

El tratamiento del legado artístico y monumental en la creación de la imagen de España a través de los documentales turísticos del NO-DO

José Javier Aliaga Cárceles

Universidad de Murcia — Alma Mater Studiorum, Università di Bologna

Resumen: El artículo examina el tratamiento que recibió el legado artístico y monumental español, en aquellos documentales turísticos del Archivo Histórico del NO-DO que se centraron en acuñar una imagen de España a través de la promoción de los principales atractivos turísticos del país, en los años del desarrollismo del régimen franquista. Desde la metodología de los estudios visuales, hemos partido de la iconografía y de la semiótica para determinar la forma en la que ese pasado artístico y monumental de la nación se incardinó en el discurso turístico de las películas analizadas. La investigación ha permitido comprobar que el patrimonio

histórico-artístico fue clave en la propaganda turística oficial y constituyó una pieza más en esa construcción de la imagen del país acuñada por el documental turístico. A partir de una estrategia de síntesis y simplificación, se optó por incorporar una serie de iconos cuya presencia recurrente no fue ajena a los intereses ideológicos y propagandísticos del franquismo.

Palabras clave: España, franquismo, arte, turismo, NO-DO, documental turístico.

Résumé : Cet article analyse le traitement reçu par l'héritage artistique et architectural espagnol dans les documentaires touristiques des

Archivo Histórico del NO-DO qui étaient orientés vers la création d'une image de l'Espagne à travers la promotion des principales attractions touristiques du pays dans les années du *desarrollismo* du régime franquiste. À partir de l'iconographie et de la sémiotique, nous nous sommes basés sur la méthodologie des études visuelles afin de déterminer la façon dont cet héritage historique et architectural de la nation a été incorporé dans le discours touristique des films analysés. La recherche a confirmé que l'héritage historique et artistique a été fondamental dans la propagande touristique officielle et qu'il a constitué un des éléments de la construction de l'image du pays créée par le documentaire touristique. À partir d'une stratégie de synthèse et simplification, il a été décidé d'incorporer une série d'icônes dont la présence habituelle était liée aux intérêts de l'idéologie et de la propagande du franquisme.

Mots-clés : Espagne, franquisme, art, tourisme, NO-DO, documentaire touristique.

Abstract: This article examines the treatment of Spain's artistic and monumental legacy in

those tourist documentaries from the *Archivo Histórico del NO-DO* that focused on coining an image of Spain through the promotion of the country's main tourist attractions during the *desarrollismo* years of the Franco regime. Using the methodology of visual studies, we have based ourselves on iconography and semiotics to determine the way in which the artistic and monumental past of the nation was incorporated into the tourist discourse of the films analysed. The research has shown that the historical-artistic heritage was a key element in the official tourist propaganda and constituted one more piece in the construction of the image of the country coined by the tourist documentary. Based on a strategy of synthesis and simplification, it was decided to incorporate a series of icons whose recurrent presence was not alien to the ideological and propagandistic interests of the Franco regime.

Key words: Spain, Francoism, art, tourism, NO-DO, tourist documentary.

El legado artístico y monumental español ha constituido uno de los principales atractivos del país desde que aquellos primeros viajeros decimonónicos descubrieran las singularidades de la cultura española hasta la progresiva implantación del fenómeno turístico. La estima de la que gozó el arte español a lo largo del siglo XIX acabó cristalizando en el florecimiento de una conciencia histórica y artística nacional sobre la existencia de un arte con personalidad propia. La trascendencia de este fenómeno que reveló un interés por el desarrollo de la historiografía artística también se dejó notar en la cultura de la imagen. La posibilidad de reproducir técnica y masivamente obras de arte por medio del grabado, la fotografía y el cine permitió ampliar sus canales de difusión, que pronto fueron asumidos por el sector turístico. En este sentido, los primeros impulsos institucionales llevados a cabo en el primer tercio del siglo XX en materia turística fueron herederos de esa idiosincrasia que había alumbrado un interés por la conservación y divulgación de los monumentos históricos y artísticos del país durante la segunda mitad de la centuria precedente. Sin embargo, fue con la creación del Patronato Nacional del Turismo, en 1928, cuando se decidió configurar una

imagen competitiva del país que conjugara, por un lado, elementos identitarios, como eran el pasado monumental, las tradiciones o las bellezas naturales de las diferentes provincias, con elementos propios de la vida moderna destinados a dar cobertura a las necesidades y demandas del turista. Fue, precisamente, esa imagen la que exploró y potenció la entidad de los Noticiarios y Documentales Cinematográficos ‘NO-DO’, tras su adscripción al Ministerio de Información y Turismo, creado en 1951, que fue el organismo encargado de generar la cultura visual oficial turística en los años del desarrollismo durante el franquismo. De este modo, a las imágenes oficiales generadas en los folletos, los carteles y las guías turísticas, se sumaron las producidas por los reportajes y documentales de NO-DO.

Los estudios sobre NO-DO que han visto la luz desde que R. Tranche y V. Sánchez-Biosca publicaran su imprescindible monografía dedicada a examinar los engranajes y el funcionamiento del organismo han demostrado la especial significación de las imágenes de esta productora oficial como fuente para la investigación en diferentes ámbitos de conocimiento, como la sociología, la geografía, la educación, la historia, la antropología, el deporte e, incluso, la medicina¹. Sin embargo, un aspecto que ha pasado desapercibido en la historiografía del NO-DO ha sido el de abordar la implicación que el patrimonio histórico-artístico tuvo tanto a nivel nacional como regional y local en la promoción turística de las producciones desarrolladas por esta entidad oficial. En este sentido, el propósito de este artículo es el de examinar la imagen del legado artístico y monumental español que se fraguó en aquellos documentales turísticos del Archivo Histórico del NO-DO que focalizaron su atención en ofrecer una síntesis de los principales atractivos del país (bellezas naturales, costumbres, fiestas, etc.) para la promoción del turismo². De este modo, nos centramos en analizar aquellos títulos cuya estructura narrativa se organizó en torno a la idea España para acuñar la imagen-marca del país. Para poder responder al objetivo planteado, nos hemos servido de la metodología de los estudios visuales, tomando como punto de partida algunos de los presupuestos teóricos que formula W. J. T. Mitchell en su obra *¿Qué quieren las imágenes? Una crítica de la cultura visual*³. Este enfoque metodológico ha permitido, a su vez, conjugar diferentes perspectivas de análisis, especialmente la iconográfica y la semiótica que, en el caso que nos ocupa, se han erigido como las más adecuadas para examinar los materiales cinematográficos objeto de estudio.

1 - El documental turístico del NO-DO

A finales de 1942, nació la entidad de los Noticiarios y Documentales Cinematográficos ‘NO-DO’ con el firme propósito de poner en marcha un noticiario oficial español y promover la

1. RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, *NO-DO: el tiempo y la memoria*, Madrid, Cátedra/Filmoteca Española, 2005.
2. Tras la extinción oficial del organismo NO-DO y la integración de sus fondos cinematográficos en la entonces Filmoteca Nacional por la Orden de 20 de mayo de 1980 del Ministerio de Cultura, en 1982 NO-DO pasó a tomar el nombre de Archivo Histórico del NO-DO y su legado pasó a ser propiedad de Filmoteca Española. En 2015, la web de RTVE publicó en acceso abierto todos los fondos cinematográficos digitalizados.
3. MITCHELL, William John Thomas, *¿Qué quieren las imágenes? Una crítica de la cultura visual*, Vitoria-Gasteiz, Sans Soleil Ediciones, 2020 [2005].

producción de cine documental⁴. La evolución administrativa de la entidad estuvo marcada por los cambios de adscripción ministerial a los que se vio sometida hasta su supresión oficial en 1981. Esta circunstancia no solo supuso una transformación a nivel organizativo o jurídico, sino que también influyó de manera decisiva tanto en el terreno de la producción como en los intereses y en el trasfondo ideológico que subyacieron en sus productos. Su integración en el recién creado Ministerio de Información y Turismo en 1951, a cuyo frente se situó Gabriel Arias Salgado, abrió una nueva etapa en su historia⁵. Adscrita, primero, a la Dirección General de Cinematografía y Teatro, entre 1952 y 1968, y, después, a la Dirección General de Radiodifusión y Televisión, entre 1968 y 1977, en el discurso propagandístico de sus producciones cobraron vigor los dos intereses que dieron nombre a su ministerio: la información y el turismo.

Esta década de los cincuenta también marcó un nuevo rumbo en la actividad de la producción documental. Si la primera etapa que vivió la entidad, con Joaquín Soriano como director, se centró en la puesta en marcha del noticiario, fue con su sucesor, Alberto Reig, quien estuvo al frente de la dirección de NO-DO entre 1953 y 1962, cuando se dio un fuerte impulso a la realización de documentales⁶. Un acontecimiento clave, al respecto, fue la asistencia de una comitiva, encabezada por Joaquín Argamasilla, director General de Cinematografía y Teatro, y Alberto Reig, al IV Congreso Internacional de películas educativas, documentales y de cortometraje, en marzo de 1953 en París. Durante este viaje, señala el documentalista José López Clemente, quien también se trasladó a la capital francesa, se habló “de un proyecto del Ministerio de convocar un concurso de guiones turísticos para NO-DO que se quería realizasen, por primera vez, documentalistas independientes⁷”. Así, por Orden del Ministerio de Información y Turismo de 7 de noviembre de 1955 se convocaba dicho concurso⁸, del que se seleccionaron doce proyectos, cuyo proceso de producción no estuvo exento de dificultades económicas, retrasándose su entrega a la Dirección General de Turismo hasta el 16 de julio de 1957⁹. Los documentales presentados fueron: *Alto Pirineo*, *Contrapunto de Madrid*, *Cómo se repite una ciudad: Salamanca*, *Dos ciudades históricas y dos Sitios Reales*, *Asturias monumental*, *Paraíso Mediterráneo*, *Por el camino de la jota*, *Jardines de España*, *La capra hispánica*, *San Antonio de la Florida*, *Sucedió en San Fermín* y *Truchas y salmones*. Los títulos de estas películas son ya de por sí indicativos de la preferencia en los contenidos que fueron abordados en la producción

4. Reglamento para la organización y funcionamiento de la entidad productora, editora y distribuidora cinematográfica de carácter oficial NO-DO. Madrid, 29 de septiembre de 1942, en RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, *NO-DO: el tiempo y la memoria*, op. cit., págs. 585-586; Orden de la Vicesecretaría de Educación Nacional, de 17 de diciembre de 1942, disponiendo la proyección obligatoria y exclusiva del Noticiario Cinematográfico Español y concediendo la exclusividad absoluta de reportajes cinematográficos a la entidad editora del mismo, Noticiario y Documentales Cinematográficos NO-DO. BOE. Madrid, n° 356, 22 de diciembre de 1942, pág. 10444.

5. Decreto-Ley de 19 de julio de 1951 por el que se reorganiza la Administración Central del Estado. BOE. Madrid, n° 201, 20 de julio de 1951, pág. 3446.

6. MATUD JURISTO, Álvaro, *El cine documental de NO-DO 1943-1981*, págs. 221-222, Tesis Doctoral: Historia de la Comunicación Social: Universidad Complutense de Madrid, 2007.

7. LÓPEZ CLEMENTE, José, “La otra cara de NO-DO”, in *Historia del cortometraje español*, Pedro Medina, Luis Mariano González y José Martín Velázquez (coords.), Madrid, 26 Festival de Alcalá de Henares, 1996, págs. 153-154.

8. Orden del Ministerio de Información y Turismo, de 7 de noviembre de 1955, por la que se convoca concurso de guiones cinematográficos para la realización de Documentales en color sobre motivos de España. BOE. Madrid, n° 317, de 13 de noviembre de 1955, pág. 6874.

9. Archivo General de la Administración (AGA). (03) 49.02 22/44.

documental de NO-DO desde sus inicios bajo el formato del cortometraje. Al respecto, los asuntos geográficos, etnográficos e histórico-artísticos ocuparon un lugar preferente a la hora de divulgar la imagen del territorio español. No obstante, estos documentales pese a estar promovidos con fines turísticos, puesto que, de hecho, se determinó hacer hasta siete versiones de cada uno (española, francesa, italiana, alemana, inglesa, norteamericana y sueca) para su distribución fuera del país¹⁰, recurrieron a las convenciones propias de los tradicionales subgéneros del documental, como el geográfico, el etnográfico o el artístico, para componer su estructura narrativa.

De resultas de lo expuesto, esta experiencia impulsada por el Ministerio de Información y Turismo, además de fomentar la producción del cine documental español y abrir las puertas de NO-DO a profesionales ajenos a la plantilla de la entidad, fue el inicio de las estrechas colaboraciones que mantendría la entidad oficial con las Direcciones Generales responsables de la propaganda turística en España durante el franquismo. Junto a ello, los intereses ministeriales en materia turística llevaron a que las constantes temáticas que habían sido abordadas en el documental fuesen experimentando transformaciones en su tratamiento, incardinándose progresivamente en ellos el discurso del turismo, lo que contribuyó al florecimiento del género del documental turístico que acabaría eclosionando en los años sesenta y setenta en las producciones de la entidad.

Antonia del Rey-Reguillo se refiere al documental turístico para denominar “un tipo de películas, de corto, medio y largo metraje que, en forma de relato de no ficción, tratan sobre un lugar —país, región, ciudad, espacio natural o cultural, etc.— susceptible de ser percibido como destino turístico, propiciando en el espectador la posibilidad de vivir una experiencia viajera virtual y suscitando su deseo de convertirla en real¹¹”. Sin embargo, esta definición puede plantear dificultades a la hora de examinar la producción documental desarrollada por NO-DO al reducir esta definición al criterio del espectador, ya que entraría en colisión con otros subgéneros del documental como el documental etnográfico o el documental de arte. En cualquier caso, y aunque no es propósito de este texto plantear una reflexión teórica al respecto, conviene delimitar el alcance terminológico del documental turístico dentro del contexto que nos ocupa. En este sentido, nos valdremos del planteamiento formulado por el crítico y teórico del cine estadounidense B. Nichols quien considera que a la hora de definir un documental conviene tener presentes los puntos de vista del realizador, del texto y del espectador¹². De estos tres, quizá sea la variable textual la que permite esclarecer algunos rasgos propios del documental turístico de NO-DO, cuyo patrón organizativo, a menudo, parte de ofrecer una imagen competitiva del territorio en cuestión conjugando sus rasgos propios (paisajes, costumbres, tradiciones, monumentos, etc.) con elementos propios de la vida moderna destinados a dar cobertura a las necesidades y demandas del turista (transportes, alojamientos, vías de comunicación, etc.), al tiempo que la retórica discursiva se dirige directamente al espectador para captar su atención, atraerlo y despertar en él la curiosidad como futuro viajero. Sin duda, un discurso este cuyos orígenes cabe rastrear en el proyecto de la configuración turística de España que modeló el Patronato Nacional de Turismo a través de la cultura visual generada al amparo de

10. AGA (03) 49.01 21/5710.

11. DEL REY-REGUILLO, Antonia, “Mucho más que sol y playa. El documental turístico español. De Segundo de Chomón a Carlos Serrano de Osma”, in *Turistas de película. Sus representaciones en el cine hispánico*, Antonia del Rey-Reguillo (ed.), Madrid, Biblioteca Nueva, 2013, pág. 39.

12. NICHOLS, Bill, *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*, Barcelona, Paidós, 1997, pág. 42.

este organismo para acabar con la imagen de atraso que se tenía en el exterior, donde también el cine el cine estuvo al servicio de la propaganda turística¹³.

2 - El legado artístico y monumental en la imagen de España creada por los documentales del Archivo Histórico del NO-DO

En el caso de la configuración de la imagen turística de España desplegada por la producción documental de NO-DO, las diferentes provincias, el litoral peninsular y los archipiélagos (las islas Baleares y las islas Canarias) se convirtieron en las principales demarcaciones territoriales de las que partió NO-DO para componer el metraje de sus documentales turísticos. Así, fue habitual que cada una de las películas se centrara en ofrecer una muestra de los principales atractivos turísticos de un lugar específico de la geografía española y sus títulos incorporaron casi siempre el nombre de estos entornos territoriales. La supeditación al formato del cortometraje y en algunos casos al medimetraje condicionaba, en cierta medida, la elección de un territorio específico como la opción más factible a la hora de componer el guion de los documentales turísticos por cuestiones de tiempo. No obstante, también se promovieron producciones que, al igual que los carteles turísticos, trataron de acuñar una imagen de España asociada a unos determinados monumentos, paisajes, fiestas, costumbres o los productos más significativos de sus diferentes provincias¹⁴, apostando en los años sesenta y setenta por hacer lo que hoy se conoce como *nation branding*¹⁵.

Ciertamente, el patrimonio histórico-artístico español había constituido ya desde los inicios del cine un tema de gran relevancia¹⁶. Pero ese interés filmico por indagar en la riqueza monumental de España cobró un fuerte impulso en la década de los veinte, unos años que fueron

13. PAZ, María Antonia, “La propaganda turística gubernamental en España. Inicios y primera utilización del cine (1928-1931)”, *Spagna Contemporanea*, 2006, n° 30, págs. 71-91; SOTO VÁZQUEZ, Begoña, “Un proyecto de construcción de imagen cinematográfica de España (1923-1929)” in *El documental de arte en España*, Joaquín Tomás Cánovas Belchí y José Javier Aliaga Cárceles (eds.), Madrid, Akal, 2022, págs. 19-29.

14. Para una revisión acerca de la evolución de la imagen turística que ha proyectado España a lo largo del siglo XX, véase MORENO GARRIDO, Ana y VILLAVERDE, Jorge, “De un sol a otro: turismo e imagen exterior española (1914-1984)”, *Ayer*, 2019, n° 114, págs. 95-121.

15. Sobre las raíces históricas de este término, vinculado a las campañas de propaganda de España, véase VILLAVERDE, Jorge, “Una arqueología del nation branding: las exposiciones binacionales del Londres eduardiano”, *Amnis*, 2018. 16 de septiembre de 2022 doi.org/10.4000/amnis.3392.

16. Sobre las vistas de las ciudades y monumentos españoles realizadas en los primeros años del cine, véase SEGUIN, Jean-Claude, *Alexandre Promio ou les énigmes de la lumière*, París, L'Harmattan, 1999; GONZÁLEZ LÓPEZ, Palmira, *Los inicios del cine en España (1896-1909): la llegada del cine, su expansión y primeras producciones*. Madrid: E-excellence, 2005; DEL REY-REGUILLO, Antonia, “Segundo de Chomón, un guía turístico de cine”, *Fotocinema*, 2013, n° 7, págs. 5-22.

decisivos en la conformación de un cine genuinamente nacional¹⁷. De hecho, bajo el espíritu del Patronato Nacional de Turismo vio la luz un nutrido número de producciones documentales que focalizaron su atención en el legado monumental español y que constituyen el germen del documental de arte en España¹⁸, un género cinematográfico con personalidad propia que, si bien vio interrumpido su desarrollo con la Guerra Civil, en los años de la inmediata posguerra volvió a alcanzar notoriedad en el país. No obstante, fue a partir de la década de los cincuenta cuando empezó su edad de oro en el cine español con importantes contribuciones de la productora oficial NO-DO que promovieron la educación artística entre la sociedad¹⁹. No obstante, además de responder a ese propósito didáctico, muchas de estas producciones persiguieron otros intereses, como el de servir a la promoción turística. A este respecto, ya se ha puesto de relieve que en ese concurso de guiones que convocó en 1955 el Ministerio de Información y Turismo un tercio de las películas seleccionadas fueron documentales de arte.

De acuerdo con lo expuesto, resulta obvio que el patrimonio histórico-artístico español constituyó una pieza clave para definir, divulgar y vender la imagen de España que forjaron los documentales turísticos oficiales. Revisando el Archivo Histórico del NO-DO, la película turística más antigua de su catálogo que persiguió ofrecer bajo la idea de España una síntesis del legado artístico y monumental español con fines turísticos es *España (fiestas y castillos)* del año 1959. Se trata de una producción “muy peculiar y poco frecuente en el panorama del documental español²⁰”, como han señalado F. J. Lázaro Sebastián y F. Sanz Ferreruela, ya que fue fruto de las relaciones que por aquel entonces mantenía el gobierno español con Estados Unidos como consecuencia de la apertura diplomática que vivió el régimen de Franco tras la firma de los acuerdos de cooperación hispano-norteamericanos en 1953. En efecto, como reza en los créditos finales, la cinta fue financiada por la compañía petrolera norteamericana Caltex Oil, que, a través de su filial madrileña, ofreció al Ministerio de Información y Turismo su colaboración para doblarla al inglés de cara a su distribución en el extranjero. El productor Manuel Goyanes, responsable de la empresa Guión, Producciones Cinematográficas, encomendó el guion y la dirección de la película al crítico, novelista y escritor Jesús Fernández Santos, quien delineó la imagen de un país moderno plagado de atractivos para el turista que pone su acento en la riqueza monumental, los paisajes naturales y las fiestas populares. El documental fue concebido como si de un diario de viaje se tratase, con la presencia extradiegética de un narrador autodiegético, encarnado por el actor Fernando Rey, quien, después de abandonar el

17. CÁNOVAS BELCHÍ, Joaquín Tomás, “Cultura popular e identidad nacional en el cine español mudo de los años veinte” in *Cine, nación, y nacionalidades en España*, Jean-Claude Seguin y Nancy Berthier (coords.), Madrid, Casa de Velázquez, 2007, págs. 25-36.

18. SOTO VÁZQUEZ, Begoña, “Un proyecto de construcción de imagen cinematográfica de España”, *op. cit.*, pág. 22.

19. ALIAGA CÁRCELES, José Javier, *La revista Imágenes y la visión documental de NO-DO: imagen e identidad del arte en la conciencia nacional*, págs. 432-510, Tesis Doctoral: Historia del Arte: Universidad de Murcia, 2022.

20. LÁZARO SEBASTIÁN, FRANCISCO JAVIER y SANZ FERRERUELA, Fernando, *Goya en el audiovisual. Aproximación a sus constantes narrativas y estéticas en el ámbito cinematográficos y televisivo*, Zaragoza, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2017, pág. 156.

Colegio Mayor “Aquinas” de Madrid y subir a un Fiat 1100, relata desde el recuerdo las experiencias vividas durante su viaje, que incluye parada en diferentes ciudades de la Península²¹.

En una entrevista que el documentalista López Clemente realizó a Fernández Santos para la revista oficial del Sindicato Nacional del Espectáculo, *Espectáculo*, le preguntó acerca de la visión artística que intentaba recoger de España en su documental, a lo que respondió: “La damos con tres pintores: Greco, Goya y Velázquez. Son, además, los más fotogénicos²²”. No es casual la contundencia de su respuesta acerca de esta tríada de pintores si tenemos en cuenta que ese mismo año se encontraba Fernández Santos trabajando en un triple proyecto que le encargó NO-DO para dedicarle a cada uno de estos artistas un documental que dio como resultado los títulos: *El Greco, un pintor, un río, una ciudad, Goya, tiempo y recuerdo de una época* y *Velázquez*, sobre los que Alberto Reig, director por entonces de NO-DO, sostuvo que eran de “Ineludible necesidad de realizar para los fines propios de la Dirección General de Turismo²³”. Ciertamente, estos artistas ocuparon un lugar preferente entre los contenidos desarrollados por las diferentes actividades de producción de NO-DO y su tratamiento estuvo al servicio de la propaganda puesta en marcha por el aparato franquista que encontró en sus obras la encarnación de unos valores claramente compatibles con sus principios ideológicos²⁴. El Greco, como el pintor de la espiritualidad y el mejor intérprete del alma castellana vinculado a la Ciudad Imperial, Velázquez, como pintor de la corte y maestro del realismo, y Goya, como artista popular, al tiempo que cortesano y cronista de su época, fueron los argumentos cosechados por la historiografía que gozaron de gran predicamento durante el franquismo e influyeron decisivamente a la hora de abordar a estos artistas en el cine oficial.

Pese a la observación reduccionista de Fernández Santos sobre su visión artística de España en torno a esa tríada de pintores, lo cierto es que la cinta ofrece una mirada más amplia del legado monumental español. Junto a las vistas urbanas de las diferentes ciudades que forman parte del itinerario, a través de una estrategia sinecdótica, se incorporan planos de los monumentos más representativos de cada una de ellas: Ávila con su muralla; los castillos de diferentes provincias castellanas, como el de Coca o el Alcázar de Segovia; Salamanca con su Universidad y su plaza Mayor; Burgos con su Catedral; Segovia con su Catedral y el Acueducto; Cuenca con sus Casas Colgadas; Santiago de Compostela con su Catedral; Granada con la Alhambra; Sevilla con la Giralda y el Puente de Triana; Huelva y el Monumento a la Fe Descubridora; Madrid con el Museo del Prado, la fuente de Cibeles o la plaza de España; y Barcelona con la Sagrada Familia.

Tras el nombramiento de Manuel Fraga Iribarne al frente del Ministerio de Información y Turismo, NO-DO promovió en 1963 la realización del documental *¿Ha visto usted España?* Un cortometraje en blanco y negro cuyo título se inspira directamente en el eslogan que formaba parte de uno de los carteles turísticos publicado por la Dirección General de Turismo en 1962 sobre una fotografía del rostro del Pantocrátor de la pintura mural del ábside de la iglesia de San Clemente de Tahull, realizada por Francesc Català-Roca. Esto queda reforzado al comienzo y al final de la

21. La versión inglesa de este documental forma parte de los fondos digitalizados del Archivo Histórico del NO-DO, pese a que no fue una película producida por la entidad oficial NO-DO.

www.rtve.es/play/videos/documentales-color/spain-castles-and-fiestas/2889075

22. LÓPEZ CLEMENTE, José, “Los jóvenes ante el documental: Jesús Fernández Santos”, *Espectáculo*, 1959, nº 134, pág. 21.

23. AGA (3) 49 24 LEG 45.566.

24. Más información, en ALIAGA CÁRCELES, José Javier, *Filmar la pintura: El Greco, Velázquez y Goya en las producciones de NO-DO*, Murcia, Tres Fronteras, 2021.

película con la incorporación de dicho cartel a sus planos. A decir verdad, el documental parece estar concebido, *a priori*, como una prolongación a la campaña publicitaria de los carteles turísticos editados ese mismo año en el que Fraga fue nombrado ministro²⁵.

“¿Ha visto usted España? Casi ocho millones de turistas cruzaron nuestras fronteras en el pasado año. Usted pudo ser uno de ellos. Llegaron de todas partes del mundo por los caminos del cielo, el mar y la tierra”, comienza apuntando el locutor para, a continuación, dar cuenta de las motivaciones que llevaron a esos turistas a elegir España como destino. Así, se parte de los temas abordados en los carteles turísticos para reflexionar acerca de esa visión que plasmaron de España como un país moderno, con alusiones a su desarrollo agrícola, industrial o urbanístico, así como a algunos servicios turísticos (transportes o alojamientos), y pintoresco con referencias a sus bellezas naturales, sus playas, su folclore y su pasado monumental. Concretamente, a esta última referencia da entrada el cartel que incorpora un fragmento de la imagen de uno de los códices del Beato de Liébana del siglo XI y el texto *España, tierra del Cid*. Seguidamente, se suceden planos de diferentes castillos y de unos turistas fotografiando el Arco de Bará de Tarragona mientras el narrador señala que esos turistas vinieron “en busca de la caballeresca España del Cid, de una Castilla poblada de castillos, con su historia viva aún y vigilante en cada peña”. Después de ese breve recorrido por los principales atractivos turísticos del país, el discurso amable y pacifista cesa y el narrador, dirigiéndose directamente al espectador, le advierte: “usted que está cruzando ahora nuestra frontera quizás ignore lo que representa esa paz que hoy le ofrece España y el precio que pagamos por ella”.

Ante la inminente celebración en 1964 de los “XXV Años de Paz”, una campaña propagandística desplegada por el aparato franquista para conmemorar los veinticinco años del final de la Guerra Civil²⁶, se aprovecha la ocasión para connotar este documental turístico de gran carga política e ideológica, valiéndose para ello en buena parte de su metraje de material de archivo con alusiones a los años del conflicto bélico. No resulta, por tanto, extraña la visión de ese pasado monumental al que recurre la cinta que revitaliza la glorificación del medievo, los castillos y la figura del Cid, un argumento que cobró fuerza durante los primeros años de la posguerra, ya que el franquismo vio en la Reconquista, que los cristianos emprendieron contra los musulmanes en la Península Ibérica, un paralelismo con la Guerra Civil, interpretada como una cruzada contra la República²⁷. Asimismo, a través de esa mirada que se proyecta del conflicto bélico y de los primeros años de la dictadura se construye un relato mítico que conjuga el antes y el después de la victoria del bando nacional, donde, de nuevo, el patrimonio histórico-artístico encuentra un espacio para su tratamiento. Por un lado, se incorporan imágenes de la quema de edificios y de la destrucción de obras de arte durante la guerra que sirven para lanzar discursos deslegitimadores y de desprestigio

25 . Muchos de los carteles turísticos publicados en 1962 se siguieron editando a lo largo de la década. *Catálogo de Carteles Oficiales de Turismo del Centro de Documentación Turística de España (1957-1979)*, Madrid, Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones y Documentación del Ministerio de Economía y Hacienda, 2000.

26 . Acerca de esta campaña propagandística, véase CASTRO DÍEZ, ASUNCIÓN y DÍAZ SÁNCHEZ, Julián (coords.), *XXV Años de Paz franquista. Sociedad y cultura en España hacia 1964*, Madrid, Sílex, 2017.

27 . RÍOS SALOMA, Martín Federico, “La reconquista en el primer franquismo: relecturas tras la nueva cruzada”, in *El franquismo y la apropiación del pasado: el uso de la historia, de la arqueología y de la historia del arte para la legitimación de la dictadura*, José Moreno Martín (coord.), Madrid, Editorial Pablo Iglesias, 2017, págs. 137-157.

hacia la República. También, se recurre a la exaltación de lugares y monumentos vinculados a la memoria franquista como el Alcázar de Toledo, al que el locutor se refiere como “símbolo universal, porque dio lugar a una gesta que todos recuerdan como la más heroica de la guerra”, con imágenes del asedio que sufrió en 1936 y de sus ruinas en el momento de la liberación. Por otro lado, las ruinas sirven de contrapunto para promocionar las labores de reconstrucción llevadas a cabo por el Estado con planos de la plaza de España o de la Ciudad Universitaria, antes y después de la guerra. Es entonces cuando entra en escena otro de los grandes monumentos vinculados a la memoria franquista, el Valle de los Caídos, cuyo tratamiento entronca directamente con el discurso que tomó impulso durante la campaña de los “XXV Años de Paz”: el de dirigirse a las nuevas generaciones de españoles que no vivieron el trauma y la crudeza de la guerra²⁸.

En este orden de cosas, bajo la idea de “la nueva España”, el documental también propone una aproximación de cómo se desarrolló la vida española desde el final de la Guerra Civil en sus diferentes ámbitos. Dentro de la esfera artística, el mural de los Gigantes de del colegio de Arquitectura de Cataluña, realizado por Picasso, recibe una especial atención. A pesar de la disidencia del artista malagueño con el franquismo, su fama internacional no pasó desapercibida para el régimen, que supo recurrir a su figura para transmitir esa idea de tolerancia y aperturismo del país, tal y como ponen de relieve otras producciones de NO-DO, fundamentalmente, desde los años sesenta²⁹. Junto a ello, también se recurre al archivo de NO-DO para incluir imágenes de celebridades que habían viajado a España, como las del célebre actor James Stewart visitando el Museo del Prado en compañía de su esposa, Gloria McLean, procedentes del noticiario 880 A (16/11/1959). Esa visión artística y monumental de España queda completada en este documental con la incorporación, al final del metraje, de planos de diferentes monumentos como el Acueducto y el Alcázar de Segovia, el Monasterio de El Escorial o el castillo de Ampudia.

La participación de España en la Feria Mundial de Nueva York en 1964 llevó a NO-DO a promover la producción de un documental dirigido por Ismael Palacio Aldea, bajo el título *España en la Feria de Nueva York*, para mostrar la representación que el pabellón español ofreció del país a nivel histórico, industrial, artesano, gastronómico y artístico, de cara a su promoción turística. En este sentido, una parte del metraje concentra su atención en recorrer las salas del museo que fue instalado en dicho pabellón, al que fueron llevadas obras de artistas tanto del pasado —el Greco, Ribera, Velázquez, Zurbarán, Murillo y Goya— como contemporáneos —Picasso, Gris, Miró y Dalí—, recurriendo para ello a la alternancia de planos de los visitantes con planos de las obras que, se supone, están contemplando.

A tenor de lo expuesto, no cabe duda de la importancia de la que gozó el patrimonio histórico-artístico para el fomento del turismo dentro de la política ministerial puesta en marcha por Fraga, quien, en un artículo publicado en la revista *Estudios Turísticos* en 1964, reconocía categóricamente la necesidad de “salvaguardia, defensa y conservación de parques nacionales, parajes

28. Sobre el tratamiento que recibió el Valle de los Caídos en las producciones de NO-DO, véase NARANJO MORGA, Diego y SUÁREZ-ÁLVAREZ, Rebeca, “Tratamiento cinematográfico del Valle de los Caídos en NO-DO desde una perspectiva de análisis basada en su tratamiento simbólico”, *Hispania*, 2021, n° 269, págs. 743-766.

29. ALIAGA CÁRCELES, José Javier y DURANTE ASENSIO, Isabel, *Cine oficial y vanguardia pictórica. Pablo R. Picasso, Joan Miró y Salvador Dalí a través de NO-DO*, Murcia, CENDEAC, 2020, págs. 81-106.

de interés natural, monumentos, ciudades y lugares de interés histórico o artístico³⁰”. Asimismo, un año más tarde, Gratiniano Nieto Gallo, por entonces director General de Bellas Artes, publicaba en esa misma revista otro artículo donde, además de hacer una valoración sobre el interés que había suscitado el legado artístico y monumental español a los ojos de los viajeros a lo largo de la historia, aportaba un análisis numérico y estadístico sobre la cantidad de monumentos y museos de cada provincia y el número de turistas que recibieron en 1963. Recurriendo al famoso eslogan *Spain is different*, Nieto concluía que el poder de atracción del patrimonio histórico-artístico español radicaba en el factor diferencial por su riqueza y variedad³¹.

Durante esta década se sumó también al panorama audiovisual español la contribución de las producciones de documentales turísticos para televisión. Aunque desde 1956, cuando TVE comenzó sus emisiones regulares, NO-DO puso a disposición de la cadena televisiva sus fondos documentales y de la revista *Imágenes* para completar su programación, fue en la segunda mitad de los sesenta, con el estreno de la serie *Conozca usted España*, emitida entre 1966 y 1969 en el primer canal de TVE, cuando se abrió un nuevo rumbo para el documental turístico televisivo³².

En este orden de ideas, habría que esperar a los años setenta para que la idea de España como destino turístico irrumpiese con fuerza en los documentales promovidos por NO-DO. De hecho, en esta década se intensificaron las colaboraciones de NO-DO con la Dirección General de Promoción de Turismo, hasta tal punto que, incluso, se llegó a contemplar la creación de una revista periódica titulada *Imágenes del Turismo*. No obstante, como ha apuntado R. Rodríguez Tranche, la idea no llegó a cuajar y, simplemente, se realizaron varios documentales divulgativos en color por encargo de dicha Dirección General³³. Ese empeño por difundir en el extranjero una síntesis de la imagen de España como destino turístico quedó puesto en el balance sobre las actividades de NO-DO que publicó el Ministerio de Información y Turismo, al señalar que “se ha recogido de manera casi total el inventario turístico de nuestra patria para su exhibición, principalmente, en las Oficinas de Turismo del extranjero para captación de futuros viajeros a España que han podido contemplar la imagen veraz de cuantos atractivos en todo orden ofrece nuestro país³⁴”. Es más, en este momento la entidad apostó por difundir muchas de esas películas en el extranjero, promoviendo su venta a países como Italia, Suiza, Polonia, Canadá, la Unión Soviética o Estados Unidos³⁵. Incluso, bajo el título “Carta de España” se enviaron 41 documentales a 37 emisoras de televisión de Sudamérica entre 1970 y 1971³⁶.

Bienvenidos a España (Francisco Summers, 1970) es uno de esos documentales cuyo título es ya toda una declaración de intenciones al dirigirse directamente a esos turistas que deci-

30. FRAGA IRIBARNE, Manuel, “El turismo en España: balance y perspectiva”, *Estudios Turísticos*, 1964, nº 1, pág. 26.

31. NIETO GALLO, Gratiniano, “Los monumentos y museos como centros de atracción turística”, *Estudios Turísticos*, 1965, nº 5, págs. 5-30.

32. RODRÍGUEZ GARCÍA DE HERREROS, Lucía, “Conozca usted España o su nueva imagen: contexto y recepción de una campaña televisiva para el boom turístico interno”, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 2021, nº 16, págs. 451-474.

33. RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael y SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente, *NO-DO: el tiempo y la memoria*, op. cit., pág. 171.

34. *Actividades del NO-DO*, Madrid, Ministerio de Información y Turismo, 1971, pág. 5.

35. *Noticiarios y Documentales Cinematográficos NO-DO*, Madrid, Ministerio de Información y Turismo, 1970, anexo nº 7.

36. *Actividades del NO-DO*, op. cit., págs. 17-18.

den viajar al país por medio de ese cortés recibimiento de bienvenida³⁷. Comienza con imágenes folclóricas, que recogen diferentes fiestas, como los sanfermines, a las que les siguen otras de la práctica deportiva del esquí acuático y de turistas cargados de equipaje saliendo del aeropuerto. Esa presencia masiva de turistas fue un fenómeno que había tomado impulso durante el desarrollismo a partir de la llegada de Fraga al ministerio y que, con el paso de los años, se fue consolidando progresivamente en las imágenes oficiales en las que fue habitual mostrar oleadas de turistas extranjeros llegando a España, como pone de relieve esta cinta³⁸. Tras esa secuencia inicial, se inicia un recorrido por los paisajes, las costumbres, los monumentos y las playas de la geografía española, al tiempo que se da cuenta de las posibilidades que ofrece el país para los diferentes tipos de turismo (cultural, gastronómico, deportivo, de sol y playa, de ocio, etc.). Frente al protagonismo que asumen los turistas a lo largo de todo el metraje de la película, en el tratamiento de los asuntos artísticos y monumentales, se opta por ofrecer una visión de los mismos desprovista de visitantes. Entre las muestras más representativas de ese pasado arquitectónico español, se recurre a ejemplos de emblemáticos castillos, como el de Manzanares El Real o el de Coca, o catedrales como la de León, Burgos o Santiago de Compostela, que, junto al Acueducto de Segovia, la Alhambra de Granada, la Mezquita de Córdoba y la Giralda de Sevilla, componen la imagen monumental de España.

La escultura, que apenas fue tratada dentro del documental turístico, encuentra en esta película un breve espacio para su tratamiento con la alusión a las obras de los grandes imagineros del renacimiento y barroco español como fueron Alonso Berruguete, Juan Martínez Montañés y Gregorio Fernández. En cambio, el tratamiento que se hace de la pintura española es, por un lado, a través de la obra de los grandes maestros del pasado, representada por *El caballero de la mano en el pecho* del Greco, *Las lanzas* de Velázquez y *Fray Gonzalo de Illescas* de Zurbarán. A estos se suma también la figura de Goya, con *Los fusilamientos* y *La lucha con los mamelucos*, quien supo recoger “la verdad de nuestro pueblo, siendo considerado como el padre del impresionismo”, tal y como afirma el locutor. En este caso, la visión romántica francesa con la que generalmente se había valorado la obra goyesca, deja paso a ese otro argumento historiográfico que vio a Goya como un precursor del impresionismo. Por otro lado, a esa nómina de los pintores del pasado, se incorpora la de los artistas de vanguardia: Picasso, Miró y Dalí. En el caso de estos dos últimos, la representación que se hace, más que a través de sus obras, es concentrando la atención en ellos mismos. Mientras que la figura de Miró y su obra empezaron a recibir tratamiento en las producciones de NO-DO a partir de los años sesenta, como había sucedido con Picasso, Dalí, temprano simpatizante del régimen, fue protagonista en numerosas ocasiones tras su regreso de Estados Unidos en 1948, siendo su primera aparición en el noticiario 297 B, que se estrenó el 13 de septiembre de ese año. *Bienvenidos a España* recurre al archivo de NO-DO, concretamente al reportaje del noticiario 1344 A (07/10/1968), para incluir su referencia al artista surrealista con imágenes que lo recogen haciendo declaraciones sobre sus vínculos con Portlligat.

También en 1970 se estrenó *España, país de congresos*, un documental dirigido por José Luis Font, que muestra el país como un lugar ideal para la celebración de estos eventos, recorrien-

37. Esta estrategia de la hospitalidad fue habitual en el discurso turístico oficial de la época, tal y como ha analizado FUENTES VEGA, Alicia, *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España*, Madrid, Cátedra, 2017, págs. 269-272.

38. PACK, Sasha D., *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid, Turner, 2009, págs. 211-215.

do los Palacios de Congresos de las principales ciudades de España. En esa ruta, se aprovecha la ocasión para mostrar la variedad de ofertas turísticas que ofrecen los diferentes destinos, donde, de nuevo, cobran un especial protagonismo los atractivos monumentales de cada una de las ciudades visitadas. Comienza el itinerario en Barcelona, sobre la que el locutor señala que es “una ciudad de un interés histórico y ciudadano extraordinario”. De la mano de una pareja de congresistas se propone, en primer lugar, un recorrido por el Barrio Gótico, un conjunto urbanístico que en los albores de los setenta ya se había consolidado como una imagen-marca de la Ciudad Condal como consecuencia de la instrumentalización que se hizo de este lugar al considerar que evocaba el glorioso pasado medieval, eludiendo la huella neogótica de buena parte de sus edificios³⁹. Más tarde, acuden al Museo Picasso que, desde su inauguración en 1963, se convirtió en otro centro de interés turístico de Barcelona y fue habitual su promoción en las publicaciones oficiales de turismo. Sin embargo, Alicia Fuentes Vega, en su análisis sobre la representación que se hizo del mismo, señala que, lejos de contribuir a difundir la obra del artista malagueño e integrar el arte de vanguardia en la propaganda turística, lo que interesó al régimen fue otorgar protagonismo al museo como conjunto-arquitectónico por encima de su contenido⁴⁰. Esta cuestión cobra especial interés en las producciones de NO-DO porque, si bien es cierto que no fomentaron la divulgación de ese carácter más vanguardista de la obra del artista, continente y contenido cobraron la misma significación. En el caso de Mallorca los iconos monumentales elegidos son, por un lado, el recién inaugurado Pueblo Español, que proyectó el prestigioso arquitecto Fernando Chueca como un museo al aire libre en el que pudiesen visitarse reproducciones de construcciones emblemáticas españolas, y, por otro lado, el castillo de Bellver y la cartuja de Valldemossa.

En la imagen que se acuña de la capital de España, se conjuga la modernidad con su pasado histórico. Así, señala el locutor que “la ciudad está llena de testimonios de su pasado glorioso, cuando en los dominios de España no se ponía el sol”. Con esa alusión a la etapa imperial, se da entrada a diferentes iconos monumentales y urbanísticos de la villa madrileña, como la plaza Mayor, el Palacio Real y el Museo del Prado. De este, además, se da cuenta de la riqueza de su colección, mientras se muestran planos de *Las lanzas* de Velázquez, *Judit en el banquete de Holofernes* de Rembrandt y *La familia de Carlos IV* de Goya. En este caso, la referencia habitual a esa tríada de pintores, el Greco, Velázquez y Goya, como sinécdoque de la pintura española, queda reducida a estos dos últimos, ya que la figura del Greco se reserva para identificarla con Toledo, que es la siguiente parada del documental. El locutor define la ciudad como “el nombre de los romances, la Ciudad Imperial, la de la Escuela de Traductores, cruce de las tres culturas más importantes de la Edad Media, la musulmana, la hebraica y la cristiana; Toledo, lugar de residencia de uno de los pintores más fascinantes de la historia: El Greco”, mientras se suceden planos de la Catedral, de la Puerta del Sol, de la vista de la ciudad desde el otro lado del Tajo, de las pinturas del Greco, *Vista de Toledo* y *El entierro del conde de Orgaz*, y, por último, de la Casa-Museo del Greco. La siguiente ciudad propuesta en la ruta es Segovia, con la inclusión de imágenes de su Catedral, del Alcázar, de la iglesia de San Esteban y del Acueducto, desde donde, a una hora, señala el locutor, se puede visitar

39. CÓCOLA GANT, Agustín, “El Barrio Gótico de Barcelona. De símbolo nacional a parque temático”, *Scripta Nova*, 2011, n° 15, págs. 348-386.

40. FUENTES VEGA, Alicia, *Aportaciones al estudio visual del turismo: la iconografía del boom en España, 1950-1970*, págs. 705-707, Tesis Doctoral: Historia del Arte: Universidad Complutense de Madrid, 2015.

el Monasterio de El Escorial, “la que en un tiempo fue llamada la octava maravilla del mundo”, con el que culmina el itinerario por el legado artístico y monumental español.

En esta línea, otra de las producciones de NO-DO que contribuyó a ofrecer una síntesis por los principales atractivos turísticos de España fue *Diccionario turístico español*, un documental dirigido por Gonzalo Sebastián de Erice en 1972, donde, a través de las letras del alfabeto, se van presentando palabras clave relacionadas con los potenciales turísticos del país, por medio de dibujos animados que realizó Guillermo Summers, hermano del guionista de la película, Francisco Summers. A este respecto, resulta significativo que el tratamiento del legado artístico y monumental ocupa tres de las veinticinco letras que estructuran el documental, concretamente las letras “a”, “c” e “i”. La letra “a” está dedicada al “arte” y se ofrecen planos de obras del Greco, Velázquez y Goya, junto a las de los artistas de vanguardia Picasso y Miró, a los que siguen unas declaraciones de Dalí. La letra “c” está dedicada a los “castillos” y, además de incorporarse ejemplos de famosos castillos como el de La Mota, el de Coca o el de Manzanares El Real, también se aprovecha esta sección para hacer referencia a las catedrales, particularmente, las de Santiago, Sevilla, Burgos, Toledo Palma y Segovia, y otros hitos arquitectónicos, como el Monasterio de El Escorial y el Palacio Real de Madrid. Por su parte, con la letra “i” que da entrada a la palabra “inspiración”, se hace un repaso por otros monumentos de la Península, como el Acueducto de Segovia, la Mezquita del Cristo de la Luz, la iglesia de San Pablo de Valladolid, el patio de las Escuelas Menores de Salamanca, la muralla de Ávila, la fachada de la Universidad de Salamanca, la Sagrada Familia de Barcelona, la Casa Milà o el Park Güell. Como ya había sucedido en *Bienvenidos a España*, en este documental, los turistas asumen un gran protagonismo, algo que se detecta desde su secuencia inicial donde los numerosos y breves planos que se suceden muestran la llegada masiva de turistas al aeropuerto, al tiempo que suena la canción de Peret, *Borriquito*. Sin embargo, esa visión que se ofrece del arte español, de nuevo, queda despojada de turistas y el interés se concentra tan solo en las obras de arte que son presentadas.

España de los contrastes (1974) e *Invierno en España* (1975) fueron los últimos documentales turísticos que NO-DO dedicó a forjar una imagen modernizada de España, coincidiendo con el final de la dictadura. A tal efecto, se encomendó su dirección al célebre fotógrafo Ramón Masats, quien ya había colaborado con la entidad cuando, tras dejar a un lado la fotografía, fue llamado en 1964 para llevar a cabo su primera experiencia como director del cortometraje documental *Prado vivo*⁴¹, que le abrió las puertas al cine y a la televisión en su trayectoria profesional⁴². En *España de los contrastes*, Masats se vale de la diversidad de contrastes que ofrece el país para crear una serie de dicotomías desde perspectivas muy variadas (personas, paisajes, vías de comunicación, épocas, arte, deportes, costumbres, fiestas y tradiciones). Este contraste queda reforzado, además, con la alternancia de las voces masculina y femenina de los narradores que participan en el documental: María del Puy y Manolo García. El tratamiento del arte en esa variedad de contrastes se produce, en un primer momento, entre la época actual y el pasado, entendido este como una superposición

41. ALIAGA CÁRCELES, José Javier, “Prado vivo (Ramón Masats, 1965): una mirada renovada al documental de arte español”, in *El documental de arte en España*, Joaquín Tomás Cánovas Belchí y José Javier Aliaga Cárcelos (eds.), Madrid, Akal, 2022, págs. 91-105.

42. Sobre los documentales turísticos que realizó para televisión, véase RODRÍGUEZ GARCÍA DE HERREROS, Lucía, “Los documentales turísticos para televisión de Ramón Masats: préstamos y estrategias de hipermediación”, *SERIARTE. Revista científica de series televisivas y arte audiovisual*, 2022, nº 1, págs. 27-49.

de tiempos. De ello dan cuenta los narradores al señalar que “España fue romana antes de ser románica y mora antes de ser morisca. Desde aquel español de Altamira, los españoles fueron íberos, celtas, romanos, visigodos, árabes, judíos... Nuestra civilización fue una marea constante, un crear, destruir y recrear. Por eso, de tantos pasos nos quedaron tantas huellas”, al tiempo que se suceden imágenes de diversos monumentos, como la Mezquita de Córdoba, la Casa-Palacio del Marqués de la Conquista de Trujillo o la Casa de las Conchas de Salamanca. A continuación, ese contraste también se detecta en la pintura del pasado y en la contemporánea de las colecciones del Museo de Arte Abstracto de Cuenca, del Museo del Prado y del Museo Picasso de Barcelona. Apuntan, así, los narradores: “Fijémonos en la pintura, ¿Cuántas versiones de España hay en las paletas de nuestros pintores? Tantas versiones como sensaciones. Pintar España ha sido sentirla; sentirla como un Imperio, como una ruina, como una fe o como un desgarró”, mientras se intercalan planos de *La romería de San Isidro* de Goya con *Brigitte Bardot* de Antonio Saura. Asimismo, se contrastan planos de las diferentes versiones de *Las meninas* que hizo Picasso con la obra de Velázquez, a la vez que el locutor se pregunta: ¿Quién ha visto más realmente España? ¿Velázquez o Picasso? Esta misma estrategia se emplea con diferentes ejemplos de la arquitectura española a lo largo de todo el metraje. De este modo, se ofrece una muestra por la variedad de castillos y palacios que pueblan el territorio español y se da cuenta del contraste que hay entre una y otra tipología arquitectónica cuando la narradora apunta que “hubo un tiempo en que los castillos y las armaduras dejaron paso a los palacios y los brocados”. Lo mismo ocurre con la arquitectura religiosa de la que se recogen distintos ejemplos de tipologías (catedrales, iglesias y monasterios) y estilos arquitectónicos.

Por su parte, *Invierno en España* fue concebido para mostrar al turista formas alternativas al turismo de sol y playa con el claro propósito de ampliar el periodo estacional del turismo en España más allá del verano. En este caso, Masats prescinde de la figura del narrador en la mayor parte del documental y realiza toda una labor de montaje con imágenes de archivo, procedentes buena parte de ellas del documental anterior, a las que incorpora acompañamiento musical. Se dibuja así una imagen de la España monumental, con sus fiestas populares, gastronomía y prácticas deportivas, destinada al fomento del turismo en invierno. Si bien los iconos del legado artístico y monumental elegidos siguen los tópicos que habitualmente habían formado parte de los documentales turísticos, un rasgo distintivo de los documentales de Masats es la representación que hace del Museo del Prado, donde, más que prestar atención a las pinturas que cuelgan de sus paredes, lo que verdaderamente le interesa es captar al público y su comportamiento durante su visita en el museo, un asunto que ya exploró detenidamente en su ópera prima, *Prado vivo*. En ese registro, resulta llamativo que retrata a un prototipo de visitante que coincide con el que los carteles y folletos turísticos plasmaban desde finales de los sesenta⁴³; se trata de ese sujeto cuya falta de atención e indiferencia le confiere una “mirada ensimismada⁴⁴”. Esta actitud se percibe tanto en *España de los contrastes* como en *Invierno en España* en esos personajes que vagan por el museo sin prestar atención a las obras o, si lo hacen, es durante un instante y continúan su marcha.

43. FUENTES VEGA, Alicia, *Bienvenido, Mr. Turismo*, op. cit., págs. 702-703.

44. REYERO, Carlos, *Observadores. Estudiosos, aficionados y turistas dentro del cuadro*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 2008, págs. 240-245.

Conclusiones

A partir de la revisión de los documentales turísticos que forman parte de los fondos digitalizados del Archivo Histórico del NO-DO, se ha podido comprobar que casi la totalidad de los títulos que se centraron en acuñar una imagen modernizada del país de cara a los turistas tanto españoles como extranjeros fueron producidos por NO-DO con la salvedad de *España. Fiestas y castillos* (Jesús Fernández Santos, 1959). Pese a la implicación que tuvo el Ministerio de Información y Turismo en este proyecto, la cinta fue producida por una empresa privada con el patrocinio de la compañía petrolera norteamericana Caltex Oil con el claro propósito de ofrecer un recorrido por el país a través de sus fiestas y su patrimonio histórico-artístico. En el caso de NO-DO, si bien es cierto que, tras su adscripción al recién creado Ministerio de Información y Turismo en 1951, buena parte de sus producciones estuvieron al servicio de los intereses ministeriales en materia turística, no fue hasta la llegada de Fraga al frente de dicho ministerio cuando la productora oficial puso en marcha la realización de documentales en torno a la idea de España como destino turístico. La campaña propagandística desplegada por el aparato franquista para conmemorar los veinticinco años del final de la Guerra Civil fue, sin duda, el motor que impulsó el interés por la creación de una imagen-marca del país a través de sus potenciales turísticos, entre los que su legado artístico y monumental fue un elemento clave, dada la significación que tuvo dentro de la política ministerial. No obstante, fue durante el tardofranquismo cuando vio la luz un nutrido número de producciones que focalizaron su interés en difundir una imagen turística de España, apelando de forma reiterada a su pasado monumental y a sus tesoros artísticos como señas de identidad distintivas de la nación.

En ese tratamiento que hicieron los documentales turísticos del patrimonio histórico-artístico español, la arquitectura y la pintura ocuparon un lugar hegemónico. A partir de una estrategia de síntesis y simplificación, se optó por incorporar una serie de iconos cuya presencia recurrente no fue ajena a los intereses ideológicos y propagandísticos del franquismo. En el caso de la arquitectura, los castillos fueron los auténticos protagonistas, dada la connotación ideológica que adquirieron por esa glorificación del medievo de la que hizo gala el franquismo. Por detrás de estos, estuvieron las catedrales y otros hitos de la arquitectura española, como el Acueducto de Segovia, el Monasterio de El Escorial, la Alhambra, la Mezquita de Córdoba, la Giralda, etc. Por su parte, el repertorio iconográfico creado en torno a la pintura española se basó en la alusión a la obra tanto de los grandes maestros del arte del pasado, con especial atención a la del Greco, Velázquez y Goya, como a la de los artistas de vanguardia, Picasso, Miró y Dalí. De esta forma, se conjugaba esa visión del pasado glorioso de la nación con las ansias del régimen por acuñar esa imagen de toleración y modernidad del país que presidió los años del desarrollismo. En definitiva, la presencia de esta serie de iconos artísticos y monumentales dentro de imaginario turístico del NO-DO perfiló unos “marcadores culturales” que pretendían mediatizar, en buena medida, la experiencia del turista y se convirtieron en elementos clave de interés y de atracción turística.