

SPAIN WASN'T SO DIFFERENT

ÁLVARO DE DIEGO; NURIA MARÍA RÍOS; MARÍA SÁNCHEZ (EDS.)



SINOPSE

«Ni músicos, ni toreros, ni actores». Es conocida la anécdota de cómo James Stewart sorteó el veto que en la inmediata posguerra esgrimía el Hotel Ritz para con los miembros de la farándula: el actor norteamericano mostró sus credenciales militares y obtuvo una habitación en el selecto establecimiento. Pocos años después abría en la capital el Hotel Castellana Hilton con el objetivo de hospedar a los artistas de Hollywood de rodaje, vacaciones o paso por España. El franquismo, aislado en la escena internacional por haber simpatizado con el Eje, trataba de mejorar su imagen exterior acogiendo espectaculares superproducciones cinematográficas y apostando por el boom turístico.

El concepto de «poder blando» (soft power) se refiere a aquellas políticas amables con las que, desechando la coerción o la fuerza, un país trata de mejorar su reputación internacional. Suelen desplegarse a partir de la cultura, valores o estilo de vida. Sin duda, el régimen de Franco empleó deliberada y profusamente estas acciones para revertir el ostracismo que sufría tras la Segunda Guerra Mundial. No obstante, esta cuestión apenas había sido atendida por los investigadores.

Este libro aborda por primera vez de forma sistemática y desde una amplia perspectiva cómo España mejoró su imagen internacional a partir de los años sesenta del pasado siglo. Sus autores explican, entre otras cosas, cómo afectó a nuestro país una crisis de legitimidad que acabó por acentuar la ruptura generacional y la irrupción de una prensa más plural que tuvo en la revista ¡Hola! un auténtico «escaparate de España hacia el mundo y del mundo hacia los españoles».

También se tratan la disruptiva «diplomacia comercial» protagonizada por el ministro López-Bravo, que inauguró las relaciones de un régimen anticomunista con la China roja; la narrativa popular de un cómic que vertebró como elemento socializador a los españoles; el legado del cine de temática religiosa del franquismo; o una nueva imagen de la marca España a través de la gastronomía ofrecida...



Editora	TREA EDICIONES
Materia	ENSAIO HISTORIA
Colección	PIEDRAS ANGULARES
EAN	9791388179044
Estado	Disponible
Encadernación	Tapa blanda
Páxinas	289
Tamaño	240x170x17 mm.
Peso	570
Prezo (Imp.inc.)	24,00€
Idioma	Español
Data de lanzamento	22/04/2026

Títulos relacionados

<p>ARTE Y LITURGIA EN LOS MONASTERIOS DE DOMINICAS EN CASTILLA Pérez Vidal, Mercedes</p>	<p>QUE LOS D'ESCALANTE AVIAN QUERIDO PELEAR CON DON LADRÓN AGURTZANE PAZ; ARSENIO DACOSTA; JOSÉ RAMÓN DÍAZ</p>	<p>ROMA, MADRID, LISBOA: PALACIOS EN ALQUILER PILAR DIEZ; ÁLVARO MOLINA; MILTON PACHECO(EDS.)</p>	<p>SALAZAR Y FRANCO.LA ALIANZA DEL FASCISMO IBERICO CONTRA... ALBERTO PENA RODRIGUEZ</p>
---	---	--	---