

EL PAPEL OTORGADO EN EL CINE A LOS PERSONAJES FEMENINOS DURANTE EL FRANQUISMO: *CALLE MAYOR* (1956) Y *BUENOS DÍAS, CONDESITA* (1967)

El estudio que se plantea a continuación tiene como objetivo analizar el papel otorgado a la mujer en las películas durante el periodo franquista y tardofranquista. El mismo permitirá observar, ya no sólo, su plasmación audiovisual, sino también el propio modo en el que la sociedad veía (o quería ver) a las mujeres en la sociedad de los años 50 y 60.

Isabel, *Calle Mayor* (1956, Juan Antonio Bardem)



Sería correcto comenzar el comentario realizando un análisis del aspecto físico del personaje. Se observa cómo Isabel viste unos ropajes recatados, sobrios, que incluso se podrían denominar antiguos; algo que, sin duda, puede servir para hacerse una idea de su personalidad y su modo de pensar. Las vestimentas que porta son, así, pues, uno de los indicativos de su fuerte pensamiento tradicional, católico. No obstante, se aferra a su soltería, algo que, sin duda, no era bien visto en la sociedad imperante.

Además, parece que Isabel no es la que tiene tomadas las riendas de su propia vida, sino que se encuentra, en gran parte, influida por su entorno. Se muestra como una mujer poco segura de sí misma, rodeada de un ambiente marcado por la tradición y las costumbres; algo que, en cierto modo, le corta las alas para poder recrearse como mujer y persona.

Esta infravaloración de la mujer queda, ya no sólo, presente en la propia película, sino, también, en los carteles publicitarios de la misma. Es interesante observar las líneas que acompañan a la imagen de los protagonistas:

*“El gamberrismo haciendo presa en una infeliz que vive tardíamente las ilusiones de los dieciocho años”.*¹

¹ *La Vanguardia Española*, nº 28.150, Barcelona, Grupo Godó, 1956, p. 25.

Incluso las propias críticas del largometraje hacen hincapié en la desgracia que vive la muchacha debido a su soltería, puesto que en aquellos momentos el matrimonio es, sin duda, lo más importante para la mujer, y no hay mayor desgracia para ésta que burlarse de esta desdicha:

“ (...) una broma tremenda y terriblemente cruel: fingir amor y mentir promesa de matrimonio a una pobre mujer provinciana, ya condenada a una soltería irremediable de cuya penumbra sólo saldrá durante los días maravillosos que dure el embuste del noviazgo, durante las horas encantadas en que unos ojos de hombre se miren en los suyos por primera y última vez”.²

Sin embargo, poco a poco, desde finales de los años 50 y principios de los 60, lo cierto es que la mujer empieza a participar en la vida social del país. Comienza a incorporarse al mundo laboral, algo que, sin duda, será un proceso lento dentro de la modernización que estaba experimentando España en esos momentos.

El propio Pedro Lazaga ironiza en este sentido en su película *Las muchachas de azul* (1957). En ella se muestran las distintas estrategias que siguen un grupo de empleadas de unos grandes almacenes de Madrid para conseguir novio, la misma problemática que atormentaba a Isabel en *Calle mayor*. Está claro que, en estos momentos, la sociedad seguía teniendo vigente que el objetivo de la mujer en la vida era el de cuidar de la casa y de su familia. De hecho, Dibildos, productor del largometraje, era consciente de este hecho:

“En ese momento, la salida de la mujer consistía en encontrar un buen marido. No se aceptaba que pudiera tener independencia profesional. Esto es una evidencia sociológica. (...) Queríamos ironizar sobre esa forma de “caza”, donde las madres tenían una gran importancia.”³



² *Ibidem*.

³ FRUTOS, Francisco Javier y LLORENS, Antonio, José Luis Dibildos. *La huella de un productor*, Valladolid, SEMINCI, 1998, p. 35.

Incluso en los propios anuncios publicitarios, se encuentra, en ocasiones, esta idea de la mujer como ser inferior, débil. En este caso, resulta interesante señalar un anuncio de medias Platino aparecido en 1964 y que publicita lo siguiente:

“No la guarde como una porcelana. *Su mujer es un ser como usted, que piensa, se preocupa, que tiene una opinión de las cosas. (...) Haga que se divierta, que viva y que conozca todo lo que el mundo nos ofrece. Descubrirá que su mujer es inteligente y que tiene un criterio que complementa el de usted. ¡Haga usted feliz a su mujer convirtiéndola en su compañera!*”⁴

Frente a esta postura, de forma paralela se empieza a ver a la mujer como objeto de deseo. Éste es, precisamente, el papel que juega María (Rocío Durcal) en la película *Buenos días, condesita* (1967). Ya no se potenciará el prototipo de mujer como ama de casa, sino que cada vez más se optará por la imagen de ésta como icono sexual.

En relación con el mundo publicitario, lo cierto es que éste se acercará cada vez más al erotismo, algo que hará que en cierto modo se produzca en España una apertura de tipo sexual. En la mayoría de los casos, el producto irá acompañado del objeto de deseo: la mujer.



María, *Buenos Días, Condesita* (1967, Luis César Amadori)

El caso de María resulta, en líneas generales, una antítesis del personaje de Isabel.

En primer lugar, se ve cómo las ropas sobrias y anticuadas de Isabel dan paso a un vestuario fresco, alegre y atrevido. Atrevimiento marcado, sobre todo, por los pantalones largos y los colores chillones de los que hace gala María durante el espectáculo musical que se puede visionar en la película. Su peinado es, al mismo tiempo, más juvenil que el de Isabel.

Aunque rodeada de hombres –que en el fondo son los que marcan las pautas de su trabajo y de la sociedad–, María se muestra desempeñando una profesión, algo que, anteriormente, podría resultar descabellado. Bien es cierto que se juega con su papel de “chica bonita”, pero ella misma marca, a este respecto, una serie de pautas y límites. Se muestra, pues, como una mujer segura de sí misma, abierta y divertida.

⁴ FERNÁNDEZ DE BOBADILLA, Vicente, *Es cosa de hombres. El machismo en la publicidad española (1939-1975)*, Sevilla, Algaida Editores, 2007, pp. 46-47.

Tras este pequeño estudio, se ha podido observar cómo, en apenas once años, el cambio experimentado por la mujer en el medio audiovisual (y, por lo tanto, también en lo social) resulta abismal. Se pasa de un estereotipo de mujer tradicional, encerrada en su casa y sus labores, a una mujer que ya es capaz de actuar por sí misma, y decidir el destino de su propia vida.

Lo cierto es que, aunque se puede observar que el avance cultural es evidente, no se deben olvidar los fuertes pilares machistas que seguían rigiendo la sociedad de esa época. Poco a poco, se va avanzando hacia una sociedad más igualitaria, algo que se ha podido observar con estos ejemplos, pero aún se tardarán unos años en conseguir que la mujer pueda actuar en la sociedad como individuo independiente, y en igualdad de condiciones con el hombre.

Para concluir, simplemente cabe añadir una simple analogía entre el papel desempeñado por los personajes femeninos y las propias películas, las cuales, en ambos casos, podríamos decir que pasan del “blanco y negro” al “color”.

Ana Asión Suñer