

TEMES

Cercles. Revista d'Història Cultural 16/2013: 83-102

ISSN: 1139-0158

LA INDUSTRIA CULTURAL EN ESPAÑA DURANTE LOS AÑOS SESENTA

Francisco Sevillano
Universidad de Alicante

RESUM. La sociedad española experimentó importantes transformaciones en los años sesenta. La expansión económica que tuvo lugar en esa década sirvió de catalizador para que se pudiera desarrollar una mayor producción de bienes culturales, y de este modo el fenómeno conocido como «cultura de masas», que llevaba años implantado en Occidente. La gran represión empleada por la dictadura, la capacidad de consumo creciente, pero aún reducida, de amplias capas de la población y la preocupación por mantener el apoyo ideológico al régimen en un momento de profundo cambio son elementos importantes que confluirán en estos años y darán paso a una realidad social muy diferente de la que provienen, especialmente en el cambio cultural.

PARAULES CLAU. España, franquismo, cultura de masas, censura, comunicación, consumismo.

ABSTRACT. Spanish society underwent significant transformations in the 1960s. The economic expansion that took place in that decade was the catalyst which enabled the development of greater cultural production and thus the phenomenon known as "mass culture", which has been implanted in the West for years. The great repression used by the dictatorship, the increasing, but still small, capacity for consumption of large sections of the population and the desire to maintain ideological support for the regime at a time of profound change are important elements that came together in these years and were to give way to a social reality very different from that from which they came, especially in cultural change.

KEY WORDS. Spain, Franco, mass culture, censorship, communication, consumerism.

Desde finales de los años cincuenta, en España tuvo lugar un cambio cultural.¹ Es una afirmación común señalar la importancia que tuvo, en este proceso, el inconformismo intelectual con los valores, las ideas y la retórica impuestos en 1939. Pero la adecuada comprensión de la trascendencia de las ideas en aquel contexto precisa entender cómo se inscriben y se reproducen en las formas específicas que adopta la estructura cultural de las instituciones, los grupos y las relaciones, y que posibilita la generación e interiorización del conjunto de códigos simbólicos con que actúan los individuos de una sociedad en un tiempo y un lugar concretos. Las ideas no son entes en sí mismos, sino «productos» culturales que resultan de la relación entre las partes de un sistema de comunicación complejo.²

La comunicación es, en esencia, un proceso de interacción simbólica que condiciona tanto el uso de los contenidos de los discursos (literarios, filosóficos, historiográficos, etcétera) como los comportamientos de los actores sociales. Aún más tardíamente, la producción de bienes culturales en España durante los años sesenta siguió procedimientos técnicos de masas, como ocurrió con el consumo de ocio televisivo. La rápida implantación de la «cultura de masas» en el decenio de 1960 a 1969 fue «espaciando» el campo de la cultura entre diferentes prácticas de consumo de productos culturales, que delimitó el alcance transformador de la disidencia intelectual y artística en las relaciones de competencia y conflicto con el poder establecido.³

¹ Para un balance de la cultura en España a principios de los años setenta como consecuencia de este cambio, véase el análisis que hizo José Luis ABELLÁN en *La cultura española (Ensayo para un diagnóstico)*, Madrid, EDICUSA, 1971, y *La industria cultural en España*, Madrid, EDICUSA, 1975, entre otras referencias tempranas. El método biográfico en la historia intelectual fue empleado por el sociólogo Juan Francisco MARSAL en el libro *Pensar bajo el franquismo: intelectuales y política en la generación de los años cincuenta*, Barcelona, Península, 1979. Hay que citar, más ampliamente, las contribuciones reunidas en Nigel TOWNSON (ed.), *España en cambio. El segundo franquismo, 1959-1975*, Madrid, Siglo XXI, 2009 (ed. original en inglés de 2007).

² Paul WATZLAWICK, Janet B. BAVELAS y Don D. JACKSON, *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, Barcelona, Herder, 1981 (ed. original en inglés de 1967), pp. 23-24.

³ Sobre la noción de «campo», Pierre Bourdieu definió este concepto por primera vez en el artículo «Champ intellectuel et projet créateur», *Les Temps Modernes*, n. 246, noviembre de 1966, pp. 865-906. Las contribuciones en este monográfico de la revista fueron traducidas al español en *Problemas del estructuralismo*, México, Siglo XXI, 1967. Véanse las precisiones que Bourdieu hiciera en «Algunas propiedades de los campos», en *Cuestiones de Sociología*, Madrid, Akal, 2008 (ponencia leída en la École Normale Supérieure en noviembre de 1976), pp.

1. Patología comunicativa

El mecanismo de control de la censura no solo distorsionó patológicamente el proceso comunicativo. La Ley de Prensa e Imprenta de 18 de marzo de 1966 sustituyó los procedimientos preventivos de la censura, las consultas obligatorias y las consignas de preciso cumplimiento, que estableciera la Ley de Prensa de 22 de abril de 1938, por la consulta voluntaria, el control de la inscripción previa de la empresa editorial, el depósito anticipado de publicaciones, su posible secuestro administrativo y la ejecución de las responsabilidades penales por delitos y faltas administrativas que se cometieran.⁴ La nueva ley estableció un «control social activo» del público y de la expresión de las ideas,⁵ es decir, ofrecía garantías jurídicas y vías administrativas para la acción de tipo positivo que «canalizaban» la libertad de expresión de las ideas difundidas a través de impresos, con algunas limitaciones: el respeto a la verdad y la moral; el acatamiento a la Ley de Principios del Movimiento Nacional y demás Leyes Fundamentales; las exigencias de la defensa nacional, la seguridad del Estado y el mantenimiento del orden público interior y la paz exterior; el debido respeto a las instituciones y las personas en la crítica de la acción política y administrativa; la independencia de los tribunales y la salvaguardia de la intimidad y el honor personal y familiar.⁶ Las posibilidades para la libertad de expresión dentro del marco legal de oportunidades pasaron, entonces, por el autocontrol informativo, es decir,

112-119.

⁴ *Boletín Oficial del Estado* (BOE), 19-III-1966. Hay que precisar que la declaración del estado de excepción permitía, por el art. 29 de la Ley 45/1959, de 30 de julio, de Orden Público (BOE, 31-VII-1959), ejercer la censura previa de la prensa y publicaciones de todas clases de las emisiones radiofónicas o televisivas y de los espectáculos públicos o suspenderlos en cuanto pudieran contribuir a la alteración del orden público.

⁵ Dario MELOSSI, *El estado del control social. Un estudio sociológico de los conceptos de estado y control social en la conformación de la democracia*, México, Siglo XXI editores, 1992 (ed. original en inglés de 1990), pp. 17, 205-207 y 231 y ss.

⁶ Véanse Gonzalo DUEÑAS, *La Ley de Prensa de Manuel Fraga*, París, Ruedo Ibérico, 1969; Manuel FERNÁNDEZ ARENAL, *La libertad de prensa en España, 1938-1971*, Madrid, Edicusa, 1971 y Elisa CHULIÁ, *El poder y la palabra. Prensa y poder político en las dictaduras. El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo*, Madrid, Biblioteca Nueva/UNED, 2001, así como Manuel Luis ABELLÁN, *Censura y creación literaria en España (1939-1976)*, Barcelona, Península, 1980.

generaron una dinámica por la que la información debía ser filtrada individual y empresarialmente para su difusión.⁷

En este proceso, el código en el que se transmite el mensaje es alterado dentro del canal de comunicación.⁸ Se trata de lo que Neusschäfer llamó, en relación con la creación literaria, el «discurso de la censura», cuyo carácter dialéctico venía dado por la contradicción entre ocultamiento/enmascaramiento y descubrimiento/revelación.⁹ Al priorizar un análisis freudiano de la censura como mecanismo inhibitor de la comunicación, destacó la importancia que adquirió hablar en clave o con la suficiente ambigüedad por medio de alusiones, la moderación de discurso y su desfiguración, es decir, camuflar, bien disfrazando, cifrando o poniendo en clave la comunicación de manera que el censor fuese incapaz de percibir su sentido, y solo pudiera ser leído y descifrado por aquellos a quienes iba destinado. Estas técnicas de cifrado consisten, según Neusschäfer, en el desplazamiento y la condensación al proyectar un contexto conceptual a la periferia o al exterior, y reducir un contexto amplio a un pequeño denominador.¹⁰

Estos procedimientos de codificación para burlar las limitaciones de la censura formaron parte de la disidencia intelectual y artística con la dictadura. Al respecto, hay que restringir la noción de disenso, pues suele emplearse como la categoría más general y comprensiva de toda forma de

⁷ Sobre la teoría del *gatekeeper*, véase David Manning WHITE, «The “Gatekeeper”: A Case Study in the Selection of News», *Journalism Quarterly*, vol. 27, n. 4, otoño de 1950, pp. 383-390 (reed. en Lewis Anthony DEXTER y David Manning WHITE, [eds.], *People, Society, and Mass Communications*, Londres, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 160-172); Warren BREED, «Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis», *Social Forces*, vol. 33, n. 4, mayo de 1955, pp. 326-335; y John T. McNELLY, «Intermediary Communicators in the International Flow of News», *Journalism & Mass Communication Quarterly*, vol. 36, n. 1, 1959, pp. 23-26. El psicólogo Kurt Lewin había definido las «puertas» entre las secciones de un canal de información como puntos de decisión en los que los artículos pueden ser parados o dirigidos a otra sección, añadiendo que los «porteros» son individuos o juegos de procedimientos rutinarios que determinan si los artículos pasan por las puertas («Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research», *Human Relations*, n. 1, 1947, p. 145).

⁸ Para Pierre Bourdieu, toda expresión es un ajuste entre un *interés expresivo* y una *censura* constituida por la estructura del campo en el que se oferta esta expresión, y este ajuste es el producto de un trabajo de eufemización que puede llegar hasta el extremo del silencio, límite del discurso censurado («La censura», en *Cuestiones de Sociología...*, p. 137).

⁹ Hans-Jörg NEUSSCHÄFER, *Adiós a la España eterna. La dialéctica de la censura. Novela, teatro y cine bajo el franquismo*, Barcelona, Anthropos, 1994, p. 55.

¹⁰ *Ibidem*, pp. 56-57.

desacuerdo y de actitud negativa, que puede transformarse en apatía, desobediencia civil, protesta u oposición. La delimitación del concepto permite entender el disenso más bien como categoría residual, tratándose de formas de resistencia no organizadas de manera estable ni institucionalizadas, que se mantienen dentro de niveles moderados y no violentos en el ámbito individual o colectivo. Si el disenso se refiere a tales formas de resistencia cotidiana (muchas veces anónimas), la disidencia intelectual se distingue por su identidad y trascendencia pública, convirtiéndose en referente moral.¹¹

Hay que puntualizar que el «marco cognitivo» que se creó en torno a la intelectualidad disidente (mediante la difusión de discursos que, al describir significados compartidos, puedan impulsar al inconformismo colectivo) estuvo unido a la lenta articulación de «espacios libres»: marcos a pequeña escala dentro de una comunidad que son apartados del control directo de los grupos dominantes, participando de manera voluntaria en ellos, y que generan un cambio cultural que precede o acompaña a la movilización social.¹² En parte, fue en torno a tales experiencias personales de la intelectualidad disidente como acabó produciéndose la articulación de nuevas sociabilidades, abriéndose esferas de publicidad, no obstante el control y la represión, que como estructuras de movilización sirvieron como canales colectivos a través de los cuales los individuos podían implicarse en la acción colectiva. Estos espacios libres actuaron como medios culturalmente contruidos entre la realidad social y las actitudes, y los comportamientos colectivos opositores contra la dictadura franquista en los años sesenta. Fue el caso de los cineclubs (137 en 1963, la mayoría independientes, el 24 %, entre los que destacan también los pertenecientes a los colegios mayores y el SEU, y los de organizaciones religiosas, con un 18,2 % en cada caso), las agrupaciones teatrales no profesionales (217 compañías en 1963, de las que el 59,4 % eran independientes, sociedades y casas regionales; el 13,3 % pertenecían a la Iglesia, y casi el mismo

¹¹ Francisco SEVILLANO, «Consenso y violencia en el “nuevo Estado” franquista: historia de las actitudes cotidianas», *Historia Social*, n. 46, 2003, pp. 159-171 y, del mismo autor, «Acotaciones a un debate/3», *Historia del Presente*, n. 5, 2005, pp. 185-203.

¹² Sara M. EVANS y Harry C. BOYTE, *Free Spaces. The Sources of Democratic Change in America*, Nueva York, Harper & Row, Publishers, 1986, p. 17 y ss.

porcentaje al Movimiento; y el 7,3 % a organizaciones universitarias), y sobre todo la creación de nuevas editoriales.¹³

2. Cultura de masa y ocio mediático

La complejidad del sistema de líneas de fuerza del campo intelectual en España no se resuelve con esta tensión. La difusión de los medios de comunicación permitió la transposición de la cultura a la esfera del consumo mediante la distribución masiva de bienes culturales de entretenimiento. En una encuesta sobre audiencias realizada entre junio y julio de 1964 en Madrid por el Instituto de la Opinión Pública, se preguntó sobre las actividades en el tiempo libre.¹⁴ Entre los resultados, destacaba la gran exposición del público a los medios audiovisuales, como son la radio, el cine y la televisión (después de que las emisiones de TVE hubieran comenzado en octubre de 1958, quedando bajo el estricto control gubernamental fuera del marco legal de censura informativa¹⁵). Las actividades más frecuentes entre los hombres en su tiempo libre eran leer el periódico, escuchar la radio, ver la televisión, ir al cine y leer libros, mientras que entre las mujeres eran coser o hacer labores, escuchar la radio e ir al cine.¹⁶

Escuchar la radio	67 %
Ir al cine	51 %
Leer el periódico	51 %
Ver la televisión	47 %
Leer libros	38 %
Leer revistas	35 %
Ir al teatro	21 %

¹³ Estos sumarios datos pueden verse en *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Segunda parte: Radio – Televisión – Cine – Teatro – Libros*, Madrid, Instituto de la Opinión Pública, 1964, pp. 819 y ss. y 934 y ss.

¹⁴ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte: Análisis de audiencias*, Madrid, Instituto de la Opinión Pública, 1965.

¹⁵ Entre la bibliografía existente, hay que citar más recientemente José Carlos RUEDA LAFOND, «La televisión en España: expansión y consumo social, 1963-1969», *Anàlisi*, n. 32, 2005, pp. 45-71.

¹⁶ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte...*, p. 195.

La práctica totalidad de las personas entrevistadas (el 94 %) poseía al menos un aparato de radio.¹⁷ La audiencia radiofónica solía escuchar noticias (un 37 %) y música (un 13 %).¹⁸ Los programas de radio que se escuchaban durante más tiempo eran espacios de entretenimiento y evasión.¹⁹

Música ligera	27 %
Series	23 %
Entrevistas y programas de cara al público	17 %

Con respecto al cine, el 64 % de los entrevistados decía que iba al menos una vez al mes.²⁰ Los espectadores preferían las siguientes categorías de películas:²¹

Cómicas	34 %
Dramas	23 %
Terror	10 %
Históricas	8 %
Policíacas	7 %
Aventuras	7 %

De manera indicativa, las películas que más tiempo permanecieron en pantalla en Madrid en 1963 fueron: *El día más largo* (bélica), *Chantaje a un torero* (taurina), *Mundo de noche* (musical), *Con faldas y a lo loco* (comedia), *Fedra* (histórica), *Hotel internacional* (comedia) y *Cleopatra* (histórica), que se proyectaron entre 11 y 5 semanas; y, en Barcelona, la película más destacada fue *53 días en Pekín* (histórica), seguida de las ya señaladas en el caso de la capital, además de *Esplendor en la yerba*

¹⁷ *Ibidem*, p. 73.

¹⁸ *Ibidem*, p. 95.

¹⁹ *Ibidem*, p. 99.

²⁰ *Ibidem*, p. 193 y 197.

²¹ *Ibidem*, p. 201.

(dramática).²² Por su parte, las películas cortas que más gustaban eran los dibujos animados (57 %) y los reportajes geográficos y folclóricos (19 %).²³

Según los resultados de este análisis de audiencias, solo el 14 % de los entrevistados manifestaba haber asistido a alguna sesión de cineclub, y en su mayor parte eran jóvenes de entre 18 y 29 años de edad, solteros, con altos ingresos económicos, estudios preuniversitarios y superiores, y residentes en municipios de más de 50.000 habitantes.²⁴ El 60 % de los entrevistados prefería el cine al teatro.²⁵ En este caso, solamente un 16 % afirmaba que asistía al teatro por lo menos una vez al mes, y su perfil sociológico coincidía con quienes asistían a alguna sesión de cineclub.²⁶ El público teatral prefería los siguientes géneros:²⁷

Comedias	48 %
Revista y comedia musical	24 %
Dramas	22 %

Las obras de mayor éxito económico en Madrid fueron *Luces de Madrid* (revista, que fue representada durante 22 semanas); *Las que tienen que servir*; *Mary, Mary*; *Un 30 de Febrero* (todas ellas comedias); o *La Perrichola* (comedia musical). En Barcelona, triunfaba *Esperame en la luna* (revista, que permaneció en cartel durante 29 semanas).²⁸

A mediados de 1964, un 36 % de los entrevistados poseía un aparato de televisión, si bien un 59 % normalmente la veía.²⁹ Los motivos por los que no se disponía de un aparato receptor eran que se esperaba que bajasen los precios o que no se tenía dinero.³⁰ En este sentido, el Estado incitó a adquirir aparatos de televisión con medidas como la Orden de 7 de abril de

²² *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Segunda parte...*, pp. 902-903.

²³ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte...*, p. 211.

²⁴ *Ibidem*, p. 205.

²⁵ *Ibidem*, p. 212.

²⁶ *Ibidem*, p. 214.

²⁷ *Ibidem*, p. 215.

²⁸ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Segunda parte...*, pp. 981-984.

²⁹ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte...*, pp. 142 y 147, respectivamente.

³⁰ *Ibidem*, p. 146.

1960, que permitía la venta a plazos de los receptores del modelo nacional, o la Ley 103/1965, de 21 de diciembre, que suprimió el impuesto que gravaba la tenencia y disfrute de aparatos de televisión.³¹ La principal iniciativa gubernamental fue aumentar la audiencia televisiva mediante la creación de una red nacional de teleclubs. Su número creció de 4.178, con un total de 470.000 socios en 1969, a 4.625 y 865.000 socios en 1972, es decir, los teleclubs aumentaron un 10,7 %, con un incremento del 84 % en el número de socios, mientras que los cineclubs, que también crecieron un 10 % en el mismo periodo de tres años, perdieron un 16 % de socios (de 450 cine-clubs con 105.744 socios en 1969 a 495 cineclubs y 89.622 socios en 1972).³² La expansión de los teleclubs de la Red Nacional se produjo sobre todo en el mundo rural, de pequeñas localidades y hábitat disperso, de las provincias del interior y el norte peninsular, como ocurrió en las provincias castellanas, Galicia y Asturias.

Socios de teleclubs y cineclubs en 1972 (% de la población de hecho)			
socios de teleclubs		socios de cineclubs	
España	23,6	España	2,6
Soria	287,6	Madrid	6,7
Guadalajara	151,9	Tarragona	5,2
Lugo	144,2	Santander	4,9
Burgos	140,5	Guadalajara	4,7
Segovia	140	Granada	4,4
Palencia	116,7	Gerona	4,1
Zamora	105,7	Lérida	4,0
Teruel	87,9	Burgos	3,9
Orense	83,6	Álava	3,5
León	78,3	Segovia	3,5
Ávila	69,1	Salamanca	3,4

³¹ BOE, 12-IV-1960 y 23-XII-1965, respectivamente.

³² INE, *Anuario Estadístico de España. Año XLVIII*, 1973, pp. 372 y 706.

Logroño	63,5	Castellón	3,1
Salamanca	55,2	Barcelona	3,0
Lérida	52,1	Huelva	3,0
Albacete	42,3	Oviedo	3,0
Cáceres	40,7	Huesca	2,9
Oviedo	38,9	Valladolid	2,9
Pontevedra	37,8	Guipúzcoa	2,8
Valladolid	34,2	Orense	2,8
Cuenca	31,7	Toledo	2,8
Coruña, La	31,5		
Ciudad Real	29,4		
Granada	27,8		
Santander	26,1		
Toledo	25,6		
Palmas, Las	24,3		
Castellón	23,9		

Fuente: INE, *Anuario Estadístico de España. Año XLVIII*, 1973, pp. 441, 716 y 719. Elaboración propia.

Según la citada encuesta sobre la audiencia de los medios de comunicación en 1964, los programas más vistos eran, además de las noticias, los de entretenimiento y, en el caso de los hombres, los espacios deportivos (el 18 %).³³

Telefilmes	20 %
Noticias	18 %
Variedades musicales	17 %
Películas de largo metraje	13 %
Taurinos	10 %

³³ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte...*, p. 153.

Los programas que más gustaban a los telespectadores eran *Gran Parada* (programa musical y de variedades, en el que debutó la artista Lina Morgan), *Amigos del lunes* (musical), el telefilme *Bonanza y Primera Fila*, espacio de teatro televisado.³⁴

Entre los libros publicados en 1963, el 35,40 % correspondía a literatura, sobre todo novelas de colecciones económicas y, en especial, obras de las colecciones llamadas «rosa», «del oeste», «policíacas» y de «aventuras» (2.058 de un total de 3.073, es decir, el 66,9 %, a un precio de 7 y 8 pesetas por ejemplar).³⁵ Con respecto a la pregunta de qué se leía con más frecuencia, las preferencias eran las siguientes:³⁶

Literatura propiamente dicha	32 %
Novelas del oeste	27 %
Libros de texto de historia y biografías	13 %

Por su parte, el 64 % de los entrevistados compraba menos de 10 libros al año.³⁷

Si la exposición a los medios de comunicación difundió la «cultura de masas» en España, estos también fueron unos canales idóneos para la publicidad de bienes de consumo y de servicios, como muestra el tiempo de la publicidad radiada y televisada.

La potencialidad publicitaria de los medios de comunicación de masas, sobre todo por las posibilidades de la difusión televisiva de la publicidad comercial (cuyo importe pasó de 33.831.000 pesetas en 1960 a 1.203.400.000 pesetas en 1968, lo que posibilitó la financiación de la expansión de la televisión³⁸), hizo que el sector de la publicidad comercial fuera regulado: según Orden de 13 de febrero de 1964 se dictaron normas sobre publicidad en emisiones de televisión, remodelándose la composición y las competencias de la Junta de Televisión; y por la Ley 61/1964 de 11 de junio se aprobó el Estatuto de la Publicidad, de modo que la ordenación e

³⁴ *Ibidem*, p. 169.

³⁵ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Segunda parte...*, pp. 1014, 1023 y 1025.

³⁶ *Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España. Tercera parte...*, p. 261.

³⁷ *Ibidem*, p. 270.

³⁸ INE, *Anuario Estadístico de España, Año XLIV, 1969*, p. 361.

inspección de la actividad publicitaria le correspondía al Ministerio de Información y Turismo.³⁹

Tiempo de la publicidad emitida en radio y televisión, 1960-1968 (en %)			
	Radiodifusión		Televisión
	Total de las horas de emisión	Total de las emisiones habladas	Total de las horas de los espacios emitidos
1960	5,6	32,3	5,0
1961	5,4	33,0	6,2
1962	5,4	32,7	6,1
1963	5,6	33,5	6,7
1964	5,4	30,7	7,0
1965	5,6	31,3	6,4
1966	5,6	32,1	5,9
1967	5,6	31,6	6,4
1968	5,6	32,2	5,9

Fuente: INE, *Anuario Estadístico de España, Año XLIV*, 1969, p. 361. Elaboración propia.

3. Atonía política

La difusión de la cultura de masas y del entretenimiento por la difusión de las industrias culturales en España ocurrió en un ambiente general de aparente apatía, como venía sucediendo desde la instauración de la dictadura.⁴⁰ Hasta los últimos años del régimen dictatorial, el interés que los españoles manifestaban tener por la política fue muy escaso, lo mismo que ocurría entre la juventud. En 1965, el sociólogo Amando de Miguel utilizó el concepto de «cultura política» en el análisis del grado de participación política de la juventud en España.⁴¹ Este trabajo fue llevado a

³⁹ BOE, 24-II-1964 y 15-VI-1964, respectivamente.

⁴⁰ Francisco SEVILLANO, *Ecos de papel. La opinión de los españoles en la época de Franco*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2000.

⁴¹ Se trata de una serie de artículos del mismo autor: «Estructura social y juventud española. Estratificación económica. Participación en la renta y en el consumo», *Revista del Instituto de la Juventud*, n. 0, agosto de 1965, pp. 19-45; «Estructura social y juventud española. Normas institucionales», *Revista del Instituto de la Juventud*, n. 1, octubre de 1965, pp. 111-144; «Estructura social y juventud española. El modelo de la cultura política», *Revista del Instituto de la Juventud*, n. 3, febrero de 1966, pp. 81-106; «Estructura social y juventud española: impacto político e interés por la política», *Revista del Instituto de la Juventud*, n. 5, junio de 1966, pp. 63-81; «Estructura social y juventud española: participación política», *Revista del*

cabo a partir de los datos obtenidos en la «Encuesta sobre los Presupuestos Mentales de la Juventud», que fue realizada por la Delegación Nacional de Juventudes en 1960 conforme al cuestionario que Almond y Verba estaban utilizando para su estudio de la «cultura cívica» en Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Italia y México.⁴² En su análisis de las actitudes de la juventud española, Amando de Miguel calificaba las actitudes políticas básicas de la mayoría de la población en España como propias de una «cultura apática-alienada» (que mostraba mayores índices de potencial autoritario), si bien puntualizaba que la apatía y la alienación no aparecían distribuidas uniformemente en todos los sectores de la juventud; se daba la paradoja de que, a través de diversos medios de socialización no democráticos, cierto número de jóvenes mostraba un mayor grado de interés político y una actitud de participación cívica. En la conclusión, Amando de Miguel observaba que «en conjunto el clima de alienación y apatía es muy superior a lo que el desarrollo económico haría esperar y que en este clima influye no solo la estructura de las extremas diferencias de clase o regionales, sino la escasa incorporación de los sectores más atrasados a la “cultura cívica” debida en parte a la falta de legitimidad de muchas instituciones». La cuestión era en qué medida podía mantenerse un sistema apoyado sobre todo en una enorme masa neutra cuyas actitudes podían acabar rebelándose contra el régimen político.⁴³

La situación general de indiferencia política fue ampliamente descrita en los estudios de opinión llevados a cabo desde mediados de los años sesenta. Así, por ejemplo, el análisis de las encuestas permitía establecer la correlación entre quienes adoptaban una actitud inhibitoria al declararse «sin opinión», y sobre todo mujeres (lo que era explicado por su menor nivel cultural y la anteposición de sus roles femeninos), y personas que pertenecían a los grupos de mayor edad, con ingresos económicos bajos, y que residían en las zonas rurales.⁴⁴ Con respecto a la relación entre la

Instituto de la Juventud, n. 6, agosto de 1966, pp. 15-37.

⁴² *Encuesta sobre presupuestos mentales de la juventud española (16-20 años)*, Madrid, 1960. Los resultados de esta encuesta fueron publicados en «Encuesta sobre presupuestos mentales de la juventud española», *Revista del Instituto de la Juventud*, n. 64, 1976, pp. 151-301.

⁴³ Amando de MIGUEL, «Estructura social y juventud española: participación política»..., pp. 36-37.

⁴⁴ Véase José Luis MARTÍN MARTÍNEZ, «Ensayo de tipificación de los “sin opinión”», *Revista Española de la Opinión Pública*, n. 14, octubre-diciembre de 1968, pp. 117-149.

posición social de una persona y sus actitudes y opiniones, por entonces se destacó la dicotomía que existía en la sociedad española, al diferenciarse entre una minoría activa o «centro» –que significaba el 12 o 13 % de los españoles– y el resto de la población o «periferia». A partir de esta realidad, se explicaban los mecanismos de difusión de la opinión, señalando que los temas más novedosos «entraban» en la sociedad a través de ese centro, a continuación pasaban por las posiciones sociales «medias», que eran cuantificadas aproximadamente en un 48 % de la población, y acababan «saliendo» por la periferia, que representaba en torno a un 25 %. De este modo, existía un divorcio en los temas públicos que más preocupaban a unos y otros, pues los problemas más importantes en 1965 para la mayoría de la población eran el nivel de vida, la vivienda, el desarrollo, la agricultura y la educación, mientras que los temas que más preocupaban a esa minoría que constituía el centro eran las cuestiones internacionales, la institucionalización del régimen, el excesivo control estatal y la igualdad social.⁴⁵

4. Desarrollismo

La amplia atonía política de las actitudes en España, que las encuestas de opinión evidenciaban, fue tomada como prueba de la «deserción política de las masas» en una clara relectura ideológica de ese dato sociológico. En el artículo «El futuro y las formas políticas», publicado en el diario madrileño *ABC* el 1 de abril de 1964, Gonzalo Fernández de la Mora afirmó que se iban imponiendo unos gustos políticos distintos al Estado representativo y, con ellos, otro proyecto de convivencia, preocupado por la eficacia de la gestión:

El hombre medio no tiene opinión sobre un inmenso número de cuestiones altamente especializadas, que hoy competen a la Administración. No insiste

⁴⁵ Juan Díez NICOLÁS, «Posición social y actitudes sobre cuestiones nacionales en España», en *Sociología española de los años sesenta*, Madrid, Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1971, pp. 668-704 (traducción de «Social Position and Attitudes towards Domestic Issues in Spain», *POLLS*, Ámsterdam, vol. III, n. 2, 1968, pp. 1-15). La distinción dicotómica entre el «centro» y la «periferia» social fue expuesta por el noruego Johan GALTUNG, «Foreign Policy Opinion as a Function of Social Position», *Journal of Peace Research*, n. 3-4, 1964, pp. 206-230, y fue adoptada por J. Díez NICOLÁS en el caso español en su artículo «Posición social y opinión pública», *Anales de Sociología*, Barcelona, n. 2, 1966, pp. 63-75.

en que los gobernantes sean sus mandatarios, sino en que sepan y acierten. El vocablo decisivo no es representación, sino eficacia.

La cosa pública se aproximaba a la perspectiva de las sociedades anónimas; había un desplazamiento hacia dimensiones realistas, hacia valores políticos modestos, concretos y mensurables, propios del técnico:

Las ideologías, es decir, las pseudofilosofías sociales con su cortejo de grandes palabras y de conceptos en caricatura, atraviesan una crisis de general desinterés y desconfianza. Y la figura del político retórico y demagogo está siendo desplazada por la del experto burócrata y objetivo. Paralelamente al desarrollo económico estamos asistiendo a un serio avance en la milenaria carrera del «logos»: la política no como concierto de voluntades y de pasiones, sino de razones y de técnicas.

Las consecuencias de tal impulso racionalizador eran el robustecimiento de los poderes ejecutivos y el automatismo institucional, acentuándose la tendencia a la concentración, la autonomía y la estabilización de las facultades gubernativas. Concluía Fernández de la Mora que el Estado técnico que asomaba sobre el horizonte se asemejaba a lo que Comte llamó el Estado positivo, o sea, la forma social que corresponde al progreso científico.⁴⁶

Estas ideas compartían el pensamiento que había hecho del desarrollo económico y la modernización tecnológica el centro de sus reflexiones, fundamentando así la «legitimidad de hecho» del régimen político español.⁴⁷ Pero los ideólogos del «desarrollismo» hicieron también, en aquel contexto, una particular relectura de la corriente del modernismo reaccionario español que incorporara la racionalidad de la tecnología moderna a la tradición del nacionalismo patrio, rechazando la razón de la Ilustración y sus consecuencias políticas y sociales. Ahora, el cambio de la nueva política –afirmaba Fernández de la Mora en una nueva columna de

⁴⁶ Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «El futuro y las formas políticas», *ABC*, Madrid, 1-IV-1964, pp. 92-93.

⁴⁷ Sobre el pensamiento de Fernández de la Mora, véase Pedro GONZÁLEZ CUEVAS, «Gonzalo Fernández de la Mora y la “legitimación” del franquismo», *Sistema. Revista de ciencias sociales*, n. 91, julio de 1989, pp. 83-106; y «La *Aufklärung* conservadora: *Pensamiento Español* de Gonzalo Fernández de la Mora», *Revista de Estudios Políticos*, n. 138, octubre-diciembre 2007, pp. 11-65, entre otros trabajos y autores.

prensa— situaba al experto en lugar del retoricista, y los saberes de la gobernación ocupaban el vacío de las ideologías. El Estado se despolitizaba, se funcionalizaba y tecnicizaba; en una palabra, se entregaba a los expertos.⁴⁸ Sin embargo, el «crepúsculo de las ideologías» no implicaba la atonía política y la desaparición de los ideales, como opinara Fernández de la Mora en el periódico *ABC* el 29 de mayo de 1965. Los ideales —afirmaba— habían existido siempre, y son arquetipos, metas óptimas y puras que no dependen de la coyuntura concreta. Podían desaparecer las ideologías, puesto que el hombre puede vivir sin seudopanaceas, pero no sin causas ejemplares. Lo que alboreaba era un renovado ideal, el «desarrollo»:

El desarrollo no es una nueva ideología, como, seguramente, argüirán los últimos ideólogos en una desesperada y sofisticada maniobra. Es, del mismo modo que la justicia, un ideal que, más o menos soterrado, ha existido siempre; pero que nunca ha sido ni tan deseado colectivamente ni, sobre todo, tan factible a corto plazo. Su formulación ni cabe en un programa, sino en un plan, porque ni es una utopía, ni un mito; es un proyecto y una empresa. Y no hay peligro de que genere un verbalismo retórico porque no admite más instrumentalización que la rigurosa, ni más medida que la de los hechos.

Gonzalo Fernández de la Mora rechazó que el desarrollo conllevara la atrofia espiritual y el materialismo, pues más bien desembocaba de manera inexorable en una potenciación de las posibilidades espirituales, porque reemplaza las labores manuales por las mentales, lo que acarrea una progresiva intelectualización, porque libera de las básicas preocupaciones existenciales y permite actividades superiores, y porque, al disminuir las horas de trabajo, ensancha el margen de tiempo para la contemplación, la meditación y la creación:

El auténtico desarrollo no se reduce a una alteración de la circunstancia o modificación de nuestro «hábitat» hasta hacerlo acogedor y dócil. Consiste también en un perfeccionamiento interno del hombre, en una maduración de sus facultades supremas —lógicas, éticas y estéticas—, en un ascenso o evolución del alma. El desarrollo, a la vez que acelera los procesos de

⁴⁸ Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «La nueva política», *ABC*, Madrid, 17-XI-1964.

invención, producción y distribución de bienes, crea un clima noético e impulsa al hombre a proseguir la escalada de las pinas pendientes del «logos». El desarrollo no es solo la concreción del progreso físico, sino la sublimación de la existencia humana en todas sus dimensiones; es explotación de la materia y marcha hacia el espíritu.

El desarrollo es el ideal que corresponde a un alto grado de racionalización colectiva. No es un materialismo; es el humanismo de la razón, y la presunta incompatibilidad entre la filosofía y la revelación es una ingenua trampa.⁴⁹ El genuino fenómeno religioso es inmune a cualquier agresión racionalista. A medida que se extinguen las ideologías, según escribiera Fernández de la Mora en la columna titulada «Dios y las ideologías», lo que decrece no es la religiosidad, sino el absurdo del odio teológico y el primitivismo de lo mágico. Sin las ideologías, los hombres se sienten más cerca de Dios por la religación existencial, por el pensamiento puro y por la fe: «Porque serán más racionales o, lo que es lo mismo, más espirituales y, en cierto modo, más semejantes a la divinidad».⁵⁰ Este argumento permitía superar la contradicción entre los ideales religiosos y el afán de desarrollo material que parecía instalarse en las sociedades del capitalismo.

Criticaba Fernández de la Mora que la tecnocracia había fracasado en el ámbito occidental en dos puntos: el totalitarismo y el apoliticismo. La planificación a ultranza desembocaba en la tiranía de un «soviet de ingenieros», en la alienación del hombre por el dirigismo tecnocrático, que se había impuesto del otro lado del «telón de acero». Los tecnócratas defendían la entrega del poder a los ingenieros, y la sustitución de la política por la tecnología, siendo una eliminación del humanismo. Semejante apoliticismo extremado era una forma de amoralismo, puesto que la política, en cuanto saber de fines, no es sino una rama de la ética:

⁴⁹ Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «Ideologías e ideales», *ABC*, Madrid, 29-V-1965. A principios de marzo de ese año, se publicó el libro *El crepúsculo de las ideologías*, de Fernández de la Mora, en la editorial Rialp. Con anterioridad, el sociólogo Daniel Bell había publicado *The End of Ideology: on the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*, Glencoe, Ill., Free Press, 1960, que fue traducido al español en Madrid, Tecnos, 1964.

⁵⁰ Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «Dios y las ideologías», *ABC*, Madrid, 15-VI-1965.

Los tecnócratas aceleraron el «crepúsculo de las ideología» al desprestigiar al retórico, al descartar la importancia de los concretos y exaltar los valores científicos. Pero su positivismo fundamental y su radicalismo estratégico les impidieron ver que también hay ciencias del espíritu y expertos en ellas como los especialistas del Estado. La tecnología es tan solo un saber de medios, no de fines; esclarece el «cómo», no el «para qué».

Frente a la reducción de todas las cuestiones a las estrictamente tecnológicas, y todos los sabios a los ingenieros, Fernández de la Mora propugnaba el «antiideologismo» y la «racionalización social».⁵¹ Las ideologías no decaían porque disminuyesen las apetencias de poder político, afirmó en la columna «Los ideólogos y el poder». Se extinguen porque las masas se desinteresan de ellas y prestan más atención a los planes concretos y a las realidades efectivas; porque los partidos se aproximan mutuamente, evolucionan, se diluyen sus contrastes y decrece su atractivo; porque cuanto se refiere a las convicciones íntimas y a las creencias tiende a replegarse a la interioridad, a independizarse de la discusión y a ser protegido por un respetuoso margen de tolerancia; porque el desarrollo económico permite la elevación cultural de las masas, y entonces comprenden que el bien común no depende de unas simples recetas ideológicas, sino de una eficacia técnica; y porque las ciencias sociales y, en particular, el derecho público y la economía ya no eran opiniones dependientes de instituciones arbitrarias, sino de ciencias rigurosas. La conquista del poder ocurría, así, por otros medios más adecuados: la de los expertos.⁵²

5. Consumo

La industria cultural en España (como ocurrió con la expansión de la televisión y los «productos» culturales de evasión) fue instrumentalizada para sintetizar y difundir las representaciones ideológicas del poder. Al relacionar un sentimiento básico de seguridad (exaltado cuando se cumplían veinticinco años de paz como un logro permanente del régimen político español desde 1939) con las ansias de bienestar, el discurso del «desarrollismo» penetró, con sus ideas y su lenguaje, en el inconsciente cognitivo de la pseudocultura de masas, subvirtiendo la realidad del

⁵¹ Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «La tecnocracia», *ABC*, Madrid, 21-VII-1965.

⁵² Gonzalo FERNÁNDEZ de la MORA, «Los ideólogos y el poder», *ABC*, Madrid, 4-XII-1965.

contexto al recodificar qué era el hábito de consumo y la práctica del ocio en la sociedad española del momento. En último término, esta codificación de la realidad social rompió el nexo entre política y vanguardia cultural que había caracterizado al modernismo.

El incremento del consumo fue una de las características del sistema económico en España en esos años, a pesar del aumento de las diferencias en los niveles de vida agrarios y en sectores sociales no campesinos.

Posesión de bienes de consumo por clase social objetiva, 1966-1969 (en %)						
	Campesinos		No campesinos		Total	
	1966	1969	1966	1969	1966	1969
Radio	74	86	88	88	82	86
Frigorífico	5	33	39	75	28	63
Televisión	8	34	45	72	32	62
Lavadora	10	22	50	51	36	43
Coche	4	14	16	32	12	27
Tocadiscos	2	7	16	32	12	25
Motocicleta	11	16	12	11	16	12

Fuente: FOESSA, *Informe sociológico sobre la situación social de España 1970*, Madrid, Euramérica, 1970, pp. 364-365. Elaboración propia.

Este tipo de sociedad supuso no solo una mayor producción de las mercancías que caracterizan a la sociedad de consumo, sino también el desarrollo de una mentalidad consumista. Incluso la pregunta de si España era una sociedad de consumo fue creando un hábito consumista que la publicidad fomentó.⁵³ El consumo es un acto del proceso de comunicación, es decir, de desciframiento y decodificación, que supone el dominio de un código, pues un «producto cultural» adquiere sentido y reviste interés solo para quien posee la cultura, o, lo que es lo mismo, el código según el cual está codificada.⁵⁴ El consumo es una práctica social que posee un sentido cultural, y se manipuló propagandísticamente cuál es tal sentido del acto de con-

⁵³ Entre los primeros análisis al respecto, hay que citar a José CASTILLO CASTILLO, «¿Es España una sociedad de consumo de masas?», *Anales de Sociología*, Barcelona, n. 1, junio 1966, pp. 19-39, además de las reflexiones reunidas en *España: ¿Una sociedad de consumo?*, Madrid, Guadiana, 1970.

⁵⁴ Pierre BOURDIEU, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, pp. 232-233.

sumir. El consumo como hecho social fue etiquetado como un signo de distinción, de libertad. El editorial «Consumo, cultura, libertad», que se publicó en el periódico *ABC* el 19 de marzo de 1969, rechazaba que la sociedad de consumo alienara al hombre por la preocupación o servidumbre de los bienes de consumo. Era una acusación del arsenal crítico del marxismo contra la «civilización del ocio», que achacaba que la reducción de la jornada laboral y el mayor tiempo libre o de ocio para los trabajadores afirmaba la alienación a través de esta particular relación del hombre con las cosas del consumo. A esta sociedad se oponían, a modo de configuraciones más perfectas de la vida comunitaria, sociedades con planificación socialista: sin libertad de producción, ni de comercio, ni de consumo. Lo dramático de tal fórmula, se precisaba en el editorial, era que llevaba a caer en la alienación total de la servidumbre de una política en la que no cabían opiniones contrarias o discrepancias: «La diferencia entre “consumismo” y “comunismo” no está en tres letras distintas, sino en todas las que componen la palabra “libertad”».⁵⁵

⁵⁵ «Consumo, cultura, libertad», *ABC*, Madrid, 19-III-1969, p. 40.