

**Postales radiactivas de España**  
***(Radioactive postcards from Spain)***

A. Javier Izquierdo Martín  
Dpto. Sociología I (UNED)

Octubre de 2009. El Campello, Alicante.  
16.219 palabras

Contacto: [jizquier@poli.uned.es](mailto:jizquier@poli.uned.es)

**Resumen.** Este trabajo propone una nueva aproximación analítica de inspiración sociológica a determinados aspectos del fenómeno de la comunicación publicitaria (audiovisual) de masas. Al mismo tiempo y de manera indisoluble –pues es posible matar dos pájaros de un tiro– lo que aquí se ofrece es también un estudio sobre el modo radicalmente turístico de desarrollo económico y cultural de la España contemporánea armado a base de consideraciones interpretativas sobre una muestra escogida de películas de cine. Del escopetazo cayó también un tercer pájaro, el más importante de todos: un ensayo antropológico sobre el cine de Luís García Berlanga (Valencia, 1921).

**Palabras clave.** Publicidad audiovisual, cultura española contemporánea, estudios sobre turismo, estudios sobre cine, Luís García Berlanga

**English Abstract.** The paper proposes an original analytical approach, of sociological inspiration, to several aspects of mass commercial (audio-visual) communication. At the same time our study offers a fresh look at the radically touristic ways of economic and cultural development in contemporary Spain, composed with bits and pieces extracted from an interpretive analysis of a selected sample of movies. Last, not least, and most important of it all this work consist mostly in an anthropo-historical essay about the films by Spanish cinematographer Luís G. Berlanga (Valencia, 1921).

**Keywords.** Audio-visual advertisement, contemporary Spanish culture, tourist studies, film studies, Luís G. Berlanga

**Sobre el autor.** A. Javier Izquierdo es profesor del Departamento de Sociología I de la UNED en Madrid. Ha publicado artículos académicos sobre temas y problemas especiales en ciencias sociales: las paradojas pragmáticas del cálculo estadístico de riesgos financieros, los protocolos de medición social *in vivo* de los árbitros de fútbol, el análisis de redes sociales como fenómeno sociológico y tecnoeconómico, la controversia médico-legal del STOS (*Spanish Toxic Oil Syndrome*), los modos del despertar tal como aparecen en las secuencias de revelación de las bromas de cámara oculta... Esas cosas. También es autor de un estudio inédito sobre innovación financiera y ambivalencia social (*Delitos, faltas y Premios Nóbel*, 2001), de una relectura original del cuadro más famoso de Velázquez (*Las Meninas en el objetivo*, 2006) y de una ontología turístico-publicitaria de la producción audiovisual (*Marcianos, melanesios, millonarios, mochileros y murcianos*, 2009).

*Para Ángel de Lucas Matilla y Alfonso Ortí Benlloch*

España es todo aquello que pueda contribuir a fastidiar a los extranjeros.

Juan Carlos I, citando a Felipe II, en el filme *París-Tombuctú* (Berlanga, 1999).

## I. Colocar anuncios por imágenes en la gran conversación histórica

- *Tornicelli, el "banquero de Dios"*: Un solo favor falta, don Vicente: yo he comprado muchos regalos y me gustaría que usted me los enviara.

- *Director de la Prisión*: ¡Por dios don Luigi! No se preocupe, yo se los mando a usted con SEUR: "De puerta a puerta".

(Todos ríen.)<sup>i</sup>

En *Moros y Cristianos* (Berlanga, 1987), posiblemente la lección magistral peor apreciada del sociólogo que mejor se mete el dedo en la nariz<sup>ii</sup>, hay un personaje, López el sadomasoquista, un semiólogo audiovisual, creativo publicitario y consultor en marketing y comunicación social interpretado por José Luis López Vázquez, que se diría concebido como amable caricatura robot del miembro prototípico de la célula universitaria sucesivamente 'anti-burguesa', 'poético-revolucionaria', 'nacional-sindicalista', 'crítico-patriótica', 'catoli-comunista' 'estructural-marxista', 'de-constructivista', 'post-modernista'... y siempre altamente pícaro que alcanzó a ganarse su pan con chocolate en la salvaje arena del combate empresarial durante el primer florecimiento madrileño-barcelonés, a finales de la década de 1950, de las consultoras novísimas en prospección nacional de mercados.

Tras largo "tiempo de silencio" descubriendo en soledad el increíble potencial americanizante de nuevos dispositivos tecnocientíficos de extracción de ideologemas como la transcripción de sesiones de *focus group* registradas en cinta magnetofónica<sup>iii</sup>, y a rebufo ya del tirón general de la demanda propagandística impulsado por la liberalización en curso de la industria del mensaje político partidista durante la transición democrática del período 1975-1982, éste más tardío de los cripto(ex)falangismos de extrema izquierda –sabido es que nada hay tan *de* derechas como ser *de* izquierdas– que ha sido identificado con la facción disidente del conflicto generacional universitario de 1956 y alrededores<sup>iv</sup>, alcanzó a parir, en el caso intelectual de la metafísica joseantoniana de la patria orteguiana como unidad de destino en lo universal, el individuo portador de valores eternos y la justicia «social» (¿justicia masificada?) en el horizonte revolucionario –sin olvidar «la dialéctica de los puños y las pistolas»<sup>v</sup>–, su buen puñado de avisos comerciales para prensa, radio y televisión.

Ilustración 1. Fetichista audiovisual de la mercancía (I)



Fotograma de *Moros y cristianos* (1987), Luís G. Berlanga

Los consejos –vista fibra sintética, beba refresco de cola, OTAN ¿no?– de nuestro fetichista de la mercancía patria iban disparados, paradójicamente, hacia el blanco fantasma de la ‘imago deseante’ –las cosas claras (y el chocolate espeso), el pan (el trabajo) para todos, y el chorizo de (mi) pueblo– evocada por el pensamiento mesiánico de la resurrección final de la nación popular en armas: la eternamente pendiente “revolución a la española”.<sup>vi</sup> «En 1954, en mi última visita a Madrid, poco antes de romper con el SEU, como representante estudiantil valenciano en su Consejo consultivo nacional, con toda premeditación —y muy poco dinero en mi bolsillo— pedí y consumí una Coca-Cola, para jurar —habiéndola ya probado—, sobre «el altar de la Patria invadida», jamás volver a probar tan zafio «mejunje imperialista». Puede decirse que, como consumidor, he cumplido con mi juramento: la llama de mi odio ancestral sigue intacta, y jamás tomo ninguna bebida de cola. Pero como «investigador de mercados», poco más de diez años después, me dediqué durante meses a realizar —entre el 66 y el 67— estudios de *imagen de marca* comparados entre Pepsi-Cola y Coca-Cola.»<sup>vii</sup> En el filme de Berlanga, el plan propagandístico de choque que propone el asesor de imagen para resucitar la vieja marca de los turrónes alicantinos ‘Planchadell y Calabuig’ consiste en cambiarle el nombre comercial, ponerle un nuevo envase de formas y colores más llamativos -una caja de cartón oropelado impresa en huecograbado-, y ‘apañar’ un par de apariciones estratégicas, baratillas entre comillas, de la nueva marca en medios de comunicación de amplio alcance: apalabrar con la presentadora de un programa de cocina en la televisión pública la mención en antena del turrón ‘Moros y Cristianos’, y comprar la concesión de cierto ‘premio europeo’ a la calidad alimentaria. Para costear la esperada resurrección de ventas y ampliación del mercado que traerá el maravilloso ‘Plan López’ se exige simplemente a los turróneros un módico sacrificio en la proporción de almendra que lleva la receta casera de este dulce navideño tradicional.

Rejuvenecido y metamorfoseado de vuelta en otra de sus viejas encarnaciones – Quintanilla, el de las serrerías, el organizador de la cabalgata navideña de la campaña “Ponga un pobre en su mesa” en Plácido (Berlanga, 1961)–, el liante de López el publicista de las relaciones públicas, vuelve, un lustro después de su última felonía turroneira, a ponerse por última vez ante su querido megáfono microfónico para defender la mejor de las causas: la suya. Esta vez el pícaro buhonero de la España eterna –López, Quintanilla, Cerrillo<sup>viii</sup>– se ha metido en la piel del actor Pepe Sacristán, coordinador general de una suerte de rama local de Amnistía Internacional.

Ilustración 2. Fetichismo audiovisual de la mercancía (II)



Fotograma de *Todos a la cárcel* (1993), Luís G. Berlanga

Quintanilla está subido sobre un escenario provisional instalado en el patio de una cárcel con motivo de la celebración de un festival solidario patrocinado por su lamentable ONG ministerialmente subvencionada que se quiere conmemorativo de la experiencia de los presos políticos antifranquistas. Flanqueado por Leon Pastor, un antiguo cantautor protesta y su guitarra reconvertidos en productores de música bakalao (Sisa/Solfa) y Alcázar (Eusebio Lázaro), el cómico militante y homosexual en paro que hace de maestro de ceremonias, el seguidor de las mil caras orienta a su público natural de mandamases y cortesanos durante el ensayo de un karaoke masivo con el *Himno del preso de conciencia* concebido para la ocasión –*Cada español tiene una celda / guardada en la prisión...*– que será retransmitido en directo por una cadena de televisión. Cuando entran en el segundo compás de la canción y Quintanilla grita «¡Dentro vídeo!», el muro de pantallas de televisión instalado al fondo del escenario se enciende y proyecta por error un video clip subtulado al compás de otra canción, *Tengo un tractor amarillo*, del combo asturiano Zapato Veloz, la obra audiovisual que inflama los veranos e inviernos más profundos de la más profunda España.<sup>ix</sup>

El trabajo (artístico) de conversión del mundo de la vida cotidiana en una colección de imágenes viajeras –recuerdos, *souvenirs*– que toman cuerpo bajo la forma elemental de la tarjeta postal, ofrece una suerte de modelo analítico puro para empezar a interpretar – a entender– la historia –cierta historia contemporánea– de la imagen comercial. Originado en la creencia religiosa, el fanatismo de la imagen de marca se perpetuó en el tiempo a través de la propaganda política partidista y mutó, realizándose definitivamente, como comunicación corporativa, la fábrica del horror democrático.<sup>x</sup> Y ya de un tiempo a esa parte y lugar –a esa parte y lugar del tiempo en que escribo– venía siendo habitual, por necesidades de financiación de obra, interrumpir la continuidad de toda secuencia autónoma de comunicación pública (o mensaje) para insertar en su interior diversas intensidades más o menos disonantes en forma de consejos comerciales. Si bien las idas y venidas de la larga transformación estructural en curso hacía un régimen *hiperreal* de subsunción fáctica de la substancia-mensaje dentro de la forma-negocio de la actividad cultural –allí donde, como escribió el poeta, ya todo es vanidad– había empezado desde largo tiempo atrás –comenzando con los seriales radiofónicos americanos de la década de 1920– a integrar –a encubrir decían los más hipócritas– la cáscara de la lisonja publicitaria dentro del huevo de las tramas de ficción. El prototipo venerable y al mismo tiempo la punta de lanza vanguardista del proceso lento y discontinuo pero recurrente de “futuro regreso al pasado” a través de la comunicación pública de masas –esto es, la simulación tecnológica súper real de un presente eternamente benigno donde no tiene cabida la vulgar realización del horror<sup>xi</sup>– es cierta joya del arte conceptual de crear un contexto para cada texto, maravilla de la ingeniería conversacional del hacer venir a cuento –o a la inversa, del habla impertinente, gratuita–<sup>xii</sup> sucesivamente bautizada por los cerebros de Madison Avenue como ‘emplazamiento de producto’, ‘integración de marca’, ‘publiversión’, ‘tematización ambiental’, etc.<sup>xiii</sup>

La inquietud metafísica específica del espíritu de empresa –crecer y multiplicarse o morir– comenzaba así a inocularse en el comercio de la carne toda: es preciso hacer de cópula y liquidez una sola y misma cosa. Una anunciación. La nación que jamás existe. La capital de esta nación es una *postal radioactiva*. Como la Barcelona de la década de 1950, ciudad «turística y doméstica» donde se recrea la inocencia del músico (Sisa/Solfa<sup>xiv</sup>). Como la imagen corralera de la guerra civil española de la que se

enamora el torturado montador de documentales (Hans/Basilio<sup>xv</sup>) protagonista del largometraje *Madrid* de Martín Patino.



Ilustración 3. Barcelona y su reproducción onírica en *El Viajante* (1996), Jaume Sisa



Ilustración 4. Fotograma de *Madrid* (1987) Basilio Martín Patino

## II. Cinemática de la riqueza

- [...] vimos como llegaban a la Luna, los americanos, mira, aquí tengo dos nombres apuntados: el primero, el primer hombre que la ha pisado, Armstrong: el Colón del Espacio.
- ¡Cuentos!
- Lo vi, mamá; lo hemos visto millones; Armstrong y Aldrin. [...]
- Os tragais toda la propaganda de esa gente; no es más que una engañifa. Norteamérica es un país de niños, necesitan ser los primeros, el que más salta, el que vuela más alto, el más forzado, y están consiguiendo reducirnos la sesera a toda la Humanidad. Eso que habéis visto es una película, infeliz, lo han hecho en Hollywood, una de marcianos.<sup>xvi</sup>

Es sabido que los fenómenos de apariciones de vírgenes, ángeles, santos y arcángeles constituyen la forma canónica (católica) del modelo tradicional de la visita extraterrestre.<sup>xvii</sup> Lo que no es tan sabido es que para la estricta mentalidad materialista del las sectas cargoistas<sup>xviii</sup>, la espiritualidad religiosa de las apariciones marianas / contactos alienígenas y los negocios dramaturgico-cinemático-publicitarios del turismo intergaláctico son una y la misma cosa: la fórmula alquímica maestra para



transustanciar un lugar perdido cualquiera –Lourdes, Tanna, Fontecilla, Valdemorillo del Moncayo, Benidorm, el planeta Tierra– en centro del universo. Claro que, como ocurre con toda fórmula mágica *en uso* –la ciencia de la negociación bursátil es el mejor de los ejemplos– la eventual validación práctica de este ‘método cargoista (milagrero) de creación de riquezas’ supone, paradójicamente, su propia refutación. La trágica historia del pastorcillo alemán Hans Böhm, conocido como el ‘Tambor de Niklaushausen’, quien en el año 1476 declaró que se le había aparecido la Virgen María y le había ordenado abandonar su vida anterior para predicar al orbe su mensaje profético, proporciona un ejemplo proverbial.<sup>xix</sup> El examen de un extraño suceso paralelo, ocurrido cinco siglos después en el sur de Europa muestra hasta qué extremos intrincados de inspiración reflexiva, reelaboración paródica y efectividad vicaria es capaz de llegar la economía milenarista. Se trata de la pequeña historia –poco menos que una anécdota, prácticamente sólo una ficción– de cómo se rodó la película *Los jueves, milagro* (1957), bajo la dirección de Luís G. Berlanga, cinematográfico hispánico continuador de la eximia obra estético-política del dramaturgo alicantino Carlos Arniches (1866-1943).

Espoleado por el detonante inicial de una curiosa historieta recogida de su propio entorno familiar (el relato que le hicieron al director su madre y su tía de su visita a un pueblo de Castellón para presenciar una supuesta aparición de la Virgen María) y para ver de dar con un argumento original para el guión de un nuevo filme, Berlanga probó un eficaz método de encuesta que consiste en componer un anecdotario temático, recopilando «a la buena de Dios y con criterios cambiantes, sesgados y totalmente opacos para uno mismo» curiosidades noticiosas publicadas en la prensa a lo largo de período de tiempo extenso pero indeterminado. El hilo conductor del anecdotario periodístico eran aquí una serie de casos, al parecer muy frecuentes en la cuenca europea del Mediterráneo durante la década de 1950 en la estela del exitoso ejemplo de Fátima, de apariciones marianas ‘fraudulentas’, esto es, no reconocidas oficialmente por la iglesia, así como las historias de presuntos milagros obrados por santos menores y vírgenes dispersas.<sup>xx</sup> Estrenada en Italia como *Arrivederci, Dimas*, el título español de la película (*Los jueves, milagro*) parece haber sido un intento expreso de guiño travieso a los conocedores del caso de las apariciones de Lourdes o, más probablemente, a los familiarizados con el filme *La canción de Bernadette* (Henry King, 1942), adaptación cinematográfica de la novela homónima de Franz Werfel

(1941) sobre aquellos sucesos. Parece fácil, entonces, que el archifamoso filme de King hubiese servido también de fuente de inspiración a Berlanga durante sus pesquisas argumentales y visuales previas.

A partir de este material de testimonios familiares, lectura de libros y recortes de prensa y visionado de películas de temática similar, acabó surgiendo la idea nuclear contenida en el borrador inicial del guión, escrito por Berlanga y José Luís Colina: en el arquetípico pueblecito español perdido de la mano del Dios del Turismo y encontrado de la mano del Dios del Cine, villorrio publicitariamente renombrado para la ocasión siguiendo los cánones del momento (Fuentecilla => Fontecilla)... el antiguo balneario municipal, otrora importante, se encuentra hoy muy venido a menos.<sup>xxi</sup> Y las fuerzas vivas del pueblo, alcalde, terrateniente, barbero, maestro, médico y el propietario del chiringuito mismo, se han decidido a trazar un plan secreto para intentar revitalizar el negocio o, como se dice ahora, volverlo a ‘poner en valor’. A tal fin orquestan una campaña de ‘marketing de impacto’ con objeto de publicitar las virtudes milagrosas del manantial del pueblo y atraer a visitantes de todas partes del mundo. El primer guión presentado a los productores por Berlanga cuenta cómo se plantea la campaña publicitaria en la forma cinemáticamente autorreferente –marca de la casa absolutamente distintiva del ilusionismo berlanguiano– de un montaje escenográfico-dramatúrgico-festivalero destinado a hacer creer a cierta víctima propiciatoria (Mauro ‘El del tren’, el mendigo-tonto) el pueblo representado en la pantalla por Manuel Alexandre) que ha presenciado la aparición de una criatura celestial muy especial.<sup>xxii</sup> No se trata de la Virgen María, ni mucho menos, sino de la única persona que, al parecer, fue personalmente reconocida como santa por el mismísimo Jesucristo: San Dimas, también conocido como el Buen Ladrón. Cuenta el Evangelio de Mateo que dos malhechores fueron crucificados junto a Jesús en el Monte de la Calavera de Jerusalén, uno a su derecha y otro a su izquierda, y que ambos se burlaron del autoproclamado rey de los judíos. Sin embargo, el relato de Lucas afirma que uno de ellos no se burló sino que se arrepintió de sus pecados y pidió a Jesús que se acordara de él cuando subiera al cielo. «En verdad te digo que hoy estarás conmigo en el Paraíso», fue la respuesta de éste (Lucas, 23: 43). Según el Evangelio apócrifo (no reconocido por la iglesia) de Nicodemo, el ladrón crucificado a la izquierda del Cristo se llamaba Gestas y el que ocupaba la cruz a su izquierda, Dimas.

Total que Don José, el avaro terrateniente del pueblo y miembro fundador del club de perpetradores bromistas, posee un asombroso parecido facial con San Dimas, vamos con la talla del santo ladronzuelo expuesta en una capilla menor y semi escondida de la iglesia de Fontecilla.<sup>xxiii</sup> Ataviado para la graciosa ocasión con peluca y barba de pelo de estopa, una sábana blanca enrollada a modo de turbante, chilaba haciendo de túnica y abarcas de pastor haciendo de sandalias romanas (o al revés, qué más da), manto de tela azul celeste con estrellitas amarillas bordadas y una peineta de fantasía a modo de aureola angelical, Don José Isbert en el papel de San Dimas se presenta a Mauro entre efectos especiales de cine de tracamara *cargoi* (petardos, gramófono con la banda sonora de *La canción de Bernadette*, proyector de luces de colorines, humazo de pajas y una palmera que camina, símbolo supremo del *Cargo* mediterráneo) y le dice que el agua del balneario posee propiedades curativas. El inocente de Mauro, atrapado en la realidad de la ficción de este teatrillo de las visiones oníricas, correrá por las calles del pueblo pregonando la buena nueva y conseguirá ser creído por un par de beatas.

Ilustración 5. Teatrillo del milagrillo (San Dimas)



Fotograma de *Los jueves, milagro* (1957), Luís G. Berlanga

La trama del guión primero continuaba con el teatrillo de las apariciones semanales de San Dimas todos los jueves y con la atracción creciente suscitada entre el resto de vecinos del pueblo y luego en la comarca y más allá y ayende los mares entre los “turistas con escapulario” de todo mundo... hasta que el fraude era finalmente descubierto por “unos pastorcillos” (!). Sin embargo, resultó que la película era una coproducción hispano-italiana (Ariel/Domiziana), y que el dinero de los capitalistas italianos venía de las arcas de un poderoso grupo catecumenal con contactos al más alto nivel en la jerarquía eclesiástica de Roma. «Primero de modo sibilino y luego mediante la violencia exigieron modificaciones importantes en el guión. Colina y yo habíamos metido ciertas dosis de coña en lo referente al milagro que inventan los del pueblo y algunos diálogos sonaban a homilía pedestre. Ya estábamos rodando y yo, en principio,

no hice mucho caso. Decía a todo que sí, pero seguía rodando a mi manera, algo jodido por las intromisiones de aquella gente sin humor que me era completamente ajena. Entonces mandaron a un embajador plenipotenciario del mismísimo San Pedro para que supervisara mi trabajo. Era una especie de agente 007 con licencia para matar al director. Se llamaba –lo juro– Paolo Moffa [...] Varios sacerdotes descubrieron su vocación de guionistas y dedicaban su esfuerzo ecuménico a introducir nuevos cambios en la historia [...] introdujeron un personaje celestial [de verdad] y me trajeron de Hollywood, vía Roma a un actor magnífico, Richard Basehart, para interpretarlo.»<sup>xxiv</sup>

En el nuevo guión reescrito con la colaboración de deliciosos agentes eclesíasticos como el entregado reverendo padre Garau –«me tuvo un mes en su casa redactándome ochenta páginas del guión como ellos deseaban que se rodara»– el auténtico San Dimás se acaba apareciendo de verdad, en carne y hueso, si bien bajo una interesante personalidad oculta: el misterioso y veloz Marino, para cuyo papel se contrató expresamente al actor anglosajón Richard Basehart. Más aún: la versión final que se estrenó en los cines debió ser remontada respecto de la copia borrador editada inicialmente para modificar diálogos, suprimir varias escenas rodadas por Berlanga y añadir otras nuevas rodadas, por orden de los productores, bajo la dirección de un realizador sustituto (Jorge Grau) cuyo nombre no apareció en los créditos oficiales de la obra.<sup>xxv</sup> Sin embargo, el remontaje final de la película que se estrenó en los cines era, en palabras del propio Berlanga, un híbrido extraño, curiosamente irónico y aún paradójico, enormemente sugerente<sup>xxvi</sup>, en el que la parte más puramente berlanguiana de la obra, aquella que trataba de «unos pobres sinvergüenzas que inventaban un milagro para salvar un balneario en quiebra [y fracasaban miserablemente]» casaba perfectamente con la doctrina católica ortodoxa, mientras que «la parte que me habían dictado los beatos [sobre los milagros del verdadero San Dimas], estaba totalmente fuera de los dogmas religiosos.»<sup>xxvii</sup>

Marino, que se aparece también en primera instancia al pobrete de Mauro, es un fugitivo de la guardia civil que viste traje y corbata, un personaje medio mago, medio poeta, medio gimnasta y con un evidente punto de chulería en la punta de su piquito de oro. Haciendo gala de «una capacidad narrativa» digna, según la errónea consideración de Berlanga, «de objetivos más ambiciosos [que el de joderme vivo]», la versión revisada del guión que se acabaría filmando proponía que fuese el verdadero San Dimas *in person* quien, tras hacer una primera demostración de ‘facultades’ sumiendo a Don

José en un trance hipnótico que le transformará en generoso filántropo, llevase a cabo, con ayuda, justamente, del agua del balneario, una serie de curaciones realmente ‘milagrosas’ de enfermedades graves (pulmonía, infarto) de origen imaginario o bien fingido en las que el paciente acaba somatizando su propio delirio o fechoría. La sucesión de milagros aparentemente auténticos conseguirá atemorizar de tal manera a los hacedores de milagros falsos que acabarán considerando la posibilidad de confesarles a sus vecinos el engaño, aún a costa de desmontar el boyante negocio insurgente de arrendamiento de plazas de alojamiento y venta de recuerdos milagrosos (en clara violación, mediante la copia fraudulenta y chabacana, de los derechos de imagen reservados de un personaje mitológico registrado legalmente en primera instancia por el Estado Vaticano Inc.) En la compleja escena final de la peli, los miembros del contubernio, su contrita confesión final agriamente rechazada por las masas de cafres y peregrinos en celo que se enseñorean ya del pueblo, conducen al cura (el jovencito López Vázquez con la voz, francamente anodina, que tenía poco antes de descubrirse su famoso soniquete patentado ‘López Vázquez’) a la habitación donde se esconde Marino/Basehart para que sea él quien confiese a la autoridad terrena ser el verdadero autor de la exitosa secuela de la broma inicial. La suite imperial del balneario, revitalizado su lujo con la presencia del ladrón sagrado, vuelve ahora a estar vacía y polvorienta. Marino ha vuelto a huir de la autoridad. En su lugar ha dejado una admonición de puño y letra para sus compinches (argumento: la fe mueve montañas) acompañada de una foto dedicada... para el cura. Con ella le anima a sustituir, en la talla eclesiástica del santo hermético, el poema de la cara carpetovetónica de Don José, por la facha impecable del extranjero enredador y bondadoso, fugaz y... maravilloso.<sup>xxviii</sup>

\* \* \*

El mítico cargamento fantasma de prismáticos, pesas de gimnasia, máquinas de coser, locomotoras, tractores americanos y relojes Time Force que pasaba, imposible crediticio, automovilísticamente de largo en *¡Bienvenido, Mister Marshall!* (Berlanga 1953), resultó ser esa misma fuerza que lo invocaba: la *pobreza en fiestas*, conjunto de todas las labores de productividad carnavalesca y las horas extraordinarias de cartón piedra. Peticiones al revés a los Reyes Magos -como sostiene la voz en *off* de Fernando Rey en el epílogo de la película- con las que estos negros europeos, los *gualiseños*,

verdadera ‘Secta de Johnson’ de la sierra de Madrid<sup>xxxix</sup>, ofrecen tributos fiscales en forma de tiempo, gallinas, inspiración, patatas, disciplina, leche y paciencia (o «paz de espíritu» como la llamaba el párroco de Villar del Río, Don Cosme) a sus nuevos dioses: la saga bárbara que envolvió en un huracán atómico la tierra de los indios americanos que un día tuvo a los españoles por tales dioses, y los productores de cine de la capital que escogieron aquel pueblecito entre otros como decorado real de su película.

Ilustración 6. Fisco de ficción



Fotograma de *¡Bienvenido Mister Marshall!* (1953), Luís G. Berlanga

«Unos preparativos que en sí mismos suponen salir de la rutina cotidiana al pequeño pueblo, hasta el punto de que se puede dudar si los vecinos [de Guadalix de la Sierra] siguen la comedia por lo “provechoso de la llegada de los americanos” [esto es, del equipo de producción de UNINCI] o *por lo divertido del montaje*. [Los vecinos de Villar del Río que montan los decorados están interpretados por los propios ayudantes del equipo de producción del decorador Paco Canet]. Pensando que, quizás, los americanos [vgr. los ‘madrileños’ de la capital] pasen unas horas (o unos días) en el pueblo, no sólo ambientan la plaza, sino todas las calles, con decorados [la productora del filme gastó 500.000 pesetas de la época, unos 300.000 euros de hoy en este apartado presupuestario] que Manolo [el personaje encarnado por Manolo Morán, socios del decorador Canet] consigue fiados gracias a un amigo [el Banco Mercantil e Industrial concedió un préstamo de un millón de pesetas a UNINCI para el rodaje de, ya que el presidente del consejo de administración del banco era Vicente Salgado, quien tenía intereses en los Estudios CEA donde se rodaron los interiores de la película] y que piensa que se podrá pagar gracias a los beneficios obtenidos de los americanos. [Los dos millones y medio que costó la producción de *¡Bienvenido, Mister Marshall!* fueron superados con creces por los ingresos de taquilla que obtuvo el filme como consecuencia de su éxito en el Festival de Cine de Cannes].»<sup>xxx</sup>

Fue precisamente el decorador Francisco Canet -quien, junto con el jefe de producción Vicente Sempere, estaba al frente de la empresa UNINCI, a la sazón productora del filme- el encargado de localizar los lugares donde habrían de rodarse las ‘escenas en exteriores’ de la famosa sátira cinematográfica de Luís García Berlanga sobre el fallido aterrizaje en tierras españolas de los créditos comerciales del *European Recovery Program*, esquema de terapia fiscal asociado popularmente al nombre de su principal valedor gubernativo (el general George Catlett Marshall que fuera secretario de estado del presidente Harry Truman) con el que EE.UU. pretendió activar la reconstrucción, en Europa Occidental, de las infraestructuras productivas destruidas durante la Segunda Guerra Mundial. Acompañado del director de fotografía Manuel Berenguer y del propio Berlanga, peinaron «un radio de 50 km alrededor de Madrid para dar con la población que representara a Villar del Río, tal y como se había ideado en el guión. Finalmente, se decidieron por Guadalix de la Sierra.»<sup>xxxii</sup> Si quisiera trazarse un retrato robot de la cultura autóctona -hoy poco menos que desaparecida- de aquel Guadalix de la Sierra que encontraron los cineastas de UNINCI en 1952 (mil quinientos habitantes repartidos en poco más de trescientas familias dedicadas a la agricultura, la ganadería y el estraperlo), un punto de partida inmejorable podría ser la siguiente parábola escatológica, ‘deliciosamente’ goffmanesca<sup>xxxii</sup>, ocurrida durante el rodaje del filme, anécdota en la que participan el director del mismo, uno de los actores principales y los intrépidos indígenas o *gualiseños*. «Había una cosa que es maravillosa y siempre la digo y la defiendo, que es el desmitificar eso de que cuando estés cagando sea una cosa que debe hacerse absolutamente separada del resto de las costumbres sociales. Y, entonces, algunos días que estaba allí agachado [en unos de esos entablados que se hacían antes en los corrales de las casas de pueblo a modo de retrete], nos llegaban a Pepe Isbert y a mí los chicos y chicas del pueblo y nos decían “Bueno, y ¿hoy se rueda, Don Luís?”, “Sr. Isbert, a ver si nos echa usted una mano y trabajamos hoy”. Y charlaban con nosotros, y a nosotros en aquella postura nos resultaban un poco difícil... Yo ya había vivido desde niño, en pequeños pueblos de Valencia, esa forma de higienización pero no [había llegado] a la tertulia dentro de eso...».<sup>xxxiii</sup>

La productora de *¡Bienvenido, Mister Marshall!* ofreció a los *gualiseños* que quisieran participar como figurantes en la película un jornal diario de veinticinco pesetas. Dado que el rodaje se inició a finales del mes de septiembre, la actividad cinematográfica hizo naturalmente la competencia a la principal faena agrícola que, tradicionalmente, se

desarrollaba durante esa época del año, la recogida de la patata. Como el salario de los jornaleros del campo no pasaba de las dieciocho pesetas, la patata se quedó ese año sin gente «con la consiguiente tensión [dentro del pueblo].»<sup>xxxiv</sup> Mucho más allá de su efecto puntual sobre la cosecha del tubérculo de aquella temporada, el momento paroxístico cuando la ficción de la pobreza en fiestas como invocación de la riqueza ‘de cine’ del cine americano se fusionó de manera definitiva y radical con la realidad de la pobreza en fiestas como instanciación de la riqueza ‘de cine’ del cine español, ocurrió durante el rodaje de la secuencia filmica de la transformación de Villar del Río/Guadalix de la Sierra en un pueblecito andaluz de postal.

El pueblo elegido por el dios de la riqueza cinematográfica poseía el don natural de una plaza mayor de esas dichas “pintorescas”, con el ayuntamiento en uno de los frentes y la cantina en el otro, encarnación bastante lograda del canon del tipismo rural patrio. Había únicamente un pequeño problema y era que la iglesia de Guadalix, muy hermosa por cierto, no estaba en la misma plaza sino que se encontraba a un par de calles de distancia. Aunque, desde luego, no se trataba -ni mucho menos- de un asunto prioritario desde el punto de vista de las soluciones a adoptar por la producción para garantizar la fidelidad del metraje final a las directices escritas del guión original de la peli. (Aún de menor importancia era el hecho de que la plaza de Guadalix tampoco tenía en su centro la fuente de piedra ideal-típica que aparecía en tantos libros de ‘estampas españolas’). Ésta es, justamente, la razón por la que puede sostenerse que el origen simbólico, es decir, *milagroso* de la nueva riqueza española se funda sobre un suceso cinematográfico «extraño» (el calificativo es del propio Berlanga): el impulso irracional, manirroto, que llevó a un equipo de producción cinematográfica a honrar con dispendios en el límite de la extravagancia el dudoso sentido de la integridad artística de un genio creador que, más que dudoso, debía ser exasperante de tan dubitativo.

Tal como se escucha en el filme, he aquí el fragmento visionario del parlamento de Manolo, el hombre de mundo o “enterao cultural”, a los vecinos de Villar del Río desde el balcón del ayuntamiento: *«Y yo, que he estado en América amigos míos, yo que conozco aquellas mentalidades nobles pero infantiles, os digo que España se conoce en América a través de Andalucía. ¡Ah!, pero entendedme bien, no es que no amen como se merecen a estos pueblos castellanos de ejemplar raigambre... Es que la fama de nuestras corridas de toros, de nuestros toreros, de nuestros gitanos y sobre todo del*



*cante flamenco, ha borrado la fama de todo lo demás y buscan en nosotros el folclore.»*

Y si, en la trama de ficción cinematográfica, es el alcalde de Villar del Río, Don Pablo (Pepe Isbert), el que, dando por buena la pragmática visión comercial de las cosas que le oferta el hilarante agente artístico interpretado por Manolo Morán, anima a sus vecinos a ponerse manos a la obra en la lúdica tarea de disfrazar un pueblecito castellano «de ejemplar raigambre» con ropajes reconocidamente andaluces (trabaje campero para ellos, vestido de volantes para ellas) que habrán de halagar el gusto convencional - «noble pero infantil»- de los americanos y su concepción limitadamente turística del folclore autóctono de España, en la historia real del rodaje, de modo inquietantemente análogo, el jefe de producción Vicente Sempere aceptó incurrir en un gasto extraordinario bastante considerable para, levantando en la plaza de Guadalix de la Sierra sendos decorados en cartón-piedra de una fachada de iglesia y una fuente de caños, satisfacer el deseo estético, no menos “noble” ni “infantil” que el del americano medio, de un novel cineasta que ni siquiera llegaba a ser integrista. Tan solo cargante en su pretensión de mostrar al mundo los detalles doblemente idealizados de su propia imagen turística de un pueblo doblemente arquetípico. La España de Berlanga: «excesivo capricho», en verdad.

«Que yo dijese “Quiero este pueblo” funcionó muy bien, porque el pueblo le viene de maravilla a la película [...] Lo extraño para mí fue que yo llegase a un sitio, con esa plaza tan movida y con tanta gracia, siendo un director joven, novel, recién salido de la escuela y nada famoso, al que no había que dar atenciones específicas, llegara y dijera: “Lo del ayuntamiento está muy bien, pero yo quiero que en la misma plaza esté la iglesia y construyes un decorado de una fachada de una iglesia.” Un decorado que hoy no lo podría hacer ninguna película. Y yo no había aprendido a tener una cierta modestia que debemos tener los realizadores, aunque haya una industria buena, porque a mi me pareció luego, viendo la película, que era *excesivo capricho* mio. Porque lo que costó aquel decorado... trescientas o quinientas mil pesetas, que hoy serían cincuenta millones [unos 300.000 mil euros]...»<sup>xxxv</sup>

Juguetona como de suyo es, la fortuna quiso que, en varios planos de la escena del ensayo del pasacalles en el que se interpreta la canción ‘Americanos’, quedara registrada fotográficamente la duplicidad esquizofrénica de Villar del Río/Guadalix de la Sierra: en primer plano a la izquierda aparece la entrada principal de la iglesia de

pega, y en el centro de la imagen, al fondo, la torre del campanario de la iglesia de verdad.

Ilustración 7. Villar del Río / Guadalix de la Sierra, el pueblo de las dos iglesias



Fotograma de *¡Bienvenido Mister Marshall!* (1953), Luís G. Berlanga

(Terminando el siglo XX, este mismo pueblecito madrileño, qué extraño, habría de ser nuevamente el primero en descubrir el limbo económico ampliado de la existencia panmediática recalificada: en el año 1999 se construyó en los confines del término municipal de Guadalix el *decorado real* de la primera emisión de tele-realidad total, la borgiana casa-plató del programa *Gran Hermano*).

Al Marqués De la Vega-Inclán se atribuye la redacción del decreto legislativo de 1911 por el que se creó la Comisaría Regia de Turismo, organismo heredero del pionero europeo en su rama, la también española Comisión Nacional para Fomentar las Excursiones Artísticas y de Recreo del Público Extranjero (1905), que mutaría luego en Patronato Nacional de Turismo (1928) en espera<sup>xxxvi</sup> de su definitiva metamorfosis franquista: el mítico Ministerio de Información y Turismo (1951) que lideró la década milagrosa, en el sentido macroeconómico del término, de los 1960. La pluma del Señor Marqués del Turismo se sospecha autora de estos gloriosos ripios administrativos: «Otro origen de ingresos en oro, hasta hace no muchos años poco importante, es el de los turistas. Sin llegar a las sumas que en Italia se recaudan por este concepto y que ascienden a más de 600 millones de liras, ni a las que percibe Suiza, donde los turistas dejan de 350 a 400 millones de francos, van, sin embargo, organizándose en España medios de explotar este elemento de riqueza. Atractivos para los extranjeros los hay abundantes en nuestros monumentos históricos de remota antigüedad y en la variada serie de estilos arquitectónicos de todos los tiempos, y singularmente del arte árabe, único en el mundo. La comodidad de hacer excursiones por África, atravesando de paso

casi toda España desde las costas del Mediterráneo a las del Atlántico, presta mayores facilidades a la combinación de los itinerarios. Desde que por nuestras vías férreas circulan los trenes con mayor velocidad y las comodidades en los de lujo se asemejan y en algunos casos igualan a los del extranjero, y además los alojamientos, hoteles y fondas reúnen condiciones de limpieza y de confort, el turismo se desarrolla cada día más.»<sup>xxxvii</sup> De la Vega Inclán, que soñó en papel timbrado ríos de abundancia culminando la obra divina de una geografía plena, no podía ni imaginarse hasta qué puntos del cuerpo histórico de su cultura, rojos como rubíes, pueden llegar a prostituirse uno y su familia por dinero. Hace al caso recordar la secuencia final de la película *Patrimonio nacional* (Berlanga, 1980), memorable segunda entrega del colosal tríptico cinematográfico berlanguiano sobre las descacharradas y descacharrantes «bases sociales» del monarquismo transicional español que completan *La escopeta nacional* (1977) y *Nacional III* (1982).

El viejo Marqués de las Marismas, el director teatral Luís Escobar postreramente convertido en actor de cine, encarna en la ficción cinematográfica al viejo Marqués de Leguineche. Mientras espera, en su nueva soledad hacendosa, la visita de un grupo de turistas en el saloncito privado del palacete propiedad de la familia en el centro de Madrid (el antiguo Palacio de Linares, sede hoy de la Casa de América, en la Plaza de Cibeles), Leguineche, verdadera reencarnación cinematográfica del Marqués de la Vega Inclán<sup>xxxviii</sup>, es nuevamente asaltado por Luís José, su vástago fin de raza, presunto Conde de Santagón prematuramente crionizado, al igual que su progenitor, en la pieza menos noble del mobiliario del palacete. (La miserable condición humana del señorito y calavera marquesín salidorro se encarna en la pantalla en una humanidad que para todo vale y vale para todos, la del actor José Luís López Vázquez, otro genio inmortal). Acompañado de sus dos enormes mastines, Dorada y Leo, el Marqués padre se dispone a recibir a los turistas japoneses que van entrando y saliendo del saloncito privado. El guía de la excursión, representado por el director de cine Jaime Chavarrí, acompaña la irrupción en la pantalla de cada visitante con la repetición mecánica de un recitado en inglés donde se dan la mano el viejo protocolo cortesano y el nuevo formulismo de la industria de servicios: *I introduce you to the Marques of Leguineche in person. You can make pictures if you like it too.* (Les presento al Marqués de Leguineche en persona. También pueden sacar fotografías si así lo desean). Además del billete normal que da derecho a visitar el resto de dependencias del palacete, el marqués cobra una tarifa extra

por dejarse ver “en persona” y saludar también personalmente a cada uno de sus visitantes de pago con un lacónico “Sayonara” (“Bienvenido” en japonés) cuya pronunciación le obliga a hacer una reverencia facial. La solemnidad inicial del ademán se va haciendo mueca progresivamente artrítica. Impasible.

Ilustración 8. Barcos sin honra



Fotograma del filme *Patrimonio Nacional* (1980), Luís G. Berlanga

Sobre el fundido en negro con la palabra Fin oímos la voz femenina de una turista japonesa y la animada réplica final del Marqués, como despertando de una siesta cansina: «¡Sayonara, guapa!» El picarón del marqués recuerda aquí a los niños de las sectas cristianas ultraortodoxa del condado de Lancaster, en Pensilvania, EE.UU., que asoman el sombrerín de paja por encima de la valla blanca de la granja escuela para saludar a los visitantes. Los exóticos escolares *amish* y *menonitas* desobedecen entre juguetones y taimados la prohibición de sus maestros gritando “*No photos, no photos*” a la vez que posan picaruelamente para la cámara del turista.<sup>xxxix</sup> Anclado también él hasta las trancas en la tracción-tradición animal del siglo XIX, y metido en el arquetípico papel tragicómico del ‘viejo verde’, el teatral viejo que fuera realmente el fin de raza del señorío de las marismas del Guadalquivir cumple al tiempo el penúltimo destino alimentario de este suelo agreste con el sol en lo alto. El marquesado alienígena de la excursión organizada a la mansión de los siglos. Y a mucha honra. Luís Escobar, el actor, realiza *in extremis* la única posible vocación ciudadana de su noble linaje conocida hasta el momento por nosotros: modelo pictórico sobre paisaje pintoresco.<sup>xl</sup>

En *Calabuig* (Berlanga, 1956), el farero Don Ramón (Pepe Isbert) y Don Félix el cura (Félix Fernández) disputan una partida de ajedrez por teléfono. Ambos se ayudan de sendos juegos de ajedrez portátiles, pero mientras el cura recurre al asesoramiento de un libro de partidas, al farero le sopla la jugada ganadora Jorge Serra Hamilton (Edmund Gwen), el físico nuclear estadounidense que se ha refugiado en el pueblo.<sup>xli</sup> Parece

diáfano ver en Jorge al trasunto berlanguiano del otro «famoso sabio atómico» que acaba de fallecer en Princeton, Nueva Jersey, en aquel año de 1955. Albert Einstein. En la escena final de la peli, el helicóptero militar que lleva al científico de vuelta a los EE.UU. sobrevuela el pueblo de Calabuig. En su interior, mientras Jorge se despide de sus amigos saludando con la mano desde las alturas, el mando castrense que lo custodia le amonesta en tono menor: «Nos dio un gran susto, profesor Hamilton, creímos que se había escapado con todos nuestros secretos.» «Y en cierto modo así ha sido», replica el profesor divertido, quitando importancia a lo que dice. Sobre una toma aérea del pueblo de Peñíscola el militar cambia de tema e inquiera sobre las posibilidades turísticas del lugar: «Parece un pueblo gracioso Calabuig, me gustaría pasar aquí algún fin de semana, ¿hay algún hotel en condiciones?» No, no, dice Jorge, no ningún hay hotel.

Ilustración 9. Parece un pueblo gracioso ¿hay algún hotel en condiciones?



Fotogramas de *Calabuig* (1956), Luís G. Berlanga

No lo había, era cierto. Sólo que pocos años más tarde, el faraónico productor de cine estadounidense Samuel Bronston, sugestionado por la fotogenia del *Calabuig* de Berlanga, hizo filmar abundantemente al actor Charlton Heston montando a caballo por la playa de Peñíscola para la superproducción *El Cid* (Anthony Mann, 1963). Las imágenes de una de las más grandes superestrellas del firmamento de Hollywood cabalgando a lomos del mítico Babieca bajo la silueta inconfundible del castillo del Papa Luna durante la conquista y defensa simuladas de la Valencia mora por los castellanos, dieron la vuelta al ‘planeta americano’ y sus alrededores. Ahora sí, ya hay hoteles en Peñíscola.<sup>xliii</sup> Calabuig es la sublimación cinematográfica y escénica de la acogida del viajero americano cansado de su civilización megalopolitana (en la ficción, un físico nuclear “arrepentido”) por los habitantes y los rinconcitos del pueblecito de Peñíscola, histórica villa de la costa del azahar castellanense cuyo triunfo artístico en el Festival de Cine de Venecia de 1956 hizo al tiempo las veces de eficaz campaña de propaganda

para la promoción turística de esos «encantadores pueblos de pescadores españoles» a los que se refería Fraga en sus discursos ministeriales de principios de los 1960.

Ilustración 10. Casco histórico / histriónico de Peñíscola, Castellón



Fotogramas de *Calabuig* (1956), Luís G. Berlanga, y *El Cid* (1963), Anthony Mann

Cuarenta años después, en un maravilloso filme de vocación testamentaria, *París-Tombuctú* (1999), Berlanga soñó ese mismo Calabuig, que seguía igual de encantador pero cada vez más demenciado, como la última estación de paso del *trip* de Manuel Fraga (véase el capítulo siguiente). Calabuig-Peñíscola se ha convertido en el postrer y definitivo balneario mediterráneo para el gran jubilado europeo, Michel, cirujano plástico, literasta, *parisien*. Calabuig / España: la trampa final con la que la vida pretende engañar a la muerte. Y en la peli de Berlanga, al menos de momento, lo consigue. Recuperado el ánimo vital y dorado por el sol, Michel sube ahora al mediodía desde la Playa de San Juan a ver salir a las niñas del Liceo Francés de Alicante “Pierre Deschamps”. Pero el canguelo no te lo quita ni Dios.

Ilustración 11. Canguelo torero



Fotograma final del filme *París-Tombuctú* (1999), Luís G. Berlanga

### III. Vírgenes, ángeles y muñecas en procesión

Mos estimàven  
Mos destrossàvem mútuament ses vides  
Mos acabàvem, mos fèiem companya  
Mos caducàvem  
Mos dedicàvem quasi sempre es dies  
Mos sexuàvem, mos gastronomiem.<sup>xliii</sup>

Verano allí donde el verano es realmente verano. El barco que trae a José Luís Rodríguez, su maletín de herramientas y su familia, desde el piso 3º derecha del bloque 17, grupo 4, del polígono sur de la absurda capital africana, Madrid, atraca en el puerto de Palma de Mallorca. Vienen a pasar unos días de vacaciones con todos los gastos de viaje, alojamiento y dietas pagados por la empresa del marido, el Ministerio de Justicia. «Mira, mira que bonito», le dice Carmen indicándole con un gesto que mire hacia el horizonte de la Bahía de Palma. «Y tu no querías venir», le reprocha la mujer. José Luís Rodríguez, José Luís, el verdugo, el marido, el yerno, el titular del piso –el eterno *pisito*, que antes lo fue de ‘la vieja’<sup>xliv</sup> y ahora lo es del ‘viejo’–, quien cobra el sueldo, no quería venir a un sitio tan bonito porque existe la posibilidad de que le hagan ir a trabajar un día a la cárcel de Palma. Por eso ha tenido que traer el maletín con los ferros del cacharro vil: abrazadera, perno, rosca y palomilla, la dichosa palomilla. Pero no, no parece probable, le tranquiliza Amadeo, el suegro, de quien heredó el puesto de verdugo. Como durante la semana se celebra en la isla un certamen internacional de belleza femenina, «es más fácil que llegue el indulto». No van las autoridades a atreverse a dar matarile ante los cuerpazos presentes a concurso de las mises. Si el indulto no se concediera, ya le mandarían llamar. «Tenga, aquí tiene las dietas. Deje la dirección y no se mueva de Palma.» Entretanto estese tranquilo y relajado. Diviértase. Además, el reo de muerte se ha puesto enfermo y, dicen los médicos de la prisión, que es muy probable que se muera antes incluso de que llegue el indulto.

Ella, él, el niño y el puto suegro, junto con un resto de veraneantes americanos, ingleses, alemanes, italianos y franceses que se alojan en la Pensión Broseta se abandonan a la molicie de los baños de sol en la terraza, la zarzuela de marisco, la compra de recuerdos y postales, el baño en la playa, las excursiones. José Luís se lo pasa bien practicando idiomas y sacándose fotos con unas rubias germanas; Carmen le reprende por coquetear con «esas sucias».<sup>xlv</sup> Luego, durante una visita guiada a las cuevas de Manacor, sucede lo imposible.

Ella y él, Jose y Carmen, toman asiento en las gradas dispuestas frente a la increíble laguna cavernaria que el espeleólogo decimonónico *monsieur* Martel descubrió en Porto Cristo, para presenciar un espectáculo fantástico de juegos de luces y piezas de música clásica interpretadas por un trío de cuerda a bordo de la mítica nave fantasma, vehículo natural para ancestros que retornan deificados.<sup>xlvi</sup>



- «¿Te gusta?», le pregunta él mientras suena la música en la cueva.

- «Sí, pero tengo miedo» -responde ella.

- «No oyes: ahora está llegando el vampiro de la cuevaaa...» José Luís hace el gesto de estrangularla en broma.

- «¡Ay, tonto que me has asustado!» Ella le aparta cariñosamente, pero él la abraza aún más cariñosamente e intenta besarla. «Que hay mucha gente, quita.» José Luís y Carmen, en las «mundialmente famosas» cuevas del Drach de Mallorca, se besan en público por primera vez, sin pudor, como hacen los visitantes extranjeros -«A ellos qué les importa la gente...». ¡Si son turistas! Estando en éstas vemos cómo por detrás de la barquita donde toca música acuática la orquestina surge, desde el fondo cavernícola oscuro como la boca de un lobo pintada por Bacon, el bote sombrío de los tres tricornos. Un *guardiasiví* provisto de megáfono se alza de pie en la barca, como si caminase sobre las aguas, lanzando avisos al público: «Don José Luís Rodríguez, Don José Luís Rodríguez. Don José Luís Rodríguez: se ruega a Don José Luís Rodríguez, si se encuentra entre los presentes, tenga la bondad de bajar al embarcadero. Don José Luís Rodríguez.»





Iluminado por esta luna nueva de la cueva, intimidado por la claridad diáfana de su propio nombre propio *-Me llaman a mi-* el verdugo José Luís se identifica ante el guardia armado que pasa junto a él llamándole a voces. En público.

- José Luís, preocupado: «¿Ha muerto?» (el condenado)
- Guardia, mecánico: «¿Es usted Don José Luís Rodríguez?»
- José Luís, cortés, absurdo: «Esta es mi señora», señalándola con la mano.
- Guardia, indefectible: «Venga conmigo a la barca.»



En el juego del diálogo de besugos, tan sumamente técnico<sup>xlvii</sup>, el guardia, que juega en casa, no comete errores. Cuando a la pregunta «¿Es usted José Luís Rodríguez?» el interpelado va y responde «Esta es mi señora», sin afirmar ni desmentir que la del nombrado sea su identidad sino intentando regatear directo hacia el área del corazón, la réplica natural de una fuerza autoritaria infeliz debería haber sido volver a insistir en la pregunta. Nada de eso: el funcionario de la metralleta aprieta a fondo el gatillo de la nada: «Venga conmigo a la barca». Aunque, dicha así y ahí, la oración podría parecer un «Y a mí qué su señora, oiga», escuchada atentamente en el contexto más amplio de la vida real, la absurda directiva del hombre del tricornio quiere sin embargo decir: «Está usted demasiado bien educado, amigo, pero eso tiene pronta solución. Vamos de inmediato a *instruirle*.» ¡Identificación, coño! El caso es que los barqueros suben al turista en su barca o, lo que es lo mismo, los guardias se llevan al verdugo a la cárcel.

No ha llegado el indulto y José Luis tiene que poner fin por unas horas a sus vacaciones para ir al tajo: habrá de aplicar la ley, qué *desgracia*.<sup>xlvi</sup> Carmen quiere irse también en la barca pero los guardias no la dejan subir.



Ilustración 12. Fotogramas de *El verdugo* (1963), Luis G. Berlanga

El castillo de luces y sonido en el paraíso turístico de sol y playa ha quedado comprimido en una sombra de infierno, la Feliz Gobernación. La cámara de Berlanga se abisma un último instante en las soledades metafísicas, que tan ajenas nos son a los humanos, del viajante galáctico: *Una eternidad sin amor es muy dura / mas es la eternidad de verdad / porque el amor, una eternidad no dura*.<sup>xlix</sup> Ya es, sin embargo, demasiado tarde para el miedo. El comediante Godínez, mensajero de embutidos y representante de palabras, ha entrevisto fugazmente la sensualidad marina de Azenaia, la virgencita mora.<sup>1</sup>

Algunos años después Leonardo Pozas, el empleado de banca burgalés protagonista de *¡Vivan los novios!* (1969), alta y altamente inquietante comedia negra del tándem Berlanga-Azcona, arribará también a un pueblo de la costa mediterránea española en plena temporada turística. Pero Leonardo (López Vázquez otra vez) no ha venido esta vez a trabajar ni a turistar: ha venido para casarse con una señorita local que conoció el verano pasado durante sus vacaciones. Por eso viene acompañado de su santa madre, la señora viuda de Pozas. Aunque está a punto de casarse con otra españolita de provincias como él, la indígena propietaria de una tienda de recuerdos que sirve de tapadera al boyante negocio familiar de alquiler de apartamentos, el novio se ve abrumado por la juventud y la belleza escultural de las turistas extranjeras que merodean por la tienda y los apartamentos. Salidísimo, atormentado y jodido, Leo trata por todos los medios de echar una cana al aire con las *guiris* la noche antes de su boda. Pero las extranjeras no le hacen caso y encima, cuando vuelve al amanecer a su apartamento, descalzo y con el rabo entre las piernas, se encuentra a su madre caída en la piscina hinchable, muerta). Si

acaso, Berlanga ofrece a este españolito mesetario, provisional expatriado veraniego en una localidad turística de la costa mediterránea (Sitges), la posibilidad de tontear con alguna que otra alemana o puede que incluso noruega. Ayudándose de la paella que han encargado unos guiris que festejan en un yate, Leonardo es capaz al fin de atinarle un beso en los morros a un... gringo negro travestido. Mientras trata de rechazar los intentos besucones de Leonardo para que coma paella, el negro travestido y despechado del yate, menciona a una «francesa sucia» que le ha robado a su amante noruego.

Ilustración 13. Paella travestida de *arròs negre*



Fotograma de *¡Vivan los novios!* (1969), Luís G. Berlanga

La única “sueca” a la que Leo será capaz, casi al final de la peli, de intentar tirarle los tejos es una artista callejera de buen culo que pinta retratos en el paseo marítimo. Estamos en el velatorio de su madre. La familia política, que juega de local, ha montado un sarao para la capilla ardiente de la suegra en una especie de bodegas, donde se dan cita deudos, vecinos y turistas. Ha venido un combo de jóvenes *hippies* extranjeros con sus guitarras a compartir penas y vinazo gratis a la salud de la muerta con los aborígenes del brazalete negro. Radiante la piel blanca, la melena rubia y la carita virginal de la pintora callejera entre el grupito de mochileros, Leo vuelve a encontrarse, azorado, con su musa bohemia, que ha resultado ser oriunda «de la católica Irlanda».. La tirada de trastos se lleva a cabo con diccionario y traductor amnésico de por medio – «Dile que es un ángel»– y, lo que es peor, con el ataúd de mamá-de-cuerpo-presente en medio también. La pintora le regala un retrato al carboncillo de la muerta. Él quisiera decirle muchas cosas, pero ella tiene que irse. Sólo está de paso.

Ilustración 14. Pero ¡tengo que decirte muchas cosas!



Fotograma de *¡Vivan los novios!* (1969), Luís G. Berlanga

Leonardo verá por última vez de refilón a la *guiiri* de la guarda a la salida de la iglesia. El prototipo angelical de la turista galáctica está empacando sus pichiwillis en la mochila para volar con la bandada *hippie* a nuevos paraísos idealmente perdidos. Nuestro ancestro aborigen en tránsito cinemático a la estrellas está, por su parte, a punto de ser engullido por la figura ominosa de una gigantesca tarántula negra que se va formando a medida que avanza el cortejo fúnebre que acompaña al cadáver de mamá camino del cementerio. La blanca vaquilla europea escapa hacia prados más frescos mientras el enanito torero camina obedientemente tras los restos fondones de la rama matrilineal de su estirpe, que ya son carne de desolladero. La toma aérea final de la negra procesión hispánica en movimiento espiral caotizado y caotizante produce verdadero repeluzno pero al mismo tiempo hace verdadera gracia. He aquí el *quid* filosófico-berlanguiano del asunto.

Otro hallazgo filosófico –otro ‘darse cuenta’ más– que podemos extraer de la cinemática *paraturística* berlanguiana: lo rancia y revenida que ahora se nos antoja la regla de economía libidinal –durísima restricción presupuestaria compensada con delirios de grandeza eróticos y espirituales– que inspirara el mítico desvelo hispánico de nuestros mayores por las suecas angelicales que venían del demoníaco París. Las turistas. Y palpar también, de paso, algo de la presencia, que es su esencia, de nuestra inmovible pasión machista. De toda la viscosidad laboral y la mortificación tecnológica que hemos invertido en ella.

Luego de coronarla reina virginal de los cielos y sacarla en buñuelesca procesión de semana santa, diciéndole lloros y requiebros y cantándole saetas y marchas moras, una horda de borrachos alicantinos (Agustín González, Luís Ciges, José Luís Coll, Paco

Algora...), trabajadores emigrantes en París, viola y mata a la encarnación objetiva del mito erótico de la francesa sexualmente liberada<sup>li</sup>: una muñeca hinchable.

Ilustración 15. Charlotada de la virgen de plástico



Fotograma de *Tamaño natural* (1973), Luís G. Berlanga

«[A]l viejo maestro maravilloso, la película [*Tamaño natural* / *Grandeur nature*, Berlanga, 1973] le chocó, le escandalizó y le pareció casi pornográfica. Eso me dejó absolutamente perplejo porque él no era precisamente un mojigato... A mí, insisto, me parece que es mi película más cercana al cine de Buñuel. Creo que incluso la atmósfera recreada del gabinete de aquel dentista solitario era muy de él, a mi pesar, y puede que también se debiera a la presencia de Piccoli, un actor habitual del aragonés-mexicano. No sé por qué Buñuel cogería esa manía a esta película concreta. Sus amigos dicen que él era muy, muy, muy tímido, muy pacato, que era un hombre muy anticuado en cuanto a las ideas y los conceptos. No lo creo. No lo creo porque sus películas demuestran todo lo contrario. Creo que fue algo personal... *alguna idea muy antigua.*»<sup>lii</sup>

No fue, quizás, la pornografía plasticosa sino la macabra procesión pagana de los duros expatriados españoles, últimos hombres en la verbena revolucionaria de la virgen de los desamparados, lo que tanto espantó al otro Don Luís, al antiguo, de la película más francesa del Berlanga más impúdico y moderno. Aquella charlotada erótico-religiosa era tan absurdamente burra, tan infamantemente surrealista, que al viejo Don Luís debió parecerle demasiado *suya*.

#### IV. Charlotada abisal

Los espectáculos y fiestas no son incompatibles con la opulencia: al contrario, son uno de los medios que a veces usa la política para que, dando movimiento al comercio, se desagüe y circule el dinero estancado. Se facilita el cambio, se asegura el consumo, el pueblo ansioso de divertirse duplica sus tareas para adquirir la cantidad que le ha de proporcionar la diversión.<sup>liii</sup>

Cuando en la vorágine liquidadora se desata la espantosa aceleración centrípeta de las fuerzas del tiempo, hasta los mismos cantos de las sirenas, voceros del ascenso y caída del imperio de la mercancía, empiezan a ser atraídos hacia el agujero negro de su misma implosión. ¡Protégete contra la crisis: anuncia(té) a tus anunciantes! ¡Beneficiate de la crisis: gana regalos viendo anuncios!<sup>liv</sup> Y bajando.

Lejos, muy lejos, cada vez más y más lejos del equilibrio letal de todas nuestras fuerzas térmicas, ahora que bajamos hacia el fondo, estamos en verdad –cosmológicamente como si dijéramos– subiendo hacia lo alto. La «hirviente masa del estímulo supernormal»<sup>lv</sup> solidifica en apariciones radiovideoactivas, avisos angelicales en colores llamativo-chillón que corren a la velocidad de la luz. En su neurótico intento de erradicar los últimos residuos inmortales de lastrante ordinariedad –irremediabilidad– que aún quedan sobre el escenario de lo extraordinario, esta pura proliferación del nombre propio en forma de *logotipos* semeja una de esas galaxias que, girando alocadas alrededor de un núcleo crecientemente denso y relucido de masa estelar, acaban desplomándose por su centro *espiramidal*, abducida hacia la cúspide universal toda marginalidad barrial o rural. La gravedad de la masa monetaria se colapsa de risa, peso saboteado por el brillo, irradiando consejos depresivos □o sea, terapéuticos□ contra la depresión. Y así, con cada cíclico nuevo intento de completarse, el milagro de la seducción vuelve a recurrir un poco más *arriba*.

En la etapa final del largo camino de progreso que conduce desde el ayuntamiento mítico del fuego –hará ahora de aquello menos de 2 millones y más de 300 mil años<sup>lvi</sup>– hasta el eventual imperio de lo absurdo –tres martinis subidos sobre un hombre se están bebiendo un caballo<sup>lvii</sup>–, la fe animal está otra vez de vuelta en el callejón de los muertos. La guarida del misterio celebra una fiesta nueva: el espectáculo cómico taurino de la vida montado por un grupo de internos para solaz y deleite de todo el zoo humano.



Ilustración 16. Fotograma final del filme *Todos a la cárcel* (1993) Luis G. Berlanga

A principios de siglo XXI es probable que sólo en su modo esperpéntico –la popular *charlotada*<sup>lviii</sup>– siga la antigua liturgia sacrificial de la bestia divina –el toro bravo– siendo el santuario de la triste hidalguía. La estética trascendental, tan singular, de la tauromaquia burlesca emana de un modelo histórico de sociabilidad ritual bien conocido: el teatrillo cotidiano de la etiqueta y la ceremonia palaciegas de las cortes reales madrileñas de los siglos XVII y XVIII tal como fue famosamente retratado por Velázquez y Goya en algunos de sus cuadros más celebrados.

Los espectáculos públicos de la corte de Felipe IV aportan el grueso del canon de la tauromaquia bufa. «En una corrida [Real] celebrada en Montilla en el año 1646, se presentaron seis [bufones a caballo], cuya gracia era huir siempre de los toros, sosteniéndose de bruces sobre su cabalgadura o asidos al cuello de ésta. Se buscaba el efecto cómico, y en ocasiones se obtenía, remedando las suertes serias con pantomimas, comparsas y mascaradas, donde a veces lucía el ingenio. Entre las mojjingangas más divertidas figuraba el uso de peles, *estafermos* y *dominguillos*. Eran muñecos con figura humana, cabeza de cartón y cuerpo de paja, corcho, papel o cuero lleno de aire, provistos de plomo en los pies, que les permitía sostenerse derechos. Acometíalos el toro y los echaba por el aire, irritándose al verlos caer siempre en posición vertical. Ambas cosa producían la risa de los espectadores.»<sup>lix</sup> El desarrollo cómico de las funciones taurinas tuvo un segundo florecimiento a fines de la época de Carlos III y principios del –trágico– reinado posterior de Carlos IV. «En 1787 se anuncian mojjingangas en las novilladas que se dispusieron verificar en Aranjuez los días 27 y 30 de mayo y 7 y 17 de junio, “para que la jornada primaveral resulte lo más amena posible al rey Carlos [III].” En ellos se representó la historia de Mambrú, con su dama, su paje y sus soldados, que ejecutaron diferentes suertes a los primeros novillos. También “se formará un estradillo en que se presentarán a sus cuatro extremos dos majos y dos

majas, los que harán diferentes habilidades en los primeros novillos, así capeando como parcheando, al tercer y cuarto saldrán dichos majos metidos en cestos a ejecutar lo mismo y Alfonso Alarcón promete capear al quinto novillo llevando en sus hombros un muchacho...” Las mojigangas tomaron del género literario y del género lírico todo tipo de personajes para sus representaciones más celebradas.»<sup>lx</sup>

Retrato del héroe vencido humillándose ante el *clown* para suplicarle que no mancille con sus astracanadas “la parte seria del espectáculo”, el final de la película *Mi tío Jacinto* (Ladislao Vajda, 1956) exponía en tono de drama el conflicto de raíz barroca y aroma postmoderno entre técnica (o ‘arte’) y ‘vergüenza’ (o desvergüenza) torera. El Reglamento de Espectáculos Taurinos entonces vigente disponía en su artículo 129 que en los festejos cómico-aurinos debería incluirse «una parte seria en la que se lidiarán tantas reses como hayan de ser sacrificadas en la cómica. La parte seria del espectáculo se celebrará al comienzo del festejo, y en el ‘paseillo’ los componentes de ellas irán destacados de los que integren la festiva.» Por su parte, el artículo 130 establecía que «los lidiadores que tomen parte en funciones de toreo cómico no podrán emplear en la lidia fuegos de artificio sobre las reses, arrastrarlas, derribarlas, colearlas o emplear instrumentos que causen daños a los becerros.»

De entre los muchos estraperlistas históricos que han logrado burlar –nunca mejor dicho– a la guardia nacional de aduanas que vigila por la estricta separación de fronteras entre el toreo bufo y el toreo serio, uno de los casos más señalados e interesantes es el del famoso torero cómico valenciano Rafael Dutrús ‘Llapisera’ (1892-1960), introductor de numerosas suertes ‘burlescas’ de capote, banderillas y muleta, algunas de las cuales, como la *chicuelina*, el *violin* o la *manoletina* llegarían con el tiempo a ser consagradas en el altar de la tauromaquia ‘seria’.<sup>lxi</sup> En sentido contrario a las graciosas invenciones de Lapicero, el Bombero Torero, Toronto, el Chino Torero y otros genios de la tauromaquia cómica, salta la linde mística del teatro del mundo –«Allí donde hay un actor tenemos también a un asesino» (Jacques Derrida)– un enanito acondroplásico alzando su rejón de muerte o bien destripado sobre la arena.

La sucesión de series de aguafuertes pintadas por Goya –sus *Tauromaquias*, seguidas de las estampas horribles de *Los desastres de la guerra*, y el regreso final, ya en Burdeos, a las escenas taurinas del ‘famoso Martincho’ y sus extravagantes ingenios burlescos con



mesas y sillas en el ruedo—<sup>lxii</sup> constituye la prueba documental más antigua y también la más dramática de este hecho inquietante: los ingenios de la dramaturgia cómico taurina que habían sido probados sobre la arena para disfrute de cortesanos y pueblo llano durante el período inmediatamente anterior a la Guerra Napoleónica, lograron pasar de contrabando desde la retaguardia hasta las trincheras, donde guerrilleros montaraces gastaban fama de adornarse en sus escabechinas sorpresa con toda clase de bromas grotescas. En la tierra de nadie que dibuja el abrazo de Holocausto y Carnaval tendrá lugar también la desolada resolución del gran relato/retrato filmico de la España apocalíptica: la abominación fraticida de la guerra civil imaginada como *charlotada abisal* por Berlanga y su guionista Rafael Azcona en el filme *La vaquilla* (1985).



Ilustración 17. Fotograma final del filme *La vaquilla* (1985), Luís G. Berlanga

## Notas

<sup>i</sup> Diálogo del filme *Todos a la cárcel*, dirigido por Luis García Berlanga, 1993.

<sup>ii</sup> El simpático grado académico, ocurrencia del escritor Francisco Umbral, se cita en Antonio Gómez Rufo, *Berlanga: confidencias de un cineasta*, Madrid, Ediciones JC, 2000, 11. Señor nacido en Valencia un 12 de junio de 1921, Don José Luis García Berlanga ostenta también el título de “hijoputa con ventanas a la calle”, que le fuera concedido «harto merecidamente» según el propio aludido por el actor Alfredo Landa.

<sup>iii</sup> Enrique Martín Criado, “El grupo de discusión como situación social”, *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 1997, 79, 81-112; Javier Lezaun, “A Market of Opinion: The Political Epistemology of Focus Group”, *Sociological Review*, 2007, 65, s130-s151.

<sup>iv</sup> Durante los primeros días del mes de febrero de 1956 ocurrieron en Madrid una serie de enfrentamientos callejeros entre grupos de estudiantes universitarios contrarios y afines al falangista Sindicato Español Universitario (SEU). En una de estas reyertas resultó herido grave un miembro de una centuria falangista y durante los actos de contestación pública que siguieron, la policía cargó contra “elementos incontrolados” que clamaban contra los planes del régimen franquista de restaurar la monarquía borbónica traicionando el ideal revolucionario simbolizado por el mártir José Antonio. El día 10 de febrero de 1956, el Teniente General Pacón Franco, primo carnal del Generalísimo que era a la sazón el Jefe de su casa militar, anotaba en su diario: «Me comunicaron que ayer hubo gran excitación en Falange con motivo de la gravedad del herido. Dicen que si hubiera muerto, la Falange tenía el plan de eliminar a muchos conspicuos de la situación y enemigos. [...] Se dice que los más exaltados han sido un hijo de Tebib Arrumi [seudónimo del cronista Víctor Ruiz Albéniz], pasante de Serrano Suñer y hombre de ideología liberal, dos hijos de Sánchez Mazas y Dionisio Ridruejo.» (Francisco Franco Salgado-Araujo, *Mis conversaciones privadas con Franco*, Barcelona, Planeta, 1976, 163-164). Además de los mencionados –el pasante José María Ruiz Gallardón, los hermanos Miguel y Rafael Sánchez Mazas Ferlosio, y el que fuera Director de Propaganda del bando nacionalista durante la Guerra Civil, el eximio poeta fascista, eterno disidente, descalabrado conspirador y maravilloso prosista Dionisio Ridruejo–, al hilo de aquellos sucesos dieron también con sus huesos en la Dirección General de Seguridad de la Puerta del Sol, revueltos entre el grupito de incautos del ala aperturista del SEU encabezado por Gabriel Elorriaga, una serie de infiltrados de la eternamente fantasmagórica subversión comunista: el puñado de díscolos cachorros de las grandes familias del cogollito madrileño del Régimen que rondaban en torno a la célula universitaria liderada por Enrique Mújica, Ramón Tamames y Javier Pradera. Junto con sus antecedentes y consecuentes más señalados, la pequeña pero densa, laberíntica historia de tan juvenil revuelta palaciega fue reconstruida con todo lujo de detalles por Pablo Lizcano, *La generación de 1956: la universidad contra Franco*, Barcelona, Grijalbo, 1981. Véase también Roberto Mesa (ed.), *Jaraneros y alborotadores. Documentos sobre los sucesos estudiantiles de febrero de 1956*, Madrid, Universidad Complutense, 1982. El mejor análisis de su trasfondo ideológico sigue siendo Dionisio Ridruejo, “Declaración personal e informe polémico sobre los sucesos universitarios de Madrid en febrero de 1956”, en Jordi Gracia (ed.), *Dionisio Ridruejo. Materiales para una biografía*, Madrid, Fundación BSCH, 2005, 273-290. El *Todos a la cárcel* (1993) de Berlanga es una cáustica visión a toro pasado del esperpento político en que derivó la vanagloria post-democrática de las experiencias carcelarias de cartón piedra de los presos de conciencia del franquismo.

<sup>v</sup> José Antonio Primo de Rivera, *Dignidad humana y justicia social. Discursos y escritos*, Madrid, Ediciones del Movimiento, 1957.

<sup>vi</sup> «La frase “España tiene una revolución pendiente” se convirtió en el tema central de los comentarios públicos de José Antonio.» (Stanley Payne, *José Antonio Primo de Rivera*, Barcelona, Ediciones B, 2003, 229).

<sup>vii</sup> Alfonso Ortí, “En el margen del centro: la formación de la perspectiva sociológica crítica de la generación de 1956”, *Revista Española de Sociología*, 2001, 1, 119-166, 155. De las extravagantes maneras esquizoides del “agente doble” que se dice capaz de ser-y-estar-al-mismo-tiempo-dentro-y-fuera de la tecnoeconomía política del signo, dan cuenta las obras de retorcidos activistas-espías mediáticos contemporáneos como Naomi Klein (*No Logo*, Barcelona, Paidós, 2000) y Douglas Rushkoff (*Coerción*, Barcelona, La Liebre de Marzo, 2001), así como de escritores postmodernos torturadísimos en la línea de David Foster Wallace (cf. las parábolas de “Señor Blandito” y “El neón de siempre”, en Wallace, *Extinción*, Barcelona, DeBolsillo, 2006, 9-85 y 173-22). Los períodos clásico, renacentista y moderno de la historia de la cultura occidental abundan, por supuesto, en ejemplos –Jesucristo, Erasmo de Rotterdam, el Marqués de Sade– de asociación ilícita entre el crítico experto y su némesis, el falsificador de calidad

(cf. Anthony Grafton, *Falsarios y críticos*, Barcelona, Crítica, 2001). Pues nada hay, en efecto, tan de izquierdas como ser de derechas.

<sup>viii</sup> Cerrillo es el cortesano postmoderno interpretado por Rafael Alonso en el filme *La escopeta nacional* (Berlanga, 1977): un *networker* profesional que cobra comisión a los empresarios por llevarles de la mano hasta el centro de los salones políticos y (presumiblemente) a la inversa. El guión escrito para la ocasión por Berlanga y Azcona plasmaba, en clave de esperpento tragicómico, las luchas intestinas entre aquellas bandadas heterogéneas de cuervos, buitres, palomas y halcones que fueron las dos facciones modernizadoras que dominaron las décadas finales del gobierno franquista: los aperturistas liberales liderados por Fraga y protegidos de José Solís Ruiz, Ministro Secretario General del Movimiento, y los paternalistas puritanos, los famosos tecnócratas del Opus Dei aglutinados en torno al otro gran abanderado de la modernización del Régimen, López Rodó, y cobijados a la sombra de Luís Carrero Blanco, vicepresidente del consejo de ministros. Años después, en *Todos a la cárcel* (1993), Berlanga y sus colaboradores fijarían también en celuloide otro espectáculo de surrealismo político ampliado: las peleas barriobajeras entre las diversas células y familias de la contestación anti-franquista de izquierdas enfangadas en el ejercicio del poder democrático durante los gobiernos socialistas presididos por Felipe González (1982-1996).

<sup>ix</sup> «¡Vitor la Purísima Concepción de María Santísima concebida sin mancha ni pecado!», «¡Vitor, Vitor, Vitor!» Diciembre de 1993: durante la vigilia de la Inmaculada los lugareños de Horcajo de Santiago, suroeste de Cuenca, niños, jóvenes, adultos y viejos, mujeres y hombres, recitan este responso a voz solista y en coro, una y otra vez, durante toda la noche, prácticamente a cada paso que da un estandarte con la imagen de la Virgen que dos penitentes pasean a caballo por el pueblo. Intentando escapar de tan cansino espectáculo y un tanto abochornados por la metodología del ‘forastero preguntón’ que intenta inculcarles su profe, los no tan aguerridos aprendices de antropólogos sociales de la Universidad Complutense de Madrid nos fuimos a refugiarnos en la discoteca local para asistir, incrédulos, a la escucha reiterada □ hasta ¡treinta y siete veces! salteadas contamos □ de una misma canción popular, *El tractor amarillo*, para delirio de locales y espanto de visitantes.

<sup>x</sup> Jesús Ibáñez, “Publicidad: la tercera palabra de Dios” [1989], en Ibáñez, *Por una sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Siglo XXI, 1994, 165-185.

<sup>xi</sup> «Cuando reventó la presa, no oímos nada. Decía el cocinero que él había sentido ruido, pero como había muchísimo aire, bueno, pues dijo... se cayó un barracón o el techo de un barracón. Eso pasaba casi todas las noches cuando había tempestad. De mañana, salimos fuera del refugio y no se veía nada con la niebla, pero había cerca, en medio del agua, un muro donde echaron el hormigón que sobraba de la construcción. Y en un momento de esos que despejó un poco, les digo: “¡Me cagüen la mar, si es verdad que está el muro ese sin agua!” Así que ya nos bajamos y miramos por todas partes y vimos todo lo que había.» (Testimonio del comportero de la presa de Vega de Tera, en Zamora, componente del sistema hidroeléctrico de Moncabril, referido a los sucesos ocurridos durante la noche del 9 de enero de 1959 cuando cedieron los contrafuertes del muro de la presa provocando una avalancha de agua, roca y lodo que inundó el cercano pueblo de Ribadelago y sepultó a un centenar largo de sus habitantes en el lago de Sanabria, cit. en Agustín Remesal, *Sanabria en la memoria: 1959-2009, tragedia en Ribadelago*, Zamora, La Raya Quebrada, 2009, 24). Para el estudio fenomenológico del modo ordinario como logramos caer en la cuenta de un suceso extraordinario de carácter espantoso vid. Harvey Sacks, “On doing «being ordinary»”, en J. M. Atkinson y J. Heritage (eds.), *Structures of Social Action*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984, 413-29 y Gail Jefferson, “«At first I thought» A normalizing device for extraordinary events”, en G. Lerner (ed.), *Conversation Analysis. Studies from the first generation*, Amsterdam, John Benjamin, 2004, 131-167.

<sup>xii</sup> Cf. Emanuel Schegloff y Harvey Sacks, “Opening Up Closing”, *Semiótica*, 1973, VIII, 289-327, 301-302 para el planteamiento original del problema de la colocación (*placement*) cuidadosa, o en su caso la inserción (*insertion*) brusca, de distintos tipos de productos verbales –nombres (“¡José Vicente!”), “En Palencia”), cifras (“El jueves 7”, “800 euros al mes”), marcas (“¿Vuelas con Ryanair?”, “Es un Motorola”)– en las juntas apropiadas del sutil engranaje de la charla informal, fenómeno radical de orden social ordinario analizado como un mecanismo secuenciador acentrado que asigna turnos de palabra alternos, consecutivos y recurrentes entre dos o más hablantes y que produce un inventario ilimitado de movimientos de apertura (“¿Hola?”), ofrecimientos preliminares de cierre (“¿Te pillo bien?”), secuencias previas (“¿Puedo hacerte una pregunta?”), turnos pareados (pregunta/respuesta), asuntos principales (“No te llamaba por eso”), pre-expansiones (“Por cierto”), reparaciones de turno (“¿Qué decías?”), cambios de tema (“Hablemos de otra cosa”), descolocadores (“No me he presentado todavía”), avisos de cierre (“Bueno, pues nada”) y sus desoimientos (“Antes de que cuelgues”), etcétera.

<sup>xiii</sup> Scott Robert Olson, “The Extensions of Synergy: Product Placement Through Theming and Environmental Simulacra”, en M. Galician (ed.), *Handbook of Product Placement in the Mass Media*,

Binghamton, NY, Hawthorne, 2004, 66-88. El origen, grado cero y piedra angular de tan exitosa metodología publicitaria, vehículo (financiero) en extremo versátil que ha logrado establecer un vínculo matrimonial *de facto* indisoluble entre la industria del marketing y el sector audiovisual haciendo que ‘campañas’ y ‘contenidos’ sean, en el límite, una y la misma cosa, ha de buscarse en la acción espontánea que opera la fotografía cinematográfica sobre el entorno humano, capaz de convertir, sin proponérselo explícitamente, paisajes naturales y ambientes contruidos en señuelos turísticos eficaces (cf. A. Javier Izquierdo, “Cámara y acción turística: elementos para el análisis económico de las imágenes viajeras”, *Intersticios*, 2009, 3(2), 5-21). Su futuro, grado sumo y límite asintótico comienza a avistarse ya a través de producciones como la aclamada *Mad Men* (Matthew Wiener / Lionsshare TV, 2007-2009), telenovela por entregas en la que, por exigencia estricta del guión –la serie cuenta las aventuras y desventuras de los directores creativos de una agencia publicitaria neoyorquina a principios de la década de 1960–, una marca o producto comercial auténtico se convierte en protagonista principal y mecenas real de la trama de ficción de cada capítulo. La obra literaria monumental *Infinite Jest* de David Foster Wallace (1999) describe una sociedad futura en la que la publicidad de las grandes marcas corporativas y sus logotipos comerciales ha llegado a colonizar hasta las fechas del calendario. (Existe versión castellana de este novelón: *La broma infinita*, traducida por Javier Calvo y publicada en 2002 por Mondadori, Barcelona).

<sup>xiv</sup> «En los años cincuenta, Poble Sec era un barrio [...] situado entre Montjuïc y el Paral·lel que, pese a estar en el centro de la ciudad y junto al puerto, era un poco otro mundo, o al menos yo así lo vivía. Era un lugar en el que no había demasiado turismo, porque no caía de paso, con la excepción de la gente que subía a Montjuïc, aunque normalmente solían coger el funicular, con lo que tampoco pasaban por la calle. [...] Me fui a Madrid a finales de 1985, ciudad en la que residí quince años. Y durante este tiempo, siempre que vine a Barcelona fui a hoteles, porque me gustaba sentirme forastero. [...] Desde hace un año [2002] estoy en la Rambla. Y es como si el destino me hubiera favorecido para que se cumpliera un sueño: me fui a Madrid porque quería ver Barcelona con ojos de forastero, y ahora que he vuelto me he ido a vivir a la Rambla, que es el lugar ideal para un forastero. Vivo en una casa en la que todos son extranjeros, y cuando salgo es como si estuviera en cualquier lugar del mundo, en cualquier meca turística. [...] Es como si la hubieran convertido [a la Rambla] en un decorado de calle principal de película del *far west*. Todo es simulacro.» (Karles Torra, “Geografía espiritual de Jaume Sisa”, *B.M.M.*, 2003, nº 62 ([http://www.bcn.cat/publicacions/bmm/ebmm62/bmm62\\_rb86.htm](http://www.bcn.cat/publicacions/bmm/ebmm62/bmm62_rb86.htm)), visita 14/05/08). El proyecto de arte conceptual sobre la ciudad de Barcelona que, a principios de la década de 1980, reunió al cantante Jaume Sisa y al artista plástico Antoni Miralda, dio como resultado un disco de larga duración, *Barcelona Postal* (1982). Dentro de una elaborada carpeta gráfica diseñada por Miralda, el disco consistía en una heterogénea colección de canciones populares dedicadas a la ciudad condal. El repertorio internacional de piezas musicales de derribo recreadas por Sisa incluye swing italiano, vals francés, un fox-trot de 1926, rumba catalana, mambo, guaracha, una balada sacada de una comedia musical de Stephen Sondheim, pasodoble, sardana, tango, *chanson* francesa, habanera y una canción infantil. Entre corte y corte salpimentan el conjunto de la obra grabaciones accidentales que documentan el ambiente conversacional característico de diferentes lugares públicos de la ciudad, mercados, colmados, calles.

<sup>xv</sup> «Montar material de archivo es intentar restaurar un posible mosaico romano con las piezas escurbadas en una escombrera. No cabe falsear los huecos perdidos o colorearlos a nuestro gusto. Hay que supeditarse honradamente a las exigencias del material incompleto, limitándose a seleccionar, elegir, combinar, limpiar, adivinar sus volúmenes, su sentido, en lucha contra el anquilosamiento del fósil. Lo difícil es no ceder a la tentación de protagonizar nuevos efectos yuxtaponiendo, contrastando, omitiendo o subrayando en función de nuestro afán de notoriedad estética o nuestra conveniencia ideológica. Sólo este cuidado justifica la manipulación de unas manos ajenas.» (Basilio Martín Patino, “Las filmaciones de la guerra de España”, en VV.AA., *Retablo de la Guerra Civil Española*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1980, 27-36, cit. 35-36).

<sup>xvi</sup> Ángel Palomino, *Los que se quedaron*, Barcelona, Planeta, 1980, 112-114.

<sup>xvii</sup> En tiempos recientes, las visiones de Nuestra Señora Aparecida han acabado incluso compitiendo con esta variante ‘tecno’ de los éxtasis proféticos cristianos –los marcianitos– por un mismo nicho en el corazón de las gentes. «¡Anda, anda! ¡Qué *Gospa* [Virgen] ni que ocho cuartos! ¡Habría sido un platillo volante o una luz de esas!», protestó cierto vecino de Bijakovici, pedanía de Medjugorje, en la Bosnia-Herzegovina, muy cerquita del hoy tristemente famoso polvorín étnico de Móstar, cuando, en la noche de San Juan de 1981, oyó que unas mocosas del pueblo acababan de ver a la virgen en lo alto de una colina junto al camino de Cilici (cit. en Élisabeth Claverie, *Les guerres de la Vierge. Une anthropologie des apparitions*, París, Gallimard, 2003, 111). Sobre la antropohistoria de las apariciones marianas véase también William A. Christian Jr., *Las Visiones de Ezkioga. La Segunda República y el Reino de Cristo*, Barcelona, Ariel, 1997.

<sup>xviii</sup> Del inglés *cargo cults*: movimientos milenaristas aborígenes de Nueva Guinea y los archipiélagos de la Melanesia que adoran los aviones de carga occidentales y posteriormente, por extensión, cualquier cachivache o celebridad originario de las sociedades industriales avanzadas, desde la Coca-Cola al teléfono móvil, Michael Jordan o el presidente de los EE.UU. Véase Marvin Harris, “El cargo fantasma”, en Harris, *Vacas, cerdos, guerras y brujas* [1974], Madrid, Alianza, 1980, 121-138).

<sup>xix</sup> Norman Cohn, *En pos del Milenio* [1957], Madrid, Alianza, 1985, 226

<sup>xx</sup> Al comienzo de la versión no censurada del filme, mientras corren por la pantalla los títulos de crédito iniciales, vemos al preocupado dueño del balneario en decadencia del pueblo arrancar disimuladamente la página de una revista ilustrada que informa de las apariciones de Fátima.

<sup>xxi</sup> El escenario real donde se rodó la película es la villa zaragozana de Alhama de Aragón, donde existía, en efecto, un balneario conocido como Termas Pallarés.

<sup>xxii</sup> El estudio de Dean MacCanell (*El turista*, Barcelona, Melusina, 2003) sobre el turismo de masas y la sociedad ‘post industrial’ contiene (pp. 121-143) interesantes observaciones –de declarado ascendente goffmaniano– sobre algunas modalidades específicamente turísticas de puesta en escena y dramatización ritual de sucesos “extraordinarios” en tanto que experiencias culturales “auténticas”.

<sup>xxiii</sup> La ortodoxia iconográfica suele representar a San Dimás crucificado, componiendo una figura pictórica o escultórica que, en su modalidad aislada, difiere muy poco –también es convencional que lleve barba– de la imagen canónica de Jesús en la cruz (véase <http://www.lahornacina.com/dossierdimas.htm>, visitado 4/10/08). En el filme de Berlanga, sin embargo, el busto de San Dimas es una especie de cabezudo en actitud de caminante o peregrino, que más que un Cristo parece un ladrón de camellos.

<sup>xxiv</sup> Berlanga, en Jess Franco, *Bienvenido Mister Cagada. Memorias caóticas de Luis García Berlanga*, Madrid, Aguilar, 2005, 90.

<sup>xxv</sup> Gómez Rufo, *Berlanga*, op. cit., 76.

<sup>xxvi</sup> Cf. Charles Koppelman, *Behind the Seen. How Walter Murch edited Cold Mountain using Apple’s Final Cut Pro and What This Means for Cinema*, Berkeley, CA, New Riders, 2005, 261ss., sobre los giros narrativos sorprendidos y aún paradójicos –regreso del corte final al espíritu original de la novela– que puede llegar a ocasionar el remontaje de un primer copión de película que se pretendía fiel al texto de un guión adaptado declaradamente infiel a la letra del relato novelado inicial.

<sup>xxvii</sup> Berlanga, en Franco, *Bienvenido Mister Cagada*, op. cit., 90-91.

<sup>xxviii</sup> En la segunda de sus apariciones estelares en la gran pantalla □ la escena final del filme *La vida de Brian* de los humoristas británicos Monty Python (1979) □ el Santo Buen Ladrón (Eric Idle) silba y entona para Jesús la optimista canción *Mira siempre el lado bueno de la vida* (*Always look on the bright side of life*).

<sup>xxix</sup> El más descacharrante de todos los *cargo cults* melanesios de los que tiene noticia la academia antropológica, es la llamada Secta del Presidente Johnson, movimiento económico, político y religioso vernáculo de la isla de Nueva Hannover, en el archipiélago de las Bismarck, al este de Nueva Guinea. Véase al respecto la monografía Dorothy Billings, *Cargo Cult as Theatre. Political Performance in the Pacific*, Lanham, Rowman and Littlefield, 2002.

<sup>xxx</sup> Víctor Matellano, *Rodando... ¡Bienvenido, Mister Marshall!*, Madrid, Ocho y Medio, 2007, 47 y *passim*, mis cursivas.

<sup>xxxi</sup> Id., 30-31.

<sup>xxxii</sup> Como casi siempre en la obra de aquel maravilloso sociólogo que atendía por el nombre de Erving Goffman, las delicias de la vida (el placer de liberar los intestinos) se encuentran en peligrosa vecindad con sus servidumbres (diarrea, estreñimiento) y horrores (deshidratación, fecaloma o tapón). En su conocido estudio sobre el funcionamiento de las instituciones totalitarias, Goffman presentaba la práctica de la defecación programada y vigilada como rasgo «singularmente duro» del ya de por sí feroz régimen carcelario especial de los presos políticos en la China comunista: «El “balde” que por lo general se encuentra en las celdas rusas, falta en las de la China. Allí se acostumbra asignar un horario fijo para que los prisioneros orinen o defequen solo una o dos veces por día, habitualmente por la mañana, después del desayuno. Un guardia los lleva por un largo corredor hasta una letrina abierta y les da dos minutos para atender a sus necesidades. La prisa y la presencia de espectadores resultan especialmente intolerables para las mujeres. Si los prisioneros no pueden completar la evacuación en el término aproximado de dos minutos, son arrastrados a tirones y conducidos por la fuerza a sus celdas.» (L.E. Hinkle y H.G. Wolff, “Communist Interrogation and Indoctrination of «Enemies of the State»”, *Archives of Neurology and Psychiatry*, 1956, 76, 153, cit. en Erving Goffman, *Internados. Ensayos sobre la situación social de los enfermos mentales* [1961], Buenos Aires, Amorrortu, 2004, 37).

<sup>xxxiii</sup> Berlanga, cit. en Matellano, *Rodando...*, op. cit., 35-36.

<sup>xxxiv</sup> Id., 34.

<sup>xxxv</sup> Berlanga, cit. en id., 31.

<sup>xxxvi</sup> «El Gobierno de la [III] República estableció la Dirección General de Turismo, dependiente del Ministerio del Interior, dejando reducido el PNT [Patronato Nacional de Turismo] a un pequeño departamento del nuevo ente responsable del programa de Paradores, una reestructuración que se produjo tras las acusaciones por parte del Gobierno republicano de que el PNT de Primo de Rivera había sido despilfarrador y corrupto.» (Sasha D. Pack, *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid, Turner, 2009, 57).

<sup>xxxvii</sup> Del apéndice 6º del *Real Proyecto autorizando al ministro de Hacienda para presentar a las Cortes un proyecto de ley para establecer el nivel de los cambios sobre el extranjero*, firmado el 10 de diciembre de 1912 por el ministro Navarro Reverter, cit. en Rafael Esteve Secall y Rafael Fuentes García, *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Madrid, Pirámide, 2000, 35.

<sup>xxxviii</sup> Luego de haber escrito esto, vi, en el museo de la Roca Tarpeya de Toledo, el retrato que le hizo al marqués su amigo Sorolla (la dedicatoria dice “A Benigno Vega”) y, qué corte, no se parece en nada el trasunto cinematográfico de Leguineche, el actor Luís Escobar, a la sazón Marqués de las Marismas. De la Vega Inclán tenía la cara redonda, el pelo negro, y también las cejas aunque no el bigote ni la barba, muy recortados, que son blancos. Con las gafas eruditas que lleva puestas se daría más bien un aire a otro viejo actor teatral, el catalán Josep María Cafarell, aquel industrial manresano, el señor Zapater, que trataba a toda costa de promocionar sus ollas Cocinex en *Plácido* (Berlanga, 1961).

<sup>xxxix</sup> Javier Martín, “El siglo XIX resiste en Lancaster. En busca de los ‘amish’ en el Estado norteamericano de Pensilvania”, diario *El País*, suplemento *El Viajero*, 30/09/06, 6.

<sup>xl</sup> J. Izquierdo Antonio, *Las Meninas en el objetivo*, Madrid, Lengua de Trapo, 2006, 94-98.

<sup>xli</sup> Francisco Perales, *Luis García Berlanga*, Madrid, Cátedra, 1997, 221.

<sup>xlii</sup> En la media paginita con la que despacha los encantos turísticos del pueblo de Peñíscola, la edición 2006 del tomo monográfico dedicado a España de la guía multinacional de viajes Lonely Planet destaca en primer puesto del apartado ‘Sleeping & Eating’ [Cama y comida] cierto hotel-restaurante ‘Simo’ que podría ser más bien hotel-restaurante Simó o Ximo. Situado en la base del montículo del castillo «y justo al lado del mar», el hotel en cuestión «ofrece también un restaurante altamente recomendado con vistas magníficas. De sus nueve habitaciones, seis poseen balcones y vistas igualmente impresionantes de la puesta del sol sobre la bahía. Las habitaciones son sobrias y aseadas y están muy bien pensadas □apréciense esos dispensadores de champú y jabón tan sexys□.» (Damien Simonis et. al., *Spain*, Londres, Lonely Planet, 2006, 593).

<sup>xliiii</sup> De la canción ‘Tots es motors’, incluida en el album *A Rússia* de Antònia Font (2001).

<sup>xliiv</sup> Cf. *El pisito* (1958), filme dirigido por Marco Ferrari sobre guión de Rafael Azcona.

<sup>xliv</sup> En una novela publicada en 1958, cinco años antes de la filmación de *El verdugo*, el escritor riojano Rafael Azcona (Logroño 1926 - Madrid, 2008), autor junto con Berlanga del guión del filme, describía un pequeño incidente en la terraza de un chiringuito playero de San Antonio de Portmany, Ibiza, en el que un guardia llama la atención a una turista extranjera. «“¿Qué pasa?” Antonio se lo preguntó a un viejecito muy bien conservado que observaba la escena con unos prismáticos de teatro. “Los pantaloncitos.” “Pero ¿es que están prohibidos?” “Tienen que llegar por lo menos a la mitad del muslo.” La señora que hace ganchillo se revolvió en la silla: “Si es que es una vergüenza, hombre. Estas tías son unas cerdas, siempre todo al aire.”» (Rafael Azcona, *Los europeos*, Barcelona, Tusquets, 2006, 79-80). Comenzando con *Plácido* (1961), Azcona colaborará con Berlanga en la escritura del argumento y el guión de la mayor parte del resto de su filmografía: *El verdugo* (1962), *La boutique* (1967), *¡Vivan los novios!* (1969), *Tamaño natural* (1973), *La escopeta nacional* (1978), *Patrimonio nacional* (1980), *Nacional III* (1982), *La vaquilla* (1985) y *Moros y cristianos* (1987). En sus dos últimos filmes, Berlanga sustituyó a Azcona por Jorge, uno de los hijos del cineasta (*Todos a la cárcel*, 1993), al que se unen para el guión de *París-Tombuctú* (1999) los escritores Antonio Gómez Rufo y Javier G. Amezuza.

<sup>xlvi</sup> El espectáculo musical que es hoy parte esencial de la visita turística a las cuevas del Drach fue añadido originalmente a principios de la década de 1930. Se introdujo entonces una orquestina de violines «muy del gusto de la época» que surcaba en una góndola el lago Martel tocando la *Serenata* de Toselli y el *Minuetto* de Bocherini (Luís Fernández Fúster, *Geografía general del turismo de masas*, Madrid, Alianza, 1991, 457).

<sup>xlvii</sup> Ángel Palomino, *El humor a través de los tiempos*, Toledo, Diputación Provincial, 2004.

<sup>xlviii</sup> La gracia (y la desgracia) es lo que excede a todo lo que es debido económica, legal o moralmente. No puede por tanto «adeudarse, ni ganarse, concretarse de antemano ni merecerse. Por eso, puede significar remisión de un pecado o de una deuda, compasión, perdón, indulgencia, y de este modo, se contrapone a la justicia y la ley.» (Julian Pitt-Rivers, “El lugar de la gracia en la antropología”, en J. Pitt. Rivers y J.G. Peristiany (eds.), *Honor y gracia*, Madrid, Alianza, 1993, 280-321, cit. 301).

<sup>xlix</sup> ‘Una eternidad’, tema incluido en el disco-libro *El Viajante* (1996) de Jaume Sisa.

<sup>1</sup> La Feliz Gobernación, Azenaia y Godínez son categorías ontológico-poéticas vernáculas de la obra literaria *Escuela de mandarines* (1971) del escritor Miguel Espinosa Gironés.

<sup>li</sup> «Puesto que nuestra vecina Francia, nos envía la marabunta de ocho millones o nueve de visitantes cada año [cifras de 1973], las francesas deberían ocupar un destacadísimo primer lugar en el *ranking* del desmelenamiento erótico. [...] [C]iertamente, la mujer francesa –la francesa de la burguesía, y la obrerita, la secretaria, la estudiante– es más contenida, aunque no sé si más casta, que la europea de más al norte. Esta idea es nueva en España. El trato directo, gracias al turismo, nos ha demostrado que nos equivocábamos. Aquí, las francesas han tenido siempre fama de frívolas y aún de libertinas. Fama a la vez merecida e inmerecida. Merecida, porque la imagen francesa de la mujer casada frívola e infiel y del marido paciente ha sido creada y lanzada al consumo internacional por los mismos franceses. [...] Todo eso es falso. Las francesas se parecen más a De Gaulle que a la Mistinguette, y, cuando pasan por España, van a lo suyo. Lo suyo es un turismo itinerante y ajetreado o un económicamente bien estudiado turismo de playa.» (Ángel Palomino, *Carta abierta a una sueca*, Madrid, Ediciones 99, 1974, 52-53). En el marco del ambiente vacacional agosteo de la primera oleada germinal, la de la bohemia mochilera anterior a la gran difusión aeroportuaria mundial, del turismo de masas en la isla de Ibiza, la novela de Rafael Azcona *Los europeos* (1958 / 2006) cuenta la historia de un amor de verano entre dos jóvenes: Miguel Alonso, un delineante veinteañero de Zaragoza que trabaja en Madrid, y Odette, una turista francesa que vive en París. La aventura no acaba bien. Miguel deja embarazada a Odette o bien Odette queda embarazada de Miguel y ambos deciden que ella vaya a abortar a Barcelona, en el piso de una comadrona pirata. Una vez consumado el acto interruptor, ella saca precipitadamente un billete de vuelta para París en la estación de Francia. Miguel promete ir a visitarla en navidades y la despide en el andén. Ella se va llorando. En el final del cuento, Martín, un amigo salmantino-barcelonés de la panda veraneante de San Antonio de Ibiza, conduce a Miguel en su coche hacia un restaurante de la Barceloneta donde planean desquitarse del mal trago –«las ganas que tenía de marcharse, la puñetera...»– con una buena paella. Martín, animoso, detalla a Miguel el plan de una excursión, esa misma noche, al Paralelo barcelonés, a ver «la función de baile golfo» de la sala El Molino. Miguel saca de su cartera el papelito con la dirección de Odette, lo hace pedazos y arroja los trocitos por la ventanilla del coche.

<sup>lii</sup> Franco, *Bienvenido Mister Cagada*, op. cit., 163, cursivas mías.

<sup>liii</sup> Juan Pablo Forner, juez del Tribunal Real, en su dictamen favorable al privilegio concedido por el Consejo de Castilla a la Real Maestranza de Caballería de Sevilla en el año de 1791 para dar veinticuatro corridas de toros, cit. en Adrian Schubert, *A las cinco de la tarde. Una historia social del toreo*, Madrid, Turner, 2002, 190.

<sup>liv</sup> «Las televisiones acostumbran a aprovechar las pausas comerciales para promocionar sus propios espacios estelares, pero hasta ahora nunca se habían planteado anunciar a sus anunciantes.» (Fernando Neira, «Cuatro y Telecinco alientan el respaldo a las marcas con sendos anuncios de producción propia», diario *El País*, suplemento extra ‘Alimentación y Marcas’, 13/05/09, 16). «Cuanto más anuncios se ven, más puntos se reúnen. Los puntos se cambian por regalos. Por ejemplo, con seis minutos al día de anuncios consigues una entrada al cine o una hamburguesa. O pizzas, o gasolina. Esos minutos acumulados durante cuatro meses pueden traducirse en un reproductor de música. O en una donación a una ONG.» (Cristina Delgado, «Adagreed ofrece regalos a cambio de visualizar anuncios por Internet», diario *El País*, suplemento Negocios, 26/05/09, 38). Véase Seth Godin, *Permission Marketing*, Nueva York, Simon & Schuster, 1999 para la idea original.

<sup>lv</sup> «El mundo de la publicidad comercial es una hirviente masa de estímulos supernormales, cada uno de los cuales intenta superar a los otros. Con empresas competidoras que ofrecen en venta productos casi idénticos, la lucha del estímulo supernormal se ha convertido en un negocio de importancia. Cada producto tiene que ser presentado de forma más estimulante que sus rivales. Esto requiere una atención infinita a las sutilezas de forma, composición, estética y color.» (Desmond Morris, *El zoo humano*, Barcelona, Plaza y Janés, 1972, 164-165).

<sup>lvi</sup> Cynthia Stokes, *Gran Historia*, Barcelona, Alba, 2009, 90.

<sup>lvii</sup> «A medida que las técnicas destinadas a los espectadores astutos y la parodia se han hecho más reconocibles y, por tanto, menos efectivas, los anunciantes se han visto obligados a introducir la reflexión mediática sobre la publicidad en el reino de lo absurdo.» (Rushkoff, *Coerción*, op. cit., 217).

<sup>lviii</sup> «Fue idea del empresario Eduardo Pagés anunciar en 1916, con motivo de una fiesta benéfica, a *Charlot*. El papel fue interpretado por el novillero catalán Carmelo Tusquellas Forcén, creándose más tarde la cuadrilla bufa *Charlot*, *Chispa y su Botones*, y más adelante *Charlot*, *Llapisera y su Botones*. [...] El espectáculo hizo las delicias de toda clase de públicos y así perduró el nombre de charlotada como sinónimo de espectáculo cómico-aurino.» (Voz ‘Charlotada’, en Marcelino Ortiz Blasco, *Tauromaquia A-Z. Diccionario enciclopédico de la historia, la técnica y la cultura del arte del toreo* (2 tomos), Madrid, Espasa-Calpe, 1991).

<sup>lix</sup> José Deleito y Piñuela, *También se divierte el pueblo*, Madrid, Alianza, 1988, 129-130. Sobre la invención cómica en la obra velazqueña cf. Izquierdo Antonio, *Las Meninas en el objetivo*, op. cit.

<sup>lx</sup> En José María de Cossío, *Los toros. Tratado técnico e histórico (4 Tomos)* [1943-1961], Madrid, Espasa-Calpe, 1995, Tomo I, 704-747 (“Invenciones, comparsas, escenas y mojigangas”).

<sup>lxi</sup> <http://betialai.blogspot.com/2008/03/rafael-dutrs-llapisera.html>, visitado 13/08/2009.

<sup>lxii</sup> Del torero Martincho inmortalizado por Goya y a quien Cossío identifica con la persona de Antonio Ebassum, matador que actuó en la plaza de Zaragoza entre 1759 y 1764, consta un memorandum autógrafo posterior, escrito con motivo de una corrida celebrada en 1776, en el que se lee: «No puedo hallar quien me diferencie en mis cosas ridículas del toreo.» (cit. en Cossío, *Los toros*, op. cit., Tomo II, 791). En el catálogo de aguafuertes de Goya consta incluso, entre las estampas no publicadas en vida, una titulada ‘Mojiganga’ en la que se ve un toro embistiendo contra un carruaje cerrado de caballos dispuesto en el centro del ruedo. Por las ventanillas de la diligencia asoman picadores y toreros con sus armas. Según Cossío esta pintura documenta un espectáculo burlesco efectivamente presenciado por el pintor, posiblemente alguna de las invenciones estrenadas en las anteriormente referidas corridas reales de Aranjuez del verano de 1787 (*ibidem.*, 829). Sobre los toros de Burdeos, cf. *ibidem.*, 839-845.