que hemos llevado a cabo el presente trabajo de investigación, es el momento de comprobar si la hipótesis planteada en el comienzo del estudio se verifica. Igualmente, debemos comprobar el nivel de consecución de los objetivos propuestos.

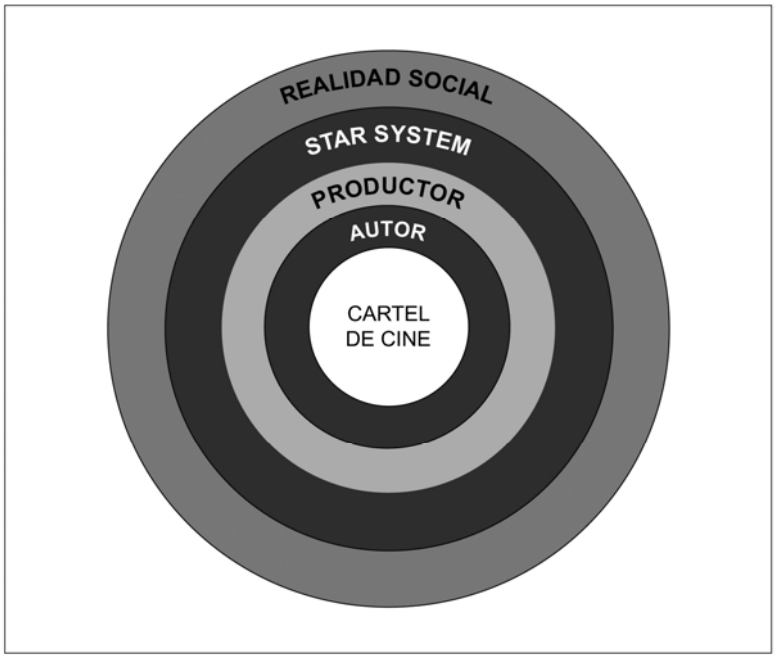
En el capítulo anterior se ha planteado el análisis efectuado en este estudio con el objetivo de verificar nuestra hipótesis, mostrando los resultados de tal análisis como un conjunto de soluciones verificadoras. Sin embargo, mostramos a continuación los puntos más significativos.

Recordamos que la hipótesis de partida se planteaba de la siguiente manera:

> *El cartel de cine es una expresión gráfica del cambio social y del consiguiente sistema de valores de la España de la transición.*

El cartel de cine es una modalidad específica del cartel comercial, y éste se define como un medio de comunicación publicitaria. Por lo tanto, el mensaje del cartel cinematográfico es una secuencia de signos que recrea una determinada realidad y que se encuentra condicionada por imperativos de eficacia publicitaria.

No obstante, esta variedad de cartel se encuentra sometida a una serie de restricciones o coacciones que tratamos de recoger en el siguiente gráfico y que explicamos a continuación.



Así, en primer lugar, es obvio que el cartel de cine posee una autoría y que ésta va a determinar no sólo el estilo gráfico de la obra, sino también el conjunto de signos utilizado, así como sus relaciones dentro de la composición. El cartelista cinematográfico debe ser capaz de crear, dentro de cada estilo personal y particular, narrativo y estilístico, una composición gráfica llamativa e impactante que genere deseos y expectativas en el espectador. Ahora bien, el cartel expone la película, pero también debe responder a las exigencias planteadas por la industria cinematográfica: debe atender a los requerimientos de productores, distribuidores, actores, etc., y a los condicionantes más subordinados al producto que publicita, como el género de la película o su argumento, ambos generadores de una fuerte codificación gráfica, tipográfica y cromática.

Por otro lado, también está firmemente influenciado por el llamado fenómeno del *star system*, de manera que utiliza un código fuertemente representacional de las estrellas protagonistas, incluso de su tratamiento textual, postergando todos aquellos otros recursos gráficos más simbolistas y creativos.

Pero todos ellos, el cartel de cine, su autor y la propia industria cinematográfica, se hallan inmersos en una realidad social que les condiciona su manera de ser y de hacer, y todos ellos representan su papel en la vida cotidiana. La industria del cine es un espectáculo de masas integrado en la estructura social, económica y cultural de cualquier país. Pero también los individuos que viven de ella -incluida la persona que diseña el cartel-, acumulando coyunturas, presiones, experiencias, conocimientos, valoraciones, y opiniones propias que les van a coartar en su vida personal y profesional.

Puede parecer entonces, a la vista de nuestro gráfico, que la distancia que separa la realidad social del cartel cinematográfico es grande, sin embargo ese recorrido desaparece en la medida en que todos los actores implicados están afectados por dicha realidad.

Partimos de la premisa de que el cine interpreta la realidad, desde su ámbito de ficción, mostrando comportamientos humanos, tanto individuales como sociales, así como deseos, valores, ideologías y conflictos de la época que reproduce el relato. Y el cartel de cine es una auténtica labor de síntesis de la película que publicita, que filtra y depura información y contaminaciones para reflejar de manera sincera las características de la realidad cotidiana.

Sin embargo, el cartel analizado se muestra como un tamiz permeable al contexto socio-político que se introduce en las representaciones con temas, moral y estéticas, pero a la vez es un espejo del marco aspiracional de la sociedad de su época. No representa tanto la realidad como la cultura, anhelos, esperanzas y complejos de la población.

El capítulo 4 de este trabajo presenta un estudio histórico-contextual que recoge la situación política, social y económica del período de la transición democrática española, en el que queda demostrado de manera patente la profunda transformación socio-política que se produce en nuestro país como consecuencia del cambio de régimen político, pero también se compromete a contextualizar el cine y la industria cinematográfica española, atestiguando nuevamente el carácter influyente y determinante del cambio de régimen. El cine vive en esos años una situación terriblemente cambiante, pero desde el punto de vista que a nosotros nos interesa, hay

que destacar una naciente apertura temática que va a recoger nuevos contenidos, en especial todo lo concerniente a la problemática social.

No obstante, las imperfecciones o deficiencias de la transición democrática, o la no transición, (ante la no resuelta disyuntiva entre Reforma o Ruptura), como quiera denominarse, pues se basó en un proceso de consenso, asentado en el olvido del régimen político anterior y en un intento de comenzar de nuevo, trajo consigo unos primeros momentos de euforia colectiva para posteriormente terminar en un sentimiento generalizado de desencanto y de esperanzas incumplidas.

Es por ello que la iconografía que se manifiesta en los carteles analizados nos muestra una iconología que representa las profundas contradicciones de la sociedad del momento.

Si bien en una primera lectura nos puede parecer que estos carteles recogen los cambios y nuevos valores relativos a nuestras categorías de análisis, una exploración más detallada nos permite ver cómo su mensaje trata de exponer las nuevas características de esta principiante sociedad democrática, pero resolviéndolo falsamente en la medida que no supera las contradicciones encarnadas en la sociedad española del tardofranquismo.

Aparentemente vemos signos de apertura y modernidad, de acercamiento a las culturas europeas de entonces, pero no deja de ser una demostración de la nueva tolerancia, libertad de expresión, y amplitud del ámbito de lo decible, que conlleva la democracia.

Por lo tanto, y según las categorías seleccionadas para la realización del análisis, nos hemos encontrado que el cartel cinematográfico de estos años muestra el modelo de familia tradicional, pero también van apareciendo modelos alternativos. Se reconocen y aceptan las infidelidades, el adulterio y el divorcio, aunque no tanto la cuestión del aborto. Se representan ya conductas asociales, escenas de cama y cuestiones políticas. Pero lo más significativo es la manifestación del conocido fenómeno del destape, que no sólo inunda el cine del período, sino también sus carteles. Sin embargo, hay que señalar también el método sexista de este destape, pues frecuentemente es la figura femenina la que recibe un tratamiento peyorativo y ofensivo con respecto al hombre.

Pero en realidad persisten signos todavía altamente conservadores y sobre todo un marcado carácter machista y punto de vista androcéntrico en el discurso del cartel cinematográfico de estos años.

Son pequeñas piezas que escenifican, en tanto que presentan, el reflejo de las contradicciones de la sociedad y el conflicto entre las expectativas y las decepciones. En todos los carteles se ve una fuerte síntesis que representa una contradicción entre lo sígnico y lo simbólico.

El propio cartel plantea la contingencia. A nivel iconográfico, el ordenamiento de los signos es muy brusco. Todos los códigos que puede utilizar un cartel para dividir o separar estos signos se encuentran representados en la muestra analizada: arriba y abajo, delante y detrás, izquierda y derecha, grande y pequeño, uso del gris o del color, etc.

Podríamos hablar entonces del concepto de bipolaridad como forma de soportar la contradicción. Son carteles muy dualistas desde el punto de vista formal e iconográfico y, a su vez, representan la propia dualización de la sociedad.

Es una sociedad que parece, que aparenta, pero en el fondo todo sigue siendo lo mismo, y los carteles son como un espejo de la realidad deformada, en los que se coge lo peor y lo mejor del momento, llevando la contradicción en muchas ocasiones hasta el grado irónico, y, en definitiva, representando perfectamente la no transición, el choque entre la vieja sociedad con la que se espera o desea encontrar. Sígnicamente incorporan un choque de culturas. Véanse por ejemplo los carteles de *Manolo la nuit*, 1973, de Mariano Ozores; *Soltero y padre en la vida*, 1974, de Javier Aguirre; *Una abuelita de antes de la guerra*, 1974, de Vicente Escrivá; *Imposible para una solterona*, 1975, de Rafael Romero-Marchent; *Ligeramente viudas*, 1975, de Javier Aguirre; *Nosotros los decentes*, 1975, Mariano Ozores; *La boda del señor cura*, 1979; etc.

Por otro lado, es evidente también la tremenda hipersexualización reflejada en los carteles, de manera que desde el sexo se pone en duda la institución de la familia, los órganos de poder, la religión, etc., en un empeño de poner pies de fango a todo. De esta forma, no se legitima la nueva sociedad, sino que siempre se está cuestionando en los carteles. Se expone un desenfreno sígnico que no representa el libertinaje sexual, pues no existía como tal. Véanse por ejemplo los carteles para *Unos granujas decentes*, 1979,

de Mariano Ozores; *La mujer del ministro*, 1981, de Eloy de la Iglesia; *La casada divertida*, 1982, de Augusto Fenollar; etc.

Consiguientemente, podemos fijar esta hipersexualización y la bipolaridad mencionada como las dos características generales que definen la muestra de carteles analizada, y que se revelan como resultado de una sociedad fuertemente contradictoria.

A continuación exponemos cómo se manifiestan ambas en las categorías de nuestro análisis.

En cuanto a los vínculos y estructuras familiares, podemos decir que la institución de la familia es la que más se rebate, lógicamente desde el punto de vista de cómo se concebía en esa época. Se trata de una institución excesivamente sacralizada y en la que socialmente se producen muchas fisuras o rupturas, por lo que el cartel va a recoger los aspectos más cuestionables o escandalosos del momento, ofreciendo alternativas cómicas y ridiculizadas al tema del divorcio, el adulterio, la poligamia, etc. Véanse por ejemplo los carteles de *Casa manchada*, 1975, de José Antonio Nieves Conde; *Tres suecas para tres Rodríguez*, 1975, de Pedro Lazaga; *Bodas de sangre*, 1981, de Carlos Saura; *Qué gozada de divorcio*, 1981, de Mariano Ozores; etc.

Por otro lado, sigue habiendo atavismos y residuos tradicionales, con referencias al honor y la moralidad, pero mezclados con referencias a lo nuevo, principalmente el divorcio, las nuevas alternativas familiares, como la soltería, o modelos de familia en los que prima un estilo distinto, mostrando una cierta relajación de los roles convencionales atribuidos usualmente al hombre y la mujer. Véanse, por ejemplo, los carteles de *El señor está servido*, 1975, de Silesio Isla; *Padre no hay más que dos*, 1982, de Mariano Ozores; etc.

En cuanto a la categoría de expresiones sexuales, también en este caso se ofrece una exagerada hipersexualidad, con desnudos injustificados en la mayoría de ocasiones, y sobre todo un excesivo desenfreno sexual que se aplica a cuestiones políticas, morales, familiares, religiosas, etc., sin que ello responda en absoluto a la realidad.

Se observa una dudosa superación y aceptación de fisuras morales en cuestiones como la prostitución, el amor libre, o las relaciones pre y extra matrimoniales, planteando el asunto con cierto orgullo, pero dejándolo siempre cuestionado bajo el velo de los tradicionales valores morales.

Por otro lado, la popular represión sexual característica del régimen político anterior no aparece del todo extinguida, sino más bien todo lo contrario, asomando personificada en los carteles en la figura del "macho ibérico" como sujeto que simboliza la masculinidad española en el imaginario colectivo.

Veanse, por ejemplo, los carteles de *Las estrellas están verdes*, 1973, de Pedro Lazaga; *Un casto varón español*, 1973, de Jaime de Armiñán; *Lo verde empieza en los Pirineos*, 1973, de Vicente Escrivá; *Virilidad a la española*, 1975, de Francisco Lara Polop; *Las señoritas de mala compañía*, 1973, de José Antonio Nieves Conde; *Yo soy Fulana de Tal*, 1975, de Pedro Lazaga; *Zorrita Martínez*, 1975, de Vicente Escrivá; *Fulanita y sus menganos*, 1976, de Pedro Lazaga; *Camas calientes*, 1979, de Luigi Zampa; etc.

En lo que respecta a las conductas asociales, no deja de ser cierto que los años de la transición en España suponen una época de crisis política, económica y social, en la que surgen conflictos como el desempleo, la droga, aumento de la criminalidad y la inseguridad ciudadana, corrupción, terrorismo, etc.

Por todo lo cual, si bien no se han encontrado demasiados indicios explícitos de acciones violentas, podemos afirmar en este caso que el grueso de los carteles de la muestra exhiben una gran violencia simbólica en el planteamiento de los temas tratados, y se proyecta además como algo válido y cotidiano, por lo que puede ser capaz de generar una gran tensión en los destinatarios del mensaje. Así, son carteles muy dramáticos desde el punto de vista compositivo, gestual y cromático. No hay solución visual a una sociedad dialogante y amable, sino a una sociedad violenta. Los únicos encuentros son sexuales y contradictorios. Los carteles proponen un cine de dos rombos, un cine para adultos, para varones.

Veánse, por ejemplo, los carteles de *Ana y los lobos*, 1973, de Carlos Saura; *Vera, un cuento cruel*, 1973, de Josefina Molina; *Perversión*, 1974, de Francisco Lara Polop; *Furtivos*, 1975, de José Luis Borau; *Las protegidas*, 1975, de Francisco Lara Polop; etc.

En cuanto a la categoría de contenido ideológico, pese a que se manifiesta una mayor libertad para manipular signos y símbolos, tanto gráfica como tipográficamente, de nuevo podemos hablar de hipersexualidad y bipolaridad. Los carteles hacen un gran esfuerzo de aniquilación simbólica, de superación, de romper con los viejos poderes,

pero no se termina de resolver. Se percibe una cierta nostalgia de ellos, pues se siguen referenciando de manera considerable. Y también aparecen las nuevas fuerzas democráticas, pero siempre lo hacen bajo sospecha, se ridiculizan, no se da confianza a lo nuevo. Persistentemente se les ataca y deslegitima desde la sexualidad, desde la doble moral, y siempre la base del pecado en la mujer.

Veánse, por ejemplo, los carteles de *Alcalde por elección*, 1976, de Mariano Ozores; *Caudillo*, 1977, de Basilio Martín Patiño; *El diputado*, 1978, de Eloy de la Iglesia; *Arriba Hazaña*, 1978, de José María Gutiérrez; *El consenso*, 1980, de Javier Aguirre; *Patrimonio nacional*, 1981, de Luis García Berlanga; *Hijos de papá*, 1980, de Rafael Gil; *Todos al suelo*, 1982, de Mariano Ozores; etc.

Por otro lado, quizás lo más característico de todo el análisis es que se presenta una sociedad androcéntrica, donde la mujer está altamente cosificada, convertida en objeto sexual y asociada a los viejos mitos de mujer pecado y motivo de deshonra para el hombre. Continuamente se presentan dualidades como: hombre vestido – mujer desnuda, hombre héroe – mujer temerosa, hombre respetado – mujer violentada, hombre glorioso – mujer ignorada, etc., conjuntamente con marcados argumentos sexistas.

Veánse por ejemplo los carteles de *Busco tonta para fin de semana*, 1973, de Ignacio F. Iquino; *Polvo eres*, 1974, de Vicente Escrivá; *Mi mujer es muy decente dentro de lo que cabe*, 1975, de Antonio Drove; *El poder del deseo*, 1975, de Juan Antonio Bardem; *Batida de raposas*, 1976, de Carlos Serrano; *Pero no vas a cambiar nunca, Margarita?*, 1978, de Chumy Chumez; etc.

Para terminar, es necesario mencionar la existencia de carteles mucho más anclados en los hechos y que presentan un alto valor documental. Es el caso por ejemplo de *Abortar en Londres*, 1977, de Gil Carretero; *Siete días de enero*, 1979, de Juan Antonio Bardem; *Operación Ogro*, 1980, de Gillo Pontecorvo; etc.

Hay que subrayar igualmente el carácter claramente contextual del cartel de la transición. Siendo fruto de un momento germinal del contexto democrático, su estilo ilustrativo, artístico y de marca de estilo y autor, no sería transferible a las actuales carteleras. Y la obsolescencia de estas producciones no es sólo estética, sino sobre todo temática. Parece que las preocupaciones que conformaron los guiones e historias de la transición ya fueron superados, o quizá quemados.

Respecto a los objetivos planteados para esta investigación, podemos afirmar que:

Hemos podido confeccionar una base de datos de carteles cinematográficos de cine español, no sólo de nuestros años de estudio, sino de los anteriores y posteriores a esta etapa, lo que nos ha permitido trabajar en dos sentidos: primero, realizar el análisis de nuestro período, pero también revisar diacrónicamente el cartel de cine español para conocer su evolución y características; segundo, disponer de un amplio fondo documental de carteles que nos sirve de base para futuras investigaciones.

El estudio, por un lado del cartel, y por otro del cartel cinematográfico, nos ha permitido tener un conocimiento riguroso de cada uno de ellos, de sus características y de sus relaciones. También, el acercamiento realizado al mundo del cine, y más concretamente a su expresión y especificidad en la transición democrática, nos ha permitido comprobar cómo cine y cartel cinematográfico son dos variables específicamente relacionadas, en la que cada una necesita de la otra para funcionar. La dependencia del cartel es evidente, pero también el cine, pese a contar con otras formas de publicidad y promoción cinematográfica, sigue necesitando del cartel para comunicar el estreno de cada filme en el momento justo de su consumo en sala.

También, el estudio de los cambios socio-políticos de nuestro período de estudio nos ha permitido una mayor comprensión y conocimiento del concepto de cambio social, en el que todo influye, desde la política hasta la religión, la propia historia de un país, sus individuos, sus líderes políticos y espirituales, sus estructuras sociales, sus leyes, etc.

Por último, en este trabajo hemos querido revelar el interés del cartel como documento histórico. El cartel es un medio de expresión, de manifestación artística, con lenguaje propio, producto de una técnica y de un artista, en el que éste pone a prueba su potencial intelectual, pero también sus ideales y su grado de compromiso social. Cada cartelista vive su época, sufre o se complace de los cambios experimentados por la sociedad que le ha tocado habitar, participa de ellos y opina sobre ellos. Su obra así lo expresa, y nuestro trabajo, también.

Confiamos en que este trabajo aporte su granito de arena al conocimiento científico existente en la actualidad relativo al cartel cinematográfico y al cambio social. Sin embargo, deja líneas de investigación abiertas. Es un punto de partida hacia nuevas

vías de exploración sobre las relaciones entre cambio social y otras manifestaciones de comunicación publicitaria, a su contraste con otras formas de comunicación, con otros intervalos de tiempo, con otras sociedades, más próximas o más lejanas, etc., y hacia nuevas perspectivas para el estudio del cartel cinematográfico.

Documentación completa de la Tesis

Dibujo de Esperanza Roy, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.190.*

DOCUMENTACIÓN COMPLETA DE LA TESIS

Bibliografía

- ABEL, R… [et al.] (1998): *Historia general del cine*, Vol. III. Madrid, Cátedra.
- ABELLA, R. [et al] (1986): *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- ACEDO DÍAZ, T. (2003): *Cómplices del 7º sueño. El afiche y su aventura*, Madrid, Beturia Ediciones.
- ACEDO DÍAZ, T. (2003): *Cómplices del 7º sueño: el afiche y su aventura*. Madrid, Asociación Cultural Beturia.
- AGRAMUNT LACRUZ, F. (2001): *Los carteles de Cifesa de José Peris Aragó: un mitólogo del cine español. Vida y obra de un maestro de la pintura valenciana.* Valencia, Fundació Municipal de cine.
- ALBERDI, I. (1994a) (2ª Ed): "Actividad laboral de las mujeres", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
  - ALBERDI, I. (1994b) (2ª Ed): "Modelos matrimoniales", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.

– ALBERDI, I. (1994c) (2ª Ed): "Roles femeninos", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.

- ALCACER GARMENDIA, J.A. (1991): *El mundo del cartel*. Madrid, Granada, D.L.
- ALCOBENDAS, P. (1983): *Datos sobre el trabajo de la mujer en España.* Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ALONSO BARAHONA, F. (1992): *Biografía del cine español*. Barcelona, CILEH.
- ALONSO TORRENS, J. M. (1983): "Análisis demográfico de la familia española", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- ALONSO, L. E. y REINARES, F. (1994) (2ª Ed): "Conflictividad", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990),* Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. y DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2008): "El cartel en Castilla y León (1939-1983)", en *Comunicación* [Recurso electrónico]: *Memoria, Historia y Modelos*. coord. por FELIÚ, E. Recoge los contenidos presentados a las jornadas "Foro Universitario de Comunicación". [s. l., s. n.]
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. y VIDAL SILVA, P. (2008): "Por una investigación más eficaz y eficiente de la efectividad publicitaria", en *I+C Investigar a comunicación* [Recurso electrónico]: Invetigar la comunicación = Invetigar la comunicació = Komunikazio-Ikerketa. Recoge los contenidos presentados a: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Congreso Internacional Fundacional. Santiago de Compostela, Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C.; DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. y GONZÁLEZ MARTÍN R. (2007): "Ideología en la pared. El cartel republicano de concienciación social en la Guerra Civil Española", en CHECA, A. (Coord.): *La Comunicacion durante la Segunda República y la Guerra Civil*. Madrid, Fragua.
- AMELL, S. y GARCÍA CASTAÑEDA, S. (Eds) (1988): La cultura española en el postfranquismo. Diez años de cine, cultura y literatura (1975-1985). Madrid, Playor.
- ANDERSON, B. S. y ZINSSER, J. P. (2007): Historia de las mujeres: una historia propia. Barcelona, Crítica.
- ARNAU ROSELLÓ, R. (2006): *La guerrilla del celuloide: resistencia estética y militancia política en el cine español (1967 – 1981).* Munich, Grin Verlag.
- ARREGUI, J. F. (2009). *Por el cambio. 30 años de propaganda política en España*. Sevilla, Comunicación Social.
- AYALA, F. (1988) (1ª Ed.: 1952): *Introducción a las Ciencias Sociales*. Madrid, Cátedra.
- BABIANO, J. (Ed.) (2007): Del hogar a la huelga. Trabajo, género y movimiento obrero durante el franquismo. Madrid, Catarata.
- BAENA PALMA, F. (1994): *Los programas de mano en España*, Barcelona: F.B.P.

– (1996): *El cartel de cine en España*. Barcelona, F.P.B.

– (2000): *Soligó*. Barcelona, P.B.F.

– (2004): *Los programas de mano en España*. Barcelona, Papel Gallery.

– (2006): *Macartel. Macario Gómez: obra gráfica, 1955-1980*. Barcelona, Papel Gallery.

- BALDÓ, M. y VERNÍS, P. (2009): "Introducción al Marketing Cinematográfico" en MATAMOROS i MANTECA, D. (Coord): *Distribución y Marketing Cinematográfico. Manual de primeros auxilios.* Barcelona, Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- BARDIN, L. (2002) (3ª Ed): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.
- BARGIEL-HARRY, R. y ZAGRODZKI, C. (1985): *Le Livre de l'Affiche.* Paris, Editions Alternatives.
- BARNICOAT, J. (1997) (1ª Ed.: 1976): *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona, Gustavo Gili, 5ª Edición.
- BARREDA, M. y BORGE, R. (Coords.) (2006): La democracia española: realidades y desafíos. Análisis del sistema político español. Barcelona, Editorial UOC.
- BARRERA DEL BARRIO, C. (2010): "La transición a la democracia y sus dificultades (1975-1982)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- BEJARANO PÉREZ, R. (1986): *El prospecto, propaganda cinematográfica*, Málaga, Facultad de Filosofía y Letras de Málaga. [Folleto].
- BELLO CUEVAS, J.A. (2006): *Una propuesta de estudio y catalogación del cine mudo español desde 1896 a 1920*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- BERELSON, B. (1971): *Content Analisis in Communication Research*, New York, Hafner.
- BERICAT, E. (1998): *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativos en la investigación social. Significado y medida.* Barcelona, Ariel.
- BERMEJO BERROS, J. (2005): "Cambio social, cambio publicitario: efectos sobre el receptor", en BERMEJO BERROS, J. (Coord.): *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones.
- BESAS, P. (1985): *Behind the Spanish Lens.* Denver, Arden Press.
- BEUTLER, I.; BURR, W.; BAHR, K. y HERRIN, D. (1989): "The Family Realm: Theoretical contributions for understanding its uniqueness", en *Journal of Marriage and the Family*, vol. 51.
- BORDE, R. (1982): "El cartel cinematográfico", en *Historia universal del cine*, Barcelona: Planeta.
- BOROBIO, D. (1994): *Familia, sociedad, Iglesia: identidad y misión de la familia cristiana.* Bilbao, Desclée de Brouwer.
- BORREGUERO, C., y CATENA, E., [et al.] (1986): La mujer española: de la tradición a la modernidad. Madrid, Tecnos.

- BRÄNDLE SEÑÁN, G. (2008): Bienestar doméstico y cambio social en la sociedad de consumo española: el valor de los objetos en la vida cotidiana. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- BRASÓ, E. (1975): "Una cierta tendencia del cine español (Función y estructura en «Lo verde empieza en los Pirineos»)" en *7 Trabajos de base sobre el cine español*. Valencia: Fernando Torres.
- BUNGE, M. (1983) (1ª Ed. 1969): *La investigación científica*, Barcelona, Ariel Métodos.
- CAMACHO, J. M. (1994a) (2ª Ed): "Consumo de drogas", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
  - (1994b) (2ª Ed): "Delincuencia", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- CAMPO, S. del (1994) (2ª Ed): "Fecundidad y familia", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. I. Bilbao, Fundación BBV.
- CAMPOY, A. M. (1983): *Penagos, 1889 – 1954. Aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid, Espasa Calpe.
- CÁNOVAS, ORTEGA, M. C. (2008): "La construcción de la moral social franquista a través del cine y la crítica cinematográfica durante el primer franquismo (1940-1945)", en ALDUNATE LEÓN, O. y HEREDIA URZÁIZ, I. (Coords): *I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- CAPARRÓS LERA, J.M. (1983): *El cine español bajo el régimen de Franco, 1936-1975*. Barcelona, Universidad de Barcelona.
  - (1992): *El cine español de la democracia: de la muerte de Franco al "cambio" socialista (1975-1989)*. Barcelona, Anthropos.
  - (1999): *Historia crítica del cine español (Desde 1897 hasta hoy)*. Barcelona, Ariel, S.A.
  - (2007): *Historia del cine español*. Madrid, T&B.
- CAPEL, M. R., [et al.] (1988): *Mujer y sociedad en España, 1700-1975*. Madrid, Ministerio de Cultura.
- CARR, R. y FUSI, J. P. (1979): *España, de la dictadura a la democracia*. Barcelona, Planeta.
- CARRERAS, A. y TAFUNELL, X. (2004): *Historia económica de la España contemporánea*. Barcelona, Crítica.
- CARRETE, J. y VEGA, J. (1989): *Grabado y creación gráfica*. Madrid, Historia 16.
- CARULLA, J. y CARULLA, A. (1995): *España en 1000 Carteles. Festivo-Taurinos-Exposiciones-Turísticos*. Barcelona, Postermill, S.L.
  - (1998): *La publicidad en 2000 carteles: productos, servicios, comercio, agricultura*. Volumen 1. Barcelona, Postermil.

  - (1998): *La publicidad en 2000 carteles: deportes, espectáculos, publicaciones*. Volumen 2. Barcelona, Postermil.
  - (2000a): *El color de España = The color of Spain: tourism, festivities and exhibitions from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.
  - (2000b): *El color de la guerra = The color of war: spanish civil war, 1936-1939*. Barcelona, Postermil.
  - (2000c): *El color de la publicidad = The color of advertising: spanish posters from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.
  - (2000d): *El color del ocio = The color of leisure: spanish sports and entertainment from 1890 to 1940*. Barcelona, Postermil.

- CASAL PIGA, A. (1986): *Carteles: 1800-1900*. Madrid, Erisa.
- CASAS, J. I. (1987): *La participación laboral de la mujer en España.* Madrid, Instituto de la Mujer.
- CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs). (2005): *La nueva memoria. Historia (s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.
- CATHELAT, B. (1987): *Publicité et Société.* Paris, Payot.
- CEREZO TORRES, E. [et al.] (2005): *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. Madrid, El Gran Caíd.
- CLAVÉ, A. (1990): *Clavé: cartells per als cinemes de Barcelona, 1933-1935*. Barcelona, La Polígrafa.
- CLEMENTE, J. L. (1999): "El cartel, un soporte en el arte del siglo XX", en *Hecho artístico y medios de comunicación*: [ponencias del] III Seminario de la Asociación Valenciana de Críticos de Arte. Valencia : Diputació de Valencia, Institució Alfons El Magnànim.
- CLEMENTE, M. y SANTALLA, Z. (1991): *El documento persuasivo. Análisis de contenido y publicidad*. Bilbao, Deusto.
- COHEN, L. y MANION, L. (1990): *Métodos de investigación educativa*. Madrid, La Muralla, S.A.
- COLLADO ALONSO, R. [et al.] (2010): "El cine comercial y sus carteles durante la transición española: comunicación de nuevos valores" en BORDERÍA ORTÍZ, E.; MARTÍNEZ GALLEGO, F.; RIUS SANCHÍS, I. (Coords): *Política y comunicación en la historia contemporánea*. Madrid, Fragua.
  - (2011a): "Nuevos estilos y nuevas técnicas para el diseño cinematográfico español. De lo convencional a lo excepcional en el período de la transición democrática", en RODRIGO MARTÍN, L. (Coord): *Publicidad, innovación y conocimiento*. Zamora, Comunicación Social.
- COLMEIRO, J. F. (2005): *Memoria histórica e identidad cultural: de la postguerra a la postmodernidad.* Barcelona, Anthropos.

- COMAS, A. (2004): *El star system del cine español de posguerra* (1939-1945). Madrid, T&B.
- COMAS, D. (1990): "Las drogas en la sociedad española", en GINER, S. (dir): *España: sociedad y política*. Madrid, Espasa Calpe.
- COMÍN, F.; HERNÁNDEZ, M. y LLOPIS, E. (Eds.) (2002): *Historia económica de España: siglos X-XX*. Barcelona: Crítica.
- CORONADO E HIJÓN, D. (2001): *La metáfora del espejo: Teoría e Historia del cartel publicitario.* Sevilla, alfar.
- COSTA, J. (1987): *Imagen global*. Barcelona, Ceac.
  - (1993): *Reinventar la publicidad. Reflexiones desde las ciencias sociales*, Madrid, FUNDESCO.
- CRITTO, A. (1982): *El método científico en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Paidós.
- CUESTA CAMBRA, U. (2006): *Psicología social de la comunicación.* Madrid, Cátedra.
- CUEVAS, A. (1999): *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*. Madrid, Imaginógrafo.
- D'ARCY HUGHES, A. (2010): *La impresión como arte: calcografía, relieve, litografía, serigrafía, monotipo: técnicas tradicionales y contemporáneas*. Barcelona, Blume.
- DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2006a): "La pub voyeuse. Reflexiones sobre la presencia del desnudo en publicidad" en ALVARADO LÓPEZ, Mª C. y MARTÍN REQUERO, Mª I.: *Publicidad y Cultura*. Sevilla, Comunicación Social.
  - (2006c): "Monstruos sobre Eva", en ÁLVAREZ POUSA, L. [et al.]: *Comunicación e xénero*: *actas do Foro Internacional celebrado en Liña e en Pontevedra entre o 9 de outubro e o 25 de novembro de 2006*. Pontevedra, Observatorio Galego dos Medios: Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
  - [et al.] (2008a): "Publicidad e identidad andrógina", en *Identidad de género versus identidad sexual. Actas 4º Congreso Estatal Isonomía sobre identidad de género versus identidad sexual.* [Recurso electrónico]. Castelló de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I, Server de Comunicació i Publicacions.
  - y GONZÁLEZ MARTÍN R. (2008b): "La publicidad desde el enfoque sistémico. Definición de un modelo teórico", en *I+C Investigar a comunicación* [Recurso electrónico]: *Invetigar la comunicación = Invetigar la comunicació = Komunikazio-Ikerketa.* Recoge los contenidos presentados a: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Congreso Internacional Fundacional. Santiago de Compostela, Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
  - (Coord.) (2010): *Otros fines de la publicidad*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- DE LA PLAZA, F. J. (1996): "Cruz Novillo", en *Cine de Papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.
- DEFENSOR DEL PUEBLO ANDALUZ (Ed.) (2002): *La situación de las drogas y otras adicciones en Andalucía.* Sevilla, Defensor del Pueblo Andaluz.
- DEL AMO, A. [et al.] (2004): *Apuntes sobre las relaciones entre el cine y la historia: (el caso español).* Valladolid, Consejería de Cultura y Turismo.
- DEL CAMPO, S. (1994). *Tendencias sociales en España (1960-1990)*. Bilbao, Fundación BBV.
- DERMÉE, P.; COURMONT, E. y CARNICERO, A. (1927): *La técnica del cartel moderno*. Barcelona, Editorial Labor.
- DÍAZ-SALAZAR, R. (1994) (2ª Ed): "La Iglesia Católica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.
- DÍEZ PUERTAS, E. (2003): *Historia social del cine en España.* Madrid, Fundamentos.
- DRU, J. M. (1997): *Disrupción. Desafiar los convencionalismos y estimular el mercado*. Madrid, Eresma & Celeste Ediciones.
- ECO, U. (2001): *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. [traducción: Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibañez]. Barcelona, Gedisa.
- EDWARDS, G. J. (1985): *The book of the internacional film poster*. London, Tiger Books International.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1998): *Historia de la Publicidad*, Madrid, Eresma y Celeste Ediciones.
  - (2000): *Memoria de la Seducción. Carteles del Siglo XIX en la Biblioteca Nacional*, Madrid, Biblioteca Nacional.
  - (2003): *El cartel en España. Un análisis histórico del desarrollo de este medio de comunicación.* Trabajo de investigación inédito.
  - (2007): *Teoría de la Publicidad*. Madrid, Cátedra.
  - (2010): "La historia del cartel como forma de Historia Cultural", en DE ANDRÉS DEL CAMPO, S., (Coord), *Otros fines de la Publicidad*. Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- EL PAÍS (Ed.) (1996): *Memoria de la transición: del asesinato de Carrero a la integración en Europa*. Madrid, El País.
- ENEL, F. (1974): *El cartel. Lenguaje, funciones, retórica*. Valencia, Fernando Torres Editores.
- ESTEBAN RECIO, A. [et al.] (eds.) (2010): *Memoria de la transición*. Valladolid, Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio editorial.
- EUROLIBER (Ed.) (1995): *El cine en sus mejores carteles*. Barcelona, Euroliber.

- FERNÁNDEZ DÍEZ, F. y BARCO, C. (2009): *Producción cinematográfica. Del proyecto al producto*. Madrid, Ediciones Díaz de Santos.
- FERNÁNDEZ OLIVA, F.A. (2001): *Carteles de cine: paisajes y figuras de España*. Madrid, Ocho y Medio.

  – (2006): *Nombres de mujer: carteles de cine*. Madrid, JC Clementine.
- FERRARY, A. (2010): "Cambio político, cambio social y cambio cultural: la cultura española después de Franco", en PAREDES, J. (dir.) (2010): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- FERRER, E. (1994): *El lenguaje de la publicidad*, México, Fondo de Cultura Económica.
- FERRO, M. (1980): *Cine e historia*. Barcelona, Gustavo Gili.
- FUNDACIÓN FOESSA (1976): *Estudios sociológicos sobre la situación social de España, 1975*. Madrid, Suramérica.

  – (1981): *Informe sociológico sobre el cambio político en España, 1975-1981*. Vol. I. Madrid, Suramérica.
- GAITÁN MOYA, J. A. y PIÑUEL RAIGADA, J. L. (1998): *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid, Síntesis, 1998.
- GALLO, M. (1979): *The poster in history*. New Jersey, The Wellfeet Press.
- GARCÍA DE LA FUENTE, O. (1994): *Metodología de la investigación científica: cómo hacer una tesis en la era de la informática*. Madrid, Editorial CEES, D.L.
- GARCÍA FERNÁNDEZ, E. C. (1985): *Historia ilustrada del cine español*. Barcelona, Planeta.
- GARCÍA GARCÍA, F. y BAÑOS GONZÁLEZ, M. (2005): "Creatividad y creación publicitaria", en VIOLANT, V. (Coord.): *Comprender y evaluar la creatividad*. Málaga, Ediciones Aljibe.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2007): "Una retórica de la publicidad: de la naturaleza inventiva a la verdad metafórica", en *Pensar la Publicidad*, vol. I, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.
- GARCÍA RAYO, A. (2004) (Ed.): *Cartel para una noche sin cine*. San Sebastián de los Reyes (Madrid), El Gran Caíd.

  – (2005): "El cartelista que miraba a las estrellas", en *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. Madrid: El Gran Caíd.
- GARCÍA RUESCAS, F. (2000): *Historia de la publicidad y del arte comercial en España: desde tiempos remotos, al final del siglo XX*. Madrid, Arus.
- GARÓFANO, R.; OLIVERA, A. (1989): *Saber de imágenes: el cartel, el cómic y el cine*. Cádiz, Caja de Ahorros, D.L.
- GARRIDO, A. (1994) (2ª Ed): "Normas de conducta", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. II. Bilbao, Fundación BBV.

- GASCA, L. (1998): *Un siglo de cine español*. Barcelona, Editorial Planeta.
- GIL CALVO, E. (1994) (2ª Ed): "Formas de expresión erótica", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- GÓMEZ, M. (2007): *Mac, traços de cinema: Macari Gómez, cartells 1955-1980.* Tarragona, Fundació Caixa Tarragona.
- GONZÁLEZ BALLESTEROS, T. (1981): *Aspectos jurídicos de la censura cinematográfica en España: con especial referencia al periodo 1936-1977*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- GONZÁLEZ MARTÍN, J. A. (1982): *Fundamentos para una teoría del mensaje publicitario*. Madrid, Forja.
  - (1996): *Teoría General de la Publicidad*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- GONZÁLEZ, F. (1999): *Imágenes sobre cristal*. Málaga, Universidad de Málaga y Colegio de Arquitectos de Málaga.
- GUARNER, J. L. (1975): "Cartel", en *Enciclopedia ilustrada del cine*, tomo IV. Barcelona, Labor.
- GUBERN, R. (1981): *La censura: Función política y ordenamiento jurídico bajo el franquismo (1936-1975).* Barcelona, Península.
  - (1988) (2ª Ed.): *Mensajes icónicos en la cultura de masas.* Barcelona, Lumen.
  - (1992): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.
  - [et al.] (1995): *Historia del cine español*. Madrid, Cátedra.
  - (1997a): *Primeros tiempos del cinematógrafo en España*. Juan Carlos de la Madrid (Coord.). Universidad de Oviedo, Ayuntamiento de Gijón. Gijón, 1997.
  - (1997b): *Medios icónicos de masas.* Madrid, Historia 16.
  - (1997c): "Los difíciles inicios" en DE LA MADRID, J.C. (Coord): *Primeros tiempos del cinematógrafo en España*. Oviedo, Universidad de Oviedo.
- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (1998): *El cartel Art Nouveau*. Madrid, Drac.
  - (2000): *El cartel publicitario: desde sus inicios hasta la I Guerra Mundial.* [Recurso electrónico]. Madrid, Editorial Complutense.
- HEREDERO, C. F. (1989): "El reflejo de la evolución social y política en el cine español de la transición y de la democracia: historia de un desencuentro", en BENET, V. J. [et al.]: *Escritos sobre el cine español, 1973-1987*. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
  - (1989b): *Iván Zulueta. La vanguardia frente al espejo*. Alcalá de Henares, Festival de Cine de Alcalá de Henares.

– (1993): *Las huellas del tiempo. Cine español 1951 – 1961*. Valencia, Ediciones Documentos Filmoteca. Colección Documentos nº 5.

- HERNÁNDEZ ANDREU, J. (2006): "La transición centrista, 1975-1982", en GONZÁLEZ ENCISO, A. y MATÉS BARCO, J. M.: *Historia económica de España*. Barcelona, Ariel.
- HERNÁNDEZ RUIZ, J. y PÉREZ RUBIO, P. (2004): *Voces en la niebla*. Barcelona, Paidós.

  – (2005): "Esperanzas, compromisos y desencantos. El cine durante la transición española (1973-1983)", en CASTRO DE PAZ, J. L., PÉREZ PERUCHA, J., y ZUNZUNEGUI, S. (Dirs): *La nueva memoria. Historia(s) del cine español. (1939-2000).* A Coruña, Vía Láctea.
- HOPEWELL, J. (1989): *El cine español después de Franco. 1973 – 1988*. Madrid, Ediciones El Arquero.
- HUESO, A. L. (1998): *El cine y el siglo XX*. Barcelona, Ariel.
- IMBERT, G. (1990): *Los discursos del cambio: imágenes e imaginarios sociales en la España de la Transición (1976-1982)*. Madrid, Akal.
- INGLEHART, R. (1991): *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*, Madrid, Ed. Siglo XXI.
- JACKSON, M. A. (1983): "El historiador y el cine" en ROMAGUERA i RAMIÓ, J. [et al.]: *La historia y el cine*. Barcelona, Fontamara.
- JARVIE, I. C. (1974): *Sociología del cine: ensayo comparativo sobre la estructura y funcionamiento de una de las principales industrias del entretenimiento*. Madrid, Guadarrama.
- JULIÁ, S., PRADERA, J. y PRIETO, J. (1996): *Memoria de la transición*. Madrid, Taurus.
- KIENTZ, A. (1974): *Para analizar los mass media. El análisis de contenido*, Valencia, Fernando Torres.
- LE COULTRE, MARTIJN F. (2003): *Un siglo de carteles*. (Versión castellana de Eugeni Rossell i Miralles). Barcelona, Gustavo Gili.
- LEÓN, J. L. (1996): *Los efectos de la publicidad*, Madrid, Ariel.
- LÉVI-STRAUSS, CL. (1984) (4ª Ed.): "La familia", en LÉVI-STRAUSS, SPIRO y GOUGH: *Polémica sobre el origen y la universalidad de la familia*. Barcelona, Anagrama.
- LLINÁS, F. (1986): "Los vientos y las tempestades", en *El cine y la transición política española*, Valencia, Generalitat Valenciana.
- LLOPIS, B. (2003): *Programas troquelados españoles de cine, 1913-2000.* Zaragoza, A. Hernández Ibáñez.

  – (2009): *La censura franquista en el cine de papel: un apasionante recorrido por los carteles, fotos, postales y programas de mano, prohibidos en la España de Franco.* San Sebastián de los Reyes, Madrid, Cacitel.
- LOCHE, R. (1975): *La litografía*. Barcelona, Ediciones Torres.
- LÓPEZ PÉREZ, S. (2005): "La publicidad como factor de cambio en los procesos de transformación social: el caso de España en el paso del franquismo a la democracia", en

BERMEJO BERROS, J. (Coord.): *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro.* Sevilla, Comunicación Social.

- LÓPEZ RODÓ, L. (1986): "La economía española", en ABELLA, R. [et al]: *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- LÓPEZ-ARANGUREN, E. (1994): "El análisis de contenido", en GARCÍA FERRANDO, M; IBÁÑEZZ, J.; y ALVIRA, F. (comps.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.* Madrid, Alianza Universidad Textos.
- LUENGO ARIAS, A. (1987): *Catálogo héroes de folletos de cine: primer catálogo de propaganda de cine editado en España.* Valencia, Héroes.
- LUQUI, J. [et al.] (1987): 30 años de diseño gráfico en el cine español. Móstoles, Erisa.
- MARCOS RECIO, J. C. (1999): *La documentación electrónica en los medios de comunicación*. Madrid, Fragua.
  - (2007): "Las fuentes de la información al servicio de la publicidad. investigación y Planificación", en MARTÍN REQUERO, Mª I. [et al]: *Nuevas Tendencias en la Publicidad del siglo XXI*. Sevilla, Zamora, Comunicación Social.
- MARÍN, J. M., MOLINERO, C. y YSÁS, P. (2010): *Historia política de España, 1939-2000*. Vol. 2. Madrid, Ediciones Istmo.
- MARTÍN LÓPEZ, E. (2000): *Familia y sociedad: una introducción a la sociología de la familia.* Madrid, Rialp.
- MARTÍN REQUERO, Mª I. y ALVARADO LÓPEZ, Mª C. (Coords.) (2006): *Publicidad y cultura: La publicidad como homologador cultural*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (2001): *Diccionario de edición, tipografía y artes gráficas*. Gijón, Trea.
- MATAMOROS, D. (2009): *Distribución y marketing cinematográfico: manual de primeros auxilios*. Barcelona, Comunicación Activa.
- MATÉS BARCO, J. M. (2010): "Economía y sociedad en la España democrática (1975-2008)" en PAREDES, J. (dir.): *Historia de España Contemporánea*. Barcelona, Planeta.
- MAZO DEL CASTILLO, J. M. (1994): *Estructuras de la comunicación por objetivos. Estructuras publicitarias y de Relaciones Públicas*, Barcelona, Ariel.
- MEGGS, P. B. (1991): *Historia del diseño gráfico*. México, Trillas.
- MELERO SALVADOR, A. (2010): *Placeres ocultos: gays y lesbianas en el cine español de la transición.* Madrid, Notorious.
- MERCADO, S. (1990): *Cómo hacer una tesis, tesinas, informes, memorias, seminarios de investigación y monografías.* México, Limusa.
- MÉRIDA, P. (2002): *El cine español. Historia. Actores y directores. Géneros. Principales películas*. Barcelona: Larousse: Spes.
- MIGUEL, A. de (1976): *Desde la España predemocrática*. Madrid, Ediciones Paulinas.

- MILLER, F. (1994): *MGM Posters*. Atlanta, Turner Publishing.
- MOLES, A. A. (1976): *El afiche en la sociedad urbana*, Barcelona, Paidós.
- MONLEÓN, J. B. (1995): *Del franquismo a la posmodernidad: cultura española 1975-1990.* Madrid, Akal.
- MONTERDE, J.E. (1993): *Veinte años de cine español (1973-1992). Un cine bajo la paradoja.* Barcelona, Paidós Ibérica.
  - (2005): "El tabú y el cine del franquismo, la transición y la democracia", en DOMÍNGUEZ, V. (Coord): *Tabú. La sombra de lo prohibido, innombrable y contaminante.* Gijón, Festival Internacional de Cine de Gijón.
- MORALES, J. F.; MOYA, M.; [et al.] (1997): *Psicología social*, Madrid, McGraw Hill.
- MORODO, R. (1984): *La transición política*. Madrid, Tecnos.
- MÜLLER-BROCKMANN, J. y S (1971): *A History of Visual Communication.* Trufen (Suiza), Arthur Niggli.
  - (1971b): *History of the Poster*. Zurich, ABC Edition.
- MURILLO, F., GARCÍA DE LA SERRANA, J. L., et al (2006): *Transformaciones políticas y sociales en la España democrática*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- NAVARRO M. (1972): "Pautas de consumo en España y diferencias regionales", en FRAGA IRIBARNE, M., VELARDE FUERTES, J. y DEL CAMPO URBANO, S. (dirs.): *La España de los años 70 (Volumen I. La sociedad).* Madrid, Moneda y Crédito.
  - (1994) (2ª Ed): "Consumo", en CAMPO, S. del (Dir): *Tendencias sociales en España (1960-1990)*, Vol. III. Bilbao, Fundación BBV.
- ORIZO, F. A. (1991): *Los Nuevos Valores de los españoles. España en la encuesta europea de valores*. Madrid, Fundación Santa María.
- OROZCO, G. (1997): *La investigación de la comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Buenos Aires, Instituto Latinoamericano para el Desarrollo Comunitario-Universidad Nacional de la Plata.
- PACHÓN RAMÍREZ, A. (1999): *Cine con los cinco sentidos: las carteleras de Josán*. Mérida, Editora Regional de Extremadura.
- PACO, J. de (2006): *Diseñadores gráficos del cine español*. Mula, Murcia, Semana de Cine Español, Cine Club "Segundo de Chomón".
- PELAZ LÓPEZ, J. V. y RUEDA, J. C. (Eds) (2002): *Ver cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX*. Madrid, Ediciones Rialp.
- PERALES BAZO, F. (1995): "Cine y publicidad: el afiche cinematográfico", en REY, J. (Edit.).: *Algunas consideraciones sobre la comunicación empresarial e institucional*. Sevilla, MAECEI.
  - (1999): *El cartel cinematográfico.* Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.
  - (2007) (Coord.): *Cine y publicidad.* Madrid, Fragua.

- PÉREZ PEÑASCO, A. y BENAVIDES FISSURE, T. (1983): "Grupos de presión y grupos sociales", en FUNDACIÓN FOESSA: *Informe sociológico sobre el cambio social en España. 1975-1983.* Vol. II. Madrid, Euromérica.
- PÉREZ PERUCHA, J. (1986): "Escaparates del espectáculo o indicadores del sentido", en *Cine/Impreso. Cartelistas españoles de cine, 1955/1985*. La Coruña, Ayuntamiento de La Coruña.
- PÉREZ PERUCHA, J. y PONCE, V. (1986): "Algunas instrucciones para evitar naufragios metodológicos y rastrear la transición democrática en el cine español", en *El Cine y la transición política española*. Valencia, Filmoteca Generalitat Valenciana.
- PERIS FANACH, J. (2005): *Vida y obra del maestro José Peris Aragó: el pintor de la naturaleza*. Paterna, Diseñarte.
- PIÑUEL RAIGADA, J. L. y GAITÁN MOYA, J. A. (1995): *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Madrid, Síntesis.
- PONCE, J. M. (2004): *El destape nacional. Crónica del desnudo en la transición.* Barcelona, Ediciones Glénat España.
- PRAT GABALLÍ, P. (1934): *Publicidad Racional*, Barcelona, Labor.
  - (1953): *Publicidad Combativa*, Barcelona, Labor.
- PRESTON, P. (2004): *Franco "Caudillo de España"*. Barcelona, Editorial DeBolsillo.
- RECIO, J. L. (1981): *La población española ante las drogas*. Madrid, Documentación Social – Cáritas.
- REDONDO, I. (2000): *Marketing en el cine*. Madrid, Pirámide.
- RENAU, J. (1976): *Función social del cartel*. Valencia, Fernando Torres Editorial.
- RICKARDS, M. (1971): *The rise and fall of the poster*. Nueva York, McGraw-Hill Book Company.
- ROBLES OROZCO, G. (1986): "La juventud española", en ABELLA, R. [et al.]: *España diez años después de Franco: (1975-1985).* Barcelona, Planeta.
- RODRIGO MARTÍN, L.; MARTÍN REQUERO, Mª I.; [et al] (2008): "Comunicación, valores y compromiso. Desafíos de la sociedad del conocimiento y la información", en *I+C Investigar a comunicación* [Recurso electrónico]: *Invetigar la comunicación = Invetigar la comunicació = Komunikazio-Ikerketa*. Recoge los contenidos presentados a: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Congreso Internacional Fundacional. Santiago de Compostela, Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- RUBIO MARTÍNEZ, M. (1979): *Ayer y hoy del grabado y sistemas de estampación: conceptos fundamentales, historia y técnicas*. Tarragona, Tarraco.
- RUIZ LLAMAS, M. G. (2002): *El cartel: un soporte para la creación y la comunicación.* Barcelona, Praxis.

- SAN JOSÉ, B. (1986): *Democracia e Igualdad de Derechos de la Mujer*. Madrid, Instituto de la Mujer.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R. (1976): *Breve historia de la publicidad*. Madrid, Ediciones Pirámide.
- SÁNCHEZ HERRERA, J. y PINTADO BLANCO, T. (Coords.) (2010): *Nuevas tendencias en comunicación*. Madrid, Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.
- SÁNCHEZ JIMÉNEZ, J. (1991): La España contemporánea III. De 1931 a nuestros días. Madrid, Ediciones Istmo.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1997): *El cartel de cine. Arte y Publicidad*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (2002): *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid, Alianza Editorial.
- SANCHEZ VIDAL, A. (1995): "El cine español y la transición", en MONLEÓN, J. B. [et al.]: *Del franquismo a la posmodernidad. Cultura española 1975-1990.* Madrid, Ediciones Akal.
- SANTOS TORROELLA, R. (1949): *El cartel*. Barcelona, Argos.
- SANTOS, M. (1986): "Perspectivas sociológicas de la comunicación", en YARCE, J. (Ed.): *Filosofía de la Comunicación*. Pamplona, EUNSA.
- SATUÉ, E. (1988): *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid, Alianza Forma.
  - (1997): *El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva*. Madrid, Alianza Editorial.
- SCHARDT, H. (1990): *París 1900: el arte del póster*. (Traducción de Alberto Martínez Uribe). Madrid, Libsa.
- SEGUIN, J. C. (1995): *Historia del cine español*, Madrid, Acento.
- SORIANO GIL, M. A. (2005): La marginación homosexual en la España de la transición. Barcelona, Egales.
- SORLIN, P. (1988): *Sociología del cine*. México, FCE.
- SOTO, A. (2005): *Transición y cambio en España. 1975-1996*. Madrid, Alianza Editorial.
- SZTOMPKA, P. (1995): *Sociología del cambio social*. Madrid, Alianza Editorial.
- TAMAMES, R. (Dir.) (1976): *Anuario económico y social de España. 1975*. Barcelona, Planeta.
  - (Dir.) (1977): Anuario económico y social de España. 1977. Barcelona, Planeta.
- TEZANOS, J. F. (1975): *Estructura de clases en la España actual.* Madrid, Cuadernos para el diálogo.

– (1989): "Modernización y cambio social en España", en TEZANOS, J. F., COTARELO, R. y DE BLAS, A. (Eds): *La transición democrática española*. Madrid, Sistema.

- TOPOLSKY, J. (1982) (1ª Ed.: 1973): *Metodología de la historia*, Madrid, Cátedra.
- TORREIRO, C. (1995): "Del tardofranquismo a la democracia (1969-1982)", en GUBERN, R. [et al.]: *Historia del cine español*, Madrid, Ediciones Cátedra.
- TRANCHE, R. R. (1996): "Pintar el aura" en *Cine de papel. El cartel de cine en España*. Zaragoza, Ayuntamiento de Zaragoza.
- TRENC BALLESTER, E. (1997): *Artes gráficas en la época modernista en Barcelona*. Barcelona, Gremio de Industrias Gráficas.
- TRENZADO ROMERO, M. (1999): *Cultura de masas y cambio político: el cine español de la transición*. Madrid, Centro de Investigaciones sociológicas.
- TUÑÓN DE LARA, M. (1973): *Metodología de la historia social de España*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.

  – [et al] (2000): *Historia de España*. Valladolid, Ámbito.

- TUSELL, J. (2005): *Dictadura franquista y democracia.* Barcelona, Crítica.
- VALERO DE BERNABÉ, A. (1943): *España cinematográfica: recopilación de cuanto concierte al arte, industria y comercio del cine*. Madrid, Cinégrafos.
- VALLÉS COPEIRO DEL VILLAR, A. (1992): *Historia de la política de fomento del cine español.* Valencia, Filmoteca de la Generalidad Valenciana.
- VALLS BLANCO, J. M. [et al.] (1988): *La conducta sexual de los españoles.* Barcelona, Ediciones B.
- VELASCO MURVIEDRO, C. (2003): "Mujer y naranja en el cartel de publicidad comercial: la mirada de un coleccionista", en ABAD, V. (Coord.): Cítrico deseo. Valencia, Universidad de Valencia.
- VILAR, S. (1986): *La década sorprendente (1976-1986).* Barcelona, Planeta.
- VILARÓS, T. M. (1998): *El mono del desencanto: una crítica cultural de la transición (1973-1993).* México, Siglo XXI.
- VV.AA, *Historia general del cine*, Vol. III, Cátedra, Madrid, 1998.
- VV.AA. (1975): *La condición social y jurídica de la mujer: estudios con motivo del "Año internacional de la mujer"*. Granada, Escuela Social.
- VV.AA. (1978): *The Color Revolution. Color Lithography in France 1890-1900*. Santa Barbara y Saly Lake City, Peregrine Smith, Inc.
- VV.AA. (2000): *Cine de papel: los ilustradores valencianos dibujan el cine español*. Valencia, Generalitat Valenciana.
- VV.AA. (2004): *El cartel de cine cubano*: 1961 – 2004. San Sebastián de los Reyes (Madrid), El Gran Caíd.

- WEILL, A. (1987): *Affiches et art publicitaire.* París, Éditions Mayer.
- WIMMER, R. D. y DOMINICK, J. R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- ZULUETA, I. (2002): *Iván Zulueta: imagen enigma*. San Sebastián, Diputación Foral de Guipúzcoa, Departamento de Cultura, Euskera, Juventud y Deportes.
- ZUNZUNEGUI DÍEZ, S. (1993): "El cuerpo y la máscara. Para una tipología del actor español: el caso de Alfredo Landa", en *El paso del mudo al sonoro en el cine español. Actas del IV Congreso de la AEHC*. Madrid, Editorial Complutense.

Artículos de publicaciones periódicas

- AGRAMUNT LACRUZ, F. (1999): "Peris Aragó y Cifesa. Recuperación de uno de los grandes cartelistas del cine español" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 3. Madrid, El Gran Caíd.
- ALBERICH, E. (1983): "Cine español, 1972-82. Memoria de una época", en *Dirigido por…*, núm. 100. Barcelona, Dirigido por…
- ALVARADO LÓPEZ, Mª C. (1999): "El estilo publicitario de los años 20 y 30", en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 2, 1999. Madrid, El Gran Caíd.
  - (2002): "Publicidad con razón, publicidad con pasión", en *Publifilia: Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 6, Segovia, Colegio Universitario de Segovia.
  - y DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2008): "La conciencia de papel: El cartel social en la guerra civil española", en *A distancia*, núm. 1, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED.
- ANÓNIMO (2002): "Carteles de cine", en *Academia: Revista del Cine Español*, núm. 32.
- ANÓNIMO (2007): "Creatividad para la cartelera del cine", en *Control: La primera revista de publicidad*, núm. 536.
- ARCONADA, A. (2006): "José Ramón Sánchez: las tareas del cíclope", en *La revista de Cantabria*, núm. Enero-Marzo.
- ARTIGAS, J. (1967): "Sinopsis del cartel publicitario español", en *Control*, núm. 56.
- BAENA PALMA, F. (2006): "Los carteles de Mac", en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 32. Madrid: El Gran Caíd,
- BOARINI, V. (2007): "Cine como bien cultural" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 36. Madrid, El Gran Caíd.
- BRAVO, E. (2010): "Iván Zulueta: adiós al diseñador pop más pop", en *Visual: magazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*, núm. 142. Madrid, Blur Ediciones.

- COLLADO ALONSO, R. (1999): "El cartelismo surrealista de Iván Zulueta", en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 2. Madrid, El Gran Caíd.

  —(1999a): "El cartel de cine español según José Mª Cruz Novillo", *Publifilia. Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 2. Segovia, Colegio Universitario de Segovia.

  —(2004a): "Color y expresividad en los carteles de Mcp", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 24. Madrid, El gran Caíd.

  —(2004b): "El espíritu de la comedia: los carteles de Jano", en *Publifilia. Revista de Culturas Publicitarias*, núm. 8. Segovia, Colegio Universitario de Segovia.

- CUENCA, L. A. DE (2005): "Carteles de cine", en *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, núm. 100, Madrid, Miguel Ángel Garrido Gallardo.

- DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2006b): "Hacia un planteamiento semiótico del estereotipo publicitario de género", en *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, núm. 15. Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia y Asociación Española de Semiótica.

- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1999): "El cine a través del cartel publicitario". En *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 1. Madrid, El Gran Caíd.

  — (2005): "El cine negro y sus diseños", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 26. Madrid, El Gran Caíd.

  — (2007): "Cerca de las estrellas", en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 35. Madrid, El Gran Caíd.

  — (2008): "Polvo de estrellas", en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm. 40. Madrid, El Gran Caíd.

- ESTEBAN ALENDA, J. (1999): "Historia de una relación", en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 2. Madrid, El Gran Caíd.

- ESTEVE, P. y COMPANY, J. M. (1975): "Tercera vía, la muerte del cine español", en *Dirigido Por…*, Núm. 22. Barcelona, Dirigido por…

- FERRER, E. (1990): "Los carteles de Ferracci", en *El País*, sábado 24 de noviembre.

- FILLOL, G. (1948): "El cartel del Círculo", en *Arte Comercial*, núm. 12.

- GARCÍA GARCÍA, F. (2007): "Una retórica de la publicidad: de la naturaleza inventiva a la verdad metafórica", en *Pensar la Publicidad*, vol. I, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.

- GARCÍA RAYO, A. (1999): "Los primeros héroes de la pantalla nacieron con el cine de episodios" en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 1. Madrid, El Gran Caíd.

  – (2008): "Prohibida" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 38. Madrid, El Gran Caíd.

- GÓMEZ PÉREZ, F.J. (2002): “La tipografía en el cartel cinematográfico”. En *Comunicación: revista internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, nº 1. Pág. 203-216.
- GONZÁLEZ DE PRADO, M. (2006): “¿De dónde vienen las ideas?”. *Control, la primera revista de publicidad*, nº 526, Madrid, Edipo.
- GONZÁLEZ MARTÍN, R. (1997): “Arte y Publicidad: acotaciones a un matrimonio irreverente, pero eficaz”, en *Documentación social*, núm. 107. Madrid, Cáritas Española.
  - (2000): “Peculiaridades del cartel”, *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 8. Madrid, El Gran Caíd.
  - (2004): “La publicidad en el imaginario cultural de la democracia española: 1976-2003”. *Historia y Comunicación Social*, nº 9. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.
- GUBERN, R. (1997b): “La Guerra Civil y el cine”, en *Cuadernos de la Academia*, núm. 1. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
  - (1997c): “Los imaginarios del cine del franquismo”, en *Cuadernos de la Academia*, núm. 1. Madrid, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España.
  - (2005): “Retrato en blanco y negro de la España de los sesenta” en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 25, Madrid, El Gran Caíd
- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (1995): “Criterios de periodización en la historia del cartel” en *Area 5*, nº 4.
- LARAÑA Y RODRÍGUEZ, E. (1986): "Las drogas como problema social tipología y tratamiento". *Revista española de Drogodependencias*, nº 34. Madrid.
- MARTÍN REQUERO, Mª I. (2001): “Educación en valores: publicidad y valores, el valor de la publicidad”, en *A tu Salud*, núm. 34, Segovia, Alezeia.
- MELENDRERAS, E. (1973): “15 Carteles para la historia”, en *Publicidad*, núm. 29.
- MONTERDE, J. E. (1978): “Cine político español. 1973-1978”, en *Dirigido por…*, núm. 58. Barcelona, Dirigido por…
- MORANTE, R. (2004): “Recordar o mejor aún: revivir”, en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 22. Madrid, El Gran Caíd.
- MOYA, C. (1983): “Entrevista con Macario Gómez”, *Dirigido por ...*, núm. 100. Barcelona, Dirigido Por.
- PÁRAMO, M. L. (2006): “Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario”, en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, nº 33. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- PÉREZ RUFI, J. P. (2010): “El cartel de cine hoy”, en *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias*, núm. 2. Valladolid, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.

- PONGA, P. (1992): "Carteles de cine contra la pared" en *Fotogramas*, núm. 1790.
- REY, J. (1997): "El iconismo gráfico en la escritura publicitaria", en *Questiones Publicitarias*, nº 6. Sevilla, MAECEI.
- RIALTO, J. (1999): "Barracas y salones" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 3. Madrid, El Gran Caíd.
- SÁEZ ANGULO, J. (2008): "Fernando Piñana. Carteles de cine de los años 30 al 50", en *Galería Antiqvuaria: Arte contemporáneo, angigüedades, mercado, coleccionismo*. Madrid, Ediciones Antiqvaria.
- SÁNCHEZ LÓPEZ R. (1995): "Vanguardias artísticas y cartel cinematográfico". En *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza,* nº 11. Zaragoza, Prensas universitarias de Zaragoza y Departamento de Historia del Arte.
  - (2003): "Los carteles de cine", en *Litoral: revista de la poesía y el pensamiento*, núm. 236.
- SERRANO SANZ, J. M. (1994): "Crisis económica y transición política" en *Ayer*, núm. 15. Madrid, Asociación de Historia Contemporánea y Marcial Pons.
- SUMMERS, B. (2006): "El toque Serny" en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm 31.Madrid, El Gran Caíd.
- TERUEL RODRÍGUEZ, L. (2004): "La información cinematográfica en Andalucía durante la Transición como garante de los valores del Régimen" en *Ámbitos: Revista internacional de Comunicación*, nº 11-12, Sevilla, Universidad de Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación.
- TOSANTOS, C. M. (1990): "Fulgor y muerte del cartel cinematográfico", en *Mensaje y Medios: Revista de los Profesionales de la Comunicación*, núm. 19. Madrid, RTVE.
- TRANCHE, R. R. (1994): "El cartel de cine en el engranaje del Star System" en *Archivos de la Filmoteca*, nº 18, Valencia, Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay.
- TRENZADO ROMERO, M. (2007): "Cine y poder: el cine español y la secularización del discurso público sobre la moral durante la transición y consolidación democrática", en *Política y Sociedad*, vol. 44, núm. 3. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- VELASCO MURVIEDRO, C. (1988): "Publicidad y política en la guerra civil: revancha comercial y adulación a los vencedores", en *Historia 16*, núm. 143. Madrid, Información e Historia.
- VIDAL SILVA, P. (2004): "Inspiración, Arte y Técnica en los carteles de Rafael Morante" en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 22. Madrid, El Gran Caíd.
  - (2006): "Sólo para tus ojos" en *AGR, Coleccionistas de cine,* núm 31. Madrid, El Gran Caíd.

– (2007): “Caras con ángel” en *AGR, Coleccionistas de cine*, núm 34. Madrid, El Gran Caíd.

- VILLALOBOS, R. (1991): “El cartelismo cinematográfico”, en *Imágenes de actualidad*, núm. 93. Barcelona, Dirigido Por.
- ZARZA, V. (2001): “Ilusión y Memoria”, en *ABC Cultural*, noviembre.

–ZARZA, V. (2006a): “Montalbán, inolvidable”, en *AGR. Coleccionistas de Cine*, núm. 30. Madrid: El Gran Caíd.

–ZARZA, V. (2006b): “El cartelista que miraba a las estrellas”, en *AGR, Coleccionistas de Cine*, núm. 29. Madrid: El Gran Caíd.

Catálogos

- BAENA, F. (2008): *Hollywood en España: 101 carteles de la época dorada*. [Catálogo Exposición]. Málaga, Festival de Málaga, Cine Español.
- *Buñuel, cien años.* Colección de carteles Lucio Romero. Málaga: Diputación Provincial de Málaga, Área de Cultura y Educación, 2000.
- *Carteles de cine español* (fondos de la Filmoteca Española), Festival de Cine de Huesca (del 9 al 17 de junio de 1995), Huesca: Diputación de Huesca, Ibercaja y Filmoteca Española, 1995.
- *Carteles de cine español, años 50*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 30 de mayo al 17 de junio de 2001. Málaga: Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga, 2001.
- *Carteles de cine español, años 60*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 25 de abril al 12 de mayo de 2002. Málaga: Área de Cultura, 2002.
- CERVERA, E. [et al.] (2004): *Carteles de cine de 1915 a 1930: colección Fernández Ardavín*. [Catálogo Exposición]. Madrid, Filmoteca Española.
- *Cine / impreso. Cartelistas españoles de cine, 1955/1985.* (Palacio Municipal de Exposiciones, Kiosco Alfonso). La Coruña: Ayuntamiento de La Coruña, 1986. (Enero).
- *Cine de papel. El cartel de cine en España.* Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, 1996. (25 de junio al 18 de agosto).

- *El cine en sus mejores carteles*. Barcelona : Euroliber, D.L. 1995.
- *El cine español en los carteles de Jano*. Festival de Málaga, del 9 al 17 marzo de 2007, [Sociedad Económica de Amigos del País, Málaga]. Málaga: Festival de Málaga, Cine Español, 2008.
- *El que el cinema ens va deixar*: Dénia, 2006 : L'exposició : Centre de'Art l'Estació, del 16 de desembre de 2006 a l'11 de febrer de 2007, Dénia / [textes, Francisca Viciano ... [et. al.]. Dénia: Ajuntament de Dénia, Delegació de Cultura, 2007.
- *Elogio del guión cinematográfico*: exposición del 6 de julio al 15 de agosto de 2007, sala de exposiciones CAM, Elche. Alicante: CAM, Obras Sociales, 2007.
- *Firmado Mac*: *carteles de cine de Macario Gómez*. Sala de exposiciones de la Filmoteca Española: Palacio de Perales, octubre de 2006. Madrid: Filmoteca Española, 2006.
- Gómez, Macario. *Mac, traços de cinema: Macari Gómez, cartells 1955-1980* : [exposició / textos, Paco Baena, Sandra Baena]. Tarragona: Fundació Caixa Tarragona, 2007.
- *Historia de una pasión*. Exposición de cine, del 4 de abril al 25 de mayo de 2003. Alicante: Ayuntamiento de Alicante, Patronato Municipal de Cultura, 2003.
- *Hollywood en España*: *101 carteles del época dorada*. Colección privada de Gerardo Vera : [exposición] / [textos, Francisco Baena, Gerardo Vera]. Málaga: Festival de Málaga, Cine Español, 2008.
- *Los 70 y Zulueta: carteles y cine español*: Sala de Exposiciones del Archivo Municipal, del 24 de abril al 11 de mayo de 2003 / [textos, Ana Mª Rico Terrón, Lucio Romero]. Málaga: Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga, 2003.
- LOZANO BARTOLOZZI, Mª del M. (2007): *Salvador Bartolozzi (1882 – 1950). Dibujante castizo y cosmopolita.* Catálogo. Museosdemadrid. Arte Contemporáneo. Madrid.
- LUENGO ARIAS, A. (1987): *Héroes de folletos de cine.* Valencia, Col. Catálogo editado por Ángel Luengo Arias.
- *Mac, traços de cinema*: *Macari Gómez, cartells 1955-1980.* [exposició / textos, Paco Baena, Sandra Baena]. Tarragona: Caixa Tarragona, Fundació, 2007.
- *Málaga en carteles de cine*: sala de exposiciones del Archivo Municipal, 15 diciembre 05-15 enero 06. [Textos: Lucio Romero]. Málaga: Área de Cultura, 2005.
- MELENDRERAS, E. (1985): "Notas para la historia del cartel español" en *100 años del cartel español.* (Catálogo Exposición). Madrid, Centro Cultural Conde Duque.
- *Pausas de papel. Carteles de cine de Iván Zulueta: 1968 – 1989*, Valencia: Filmoteca de la Generalitat Valenciana, 1990.

- PEDRAZA, P. (1990): *Pausas de papel: carteles de cine de Iván Zulueta* [exposición]. Valencia, Filmoteca de la Generalitat Valenciana.
- PÉREZ PERUCHA, J. (1986): "Escaparates del espectáculo o indicadores del sentido". Catálogo: *Cine / Impreso. Cartelistas españoles de cine 1955-1985*. La Coruña, Ayuntamiento de La Coruña, Gobierno Municipal.
- RAGA, R. (2002): *Carteles de cine.* [Catálogo Exposición]. La Laguna, Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio, Concejalía de Cultura y Patrimonio Histórico-Artístico.
- ROMERO, L. (2001): *Carteles de cine español, años 50.* [Catálogo Exposición]. Málaga, Área de Cultura, Ayuntamiento de Málaga.
- Sánchez Guzmán, J.R.; Melendreras, E.; García Fernández, S.: *100 años de cartel español. Publicidad comercial (1875 – 1975)*, Madrid: Ayuntamiento de Madrid y Cámara de Comercio e Industria, 1985.
- SÁNCHEZ LÓPEZ R. (1995): "Un siglo con los carteles de cine" en *Carteles de cine español. Fondos de la Filmoteca Española*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.
- SATUÉ, E. (2000): "Empresa, sociedad y cultura en el siglo de los signos" en *Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España.* Catálogo. Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Cultura.
- TRANCHE, R. R. (1995): "El cartel de cine en España: apuntes para un centenario" en *Carteles de cine español*. Catálogo. Huesca, Diputación Provincial de Huesca.
  - (2004): "Los Fernández Ardavín: Una saga pionera del cartel de cine" en *Carteles de cine de 1915 a 1930: Colección Fernández Ardavín*. Catálogo de Exposición. Madrid, Filmoteca Española, D.L.
- VELASCO MURVIEDRO, C. (2002): "1000 recuerdos en color: carteles de publicidad comercial en España (1870-1960)". Catálogo exposición. La Palma, Dirección General de Cultura.
- VV.AA. (1985): *100 Años del cartel español: publicidad comercial (1875-1975).* Catálogo Exposición. Madrid, Ayuntamiento de Madrid, Concejalía de Cultura.
- VV.AA. (1986): *Carteles de cine 1913-1986*. [Catálogo Exposición]. Vitoria-Gasteiz, Diputación Foral de Álava, Departamento de Cultura.
- VV.AA. (2002): *Carteles de cine español, años 60.* [Catálogo Exposición]. Málaga, Área de Cultura.

Tesis Doctorales

- AÑOVER DÍAZ, R. (1992): *La política administrativa en el cine español y su vertiente censora*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- DE ANDRÉS DEL CAMPO, S. (2002): *Estereotipos de género en la publicidad de la II República española: Crónica y Blanco y Negro*. Tesis Doctoral. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1990): *El análisis del mensaje publicitario*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- MARCOS MOLANO, M. (1996): *Estética de la fotografía publicitaria en España: 1975:1985*. Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 23 de octubre de 2009.
- MONDELO GONZÁLEZ, E. (1996): *Rasgos de identidad de los jóvenes en el cine español de los años 1960 y 1990-91*. Tesis Doctoral [En línea]. Universidad Complutense de Madrid. Consultado el día 5 de marzo de 2010.
- PACHECO RUEDA, M. (1999): *Proyección y posibilidades del medio exterior en España: una propuesta de desarrollo*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- PERROUD, M. (1990): *El cartel de cine en España*. Tesis Doctoral. Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- ROMERO MUÑOZ, Mª C. (1998): E*l cartel ilustrado de teatro en España como modo de expresión artística (1875-1939)*. Tesis Doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, R. (1992): *El cartel de cine como medio publicitario y modo de expresión artística (El cartel de cine en España)*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- SERRANO MORA, A. (2009): *El cine español a través de sus carteles. Iconografía y retórica. Historia de un discurso*. Tesis doctoral inédita. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

Documentos electrónicos

- AMIGUET, J. M. (2000): "La configuración de la publicidad gráfica en el cine: el cartel y los soportes en el espacio de consumo" en *Caleidoscopio. Revista Cinematográfica Digital*. [En línea]. Consultado el 27 de octubre de 2000. http_//webceu.upv.es/caleidoscopio/amiguet_cartel.html

- BLANCO MALLADA, L. (2005): "El musical en los años setenta (1ª parte: 1970-1975)", en *Área Abierta*, [en línea], núm. 11. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Disponible en http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/ [consultado el 27 de julio de 2007).

- COLLADO ALONSO, R. (2011): "El destape del cartel de cine español. La nueva libertad sexual en la transición española", en *Revista Icono14* [en línea] 1 de Octubre de 2011, Núm. 3, Vol. Especial, en http://www.icono14.net.

- COSTA, J. (2002): "El cartel, entre servidumbre y esplendor" [en línea]. http://www.abc.com.uy/joancostauruguay/DEFINICIONES/curriculum_joan_costa/TEXTOS/El_cartel__entre_servidumbre_y_esplendor.htm. Consultado el 20 de diciembre de 2002.

- FERNÁNDEZ MELLADO, R. (2007): "El cartel de cine español de posguerra (1939-1945): modelo de tratamiento documental" en *Cuadernos de Documentación Multimedia*, nº 18. Universidad Complutense, Departamento de Biblioteconomía y Documentación. [en línea]. Consultado el 5 de mayo de 2008.

- GABRIEL MARTÍN, F. (2009): "La publicidad cinematográfica en Barcelona: MCP y la empresa Esquema" [en línea]. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes [ref. de 2 de febrero de 2009]. Disponible en: http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12146182018922617210213/p0000001.htm#I_1_>.

- GUTIÉRREZ ESPADA, L. (2005): "El concepto del cartel artístico en su contexto histórico" en CAVP1 [en línea], Madrid, Universidad Complutense de Madrid. http://www.ucm.es/info/cavp1/CAVP1/publicaciones/area6_49htm.

- HUESO MONTON, A. L. "El cartel cinematográfico, reclamo y estética" [en línea]. <www.macuf.es/pdfs/sp05_Bunuel_AngelLuisHuesoMonton.pdf> [Consulta: 2 de febrero de 2011].

- IGLESIAS, M. (2000): "Juan Antonio Velasco. Cartelista de cine", en *Fusión*. Marzo, 2000. www.revistafusion.com/2000/marzo. [Consulta: 15 de febrero de 2004].

- PÁRAMO, M. L. (2006): "Manuel de Iñigo, maestro del cartel publicitario", en *Espéculo. Revista de estudios literarios*, nº 33. [en línea]. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Consultado el 10 de mayo de 2008.

Webgrafía

- http://alpacine.com
- http://personal.telefonica.terra.es/web/banderamadrid/jm_cruz_novillo.htm
- http://seronoser.free.fr/laincineradora/roberto7.htm
- http://todocoleccion.net
- http://www.cartelespeliculas.com/wp/
- http://www.cicop.com/raga_biogra.htm
- http://www.cinejano.com
- http://www.clmdiseno.com/portal/lang__es-ES/rowid__216505,23439/dTabID__1/query15302__1/rel23430__1/query23439__1/tabid__9709/default.aspx
- http://www.cruznovillo.com
- http://www.eliasquerejeta.com
- http://www.iesquintana.net/drupal/node/231
- http://www.mcu.es
- http://www.qbinet.es/2011/03/31/jose-ramon-sanchez/
- http://www.vidasdecine.es/

Anexo

Dibujo de Alfredo Landa, extraído del libro *Las estrellas del cine español vistas por Jano, pp.172.*

ANEXO

Junto a este volumen se adjuntan un disco en formato DVD en el que se incluyen los siguientes documentos:

- Texto íntegro del presente trabajo de investigación en formato PDF, con indicadores y marcadores que facilitan su lectura.
- Compilación documental en formato PDF.
- Listado 1: películas de nacionalidad española producidas entre 1973 y 1982, según la base de datos del Ministerio de Cultura.
- Ficha técnica de todas las películas cuyos carteles componen nuestro corpus de análisis.