



Università
Ca'Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
In Lingue e Letterature europee,
americane e postcoloniali

Tesi di Laurea

La Ruta del Norte:
Los escenarios de la Guerra Civil
como recorridos turísticos.

Relatore

Prof. Alessandro Mistrorigo

Correlatore

Prof. Enric Bou

Laureando

Erika Biasion

Matricola 975886

Anno Accademico

2021/2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
1. EL SISTEMA TURÍSTICO ESPAÑOL A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX	9
1.1. Las primeras manifestaciones turísticas en España: el periodo Alfonsino	9
1.1.1. La Comisaría Regia de Turismo (1911-1928)	11
1.2. El gobierno primorriverista (1923-1929)	13
1.2.1. El Patronato Nacional de Turismo: su primera fase monárquica (1928-1931)	14
1.3. Los años de la Segunda República española (1931-1939)	19
1.3.1. La fase republicana del PNT (1931-1936)	21
2. EL TURISMO ENTRA EN GUERRA	23
2.1. «El fascismo destruye el tesoro artístico de España»	23
2.1.1. De paisajes idílicos a panoramas decadentes	24
2.2. El Servicio Nacional de Turismo (1938-1939)	28
3. LAS RUTAS DE GUERRA	31
3.1. Un verdadero reto turístico	31
3.1.1. Una nueva forma de hacer turismo	36
3.2. La propaganda fascista: las Rutas como tarjeta de presentación para España	40
3.2.1. Lo que queda de la propaganda oficial: periódicos y documentos	42
4. LA RUTA DEL NORTE	46
4.1. La primera abertura oficial de las Rutas de Guerra	46
4.1.1. Irún – Oviedo – Irún	51
4.1.2. Tuy – Santander – Tuy	54

5. EL TURISMO EN LOS AÑOS DE POSGUERRA	58
5.1. España: una nación renqueante	58
5.1.1. Un punto de quiebre: el año 1953	60
5.2. «La monopolización del turismo por el Estado»	61
5.2.1. ¡Entren por favor!	63
5.2.2. Las Rutas: un recuerdo que quedaba lejos	65
5.3. El papel del turismo de masas	66
6. LA FUNCIÓN DEL PAISAJE EN EL ÁMBITO TURÍSTICO	69
6.1. El paisaje, un valioso recurso turístico	69
6.2. ¡Visiten España!	71
6.3. Ruinas y rutas turísticas: un nuevo paisaje	75
6.4. El paisaje como rasgo identificativo de una España diferente	77
7. TRAS LAS HUELLAS DE LA RUTA N.1 DEL NORTE	80
7.1. Las Rutas Nacionales de Turismo	80
7.2. Lo que queda de la Ruta n.1	82
7.2.1. Oviedo: la ciudad invicta	83
7.2.2. Gijón: el último refugio republicano	90
7.2.3. Santander: entre el mar y el aire	93
7.2.4. Bilbao y su Cinturón de Hierro	96
7.3. La Ley de Memoria Histórica (2007)	100
CONCLUSIONES	102
ÍNDICE DE IMÁGENES	104
APÉNDICE	107
BIBLIOGRAFÍA	110
REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	116

Abstract: En este estudio se analiza un fenómeno que se dio por primera vez en España y que tuvo notables consecuencias tanto en la economía como en la sociedad española. Se está aludiendo a las Rutas de Guerra, itinerarios turísticos realizados en el vivo de la contienda para animar el sector económico y para apoyar la causa franquista. De ahí que, se evidenciará la patente instrumentalización del turismo que se incorpora dentro de un preciso diseño político con el fin de aportar determinados cambios en el país. Entre todos los itinerarios se hará hincapié en la Ruta del Norte, la única a ser puesta en marcha durante el periodo bélico y sobre la cual se han conservado distintos testimonios. A través de un viaje realizado tras las huellas de la susodicha ruta se quiere comprobar si el Estado español ha tenido interés o menos en conservar las señales y las marcas de guerra que los turistas podían observar durante su expedición por el Norte. Se trata de una reflexión turística y social hecha directamente en el campo para evidenciar cómo la sociedad percibe hoy en día un acontecimiento pasado y cuáles son los cambios que se han producido en el paisaje a lo largo del tiempo.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se propone analizar el fenómeno de las Rutas de Guerra, una insólita iniciativa turística que el gobierno nacional realizó durante los años de la Guerra Civil en España. Se trata de unos recorridos turísticos organizados para legitimar y propagandear el trabajo del bando nacional frente a la labor de la facción republicana. Para entender cuáles fueron sus orígenes, en principio se detallará el entorno histórico-cultural que caracterizó la industria turística de las primeras décadas del siglo XX en España. A partir del periodo alfonsoino, el turismo adquirió poco a poco un papel siempre más importante en la sociedad y se dotó de instituciones que supieron administrar los recursos del país para aportar una serie de beneficios. Entre las distintas administraciones se distinguen la Comisaría Regia de Turismo, primer intento efectivo de organización turística del país, y el Patronato Nacional de Turismo caracterizado por una fase monárquica bajo la dictadura de Primo de Rivera y una fase republicana en correspondencia de los años de la Segunda República española. Se mencionará el estallido de la Guerra Civil como fenómeno que desestabilizó el frágil equilibrio que se había alcanzado en los ámbitos turístico y económico hasta el momento y, por eso, se analizarán los efectos que esa circunstancia conllevó para la sociedad española. En particular, el ámbito del turismo se vio caracterizado por dos instituciones, el Patronato Nacional de Turismo, instituido por el gobierno republicano, y el nuevo Servicio Nacional de Turismo, creado por el directorio nacional: estos coexistieron durante el conflicto y reflejaron los intereses e ideales de los bandos enfrentados. Las Rutas de Guerra se inscriben dentro de este marco histórico y sirvieron al gobierno ilegítimo para enmascarar sus acciones violentas y vehicular en el extranjero una imagen positiva de la España nacional. Tras analizar las causas de su surgimiento y los detalles de su propuesta turística, se evidenciarán también las relaciones entre dos aspectos diferentes: la guerra y el turismo. El uno influyó en el otro aportando una serie de cambios en su misma estructura. Durante la Guerra Civil, de hecho, el turismo tal y como se entendía en los primeros años del siglo XX ya no existía: los cambios afectaron también al tipo de intereses que en este momento se relacionaban con los aspectos más macabros del conflicto. Entre los cambios, también hay que mencionar la misma definición de “turista”.

En la parte central, el estudio se centrará en la primera y única ruta que se puso efectivamente en marcha durante el último año de Guerra Civil: la Ruta del Norte. Se analizarán los dos itinerarios que la caracterizaban haciendo hincapié en los servicios, restricciones y modalidades en que se desarrollaba el viaje. Después de comentar la situación socioeconómica que caracterizó el país ibérico una vez finalizada la contienda y la sucesiva reorganización turística que llevó a la creación de la Dirección General de Turismo por parte del régimen franquista, se propondrá una reflexión sobre el

papel que desempeñó el paisaje a lo largo del periodo histórico-cultural analizado. Ante todo, se definirá lo que se entiende por “paisaje” y luego, se mostrará de qué manera este último influyó en el ámbito turístico español de aquellos años y cómo se percibió por parte de los turistas a lo largo de diferentes periodos del siglo XX. En la parte final de este estudio, se analizarán algunos cambios que se dieron en el paisaje de la Ruta del Norte. Gracias a un viaje realizado en el septiembre de 2022 tras las huellas de la Ruta n.1 del Norte, pudimos verificar estos cambios y documentarlos fotográficamente. En ese viaje se averiguó la presencia en el paisaje español de las marcas históricas dejadas por la Guerra Civil, si su pasado traumático aún convive en el presente. En particular, se compararon unas fotos antiguas realizadas por el Marqués Santa María del Villar con las fotos que sacamos durante el viaje para buscar los testimonios de la contienda y el recuerdo de ellos en la sociedad actual. Se quiso evidenciar el impacto que las batallas de la Guerra Civil tuvieron en cuatro de las ciudades incluidas en la Ruta del Norte y en cada una de ellas se buscaron trazas del recorrido realizado en 1938 por los turistas extranjeros.

1. EL SISTEMA TURÍSTICO ESPAÑOL A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

A lo largo de este capítulo se analizará el contexto sociocultural que interesaba España en los primeros años del siglo XX. En primer lugar, se aclarará la posición del país en el contexto internacional evidenciando cuáles fueron los trascurros históricos que lo llevaron a una condición de aislamiento económico que afectó también el recurso del turismo. En segundo lugar, se presentará el organismo responsable de llevar las riendas del turismo del país para levantarlo de ese estado de marginalidad y conducirlo a una situación mejor, es decir, al mismo nivel con las industrias turísticas de los demás países europeos.

1.1 Las primeras manifestaciones turísticas en España: el periodo Alfonsino

La historia de España resulta ser íntimamente relacionada con el desarrollo de la industria turística del país sobre todo a partir de principios del siglo XX. Con el término «industria turística» (2007: 17-18), Ana Moreno Garrido define aquel conjunto de actividades que llevaron a una evolución del turismo durante todo el siglo XX: de un «turismo de calidad» (2007: 17-18) que se extendió hasta hacia 1936, se pasó a un *boom* turístico que sigue caracterizando la sociedad española. Los comienzos del fenómeno turístico en la península se realizaron bajo el reinado de Alfonso XIII (1902-1923) con cierto retraso respecto a las otras naciones europeas que, ya a lo largo del siglo XIX, estaban preparadas para recibir viajeros y ociosos¹. En concreto, la presidencia del liberal Montero Ríos creó en 1905 una Comisión Nacional con el objetivo de fomentar las iniciativas privadas y difundir la imagen del país en el extranjero (Pellejero Martínez, 2002: 235). Si bien no se conoce demasiado sobre su actividad, la primera tipología de turismo que se difundió tanto en el país como en las demás naciones europeas fue aquella relacionada con el turismo balneario que remonta sus orígenes en las culturas higienistas y terapéuticas del siglo XVIII. De ahí que el turismo propuso dar un impulso al desarrollo de las infraestructuras: ampliar los medios de transporte, sobre todo el ferrocarril, mejorar los alojamientos e incrementar la labor propagandística aumentando el número de oficinas turísticas en el territorio español. Sin embargo, la natura privada del sector, el desinterés estatal junto con la mala gestión de los recursos y la falta de presupuestos, dejaron el país por detrás de las potencias europeas. A contribuir a este alejamiento y subdesarrollo fue también el contexto histórico-social que dominaba en aquel entonces. De hecho, el siglo XX heredó una serie de problemáticas que caracterizaron el periodo anterior como, por ejemplo, la elevada tasa de

¹ Piénsese en el *Grand Tour* que en Gran Bretaña se desarrolló ya a partir de mediados del siglo XVIII (Moreno Garrido, 2007: 15).

mortalidad, las pésimas condiciones higiénicas y sanitarias que acentuaban los efectos de las epidemias, el hambre y por último el analfabetismo. A todo eso los historiadores Julián Casanova y Carlos Gil Andrés añadieron los siguientes aspectos: «la insuficiente nacionalización del Estado, los límites de la representación política, el peso de instituciones como el Ejército o la Iglesia y la falta de canales legales para la incorporación de las demandas de las clases populares» (2009: 10).

De ahí que, el país necesitaba de unas precisas reformas políticas que pudieran levantarlo de esa condición angustiosa de atraso y pobreza, acentuada también por la pérdida de las últimas colonias de ultramar en 1898 percibida como un desastre: «el final de una época y el comienzo de otra» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 11). Para ello, el rey quiso emprender un «programa de regeneración nacional» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 32) junto con la voluntad de las élites políticas de liderar desde arriba una reforma de mejora social, aunque, al final estos intentos acabaron fracasando. Es más, a partir de 1909 se estalló una guerra para el control de la zona montañosa del Rif en Marruecos, un área que interesaba al gobierno español más por una cuestión de prestigio que económica. La situación degeneró en huelga general cuando el presidente del Consejo de ministros, Antonio Maura, llamó a filas las tropas de reservas constituidas principalmente por padres de familia de la clase obrera. De ahí que, a partir del 26 de julio de 1909, tuvo lugar en Barcelona la así llamada Semana Trágica que vio el levantamiento de las organizaciones sindicales apoyadas por socialistas y republicanos. Si bien los motines lograron difundirse también en otras ciudades, acabaron todos duramente castigadas con arrestos, ejecuciones y censura de prensa (Casanova y Gil Andrés, 2009: 45). Dentro de este contexto revolucionario, el sucesivo gobierno de Canalejas propuso un programa de renovación y regeneración social y liberal donde el Estado tenía que intervenir «en las relaciones sociales y económicas con el fin de mejorar las condiciones de vida de las clases trabajadoras». Sin embargo, sus intentos fueron truncados por su asesinato en 1912 y muy pronto serán eclipsados por el estallido de la Primera Guerra Mundial, que, aunque vio España en una posición neutral durante todo el conflicto, desencadenó un clima de tensiones políticas, sociales y económicas que culminaron en las revoluciones de 1917. En aquel entonces, la población española insurgió contra el aumento de los precios de los alimentos debido a una elevada inflación que se generó tras la expansión comercial de España hacia el exterior. Asimismo, se organizaron movimientos revolucionarios obreros cuyas razones no eran totalmente definidas, pero llevaron a un empeoramiento de las circunstancias y a un este estado de crisis que se extendió hasta 1923 (Casanova y Gil Andrés, 2009: 52).

Obsérvese como el contexto sociocultural de España en las primeras décadas del siglo XX fue caracterizado principalmente por tensiones políticas, protestas populares, movimientos anticlericales y un intento de renovación que afectó también el ámbito del turismo.

1.1.1. La Comisaría Regia de Turismo (1911-1928)

El turismo de los primeros años del siglo XX fue caracterizado por un síndrome regeneracionista que pretendía reconocerlo como solución a las dificultades nacionales (Moreno Garrido, 2007: 62). Es decir, se quiso crear una «industria nacional de los forasteros» para traer ventajas y contrastar las problemáticas económicas y sociales que interesaban el país desde hace unas décadas (Moreno Garrido, 2007: 62). A este propósito, en 1911 se creó por Real Decreto propuesto por Canalejas, la Comisaría Regia de Turismo y la Cultura Artística, un organismo dependiente de la Presidencia del Consejo de ministros cuya administración fue dirigida por el comisario de Turismo Benigno de la Vega-Inclán. Se trata de un hombre erudito, apasionado de arte y recuperación de bienes histórico-artísticos² cuyo trabajo fue apoyado por ocho funcionarios, aunque las riendas de la gestión turística quedaban en sus manos. A pesar de que la Comisaría fue «la primera tentativa pública de organizar, estimular y participar en los asuntos turísticos nacionales», la escasez de los presupuestos anuales que remontaban a 75.000 pesetas, la ausencia de medios materiales y su organigrama débilmente estructurado le impidieron alcanzar todos sus objetivos (Moreno Garrido, 2007: 74). Entre ellos destacan los propósitos de divulgar los conocimientos artísticos de España a través de la colección de libritos, *El Arte en España*, el vano intento de capturar el capital extranjero³ y las tímidas tentativas de enlazar el país a través de la participación a eventos y exposiciones internacionales (Moreno Garrido, 2007: 75-78). Con respecto a eso, se puede mencionar el rotundo fracaso de la exposición de 1914, en Londres, que estuvo dedicada enteramente al turismo español. Aunque fue la primera vez en que España tuvo la oportunidad de presentarse delante del mundo exterior, el marqués de la Vega-Inclán no supo aprovechar del importante escaparate internacional que la exposición significaba, proyectando al final una imagen distorsionada del propio país. De hecho, en esa circunstancia ni se mencionaron los modestos éxitos que con mucho esfuerzo se habían logrado hasta entonces en el ámbito turístico: hoteles de calidad, un buen servicio de transportes, una gastronomía muy rica y ciudades bien desarrolladas cuyas atracciones histórico-artísticas podían ser accesibles para todos. Lo único que

²Fue precisamente la recuperación de la Casa del Greco en 1910 y su siguiente conversión en museo lo que le otorgó el cargo de comisario Regio de Turismo (Moreno Garrido, 2007: 76).

³En ese periodo se pudo contar solamente con una modesta inversión de un hotelero belga (Moreno Garrido, 2007: 78).

se logró vehicular fue la imagen de un país romántico y oriental anclado a su pasado histórico-cultural que no conseguía librarse de unos injustos estereotipos populares⁴. Fue esa la imagen difundida por el cartel publicitario bajo el eslogan *Sunny Spain*: una chica andaluza apoyada en una pared desde la cual se pueden reconocer las cumbres nevadas de la sierra Morena precedidas por la Alhambra y el barrio granadino del Albaicín.

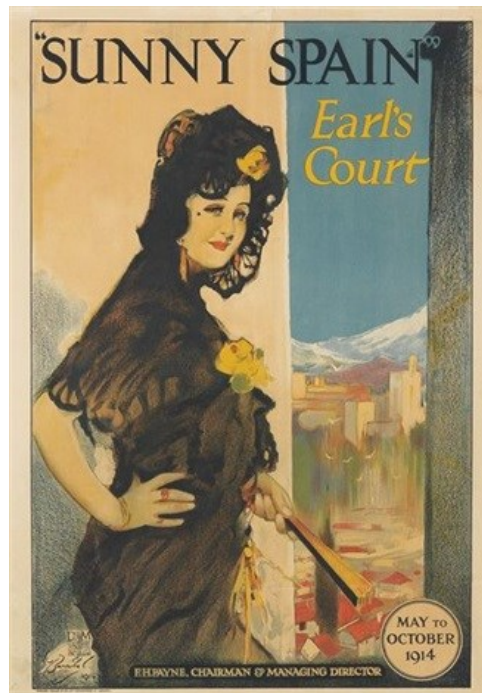


Figura 1: Comisaría Regia de Turismo, *Sunny Spain*, 1914.

De esta forma, el cartel contribuyó a representar solamente una parte de España, aquella que los británicos y el resto de Europa ya conocían: las numerosas riquezas paisajísticas y culturales que el país ibérico podía ofrecer quedaron en la sombra. Eso contribuyó a paralizar el fenómeno turístico y consiguientemente a aislar aún más España del resto del mundo, debilitando la economía española hasta 1939. Solo al final de la Guerra Civil y con el general Francisco Franco al mando, se supo dar un nuevo impulso al sector terciario a través de una serie de estrategias que se analizarán en los próximos capítulos.

A pesar de estas dificultades que se acaban de mencionar, Ana Moreno Garrido describe la Comisaría Regia como un «producto de su tiempo, un organismo bisagra entre el siglo XIX y el XX»

⁴El fracaso de la exposición en Londres de 1914 enfatizó unos rumores que circulaban sobre España y que pueden sintetizarse en la etiqueta de “leyenda negra”. Por ejemplo, se le reprochaba el hecho de haber sido un país cruel y violento contra los nativos latinoamericanos y encima se le condenaba a nivel europeo la dura represión de la así llamada Semana Trágica de Barcelona para la cual se erigió un monumento dedicado a Francisco Ferrer en Bruselas (Moreno Garrido y Villaverde; 2019: 99).

(2007: 77-78) que supo dar un primer impulso a la red de Paradores⁵, valorizó el patrimonio nacional del país abriendo al público la casa del El Greco en Toledo y la de Cervantes en Valladolid y rehabilitó el casco antiguo del barrio de Santa Cruz de Sevilla con especial interés en conservar el patrimonio artístico y cultural del país. Todas estas intervenciones representan pequeñas «semillas» (Moreno Garrido 2007: 79-84) que darán su fruto sobre todo a finales de los años 20 con la creación de la «primera institución turística estatal» (Moreno Garrido 2007: 79-84) que se citará en el próximo capítulo.

1.2. El gobierno primorriverista (1923-1929)

El tumulto causado por los levantamientos y las guerrillas que se subsiguieron a principios del siglo XX, culminaron en 1923 con el golpe de estado del capitán general de Cataluña, Primo de Rivera. Este episodio «terminó con la experiencia constitucional y empezó una dictadura militar» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 54), además de truncar el camino que los liberales habían emprendido hacia una sociedad más democrática y pluralista. De hecho, nada más tomar el poder, el dictador quiso poner orden en la sociedad acabando con las problemáticas sociales y económicas. Por eso, dio lugar a un proceso de institucionalización contando inicialmente con el apoyo del Ejército y las organizaciones católicas. Muy prontamente, declaró sus intentos delante de la prensa de Barcelona donde se definió como un “cirujano” a la hora de intervenir rápida y urgentemente en la sociedad para acabar con cierta indisciplina y llevar mayor rigor (Casanova y Gil Andrés, 2009: 76-78). El historiador Casanova habla de «brazo militar» (2009: 76) para describir la identidad guerrera de esa dictadura que pronto constituyó en Madrid un directorio de inspectores, responsables de mantener el orden público de forma pacífica y al mismo tiempo severa con quienes no respetasen las órdenes. Entre las acciones realizadas a lo largo de su dictadura, que se extendió hasta 1929, se enumeran medidas represivas anticomunistas y sindicalistas, la imposición del castellano como única lengua oficial y la clausura de todas aquellas actividades que pudieran ser consideradas autónomas incluso centros culturales y profesionales. Nótese como una vez más vuelve la metáfora médica con la que se describen determinadas intervenciones hechas en la sociedad: la dictadura como «trabajo de saneamiento» (Casablanca, 2009: 79) necesario para limpiar los vicios tanto de la población como de los organismos políticos.

Otras importantes aportaciones primorriveristas fueron la creación del “somatén”, una milicia armada que remontaba sus orígenes en Cataluña y que ahora se extendía por toda España, el Consejo

⁵Tipo de alojamiento que tendrá mucho éxito sobre todo a partir de los años 30 (Moreno Garrido, 2007: 79).

de Economía Nacional de 1924, que quería acabar con las huelgas obreras y la Unión Patriótica: un partido político que bajo la tríade de Religión, Patria y Monarquía luchaba «en defensa del orden, la propiedad y la autoridad que aseguraba la continuidad de la Dictadura» (Casablanca, 2009: 82). A pesar de su enfoque militar, sus intervenciones garantizaron unos años de bonanza económica que permitieron a la sociedad española – aunque en menor medida respecto a las otras naciones – estar al paso con el proceso de modernización que se estaba produciendo en toda Europa. El aumento de la población que se produjo de 1900 a 1930, implicó una transformación de las ciudades con una mejoría sobre todo de los transportes y un consiguiente abandono del campo para beneficiar de los privilegios y las mejores condiciones de vida presentes en las urbes (Moreno Garrido, 2007: 83-84). El año 1929 representó un importante escaparate internacional para España, ya que, pudo mostrar sus avances económicos e industriales en dos distintas ocasiones: en la Exposición Iberoamericana de Sevilla y en la Internacional de Barcelona donde el país exhibió tanto sus progresos en ámbito empresarial, como los avances alcanzados en la red de infraestructuras en los planes de urbanización y en el sector siderúrgico (Casablanca, 2009: 85).

Sin embargo, ese año constituyó también la derrota del dictador: el “somatén” y la Unión Patriótica fracasaron muy pronto y el apoyo del rey y del Ejército se hicieron cada vez más débiles hasta anularse casi totalmente. A esto, se sumaba un panorama político social que en los últimos años de la dictadura se caracterizó por conspiraciones cívico-militares republicanas, huelgas estudiantiles y un deterioro de las condiciones económicas que determinaron las dimisiones del capitán ya a principios de 1930.

Si las decisiones tomadas por este régimen totalitario lograron levantar en cierta medida las condiciones económicas del país, los tumultos políticos y sociales no se apaciguaron nunca, continuando a estar presentes a lo largo de su régimen. Por lo que concierne a la industria turística del país en esos años, a continuación, se detallarán las primeras intervenciones estatales que garantizaron una primordial y floreciente “edad del oro” (Moreno Garrido, 2007: 84).

1.2.1. El Patronato Nacional de Turismo: su primera fase monárquica (1928-1931)

Para enfrentar el reto turístico que las citadas exposiciones internacionales suponían, el naviero conde Güell animó al gobierno primorriverista a fundar un organismo dotado de un control estatal más fuerte y sobre todo que pudiera disponer de mayores medios económicos que habrían

permitido el desarrollo del sector⁶. (Fernández Poyatos y Valero Escandell, 2015: 160). Se trata del Patronato Nacional de Turismo (PNT), creado por Real decreto n.º 745 del 25 de abril de 1928: el primer organismo público de gestión turística cuya administración supo poner en marcha una serie de proyectos relacionados estrictamente con ese ámbito. Por primera vez, el turismo empezó a ser un asunto del Estado: el gobierno comprendió la importancia de apoyar y financiar aquellos proyectos que la Comisaría Regia no tuvo la posibilidad de llevar a cabo (Moreno Garrido, 2010: 105). En concreto, durante los últimos años de dictadura primorriverista, se intentó desarrollar la industria turística en su conjunto ampliando el concepto de cultura⁷: desde la creación de estructuras receptoras (sobre todo hoteles) junto con el planteamiento de verdaderas escuelas de turismo para preparar figuras profesionales como guías e intérpretes, hasta sensibilizar y acercar al público sobre ese tema a través de campañas publicitarias y centros oficiales de turismo (Fernández Poyatos y Valero Escandell, 2015: 162). El fenómeno turístico, entendido como «fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios»⁸ empezó a vivir unos años de prosperidad y a ser asequible por toda la comunidad española, no solo por una élite restringida (UNWTO, 2008, web). Si los balnearios cayeron en desuso a partir de las primeras décadas del siglo XX, el litoral español empezó a llenarse de turistas anunciando el proceso de masificación que se realizará de forma pronunciada sobre todo en los años 60. El turismo evidenció importantes cambios sociales que se estaban produciendo en aquel entonces: la mayor movilidad alcanzada a través de una eficaz red de transportes y el desarrollo de la industria automovilística, permitieron el desplazamiento de los turistas hacia lugares hasta ahora desconocidos, como, por ejemplo, el «“tren limón” [...] entre Denia y Alicante» que con su «marcha moderada» (Moreno Garrido, 2007: 86) rendía posible la observación de pueblos pesqueros ubicados en la costa de Málaga. Además, tanto en las playas mediterráneas como en las del norte, empezaron a difundirse los cultos “del sol” y “del cuerpo” ya que las pieles blancas típicas de las clases aristocráticas dejaban espacio a un colorido más bronceado junto con la necesidad de practicar deportes más modernos como, la natación, el golf, el tenis y la regata para regenerar el físico y pasar unos momentos de ocio (Moreno Garrido, 2007: 85). De ahí que, las ciudades costeras empezaron a reorganizar sus espacios para hacer frente a estas nuevas prácticas y en sustitución de las actividades normalmente acudidas por las clases altas de la población como «festivales benéficos o procesiones religiosas» (Moreno Garrido, 2007: 85), se programaron una serie

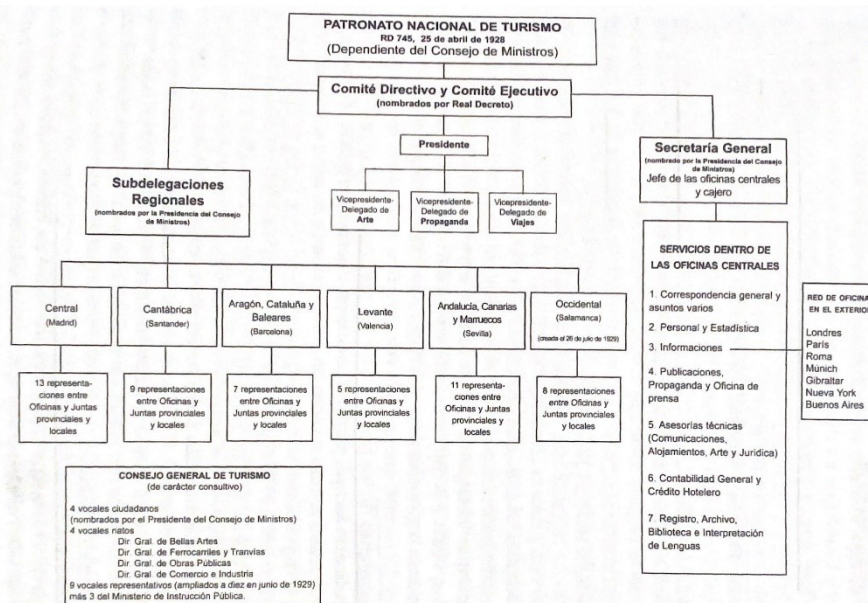
⁶Como afirma Ana Moreno Garrido, es probable que «el millonario aristócrata buscara en el PNT una solución de emergencia ante la situación crítica por la que pasaba su naviera» (2007: 118).

⁷Con el término cultura se indica aquel «conjunto de vida y costumbre, conocimientos, y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época, grupo social, etc.», <https://dle.rae.es/cultura> (último acceso 01/02/2023).

⁸Ver recursos en línea: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> (último acceso 01/02/2023).

de ferias y orquestas asequibles para todos. La mejora de las infraestructuras determinó también el desarrollo de un turismo naturalista y un «veraneo interior» (Moreno Garrido, 2007: 85) que vio un desplazamiento masivo de los habitantes de las grandes ciudades en las pequeñas aldeas ubicadas en silenciosos y revitalizadores entornos naturales, como, por ejemplo, las zonas de montaña.

Es evidente que, para hacer frente a estos nuevos escenarios, el Patronato Nacional de Turismo además de depender directamente del Consejo de ministros, tenía que contar con un complejo organigrama que se basó mucho en la estructura del *Ente Nazionale per la Industria Turistica italiana* y cuyas características se pueden observar en la figura 2 (Moreno Garrido, 2007: 118). En el vértice estaba el Comité Directivo y Ejecutivo compuesto por el presidente conde Güell responsable de la coordinación entre los tres vicepresidentes-delegados de Arte, Propaganda y Viajes. Bajo las dependencias del Comité se encontraban también la Secretaria General que administraba las oficinas centrales junto con las que se encontraban en el exterior y las cinco Subdelegaciones Regionales que pronto serán seis.



Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en Memoria de los trabajos realizados por el PNT desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929 y PNT. Real Decreto de creación. Reglamento General y Reglamento de Régimen Interior. Imprenta Zoila Ascasibar, 1929.

Figura 2: “Administración turística española (1928-1929)”, en Moreno Garrido (2007), *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis, p. 119.

Esta estructura recibió unas modificaciones a partir de 1931 con la caída de la Dictadura y la llegada en abril de la II República, momento en que la nueva Dirección General de Turismo (DGT) sustituyó al PNT hasta diciembre del mismo año (Moreno Garrido, 2010: 106-108). Fue así como el PNT vivió dos momentos distintos: una primera fase monárquica y una siguiente fase republicana que resintió de la importante crisis económica de 1929 y del cambio político que se produjo como se comentará más detenidamente en el próximo apartado.

Ahora es especialmente importante notar como, a diferencia de lo que ocurría antes, el sector turístico entendió la importancia de alejarse de un modelo de administración central y autoritario cuyas iniciativas lograban alcanzar solamente una élite que por sí sola no generaba suficiente dinero para sustentar el sector. Por este motivo, la cooperación y la difusión de conocimientos turísticos a través de un sistema ramificado y una red de profesionistas presentes tanto dentro como fuera del país⁹, fueron el punto de inflexión para dar a conocer España con «su Arte, la belleza de su territorio y el interés vivísimo de su Historia» (Real Decreto número 745 del 26 de abril 1928, página 484). Por primera vez, en el centro de las iniciativas turísticas estaba el turista y para que «encuentre en su recorrido por España aquellas satisfacciones del espíritu y aquellas comodidades materiales que amablemente le inviten a prolongar su estancia y a repetirla» (Real Decreto número 745 del 26 de abril 1928, página 484), había que cuidar de la imagen del país y de sus valores vehiculados hacia el exterior. Se entendió que lo importante era rescatar el país ibérico de una posición de atraso y marginalidad y que, para conseguirlo, había que invertir dinero en las instituciones políticas y culturales. A este propósito, el PNT decidió autofinanciar sus actividades a través de un «seguro obligatorio de personas y ganados vivos» (Real Decreto número 745 del 26 de abril 1928, página 484) que habría asegurado una entrada fija de dinero para resolver en parte el problema de los escasos presupuestos estatales.

En lo que concierne a su fase monárquica (1928-1931), esta fue caracterizada por unas prósperas campañas publicitarias finalizadas a embellecer el país en ocasión de las exposiciones internacionales y atraer el turismo extranjero. El cartel publicitario fue el medio más utilizado y bajo el ya mencionado eslogan *Visit Spain*, se produjeron veinticinco motivos en cuatros diferentes idiomas para enseñar un amplio abanico de matices paisajísticas y culturales de España. A este propósito, obsérvense los siguientes carteles:

⁹Ya en 1929 España podía contar con unas oficinas turísticas en el extranjero como por ejemplo en París, Londres, Múnich, Gibraltar, Nueva York y Buenos Aires (Moreno Garrido, 2010: 110).

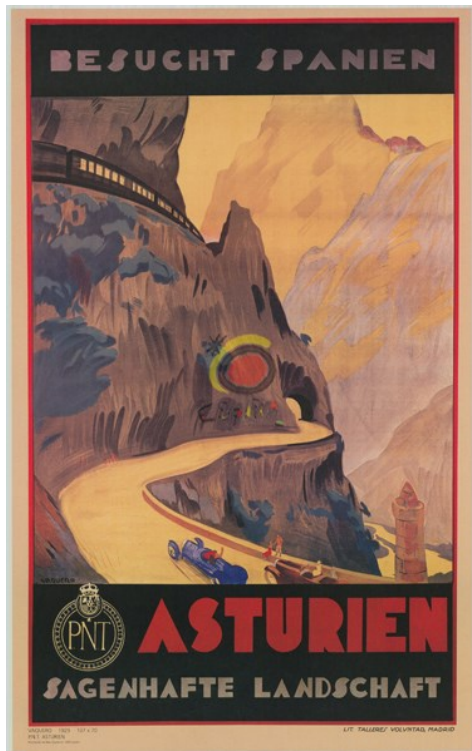


Figura 3: Patronato Nacional de Turismo, *Asturién: sagenhafte landschaft. Besucht Spanien*, 1929.



Figura 4: Patronato Nacional de Turismo, *Fleurs et fruits de la Méditerranée: Visitez l'Espagne*, 1930.

Ya a partir del artículo número 2¹⁰ del Real Decreto de fundación, la propaganda fue una de las funciones principales otorgadas al PNT seguida por un moderno servicio de información y la instalación de oficinas turísticas en todo el país para divulgar y promover la cultura y los encantos españoles. De esta manera, se quería acabar con los erróneos prejuicios que circulaban sobre el país restituyendo una imagen diferente de la que se transmitió durante la exposición en Londres. Los nuevos carteles publicitarios a través del innovador lenguaje decó¹¹ querían estimular tanto la llegada de turistas desde fuera, como fomentar el turismo interno animando a los españoles a visitar su propio país. De esta forma, el turismo dejaba de ser un mero elemento decorativo para ser empleado como fuente de riqueza y prestigio nacional. Lo que las litografías presentaban era una España ya no tanto arraigada a sus tradiciones pasadas, sino abierta a las innovaciones que se sucedían en el ámbito artístico y social europeo en aquel entonces como, por ejemplo, el arte de vanguardia.

¹⁰«Artículo 2: El Patronato. Nacional de Turismo, en el desenvolvimiento de su actuación, ejercerá las funciones siguientes: [...] Promover y apoyar la propaganda del turismo en el extranjero, organizando, cuando así convenga, viajes de información y viajes en otros países, correspondiendo la vigilancia de estos servicios a los representantes de Su Majestad» (Alfonso XIII, 1928: 485)

¹¹Se trata de un lenguaje de arte plástico caracterizado por colores luminosos e impactantes aptos para cautivar la atención del espectador y para vehicular un mensaje de manera directa.

Además de organizar varias campañas publicitarias, el conde Güell invitó a importantes periodistas para que visitasen el país y comprobasen de primera mano sus atractivos culturales y paisajísticos (Fernández Poyatos y Valero Escandell, 2015: 163-164). Estos *press trips* fueron una importante estrategia de comunicación turística que los sucesivos gobernantes continuaron a emplear, tanto durante el franquismo como, en la actualidad. En concreto, en ese momento, se trataba de un recurso muy eficaz para mostrar al forastero lo que era España: los periodistas vivían personalmente esa experiencia y luego la recomendaban a sus conciudadanos generando notables flujos turísticos.

La primera fase monárquica del PNT duró solamente tres años, es decir, el periodo más activo y próspero para el turismo español que puso las bases para una profesionalización y modernización del sector. Como se comentará más adelante, desafortunadamente muy pronto estos logros serán víctimas de los cambios políticos y sociales que se produjeron a finales de los años 30.

1.3. Los años de la Segunda República española (1931-1939)

Tras las elecciones de abril de 1931 los republicanos ganaron en la mayoría de los municipios y obligaron al rey a marcharse de España. La frase latina «*Delenda est monarchia*¹²» pronunciada por Ortega y Gasset en el periódico *El Sol* en 1930, bien ejemplificaba el sentimiento que invadía a toda la sociedad española en ese mismo año. De hecho, después de la derrota de la dictadura, los partidos izquierdistas empezaron a unirse en un Comité revolucionario¹³ con el objetivo de sublevarse contra la Monarquía, romper con el caciquismo y traer la República a España (Casanova y Gil Andrés, 2009: 95). Serán precisamente los miembros de ese Comité quienes compusieron el primero gobierno provisional de la República adquirido por primera vez de forma pacífica y sin baños de sangres. Se trata de una administración que, a través de unas Cortes Constituyentes y un Gobierno parlamentario cuyo presidente fue Manuel Azaña, finalmente pudo representar tanto a la clase media, como al pueblo y a los obreros y campesinos de toda procedencia política. La primera preocupación de estas Cortes fue precisamente la de elaborar una Constitución republicana de carácter democrático y laico que logró aprobar en diciembre de 1931. Como afirman los historiadores Casanova y Gil Andrés, esa Constitución además de otorgar el poder al pueblo y cuidar de los trabajadores «declaraba también la no confesionalidad del Estado, eliminaba la financiación del clero, introducía el matrimonio civil y el divorcio y [...] otorgó el voto a las mujeres» (2009, 101). De ahí que, se trató del primer ejemplo

¹²Literalmente «Hay que destruir a la Monarquía» (Cerdá Torres, 2013, web). <https://www.castelloninformacion.com/castellon-opinion-monarquia-casa-real-reyes/> (último acceso 30/01/2023).

¹³Se trata del Comité que surgió del llamado Pacto de San Sebastián en 1930 (Casanova, 2009: 95).

de gobierno democrático con que España pudo contar, caracterizado por una serie de reformas políticas y sociales novedosas que se analizarán a continuación (Casanova y Gil Andrés, 2009: 98).

En relación con las acciones del nuevo gobierno republicano, hay que destacar la Ley de Reforma Militar necesaria para acabar con el militarismo que caracterizó la dictadura precedente junto con una serie de decretos cuyo intento era lo de mejorar las relaciones laborales poniendo fe en el progreso del país. Entre ellos, se señalan los que cambiaron los salarios de la clase trabajadora y que mostraban una mayor atención hacia sus condiciones laborales y su educación. Además, la República aportó profundos cambios en las normas para las elecciones: la edad mínima se rebajó de veinticinco a veintitrés años y a través de una serie de listas abiertas se extirpó momentáneamente el problema de las fraudulentas prácticas caciquiles (Casanova y Gil Andrés, 2009: 99).

Sin embargo, el nuevo gobierno encontró también muchas dificultades a la hora de proponer una reforma agraria que pudiera satisfacer los campesinos sin entrar en conflicto con los pequeños propietarios terrenos y a la hora de enfrentarse con los ecos de la profunda crisis económica internacional de 1929. Estos elementos de inestabilidad política determinaron la derrota electoral de los partidos izquierdistas de 1933. La gente del campo empezó a rebelarse con protestas y levantamientos – a menudo suprimidos violentamente – y junto con algunos movimientos católicos y anarquistas comenzaron a obstaculizar las labores de la República. Dentro de esta oposición se encontraban también aquellos empresarios que vieron en ese gobierno y sobre todo en los socialistas «una amenaza para sus intereses y la riqueza nacional» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 107). De ahí que, en las primeras elecciones de la historia de España donde las mujeres pudieron votar, en 1933 Manuel Azaña tuvo que dimitir y en su lugar asumió Alejandro Lerroux, representante del ganador Partido Radical. A partir de ese momento, se subsiguieron doce Gobiernos caracterizados por intensas luchas políticas entre las distintas facciones y acompañados por una serie de huelgas obreras cuyo objetivo principal era lo de prohibir la entrada en el Gobierno de la Confederación Española de Derechas Autónomas (CEDA), partido de extrema derecha. En 1934, el ministro de la guerra Diego Hidalgo nombró a jefe del Estado Mayor Central el general Francisco Franco que el mismo año pudo ejercer por primera vez un mando absoluto sobre el orden público. Su intervención fue determinante tanto para acabar con las insurrecciones anarquistas y socialistas de 1934, como con la misma República a través del golpe de estado declarado en julio de 1936 tras las elecciones del Frente Popular en febrero del mismo año (Casanova y Gil Andrés, 2009: 109-138).

1.3.1. La fase republicana del PNT (1931-1936)

En los años republicanos, el ámbito turístico reflejó la inestabilidad y el desorden público que interesaban el país en aquel entonces. Como afirma Ana Moreno Garrido, el turismo es «una de las primeras víctimas de los cambios políticos» (2007: 128) y por eso, a partir de 1931 se caracterizó por una sensible disminución de unos cien mil de viajeros respecto de 1929. A contribuir a esta disminución fueron también los efectos de la ya citada crisis económica que interesaba toda Europa y los cambios que se dieron en la administración del PNT. Al instalarse la República, el PNT se convirtió en Dirección General de Turismo con Claudio Rodríguez Porrero al mando por un periodo tan breve que no le permitió alcanzar ningún logro significativo en ámbito turístico. De ahí que, en diciembre del mismo año se pasó otra vez a la denominación de Patronato Nacional de Turismo. Esta vez se caracterizaba por un nuevo y simplificado organigrama en que la Junta Central, constituida por el presidente, su vice y seis vocales – responsables de varios ministerios y del mundo académico – ejercía su poder sobre el secretario y el vicesecretario general responsables del servicio de información y propaganda turística del Estado. A diferencia de antes, las delegaciones regionales fueron eliminadas para que los mismos ayuntamientos pudieran sustentarlas económicamente y, además, debido al complicado contexto histórico, fueron limitadas las oficinas en el exterior a las de París y Gibraltar (Moreno Garrido, 2007: 127). Sobre la organización turística de los años republicanos no se conoce mucho, pero sí se sabe que «el responsable de la imagen de España» (Moreno Garrido y Villaverde, 2019: 107) en aquel entonces fue Rafael Calleja Gutiérrez, hijo de editoriales e importante figura para la propaganda del país. Además de seguir con las líneas inauguradas durante la fase monárquica, se consiguió un mayor control estatal tanto en los presupuestos que el Estado empezó a reconocerle, como en el control de la actividad privada, aspecto que siguió siendo presente también en las décadas sucesivas. Esta segunda fase se determinó por una reducida producción de material turístico debida a una masiva producción inicial que ya había alcanzado y satisfecho la mayoría del público y por la Guerra Civil que pronto cambió la visión de España en el resto del mundo (Fernández Poyatos y Valero Escandell, 2015: 164).

El caso más emblemático de estos años fue Cataluña, una región desde siempre muy activa en el ámbito turístico: podía contar con una delegación en Barcelona y cinco oficinas del PNT ya a partir de 1928. A pesar de eso, «la llegada de la República y la consecuente creación de la Generalitat de Cataluña fue interpretada como reorganización seria de la cuestión turística» (Moreno Garrido, 2007: 129) ya que, en 1932, el PNT delegó sus oficinas y su usufructo al gobierno catalán. A esta decisión, la Generalitat respondió creando su propia Oficina de Turismo de Cataluña que hasta el estallido de la Guerra Civil ejerció una viva actividad turística hasta crear un homónimo Patronato de Turismo

de Cataluña (Moreno Garrido, 2007: 129-130). De ahí que, la región se hizo siempre más autónoma y supo responder a los cambios generados por la república de forma independiente.

2. EL TURISMO ENTRA EN GUERRA

El estallido de la Guerra Civil llevó no solo a la ruptura del país en dos bandos, sino también al desdoblamiento de las instituciones turísticas. De hecho, cada bando se dotó de una propia administración para desempeñar funciones de interés turístico que respondiesen a sus intereses (Vallejo Pousada, 2019: 97). La guerra, por lo tanto, tuvo un fuerte impacto sobre todo en el ámbito turístico y a continuación se analizará qué efectos provocó y cómo se percibió en cada facción. En principio, se observarán las decisiones tomadas por el bando republicano en respuesta a la labor de los nacionales en el territorio. A este propósito, se mencionará la campaña publicitaria encarada por el Patronato Nacional de Turismo haciendo hincapié en las temáticas y en las imágenes tratadas en sus carteles y folletos divulgativos. Posteriormente, se tratará el trabajo del bando nacional en ámbito turístico junto con su máximo organismo de expresión, el Servicio Nacional de Turismo. Se evidenciarán los movimientos de sus administradores y las consiguientes consecuencias en la imagen identitaria del país.

2.1. «El fascismo destruye el tesoro artístico de España¹⁴»

Como resulta evidente, la Guerra Civil produjo un aflojamiento o más bien una interrupción de los ingresos turísticos en el país, aunque no se puede hablar de una desaparición total del fenómeno. A este propósito, el crítico Vallejo Pousada analiza los distintos flujos de visitantes extranjeros en España desde 1901 hasta 1975 y evidencia como desde el 1,2 % de turistas en 1930 se pasó al 0,1% en 1940 (2015: 92). Durante este periodo el PNT tuvo que reinventar sus ofertas turísticas¹⁵ para enfrentar un escenario político y social totalmente diferente. En efecto, entre sus últimas acciones, antes que empezara la guerra, se encuentra a finales de marzo de 1936 una convocatoria selectiva dedicada a tres figuras profesionales para cubrir las plazas de intérpretes-guías: empleo que muy pronto será dejado en suspenso (Moreno Garrido, 2007: 137). Al estallar la guerra, la principal preocupación del Patronato Nacional de Turismo fue la conservación de los edificios más emblemáticos para el sector turístico: oficinas, monumentos, hoteles y sobre todo la red de Paradores que con mucho esfuerzo se había constituido ya a partir de las labores de la Comisaría Regia y más adelante con la primera inauguración en 1928 del parador de Gredos por parte del mismo PNT (Moreno Garrido, 2007: 138). Para ello, en 1936 el Patronato consiguió obtener un Decreto por el

¹⁴ Eslogan utilizado por el Patronato Nacional de Turismo en sus campañas publicitarias en los años de la Guerra Civil.

¹⁵ Este término se refiere al «conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar [...]» (Socatelli, 2013: 1).

que el Consejo de ministros se hacía cargo de todos los gastos de los Paradores ya que sus dificultades económicas no le permitían cubrirlos (Moreno Garrido, 2007: 138). Sin embargo, el avance de las tropas nacionales en territorios republicanos causó un registro automático de los paradores que allí se hallaban y, por eso, muchos fueron convertidos en hospitales o alojamientos para los militares sin poder ejercer su primaria función, la turística.

Otras de las labores que resultaron ser más ejercidas durante ese periodo fue el desarrollo de la propaganda. A través del Decreto del día 4 de noviembre de 1936, el gobierno republicano de Largo Caballero adscribió el PNT en el recién creado Ministerio de Propaganda para que se hiciera cargo de informar a todo el mundo sobre los maltratos que el patrimonio artístico y cultural estaba sufriendo (Moreno Garrido, 2007: 138-139). Sin embargo, tan pronto como el gobierno republicano consiguió vencer a su enemigo en Madrid, la Subsecretaría de Propaganda dependiente del Ministerio de Estado y dentro de la cual se hallaban el PNT, junto con sus delegaciones nacionales y extranjeras y unas agencias autónomas de propaganda, sustituyó ese Ministerio (Moreno Garrido, 2007: 139). De ahí que, el Servicio de Información del Patronato se encargó de denunciar y dar voz a todos los maltratos y abusos que el patrimonio artístico y monumental español estaban recibiendo. Obsérvese como el objetivo de promover las bellezas paisajísticas y monumentales del país junto con la voluntad de atraer a más turistas posibles a España – y con ellos su dinero – permanecían los mismos, pero cambió la manera de alcanzarlos. Bajo seis folletos titulados *El fascismo destruye el tesoro artístico de España* y producidos entre 1937 y 1938, se mostraron los destrozos de todos aquellos atractivos que hasta entonces habían sido de principal interés para los turistas como, por ejemplo, «el Museo del Prado, el Patio Trilingüe de la Universidad de Alcalá, el Palacio del Duque de Alba, al Palacio Nacional de Madrid, el Palacio del Infantado de Guadalajara, la pila bautismal de Cervantes y el sepulcro del Cardenal Cisneros» (Moreno Garrido, 2007: 139). Por lo tanto, el objetivo del PNT de enseñar al público lo bueno que había en España se sumaba al propósito de denunciar los daños que los sublevados estaban causando a ese patrimonio; como afirma Ana Moreno Garrido, cada bando empezó a usar el turismo como herramienta política para defender su propia causa. Es decir, cada acción emprendida en ámbito turístico tanto por los nacionales como por los republicanos servía para acusar las decisiones tomadas por la facción contraria.

2.1.1. De paisajes idílicos a panoramas decadentes

Por lo que concierne a la labor propagandística llevada a cabo por el Servicio de Información del Patronato, los seis títulos antes citados emplearon unas imágenes que se acercan mucho al estilo de lo que en italiano se llama “rovinismo” (de la palabra italiana “rovina, es decir, “ruina”). Se trata

de una corriente artística que se desarrolló a finales del siglo XVIII sobre todo en Alemania, Francia e Inglaterra y que cumple perfectamente con el objetivo de representar un paisaje decadente y la caducidad de la existencia. Sin embargo, si los artistas pertenecientes al “rovinismo”, como por ejemplo Giovanni Battista Piranesi, Jean-Baptiste Camille Corot o Caspar David Friedrich, retenían las ruinas una viva demostración de un pasado histórico y glorioso del país, los republicanos querían denunciar un dramático «expolio cultural» (Moreno Garrido, 2007: 135) que su nación estaba sufriendo.

Esta tendencia se diferencia claramente del ya comentado art decó que había interesado las producciones culturales editadas hasta esos días. En efecto, de paisajes idílicos, encantadores e ideales pintados con colores vivaces y alegres, se pasó a representaciones macabras y conmovedoras caracterizadas por colores neutros y apagados que infundían una sensación de angustia y agobio. Si antes las técnicas empleadas oscilaban entre el dibujo, la litografía, la pintura y raras veces la fotografía, ahora esta última acababa siendo el método preferido por el PNT y empleado en todas sus representaciones (Lázaro Sebastián, 2015: 151). Este procedimiento permitía capturar el paisaje real donde cada detalle resultaba imprimido en un fotomontaje cuyo potencial era lo de ser impactante ante un público curioso y sorprendido. Los fotógrafos se hacen cargo de representar la realidad y entre ellos, en este periodo se distingue Pere Catalá-Pic junto con el ilustrador Josep Renau, ambos empeñados en promover la cultura y la educación como armas contra el fascismo (Brandis y Del Río, 2016 :11). A través de fotografías en blanco y negro se muestran edificios, monumentos, puentes y carreteras estropeadas o derribadas por la guerra. Como afirma Ana Moreno Garrido, el objetivo principal era lo de «poner en antecedentes, de una forma breve y documental, al mundo que ama la cultura y la civilización, de todos los destrozos que la sublevación militar causa en España» (2007: 135). A este propósito, véanse las siguientes imágenes:

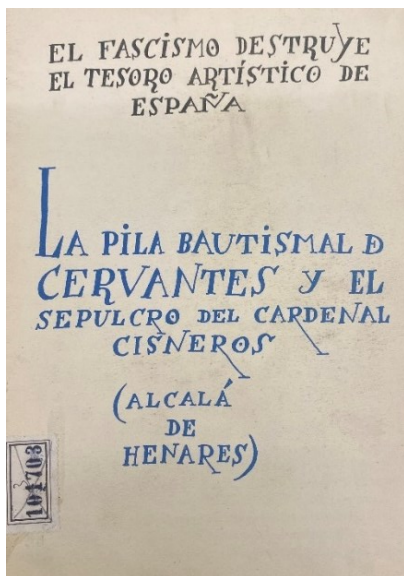


Figura 5: Patronato Nacional de Turismo, *La pila bautismal de Cervantes y el sepulcro del Cardenal Cisneros*, 1937-38.



Figura 6: Patronato Nacional de Turismo, *La capilla y el sepulcro después del bombardeo. El sepulcro del Cardenal Cisneros*, 1937-38.

El folleto en cuestión atestigua los daños causados por los fascistas al patrimonio cultural e identitario del pueblo de Alcalá de Henares, en concreto al sepulcro del Cardenal Cisneros y a la pila bautismal de Cervantes. Se trata de dos lugares muy importantes para la historia del país y por eso reivindicados por parte de los republicanos a través de las siguientes palabras:

Ninguno de estos dos monumentos ha sido respetado por los fascistas. Y la guerra civil provocada por ellos los ha destrozado. El yugo y las flechas de los Reyes Católicos sólo les sirve para justificar los bombardeos, los destrozos. Y esas ciudades abiertas llenas de historia que ametrallan matando a sus pacíficos habitantes son la mejor prueba de su falso amor a la tradición de España (PNT, 1937-38: 2).

Obsérvese el tono acusatorio de estas oraciones, los fascistas se describen antes que nada como irrespetuosos y falsos: se les acusan de usar impropriamente los símbolos de la esfera religiosa católica de los cuales pretenden apoderarse con orgullo, aunque, en realidad, solo les sirven como capa protectora para enmascarar y poner bajo buenas luces sus acciones violentas. La mención a la falta de respeto hacia las obras de arte y a la falsedad empleada por el bando adversario, son aspectos clave en la propaganda republicana ya que se contraponen a los valores que ellos mismos defienden definiéndose transmisores y protectores de la cultura española tradicional.

Para completar la serie de los seis títulos citada anteriormente, en esos años se editaron también cuatro carteles publicitarios bajo el mismo eslogan e imágenes igualmente sorprendentes; obsérvese los siguientes ejemplos:



Figura 7: Patronato Nacional de Turismo, *Las ruinas del arte de España son una acusación más contra el fascismo*, 1937-38.

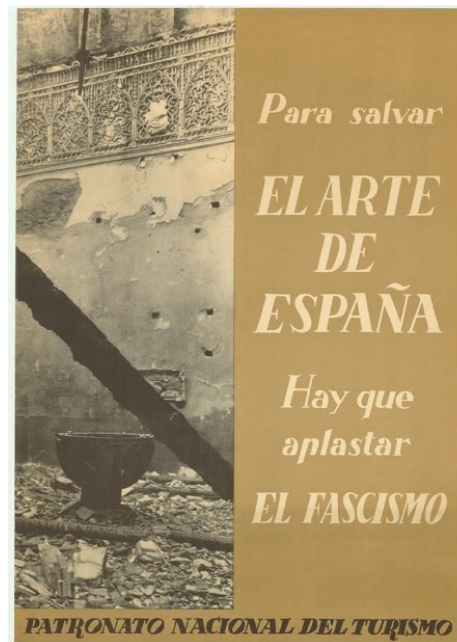


Figura 8: Patronato Nacional de Turismo, *Para salvar el arte de España hay que aplastar el fascismo*, 1937-38.

En el primer cartel se presentan los arcos de la nave central de una iglesia derribada junto con la fachada de otro edificio bombardeado con una balconada en hierro, mientras que en el segundo se muestra lo que queda de la capilla del Oidor en la iglesia de Santa María de Alcalá de Henares. A través de un sutil juego de luces y sombras, la fotografía representa magistralmente la plasticidad de los elementos retraídos otorgándole un aura de belleza destrozada y pena que habría suscitado interés en los que las vieran. De esta manera, guerra y propaganda turística se entremezclaban entre sí tanto con el intento de acusar crímenes y falsedades como para crear una conciencia histórica y social sobre los acontecimientos. El turismo – con su maquinaria de propaganda – empieza a ser una herramienta indispensable para el Estado, necesario para crear una conciencia nacional y testimoniar momentos históricos que necesitan ser compartidos, conocidos y, por lo tanto, lamentados.

La última aportación del PNT en este ámbito fue la publicación entre 1937-38 de los folletos *Nuevas obras de arte salvadas* y *Destrucción: Documentos de la guerra por la independencia de España*. Aquí se quieren enfatizar los esfuerzos republicanos para cuidar del patrimonio artístico y cultural de España y sus exitosos tentativos de «salvar, evacuar, proteger y rescatar las maravillas que de siglos hay acumuladas en esta tierra, que, en estos momentos en parte estamos reconquistando, conquistando a la barbarie, despojando de ellas a la traición» (Patronato Nacional de Turismo, 1937-38: 2). Entre esas maravillas, que se encontraban debajo de la protección de la Junta de Incautación, Protección y Conservación del Tesoro Artístico Nacional, se enumeran, entre otros hitos, el

monasterio de El Escorial, el cuadro *Las Hilanderas* de Velázquez, una carta autógrafa de Santa Teresa, etc. (Moreno Garrido, 2007: 140). En respuesta a estas acciones del bando republicano, la crítica Ana Moreno Garrido testimonia el pronto ataque de los nacionales: tras una «decisión de urgencia tomada por la República que había sacado de la ciudad algunos cuadros del Prado, tapices del Palacio Real y del Palacio de Liria para trasladarlos a Valencia» (2007: 140) los nacionales acusaron a sus enemigos de esconder la mayoría del Arte de España sin cuidar de su seguridad. De ahí que, el PNT decidió invitar en 1937 una delegación británica imparcial para que averiguara de primera mano la transparencia y honestidad del trabajo de protección del tesoro artístico de España.

A partir de ese momento, la España republicana trajo a su país ilustres personajes como Hemingway o el Dean de Canterbury, para enseñarle lo que estaba ocurriendo en España sin tener que contárselo (Moreno Garrido, 2007: 140). Este fenómeno será ampliado por el bando contrario y dará lugar a una importante iniciativa turística que se analizará en el próximo capítulo.

2.2. El Servicio Nacional de Turismo (1938-1939)

En lo que concierne al trabajo del bando nacional, este se diferencia del republicano por un claro interés en desmentir las acusaciones y utilizar asuntos turísticos para justificar sus decisiones políticas y económicas. Fue así como, al estallar la guerra, hubo una fuerte centralización de los órganos de prensa, propaganda y turismo que bajo el control del Estado pasaron en 1938 a depender directamente del Ministerio del Interior. A partir de este año se nombró a Ramón Serrano Suñer como jefe nacional de los Servicios de Prensa y Propaganda y, a su lado, se distinguían al falangista Dionisio Ridruejo¹⁶ al mando de la nueva jefatura de la Delegación Nacional de Propaganda y a José Antonio Giménez Arnau que se ocupaba de la jefatura de la Delegación Nacional de Prensa (Del Río Lafuente, 2016: 446). Se trata de políticos comprometidos e ideológicamente cercanos al pensamiento fascista de la Falange, es decir, «el pensamiento social-conservador de la iglesia católica y los principios de orden, unidad nacional y autoridad de los militares» (Del Río Lafuente, 2016: 446). Estos principios se encuentran también en la labor del recién creado Servicio Nacional de Turismo (SNT), una organización dependiente directamente del Ministerio de Interior desde su fundación en enero de 1938 con sede en Málaga, hasta diciembre de ese mismo año cuando fue incluida en la Subsecretaría de Prensa y Propaganda del Ministerio de la Gobernación¹⁷ (Ramón Gabriel y García Álvarez, 2016: 388). Al mando de este servicio se nombró a Luis Antonio Bolín Bidwell, abogado y periodista

¹⁶ Uno de los fundadores de *Vértice*, importante revista falangista que operó a partir de 1937 hasta 1946.

¹⁷ Ministerio nacido por ley del 29 de diciembre de 1938 después de la fusión de los Ministerios de Interior y de Orden Público (Larrinaga Rodríguez, 2022: 223).

malagueño que, a pesar de su corta experiencia en ámbito turístico como Delegado Regional del PNT para Andalucía, Canarias y el Marruecos español, fue el verdadero líder del sector durante el periodo de Guerra Civil (Concejal López, 2014: 259). Su personalidad emprendedora y carismática le permitió organizar viajes y desarrollar la empresa hotelera en un periodo en que apenas se contaba con «una máquina de escribir» (Moreno Garrido, 2007: 143). A su lado, trabajó el impulsor de la federación de Sindicatos de Iniciativa Turística, Francisco Vidal Sureda, junto con el cual trasladó en 1939 la sede de los servicios turísticos en Madrid para otorgarles más centralidad y prestigio (Moreno Garrido, 2007: 143).

El Servicio Nacional de Turismo trabajó paralelamente al PNT y, por lo tanto, igual que ese último centró su atención en difundir las preciosidades artísticas, naturales y monumentales de la península para fomentar el turismo y generar divisas que tanto hacían falta. Asimismo, quiso invertir dinero en la reorganización del sector de los transportes y de los alojamientos turísticos: los primeros hoteles que recibieron su atención fueron el Ritz y el Palace cuyas condiciones eran pésimas al no tener luz, agua y ni siquiera «colchones libres de insectos» (Moreno Garrido, 2007: 143). Antes que nada, se quería recuperar la identidad nacional y convencer a los turistas sobre la importancia de la sublevación militar y, por eso, había que abrir las fronteras del país e invitar a los forasteros para que vieran los buenos efectos del bando nacional. De ahí que, el propio Luis Bolín se encargó de realizar las así llamadas Rutas de Guerra, fenómeno que se dio por primera vez en España y que sirvió sobre todo para cautivar la atención de los extranjeros.

El Servicio Nacional de Turismo se puso como objetivo el de preservar todos los éxitos turísticos y consiguientemente económicos del país alcanzados con muchos esfuerzos en 1936 gracias a la labor del PNT. Si es verdad que la guerra rindió difícil esta tarea, tampoco se puede hablar de una parálisis total en ese ámbito, ya que las mismas crónicas de la época atestiguan la presencia de tres tipos de turismo de guerra cuyas diferencias se hallan en la distinta naturaleza de los viajes. A saber: «viajes espontáneos, individuales, familiares o en pequeños grupos a los frentes de guerra, [...] viajes individuales o colectivos al país [...] financiados institucionalmente, [...] viajes colectivos mercantilizados, organizados oficialmente, a los paisajes castigados por la guerra» (Vallejo Pousada, 2019: 124).

Muy pronto, en agosto de 1939 el Servicio Nacional de Turismo pasó a denominarse Dirección General de Turismo (DGT), institución responsable de los asuntos turísticos y culturales hasta 1951 heredados del Servicio Nacional de Turismo que ya había puesto en marcha una serie de iniciativas. La DGT dependía también del Ministerio de Gobernación y estaba estructurada por unas secciones

entre las cuales se distinguían las de Propaganda, Publicaciones y el Departamento de Rutas Nacionales (Del Río Lafuente, 2016: 453).

3. LAS RUTAS DE GUERRA

En este capítulo se analizará el fenómeno de las Rutas de Guerra que abrió España hacia el exterior dando lugar a una serie de flujos turísticos de visitantes que viajaban, bien por mera curiosidad, bien porque querían entender lo que estaba aconteciendo en aquel momento en el país ibérico. En primer lugar, se explicará en qué consistía ese fenómeno, cuáles eran sus objetivos y cómo se estructuraba. Luego, se comentará el cambio que las Rutas de Guerra impusieron en la planificación y gestión turística evidenciando los logros y las variaciones que eso comportó tanto internamente como externamente al país. Dentro de este análisis se incluirá también una reflexión sobre la transformación que recibió el mismo concepto de viajero. Se evidenciará la manipulación que su actitud y sus funciones recibieron a causa del entorno social de aquel entonces. A continuación, se subrayará el relieve de la máquina propagandística empleada por el bando de los sublevados en distintas formas: del periodismo a la publicidad. En conclusión, se proporcionarán unos ejemplos de los medios propagandísticos más impactantes a la hora de informar a la población nacional y extranjera acerca del viaje. Finalmente, se presentarán unos fragmentos de algunos periódicos de la época junto con la portada del folleto principal producido en ocasión de la apertura de las Rutas.

3.1. Un verdadero reto turístico

Uno de los eventos que tuvo más éxito a nivel sociocultural durante el periodo de Guerra Civil fue la organización por parte del responsable del turismo Luis Bolín de unas Rutas de Guerra que interesaban toda la península. Léase la definición que propuso Ana Moreno Garrido para entender mejor de lo que se trata: «verdaderos paquetes turísticos por la España ya pacificada y bajo control nacional, [que] estaban destinados a periodistas y curiosos que deseaban ver los escenarios del frente del norte y “las huellas aún ardientes de una epopeya inverosímil”» (2007: 135).

Estas rutas formaban parte de la tercera forma de hacer turismo que se desarrolló precisamente en España a partir de los últimos años de Guerra Civil, es decir, viajes colectivos organizados oficialmente por el gobierno nacional que preveían la visita a los lugares testimonios de la contienda (Vallejo Pousada, 2019: 124). Se trata de cuatro recorridos turísticos: la Ruta del Norte, la Ruta de Madrid, la Ruta de Aragón y la Ruta de Andalucía. De monopolio estatal, fueron organizados por Decretos de 25 de marzo y 29 de octubre de 1938 y dos de ellos se pusieron en marcha en menos de seis meses, es decir, la Ruta n.1 del Norte y la Ruta n.4 de Andalucía (Moreno Garrido, 2007: 144-145). La primera fue inaugurada el primer día de julio de 1938, recorría la mayoría de los territorios que se asoman al Mar Cantábrico y permitía a los turistas elegir si partir desde la frontera francesa en

Irún o desde la frontera portuguesa en Tuy. El viaje interesaba todas las regiones del norte y cruzaba provincias como las de Oviedo, Gijón, Santander, Bilbao y otras que se analizarán con más detenimiento en el próximo capítulo. La segunda y última a ser puesta en marcha fue la Ruta n.4 de Andalucía, programada para el primer día de diciembre de 1938 y que visitaba las capitales de provincias como Sevilla, Málaga, Cádiz, Córdoba y Granada junto con otros pueblos que se hallaban durante el camino de una ciudad a otra como Jerez y Algeciras. Los únicos documentos que se pudieron consultar sobre la Ruta n.4 están representados por una descripción hecha por el Servicio Nacional de Turismo, probablemente entre 1938-39, acerca de la historia, las leyendas, las tradiciones y los monumentos más significativos de Sevilla, como la Giralda, el Alcázar, el Ayuntamiento o la Torre del oro, y un «informe final de la “expedición” de unos americanos» (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 1). Este informe testimonia un largo viaje realizado desde el 28 de julio hasta el 22 de agosto de 1939, cuando la guerra ya había terminado, por un grupo de turistas norteamericanos que según las palabras del SNT «querían verlo todo, pero que a la mayoría de ellos no le interesaba nada, y menos Iglesias y Monasterios» (1939: 1). Con esta declaración se quería describir el interés aparente y superficial de esos turistas que visitaban España y que, al final, se traducían en simple necesidad de ocio y descanso en las ciudades y litorales españoles. Acerca de este viaje se conocen algunos significativos detalles, como, por ejemplo, el total de kilómetros recorridos que remonta a 3.078,5, algunas de las ciudades visitadas – Granada, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Madrid, Zaragoza, Valencia, Tarragona y Barcelona – el estado de las carreteras, la temperatura y el servicio de aduana y policía (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 5). El informe termina con unas evaluaciones finales del recorrido donde se afirma lo siguiente: «[...] el viaje ha sido interesante, pero muy cansado y molesto a causa del calor, del mal estado de las carreteras y de algunos trayectos largos que no había más remedio que efectuar» (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 5). Es evidente como a pesar de los esfuerzos del gobierno nacional para mejorar las infraestructuras del país, no siempre se logró obtener un resultado gratificante.

Por lo que concierne a los demás documentos relacionados con la ruta de Andalucía, estos se hallan entre las 115 cajas del Patronato Nacional de Turismo guardadas en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares que, como me confirmó en una charla todavía inédita María Teresa Rías¹⁸, todavía faltan de catalogación y, por lo tanto, no se pudieron consultar. Para tener una idea más clara sobre los recorridos mencionados, véase el siguiente mapa:



Figura 9: Geoff Maas, *The Rutas de Guerra during the civil war, 1938*, AGA.

De las otras dos rutas que Bolín inscribió dentro de su diseño propagandístico, solamente se conocen los recorridos: la Ruta n.2 de Aragón pasaba por Pamplona, Huesca, Zaragoza, Belchite, Teruel, Valencia y Barcelona mientras que la Ruta n.3 de Madrid quería conducir a los turistas por Ávila, Segovia, Madrid, El Escorial, Brunete y Toledo. Las razones por las que no se realizaron se desconocen, aunque la falta de recursos tuvo que jugar un papel importante (Moreno Garrido, 2007: 146-147).

El exitoso establecimiento de estos itinerarios turísticos fue debido a una serie de circunstancias propicias para el gobierno de Franco. De hecho, ya a partir de 1938 se habían puesto las bases institucionales para la creación del Nuevo Estado consiguientemente a la conquista de los territorios del norte fieles a la República (Vallejo Pousada, 2019: 127). Antes de detenerse en el análisis de los cambios turísticos que se produjeron en la sociedad, es necesario hacer referencia a una propuesta hecha precedentemente por el alemán W. Brömme, que parece haber influido en la labor de Bolín, aunque nunca se realizó. En efecto, Brömme se dirigió a la Dirección General de Tráfico Marítimo para aconsejar la organización de «viajes colectivos de turismo» (Larrinaga

¹⁸ Una de las responsables de la Sección de Documentación de la Biblioteca Nacional de España.

Rodríguez, 2022: 225-226) con el objetivo de hacer frente a la ingente falta de divisas extranjeras. La propuesta si bien beneficiosa para la economía española fue rechazada probablemente porque en 1937 el sector turístico faltaba todavía de presupuestos organizativos. Sin embargo, un año más tarde Bolín sin aparentemente tener contactos algunos con esa iniciativa, concretó una idea muy parecida que al final resultó ser útil no solo para sublevar la economía española con el ingreso del dinero extranjero, sino también para rescatar España de una condición de aislamiento internacional invitando a visitar el país. A este respecto, se invirtió mucho dinero en medios eficaces de propaganda con el objetivo de obtener la atención de la opinión pública internacional y consiguientemente acercar España al panorama socioeconómico mundial. Eran precisamente estas las finalidades que el director del SNT quería alcanzar con su proyecto y que, como atestiguan los datos oficiales, al final logró conseguir. De hecho, en poco menos de un año y medio, se recorrieron unos 250.000 kilómetros y se estimaron entre las 6.670 y 20.010 llegadas de turistas perteneciente a distintas naciones¹⁹ (Moreno Garrido, 2007: 146). Entre ellos se reconocían sobre todo periodistas, «escritores, profesionales, sacerdotes y profesores universitarios» (Moreno Garrido, 2007: 147).

Con el apoyo del Gobierno nacional y de dos empresas privadas²⁰ que se hicieron enteramente cargo de los gastos, se puso en marcha un proyecto que interesaba distintos sectores además del turístico: el sector de los transportes, de las estructuras receptoras, el económico-financiero y el de las infraestructuras (Moreno Garrido, 2007: 145). Por primera vez se notó una voluntad de cooperación y creación de una red de entidades que habrían colaborado para alcanzar el mismo objetivo: sublevar la economía española. Para conectar todos estos organismos, Luis Bolín se dotó de un eficiente equipo compuesto por el coronel de Infantería Francisco Vidal Sureda, socio del comité directivo y ejecutivo del PNT y el ingeniero industrial Laureano de Armas Gourie, presidente del Cabildo Insular de Gran Canaria entre 1927 y 1929 (Larrinaga Rodríguez, 2022: 229). Ellos mismos fueron encargados por Bolín de averiguar la viabilidad del plan en el territorio buscando posibles adherentes sobre todo a nivel internacional. Armas Gourie empezó esta misión por los territorios del norte, buscó atracciones, albergues y todos los posibles itinerarios que pudieran satisfacer el proyecto de Bolín. Además, fue enviado en Europa occidental para establecer contactos con las agencias turísticas necesarios para el envío de los turistas a España (Holguín, 2005: 1406). Fue así como se afiliaron empresas y bancos extranjeros de primera categoría que habrían tomado parte a esta iniciativa distribuyendo cupones y generando divisas. En concreto, los bancos concedían los billetes de cada viaje a las agencias

¹⁹Según lo que afirma Ana Moreno Garrido, la mayoría de los turistas procedía de Gran Bretaña e Italia, pero hubo algunos también de Australia (2007: 147).

²⁰Las empresas en cuestión son la SEIDA (Sociedad Española Importadora de Automóviles) y una privada asturiana responsable del «mantenimiento de los autocares y la contratación de los conductores» (Moreno Garrido, 2007: 145).

nacionales y sobre todo extranjeras las cuales se relacionaban directamente con los turistas interesados o con las agencias más pequeñas. Dentro de este entramado, hay que destacar el hecho de que cada elemento recibía unas facilidades de pago que les permitían tomar parte en este proyecto sin ninguna dificultad. Por un lado, las agencias principales recibían un porcentaje del 15% sobre cada billete vendido y a su vez podían proporcionar el 10% a las agencias más pequeñas²¹, por el otro, los bancos obtenían un 0,5% por el servicio que ofrecían y que se concluía con el envío del total recogido al banco central de Londres. Este último era responsable de comunicar los ingresos al «titular de la cuenta nº 2» (Bolín, 1938: 2), es decir, al encargado del banco inglés de remitir el dinero a España. En cambio, por lo que concierne a los viajeros que se desplazaban en tren o autocar, el precio del billete – fijado a ochos libras esterlinas o su equivalente en las otras monedas – permanecía invariable mientras que por los que escogían el buque, podían recibir una reducción del precio incluso hasta del 45% (Larrinaga Rodríguez, 2022: 232). A pesar de estos datos numéricos, es importante destacar la misión unificadora llevada a cabo por Laureano de Armas y Vidal Sureda: lograron conectar España y sus ideales fascistas tanto con «países amigos» como sobre todo con «países hostiles» (Larrinaga Rodríguez, 2022: 232) que mostraron el más alto interés en llevar a turistas en las Rutas de Guerra²².

Fue así como el turismo se convirtió en una verdadera máquina empresarial que además de ocasionar beneficios a nivel exterior los produjo también a nivel interno. De hecho, para ofrecer un servicio eficaz se contrataron intérpretes y guías especializados que pudieran acompañar a los turistas de forma profesional a través de veinte autobuses amarillos de marca Dodge procedentes directamente de la empresa norteamericana Chrysler Corporation²³ (Cordero, 2006: 1). Para conseguir estos últimos hubo una serie de dificultades sobre todo a nivel económico – ya que su coste era de 660.000 pesetas – pero, al final Bolín tuvo éxito y unos días antes de que se abrieran oficialmente las Rutas llegaron a España. Fue a partir de ese momento cuando se decidió pintarlos de color naranja y denominarlos con los nombres de los lugares significativos para el avance de la guerra o de las batallas que se habían concluido exitosamente como, por ejemplo: «Batalla de Brunete, [...] Teruel» (Ortega, 1963: 33), y otros más²⁴. De esta forma, empezó un proceso que Sandie Holguín llamó «*naming*» (2005: 1410), es decir, el nombre de cada autocar evocaba determinados valores y suscitaba particulares sentimientos en los pasajeros. De esta forma, el gobierno nacional legitimaba sus

²¹Las agencias más pequeñas ayudaban las agencias principales en vender los billetes del viaje.

²²Para un estudio más profundizado sobre cuáles fueron las agencias más interesadas en el envío de turistas a España, véase el artículo *Las rutas de guerra. Propaganda y turismo en la España franquista durante la Guerra Civil* de Carlos Larrinaga Rodríguez, 2022.

²³Según afirma el periódico *El Mundo*, se trata de autobuses que vinieron utilizados para el servicio escolar (Cordero, 2006: 1).

²⁴Al final de la contienda fueron pintados de color verde y rebautizados con «nombres más turísticos y paisajísticos» (Moreno Garrido, 2007: 146).

conquistas y las rendías oficiales a los ojos de los turistas y también del pueblo español que desde sus casas veían los autobuses pasar. Obsérvese como cada elemento empleado en las Rutas de Guerra sirvió primero como medida propagandística y luego para legalizar un gobierno recién sublevado que estaba conquistando el país a través de las armas. Esta decisión de nombrar los autobuses contribuyó a render memorable y significativo el viaje con el objetivo de procurar una experiencia impactante pensada en cada mínimo detalle. Además de eso, a nivel interior se intervino también en las carreteras y los puentes cruzados por el itinerario rindiéndolos accesibles y al alcance de esos modernos autocares. Es evidente como durante el conflicto las infraestructuras fueron unas de las primeras a ser afectadas por los golpes de artillería y, por eso, había que recuperarlas, aunque no siempre se alcanzó ese objetivo²⁵. Otro considerable ámbito de intervención fue el hotelería²⁶ con edificios restaurados y embellecidos para la llegada de los turistas cuyas impresiones de viaje, como se vuelve a declarar, estaban por encima de todo. De hecho, Bolín aprovechó mucho de la red de Paradores que ya estaba presente en el territorio gracias a las intervenciones del rey Alfonso y posteriormente del gobierno republicano.

Todos los elementos con los que el viajero se encontraba a lo largo de su camino formaban parte de una precisa narrativa creada por el bando nacional para que se apoyara su causa. Esa narración iba constituyendo una memoria colectiva de viaje que tenía que ser positiva e impactante con el fin de crear un sentimiento de devoción y apego con respecto a España y a su historia. La misma Palou Rubio destaca el intento de estas Rutas de Guerra de trabajar con los «sentimientos e ideologías de los visitantes extranjeros» con el fin de crear una conciencia internacional sobre los logros y mejoras que se habían producido en el país (2022: 172).

3.1.1. Una nueva forma de hacer turismo

Por definición esos itinerarios transitaban en lugares de guerra activa entremezclando ruinas con paisajes bucólicos y suscitando fuertes emociones en quienes los emprendían. A partir de ese momento, de hecho, el turismo cambió bastante. Si a finales del siglo XIX esta práctica estaba reservada a unas élites que viajaban sobre todo en verano por recomendaciones médicas o, ya a

²⁵Como atestigua un documento oficial del Servicio Nacional de Turismo del 29 de agosto de 1939, a pesar de las iniciativas del bando nacional para arreglar las vías de comunicación, hubo una serie de turistas norteamericanos que en sus reseñas lamentaron el «mal estado de las carreteras» encontradas durante la Ruta de Andalucía (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 5).

²⁶A este ámbito se dio gran importancia ya que en ese momento España podía contar con edificios de gran calidad y privilegio al alcance de modernos aparatos como las telecomunicaciones (Vallejo Pousada, 2019: 120).

principios del siglo XX por ocio y descanso, en los años de entre guerra²⁷ estas maneras de hacer turismo se presentaban solo en mínima parte dado que se hablaba más de un turismo bélico y político (Pazos García, 2017: 19). En realidad, el turismo de guerra, mejor conocido como *dark tourism* o *thanatourism*²⁸, remonta sus orígenes en el siglo XIX debido a una serie de cambios socioculturales que acontecieron en aquel entonces. Entre ellos se encuentra la batalla de Waterloo (1815): primer campo de batalla a suscitar interés turístico inicialmente en grupos individuales y posteriormente también en las agencias de viajes que siguen trayendo a turistas hasta en la época contemporánea (Holguín, 2005: 1402). Este fenómeno llegó a ser una iniciativa de masas ya a partir del estallido de la Primera Guerra Mundial y se relacionó con la idea de honrar a los que murieron combatiendo a través de una visita en los lugares más significativos de cada contienda. A este propósito, la crítica Sandie Holguín habla de la difusión del culto de los «*dead bodies*», donde los defuntos representan símbolos necesarios para entender el pasado y para atestiguar procesos de legitimación nacional y política (2005: 1401). Con su muerte, los soldados honraban su patria y testimoniaban la grandilocuencia de las hazañas emprendidas por determinados gobiernos, por eso, había que reconocer su sacrificio. Muy a menudo los viajes se vendían como «*sober excursions meant to commemorate soldiers' great sacrifices to the nation*» (Holguín, 2005: 1409), una forma de peregrinaje y respeto hacia las víctimas, una excursión didáctica necesaria para conocer la historia del país.

También el pensamiento romántico, que caracterizaba la sociedad de aquel entonces, contribuyó a una adoración de los lugares macabros. De hecho, el Romanticismo es una «expresión artística exaltada y sentimental» (Ángeles Ríos García, 2017, web) donde los sentimientos dominan la razón y la muerte acompaña la vida de cada artista y escritor. Para el pensamiento romántico, la muerte era una solución a una vida atormentada, una meta a la que anhelar para escapar de la realidad. De ahí que, la idea de volver sobre los campos de batallas no resultaba ser tan rara: «*violent death became a consumer commodity, a spectator sport like tourism*» (Holguín, 2005: 1404) y, como afirman las estadísticas²⁹, empezó a difundirse por toda Europa. En ese contexto histórico, se hallaban también la revolución industrial y el capitalismo que contribuyeron a conceder más beneficios a la clase media como, por ejemplo, la concesión de más tiempo libre que se podía usar para viajar (Holguín, 2005: 1402).

²⁷Se está aludiendo a los años que iban de la Primera a la Segunda Guerra Mundial.

²⁸Del griego Thanatos, muerte, este término fue introducido por primera vez por Foley y Lennon para indicar las atracciones turísticas en aquellos lugares en que la muerte y el dolor dominan (Lando, 2012: 10).

²⁹Según lo que afirma Sandie Holguín, en el Menin Gate de Ypres, llegaron 100.000 visitantes en 1930, mientras que en Francia llegaron alrededor de 2.000.000 forasteros (2005: 1403).

Por lo que concierne al matiz político que el turismo adquirió en este periodo, según Ana Moreno Garrido cumplía con un objetivo propagandístico con el fin de «ganar simpatías para la causa nacional mostrando al mundo cómo se vivía en esta España “reconquistada”, caracterizada, según sus organizadores, por la tranquilidad y el orden» (2007: 144). De ahí que, el turismo se convirtió en una herramienta que cada facción utilizó para reunir informaciones sobre el desarrollo de la contienda y sobre todo para advertir a los demás acerca de sus logros y conquistas, índices de poder y autoridad. A este aspecto se añade además la voluntad por parte de los sublevados, de justificar sus acciones y dar a conocer su versión de los acontecimientos a través de excursiones que tenían el objetivo de revelar el orden y la tranquilidad que reinaban bajo el caudillo Francisco Franco (Moreno Garrido, 2007: 144). A comprobación de eso, léanse las siguientes palabras:

Debemos enorgullecernos como españoles de la feliz iniciativa del Ministerio del Interior y Propaganda, que abre de par en par las puertas de la España de Franco a los extranjeros para que se convenzan de la verdad de nuestra causa, que jamás mintió en sus informaciones, mediante el recorrido de sus rutas de guerra (s.a., 1938: 1).

Así empezaba el ministro del Interior don Ramón Serrano Suñer su discurso ante la prensa extranjera y nacional, en este caso ante el *Correo de Zamora* el día 7 de junio de 1938 para presentar oficialmente las Rutas de Guerra que se pondrán en marcha a partir del 1 de julio de ese mismo año. Obsérvese cómo apela a los sentimientos, se dirige directamente a las emociones del pueblo español para convencerle de su causa y para vehicular sus valores. Es precisamente por eso que las Rutas nacen como un elemento más de la labor de propaganda política y que servían al Nuevo Estado nacional para abrir las fronteras de un país que había permanecido hasta entonces al margen de la cuestión internacional.

Además de los cambios apenas citados que esa nueva tipología de turismo comportó a nivel interior y exterior, es necesario señalar la huella moral que dejó en la sociedad española. Es decir, la guerra causó no solo efectos visibles en el paisaje y las arquitecturas históricas del país, sino también efectos de carácter traumático en la sociedad española. A este propósito los críticos Gómez Marín y Hernández Jiménez hablan de «“trauma psicosocial”» (2011: 473) entendido como herida con consecuencias sobre la personalidad provocada por la Guerra Civil tanto a nivel individual como en el «tejido social» (2011: 473). Lo que quieren especificar es lo siguiente:

La herida que afecta a la persona tiene sus raíces en su sociedad, no en la persona; y su propia naturaleza se alimenta y mantiene en relación entre la persona y la sociedad, a través de diversas mediaciones institucionales, grupales e incluso individuales (Gómez Marín y Hernández Jiménez, 2011: 474).

El turismo de guerra es solamente una pequeña herramienta dentro de un contexto social más extenso y caracterizado por terror y violencia y, por lo tanto, a pesar de sus ventajas a nivel económico e industrial, se debe considerar como causa de penas y amarguras que afectaron directamente a la población española que se vio implicada en un conflicto que revolucionó cada aspecto de la vida y, por eso, también el turismo. El régimen franquista, de hecho, autorizó la entrada de forasteros en un territorio quebrado y herido por los combates. De esta forma, era como si los visitantes violasen la intimidad de un pueblo duramente afectado por la guerra encontrando felicidad allá donde en realidad no la había. Lo que necesitaba España en ese periodo era un gobierno que pudiera acabar de forma pacífica con los tumultos y el desorden social para permitir al país perseguir la vía del progreso y la modernidad inaugurada en toda Europa a partir del siglo XX. Tras la Guerra Civil, el gobierno de Franco cambió España de forma impetuosa y represiva con dramáticas consecuencias en el territorio y en la sociedad³⁰. Las Rutas de Guerra llevaron a unos importantes beneficios, aunque siempre depende del punto de vista por el que se está analizando: los datos estadísticos que revelaban mejoras no tomaban en consideración la opinión de toda la población española. Hoy en día a la gente mayor le cuesta mucho hablar sobre este tema ya que le causó traumas y heridas tan profundas que prefieren olvidar o dejar por un lado la cuestión (véase apéndice pp. 100-102).

Bajo esta clave interpretativa, el turista que participaba en las Rutas tocaba de cerca un asunto delicado y sus palabras resultaban ser preciosas a la hora de enmarcar España dentro del cuadro de las potencias internacionales. Además, no solo cambiaron las modalidades de hacer turismo, sino también el mismo concepto de “visitante³¹”, ahora entendido como «persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal [...]» (UNWTO, 2008, web). Como se comentaba anteriormente los turistas que emprendían las Rutas de Guerra eran estimulados principalmente por la curiosidad de lo que estaba pasando y por eso se trataba especialmente de periodistas o jefes de agencias extranjeras interesados en documentar la situación. En efecto los datos registrados tanto por la edición del número 26 de *El Mundo* de 2006 como por la *Revista Técnica del Turismo*, número 75-76-77 de 1963, atestiguan la presencia de esas

³⁰A este propósito piénsese en la dura política de represión que caracterizó el gobierno franquista en los años de posguerra (Casanova y Gil Andrés, 2009: 148).

³¹«Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario» (UNWTO, 2008, web). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos> (último acceso 21/01/2023).

personalidades entre los primeros forasteros que visitaron el país a comienzos de julio. Otros tipos de turistas que nacieron a lo largo del siglo XX fueron los familiares de las víctimas que querían rendir homenajes a sus defuntos, aquellas personas que traían fascinación de los eventos macabros y por eso querían verlos personalmente o también aquellos turistas que querían conocer más sobre ese asunto y emprendían el viaje con una finalidad didáctica (Holguín, 2005: 1403). Más allá de eso, es importante destacar también las estrictas restricciones que se impusieron a los viajeros. Eva Concejal López afirma que cada forastero tenía que «declarar cuánto dinero introducía en el país» (2014: 270) y era severamente prohibido importar o exportar moneda española para obviar las Bolsas Negras. Además, los pasaportes y los visados españoles debían de ser válidos y cada turista tenía que estar inscrito en el «salvoconducto colectivo del que era poseedor el jefe del grupo» (Moreno Garrido, 2007: 147). Sin embargo, en los primeros días de puesta en marcha del proyecto nacional se aceptaron también turistas sin pasaporte – aunque inscritos en el salvoconducto – para ingresar dinero en el país y promover la iniciativa (Moreno Garrido, 2007: 147). Todas estas medidas sirvieron para controlar el grupo de personas que debía estar dentro de unos límites geográficos y podía hacer solamente determinadas cosas. Se trata de una forma de control necesaria para evitar accidentes (lo que podía pasar si se entraba en una zona de conflicto activa) y para enseñar solamente aquellos aspectos de España que resultaban ser relevantes para el bando nacional. Además, se tenía que supervisar el material fotográfico de cada visitador que debía estar bajo inspección antes de salir del territorio y tampoco se podían llevar «mapas ni guías turísticas con planos de poblaciones» (Concejal López, 2014: 270). El gobierno nacional tenía que controlarlo todo sin dejar libertades que hubieran podido provocar desorden y tumulto.

3.2. La propaganda fascista: las rutas como tarjeta de presentación para España

Dentro de esa narrativa histórico-cultural que logró enlazar la península ibérica sobre todo con los países hostiles, la propaganda jugó un papel muy importante y fue la herramienta más empleada por parte de ambos bandos, no solo por los nacionales. El ámbito propagandístico fue un verdadero campo de batalla donde la abertura de las Rutas de Guerra representó, por un lado, una oportunidad y un momento de esplendor para exhibir conquistas y supremacía y, por el otro, un momento de decadencia del concepto de turismo que adquiriría cada vez más matices políticas y ministeriales.

Para que se entienda mejor, léanse estas declaraciones:

La propaganda roja ha llevado a todas las tierras noticias absurdas de nuestra situación. Nosotros, que no empleamos el dinero del Banco de España para pagar la propaganda, exponemos ante el mundo entero nuestra verdad, nuestra realidad. Nosotros no decimos al mundo lo que es España, cómo vive, cómo vibra de júbilo por su liberación. Abrimos las puertas para que vengan todos y puedan ver con sus propios ojos lo que ninguna propaganda podía describir. Esa es la mejor propaganda (s.a.,1938: 1).

Así los sublevados describían en el *Diario de León* del día 8 de junio de 1938 su metodología propagandística enfatizando su principal objetivo y diferenciándola de la de sus enemigos, los “rojos”, es decir, el gobierno de la República que aún resistía. Lo que pretendían los nacionales era que las Rutas de Guerra funcionaran de tarjeta de visita para el país y por eso no necesitaban de historietas o largos cuentos para atraer a los turistas. Según su visión, era suficiente abrir las puertas de España para que todos pudieran ver lo bien que se estaba bajo el gobierno del caudillo. En efecto, se hizo evidente el intento de Franco de romper con los «malos vientos de patrañas y malicias» que circulaban en Europa con el objetivo de que «si los de fuera no querían creernos, que vinieran y vieran» (Ortega, 1963: 33). No en vano se trata de recorridos que en el momento en que se emprendían hablaban por sí solos: lo enseñaban todo sin filtros ni máscaras. Es más, el forastero – según el pensamiento del bando nacional – se convertía en «nuestro mejor propagandista» (Ortega, 1963: 33) de ese nuevo proyecto turístico. A través de esta firme organización se declaraba la transparencia del bando nacional frente a la opacidad de sus enemigos que, según lo que opinaban los sublevados, habían construido su debate político sobre mentiras y engaños que impedían a los ciudadanos y a los turistas de conocer la “verdad”. Por estas razones, en ocasión del discurso inaugural del 7 de junio de 1938 presente en distintos periódicos de la época, se quisieron marcar las enormes desigualdades que los dos bandos mostraban en ámbito turístico haciendo hincapié en las capacidades conservadoras y cuidadoras de los nacionales hacia el patrimonio artístico y monumental de España. Léanse las siguientes citas:

Mientras la propaganda enemiga agota hasta el límite su mendacidad, nosotros trabajamos con método seguro y ofrecemos ahora al mundo otra prueba de la capacidad guerrera y política de nuestro régimen nacional [...].

España se enorgullece de poder exhibir al mundo, a propios y extraños muestras del heroísmo de sus ejércitos y milicias y de la pujanza y vitalidad de su juventud, manifestada tanto en el espíritu que alienta en sus organizaciones como unificadas bajo la jefatura del Caudillo de España en la Falange Española Tradicionalista y de las J. O. N. S³². como en su capacidad reconstructiva, que impulsa las más diversas

³² Acrónimo de Juntas de Ofensiva Nacional Sindicalista, partido político de orientación nacionalsindicalista fundado en 1931 por Onésimo Redondo y Ramiro Ledesma Ramos y posteriormente incorporado al partido fascista de la Falange Española Tradicionalista. <https://falange.es/historia> (último acceso 15/01/2023).

actividades, permitiéndole organizar rápidamente sus rutas nacionales de guerra (s.a., 1938: 1-5³³).

Las Rutas de Guerra, además de ser un indudable elemento propagandístico constituían un expícito instrumento político utilizado para enseñar al mundo la «fuerza militar y moral» (s.a., 1938: 1) de los ganadores de la guerra cuyas hazañas han marcado la «epopeya más grande que registra la historia de la humanidad» (s.a., 1938: 1). El caudillo Francisco Franco y sus seguidores consideraban este ámbito un tesoro para España ya que tenían el control de la situación decidiendo quién podía entrar en el país y quien no. Asimismo, la propaganda les sirvió para crear discursos oficiales que permanecerán hasta los últimos años de la dictadura y en los que las Rutas tomaban parte. Se está haciendo referencia a los conceptos fundamentales de Nueva Conquista y de Cruzada³⁴ que conferían a estos recorridos una lectura religiosa y política (Holguín, 2005: 1405). Esos conceptos formaban parte de una verdadera narrativa nacional según la cual los recién sublevados debían reconquistar una España que había sido gobernada por un gobierno sin leyes ni religión (Holguín, 2005: 1405). Franco quería recuperar la pureza de su país tras las huellas de los héroes medievales y los mismos turistas participaban con sus viajes en una similar “reconquista” del territorio español ocupado por una dominación extranjera encarnada por los republicanos (2005: 1416). De ahí que, las Rutas representaban un camino que seguramente habría llevado a la victoria y que, bajo los discursos de Franco, se transformaban en peregrinajes a través de lugares significativos para la cristiandad. A este propósito, Sandie Holguín habla de reliquias y territorios sagrados que se enseñaban a los turistas para que entendieran los sacrificios de los soldados nacionales y se identificaran con ellos (2005: 1409). Eso tenía que pasar para que no se percibieran las reales incongruencias que se hallaban entre los militares y los mismos turistas que alojaban en hoteles lujosos y podían pasear en lugares que poco antes habían sido afectados por sufrimientos y hambre (Holguín, 2005: 1409). Los soldados venían considerados los verdaderos héroes de la contienda y por eso había que venerarlos.

3.2.1. Lo que queda de la propaganda oficial: periódicos y documentos

Dentro de este cuadro propagandístico las Rutas de Guerra iban acompañadas por una serie de folletos, imágenes y crónicas de viaje que contribuían a difundir informaciones y aclarar las modalidades de participación al viaje. Concretamente, los distintos medios de propaganda fueron

³³ S. a., «Rutas de Guerra», *El Correo de Zamora*, 1938, p. 4.

³⁴ Con estos términos se alude a las campañas militares llevadas a cabo durante los siglos XI y XII para liberar los territorios del Al-Ándalus de la presencia musulmana.

puntualizados en el *Encargo de viaje del Servicio Nacional del Turismo para mejorar la organización de la Ruta de Guerra del Norte* del 20 de abril de 1938. Ese documento preveía la publicación de un «cartel anunciador de la ruta» preparado en Tolosa, de un «folleto divulgador de la “Ruta”», el único que pervivió hasta el presente y de un «breve folleto explicativo de la campaña para la reconquista del Norte» (Servicio Nacional de Turismo, 1938: 1-2) sobre el que desafortunadamente no se sabe mucho. El folleto divulgador fue editado en más de cien mil copias bajo el lema «” Visitad las rutas de la guerra en España. La España nacional os invita a visitar”» (Moreno Garrido, 2009: 146). A través de estas publicaciones se querían vehicular mensajes persuasivos y atractivos para convencer al público a visitar España y convencer la opinión pública.

Uno de los medios de propaganda más utilizado por el bando nacional es la prensa. En particular, se conserva hasta el día de hoy una serie de artículos en los que se anunciaban las Rutas y donde se daban informaciones detalladas sobre los recorridos: el itinerario, el precio, la duración y toda una serie de servicios relacionados con el viaje. En concreto la ruta que más llamó la atención de los periodistas fue la del Norte, la primera a ser puesta en marcha. Por otra parte, las especificidades de los otros recorridos se trataron sola y brevemente en algunos periódicos. Entre ellos se encuentra el *Diario de León* donde se pueden leer las siguientes aclaraciones:

Sucesivamente y a medida que las circunstancias lo permitan, se abrirán las rutas de guerra en Aragón, Madrid y Andalucía. Base principal de la primera será la ciudad de Zaragoza, [...], Huesca, Teruel, la sierra de Alcubierre y las ciudades y campos de batalla [...], hasta las orillas del mar Mediterráneo. La ruta de la guerra de Madrid comprenderá la visita al Alcázar de Toledo, la Ciudad Universitaria y los campos de batalla de Brunete y altos del Guadarrama, enlazados por dos ciudades monumentales: Ávila y Segovia. La ruta de guerra de Andalucía tendrá como itinerario, Algeciras, Málaga, Córdoba, Sevilla, Jerez y Cádiz (s.a., 1938: 1).

Estas son las informaciones que los lectores podían recibir sobre los viajes. Cada ruta tocaba ciudades y paisajes significativos tanto para la guerra como para España. Esos datos podían ser ulteriormente complementados consultando el folleto divulgador cuya imagen de portada proponemos a continuación (figura 10).



Figura 10: Servicio Nacional de Turismo, *Visitez les routes de la guerre en Espagne*, 1938.

Se trata de un folleto editado en seis idiomas (español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués) y caracterizado por un mapa donde se evidenciaban las distintas rutas (Concejál López, 2014: 263). Lo interesante es la claridad y la meticulosidad con que se construye este anuncio: el color rojo llama la atención del visitante informándole acerca de la primera ruta que se abrió al público y dándole unas informaciones indispensables como el precio³⁵ y la duración. Con respecto al importe total, las especificidades del billete se podían encontrar también en un documento oficial del Servicio Nacional de Turismo. Allí se aclaraba que «la impresión de estos billetes habrá de hacerse en Berlín» y que el precio es «muy probable que convenga elevarlo al tipo de nueve libras esterlinas» (Bolín, 1938: 2) después de las charlas de Bolín en el extranjero³⁶. El caudillo puso de manifiesto en más de una ocasión su necesidad de proporcionar al Estado Español el máximo beneficio en divisas

³⁵ El precio incluía «tres comidas, un servicio de guías oficiales, alojamiento, seguro y excursiones por parajes turísticos» (Moreno Garrido, 2007: 147).

³⁶ Se está haciendo referencia a los viajes que emprendió Luis Bolín para avisar a los responsables de turismo extranjero sobre la abertura de las rutas.

extranjeras y, por eso, las ocho libras esterlinas que se pueden notar en uno de los primeros folletos editados como lo de arriba (figura 10), es posible que se elevaron a 9 libras esterlinas.

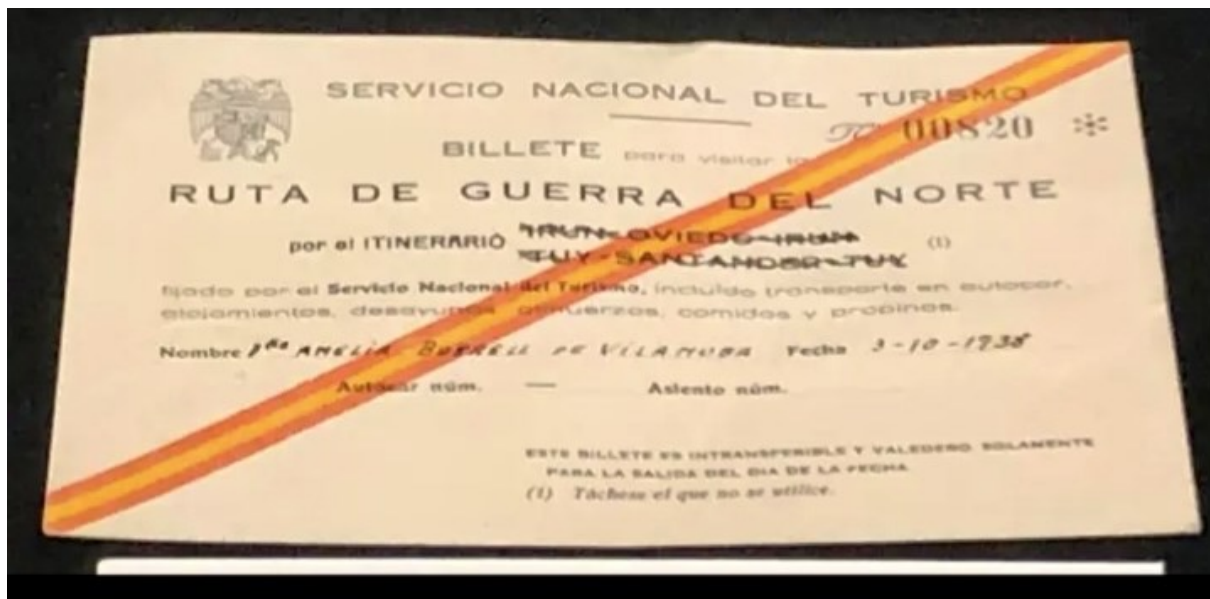


Figura 11: Servicio Nacional de Turismo, *Billete para visitar la ruta de guerra del norte*, 1938.

En la figura 11, se ve el billete que se exhibió en ocasión de la exposición *Frente Norte* desde julio hasta diciembre de 2022 en el Museo de prehistoria y arqueología en Santander. La raya con los colores de la bandera monárquica llama inmediatamente la atención del público y quiere ser una distinción más con respecto a los colores del bando republicano. El régimen quería diferenciar sus materiales propagandísticos marcándolos con los colores de la bandera monárquica distinguiéndose de los de la bandera que caracterizó el gobierno de la Segunda República (1931-1939) compuesta por los colores rojo, amarillo y morado. El billete de la figura 11, pues, representa un testimonio identitario, es decir, un símbolo en el que el bando nacional se reconocía y que al mismo tiempo le servía para tomar las distancias de sus enemigos. No solo eso: también se trata de una marca identificativa sin la cual no era posible entrar en España y, al mismo tiempo, de una medida de control que el régimen usaba para vigilar los ingresos en el país teniéndolo bajo su supervisión. Por debajo de la raya diagonal con los colores monárquicos, se lee el texto del billete que, con el uso de la negrita, subraya las informaciones más importantes como el itinerario, la fecha y el organizador del viaje: el Servicio Nacional de Turismo.

4. LA RUTA DEL NORTE

En el presente capítulo se hará un análisis de la primera ruta de guerra que se puso en marcha: la Ruta del Norte. Se comentará la modalidad en que se concibió este recorrido, el responsable de su abertura y el contexto en que se realizó. Se hará referencia al material publicitario que contribuyó a difundir su conocimiento haciendo hincapié en el poder descriptivo y narrativo que una vez más la propaganda adquirió en el periodo de la Guerra Civil española. A continuación, se mencionarán los documentos que cada viajero tenía que poner bajo la supervisión de un Guía-Intérprete cuya tarea se enmarcará en este preciso momento histórico-cultural. Se presentarán también los dos recorridos que caracterizaban la Ruta del Norte evidenciando tanto el itinerario como las particularidades de sus paisajes y las emociones que estos infundían. Cada itinerario difería del otro por la gente a la que se dirigía y por los significados que los pueblos encontrados durante el camino escondían bajo sus arquitecturas y sus tierras. A conclusión, se presentarán las palabras de un Guía turístico que condujo la primera expedición en la Ruta n.1 bis subrayando sus sensaciones sobre lo que veía y lo que estaba pasando en España en aquel entonces.

4.1. La primera abertura oficial de las Rutas de Guerra

Según lo que afirma el periódico *Fotos (San Sebastián)* en su edición del 25 de junio de 1938, los territorios del norte gozaban de una condición de paz ya a partir del mes de octubre de 1937 (s.a., 1938: 13). A confirmación de eso, hay un documento oficial del Servicio Nacional de Turismo titulado *Instrucciones generales para la visita de la “ruta de guerra del norte”. Temporada 1939* (1939), en que, después de aclarar los dos itinerarios de la ruta, se describen minuciosamente todos los ataques que sufrieron los distintos pueblos ubicados entre San Sebastián y Bilbao. Sin lugar a duda, se trata de un análisis hecho bajo una óptica nacional y, por lo tanto, se evidencian sobre todo las barbaries causadas por los republicanos como, por ejemplo, la destrucción de puentes, carreteras y la provocación de incendios letales (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 1). Con respecto a este último punto, el SNT pronuncia las siguientes palabras: «¡Como en Irún, como en Guernica, como en otros tantos sitios, no fue la guerra lo que causó estas ruinas! ¡Fueron los rojos! ¡Fue el marxismo internacional sin Dios y sin patria!» (1939: 2). De ahí que, el documento adquiere un tono de acusación contra el bando republicano definido asesino, marxista y culpable de la muerte de los que decían de defender: los obreros. En cambio, los militares del bando nacional se describían como héroes y libertadores de los pueblos bajo la amenaza de los rojos. Gracias a ellos, las ciudades fueron

reconstruidas y los ciudadanos pudieron volver a la normalidad y acoger a los turistas como si nada hubiera ocurrido.

En este contexto se ubica la abertura de la ya citada Ruta del Norte documentada en el *Diario de las Palmas* en su edición del 8 de junio de 1938.

La España del Generalísimo Franco se dispone a abrir la primera de sus Rutas nacionales de guerra, organizada en este ministerio por el Servicio Nacional del Turismo e invita a todos los ciudadanos de los países civilizados a recorrer la del Norte a partir del 1 de julio próximo para comprobar personalmente la tranquilidad y el orden que reina en regiones recién conquistadas por las armas [...] (s.a., 1938: 1).

El mismo Luis Bolín, en calidad de jefe del Servicio Nacional de Turismo se hizo responsable de la abertura de la única ruta turística que se puso en marcha en el periodo de guerra activa. Ya a partir de su fundación esa ruta se vio interesada por dos distintos itinerarios. El primero tenía una extensión de 1.101 kilómetros y se nombró “F” porque se asomaba a la frontera francesa, en concreto a los destinos veraniegos de San Juan de Luz y Biarritz³⁷ (Larrinaga Rodríguez, 2022: 233). Ese itinerario partía de Irún y pasando por localidades sugestivas como San Sebastián, Santander y Bilbao, volvía a dejar a los turistas en el punto de partida. Asimismo, el segundo trayecto inaugurado un día después, el 2 de julio de 1938, recibió la etiqueta de primera ruta bis y fue caracterizado por la letra “P” ya que según decía Serrano Suñer fue «diseñado en honor de “nuestros hermanos” de Portugal» (Larrinaga Rodríguez, 2022: 233). En efecto, la ciudad elegida para acoger a los visitantes portugueses fue Tuy y después de un recorrido de 1.550 kilómetros pasando por las rías gallegas, Santiago de Compostela, Lugo, Oviedo y Santander, se regresaba a la frontera por un camino diferente. Ambos itinerarios preveían una duración de nueve días y un gasto de £8 en el que estaban incluidos todos tipos de servicios, a saber, el transporte, el alojamiento, la comida y las propinas. Todo eso fue promocionado a través del folleto divulgador antes mencionado (figura 10) caracterizado por una doble cara en blanco y negro en que el bando nacional especificaba minuciosamente sus intenciones. Obsérvese como una vez más se trata de una herramienta política en que incluso la distribución de las imágenes, del texto y la disposición de cada elemento contribuía a vehicular un preciso mensaje. Quizá se puede hablar de un producto meta narrativo, es decir, un elemento que por sí solo era suficiente para delinear el marco histórico cultural en que se produjo, pero que al mismo tiempo formaba parte de un evidente proyecto narrativo oficial. Mejor dicho, el

³⁷ Localidades conocidas como destinos interesados por un gran número de venerantes y por eso su cercanía con Irún representaba una importante ocasión de atraer a los más turistas posibles (Larrinaga Rodríguez, 2022: 233).

material propagandístico no se limita a enseñar una imagen que cada persona habría podido interpretar de forma distinta, sino que detalla de forma exhaustiva todas las características del viaje y se conecta directamente con los ideales vehiculados por el bando nacional. De hecho, el folleto de la Ruta del Norte incluye, por un lado, un texto solemne y explicativo (figura 12) de la iniciativa turística en cuestión y, por otro, 52 fotografías (figura 13) que bien documentan los valores de España que se querían vehicular a través de ese viaje, como, por ejemplo, la majestuosidad del ejército, los valores cristianos y las bellezas paisajísticas. A través de esta configuración, se crea una «“red conceptual”»³⁸ entre la «lógica simbólica» (Grondona, 2006: 150) concebida por el dictador a la hora de legitimar sus iniciativas y el mismo sistema de símbolos y signos que se halla en la producción propagandística del SNT. De ahí que, se puede ver este folleto como una estructura cultural, un conjunto de significados que operan de forma autónoma, pero que se encuentran íntimamente conectados con un sistema político y social más grande (Grondona, 2006: 149-150).

Para observar esta profunda conexión entre el discurso oficial y el material publicitario, véanse las dos diferentes caras del folleto divulgador de la Ruta del Norte:



Figura 12: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara A.

³⁸ Con este término se define un «sistema analíticamente autónomo de signos, símbolos y prácticas lingüísticas organizadas por sus propias normas y estructuras internas» (Grondona, 2016: 150).

Bajo el título *Paisajes y huellas de la guerra en España*, la cara A muestra en primer plano el mando directivo del proyecto turístico en cuestión. Naturalmente, encima de todos, como si fuera el vértice de una pirámide, se encuentra el retrato del Caudillo que parece dirigir a los demás. En concreto, las seis personalidades que se encuentran en la base de esa pirámide imaginaria son los generales que se hicieron cargo de las ofensivas en los sitios por los que la Ruta del Norte pasaba. Entre ellos se reconocen el General Valiño, el General Vigon, el General Davila, el General Mola, el general Aranda y, por último, el General Solchaga. Estos personajes estaban rodeados por el texto organizado en párrafos sabiamente repartidos de manera simétrica para dar la idea de organización. Lo curioso es que el texto que se halla en esta cara A, empieza con una celebración y conmemoración genérica sobre los campos de batalla haciendo luego hincapié en los conflictos más significativos a nivel histórico como, por ejemplo, Rocroy o Waterloo. El discurso se caracteriza por un tono solemne y altilocuente vuelto a celebrar, en primer lugar, la magnificencia del ejército de Franco y, en segundo lugar, las bellezas de los territorios del Norte (Brandis y del Rio, 2016: 19). El discurso sigue aquí con un tono más suave detallando el paisaje de cada región norteña junto con la descripción de las particularidades de las «cuatro capitales» (s.a., 1938: cara A), de las playas y de los lugares turísticos. Todo eso se enmarca en un marco realizado por diez imágenes representantes los lugares idílicos apenas citados, «tropas vencedoras caminando por los valles de los Picos de Europa, combatientes descansando o población asistiendo a una corrida de toros» (Brandis y del Rio, 2016: 19). Tampoco faltan fotografías que muestran escenas de guerra o puentes derribados por los rojos con el objetivo de atraer la atención de los forasteros y denunciar tales hechos.

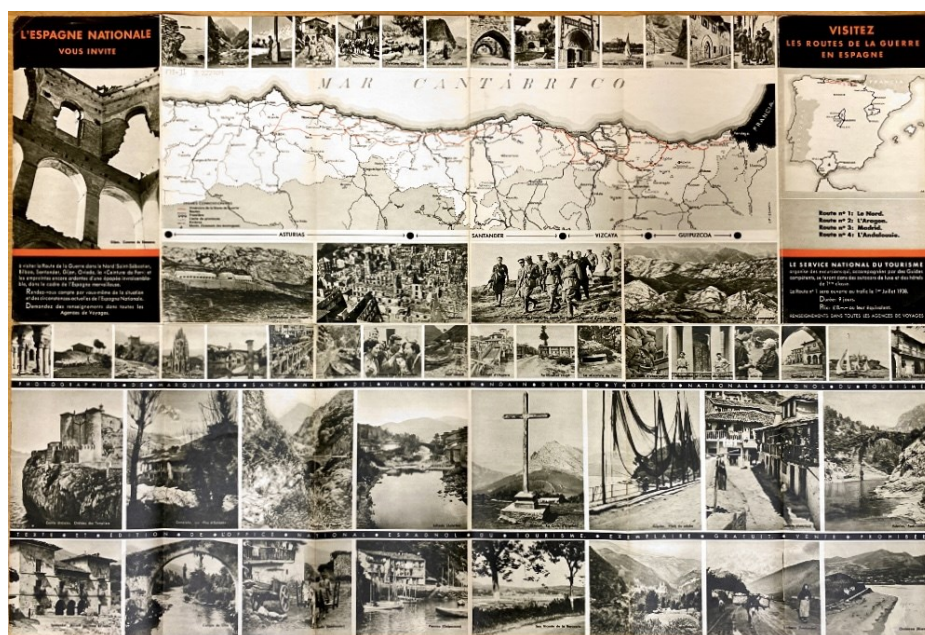


Figura 13: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B.

Si por un lado estas son las temáticas tratadas en la cara A, la cara B (figura 13) se caracteriza por un aspecto menos descriptivo y autoritario y más gráfico y animado. Está dividida horizontalmente en dos partes: la de arriba está enmarcada por las partes delanteras y traseras del folleto doblado con las informaciones sobre las distintas rutas y sus servicios. En el medio de esta sección, se sitúa un mapa cartográfico del norte con los dos itinerarios evidenciados en color rojo y una serie de fotografías de diferente tamaño que, junto con las que se encuentran en la parte de abajo, testimonian los lugares principales de la guerra. En concreto, más allá de los paisajes y edificios típicos del norte, se ven unos militares fascistas despreocupados y sonrientes, seguros que van a ganar el conflicto. Se puede observar el ejército acompañado por el caudillo descender victoriosamente un cerro, algunos soldados que se divierten con las chicas de un pueblo, otros que vigilan monumentos históricos como, por ejemplo, *el árbol* de Guernica³⁹, o en la actitud de cuidar de las personas más frágiles como los mayores y los niños. Todo eso contribuía a ensalzar el bando nacional mostrando actitudes y valores positivos hacia el pueblo, el territorio y la historia de España: ellos habían pacificado el país y gracias a ellos la población española había vuelto a la tranquilidad de antes.

Los instrumentos propagandísticos oficiales testimonian la realización solamente de los dos itinerarios que se acaban de señalar, sin embargo, el crítico Larrinaga Rodríguez menciona también el recorrido “G” que se dirigía hacia los territorios cantábricos y gaélicos por once días (2022: 233). Se trata de una información que no pudo ser comprobada en los documentos oficiales de la época, por lo tanto, este trabajo se limita a indicarla sin posibilidad de profundizar en ella.

Por lo que concierne al viaje por el norte de España, eso podía ser emprendido únicamente por aquellos turistas que disponían del billete que hemos analizado en el párrafo 3.1.1, además del pasaporte y del visado realizado expresamente «“para recorrer la Ruta de Guerra del Norte”» (Servicio Nacional de Turismo, 1938: 1) por un delegado de España en el extranjero. Asimismo, los viajes podían efectuarse solamente bajo la supervisión y el acompañamiento de los Guías-Intérpretes cuya responsabilidad era total. Se trata de vigilantes encargados de hacer respetar las normativas del gobierno nacional, y al mismo tiempo, de dar la impresión de que todo seguía siempre de la manera mejor para que no se percibieran las efectivas limitaciones que había en el país. Ellos mismos disponían de un salvoconducto colectivo en el que se hallaban todos los detalles de las personas que componían el grupo del viaje para que no se añadieran viajeros que no disponían de billete. En otras palabras, los Guías-Intérpretes representaban una herramienta de control del gobierno que a través de

³⁹ Ejemplar de roble bajo el cual el rey Juan I de Castilla bajo el título de señor de Vizcaya, juraba respetar las libertades de su pueblo, https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rbol_de_Guernica (último acceso 16/01/2023).

ellos podía tener todo bajo su control a la hora de abrir las puertas del país durante un periodo tan duro y delicado.

4.1.1. Irún – Oviedo – Irún

Para la investigación sobre cada viaje se consultaron escritos oficiales conservados en Turespaña, Centro Oficial del Turismo español ubicado en Madrid. Gracias a estos documentos se descubrió con precisión cada etapa que incluía el itinerario “F” y que se analizarán en seguida. En primer lugar, el ingreso de los turistas tenía que efectuarse a partir del Puente Internacional ubicado en Irún sobre el río Bidasoa, probablemente el actual puente de Santiago. A pesar de esta circunstancia, a causa de la falta de un espacio adecuado que pudiera acoger a todos los viajeros, Luís Bolín propuso realizar las «diligencias usuales⁴⁰» (1938: 3) en el Hotel Jauregui de Fuenterrabía de modo que, en Irún, los turistas tuvieran que coger el autocar amarillo sin detenerse para chequear los documentos. De la misma forma, los turistas españoles que querían emprender esa ruta podían elegir si partir del Puente Internacional con los turistas franceses o empezar directamente de San Sebastián esperando a los demás (Bolín, 1938: 2). Es relevante subrayar el verdadero motivo por el cual se eligió el Hotel como punto de partida: se trataba del único lugar cercano a la frontera francesa dotado de servicios higiénicos y servicios de comida que pudieran satisfacer las exigencias de las damas y los caballeros. Esta atención que se les prestaba a los viajeros tenía la finalidad de que se sintieran amparados ya desde sus primeros momentos en España y, por eso, empezaran a gastar aún antes de emprender el viaje.

A inaugurar este itinerario fueron precisamente «tres religiosas francesas y un periodista inglés» (Cordero, 2006: 1) que del pintoresco pueblo de Fuenterrabía pasaron a los grandiosos paisajes de San Sebastián hasta llegar a la otra etapa preestablecida en Bilbao. Como se lee en el periódico *Fotos (San Sebastián)* del 25 de junio de 1938, en Bilbao los excursionistas entraron en contacto directo con los acontecimientos de la guerra, sobre todo con los daños provocados por los rojos. En efecto, el recorrido los llevó por el barrio de Las Arenas donde aún se notaban las huellas del incendio causado por los republicanos; luego, tras pasar por el casino de Archanda, símbolo de la resistencia de la gente del país y lugar elegido para hospedar el puesto de mando, llegaron al punto neurálgico de esa guerra: el Cinturón de Hierro (s.a., 1938: 13). Como atestigua la cara B del

⁴⁰ Con este término se hace referencia al análisis del pasaporte junto con la abstracción de los datos necesarios para crear el salvoconducto donde figurarán todos los nombres de los participantes al viaje. Además, se incluyen la inspección de los equipajes a los que vendrán asignados unas etiquetas identificativas, el registro de los billetes y el cambio de las monedas extranjeras (Luís Bolín, 1938: 3).

Itinerario de la Memoria, creado por el Gobierno Vasco en 2018, se trata de una línea defensiva realizada a partir de 1936 por más de 14.000 voluntarios, incluso niños y mujeres, con el objetivo de proteger la ciudad de los ataques fascistas e impedir el avance de los sublevados que habrían destruido todo lo que habrían encontrado a lo largo de su camino. Como se puede notar en la figura 14, este cordal se extendía por 80 kilómetros a partir del paso de Santo Domingo abarcando todo el monte Archanda, teatro de unas de las batallas más sangrientas que tuvieron lugar en el Norte. En 1937, Bilbao se transformó así en un punto de referencia y de acogida, no solo para los heridos, sino también para los que huían de las tropas nacionales cuyas acciones lograron romper el cinturón el día 12 de junio de ese mismo año. De ahí que, los nacionales pudieron entrar por la zona de Gaztelumendi y Urrusti, entre Gamiz-Fika y Larrabetzu, y una semana después tomaron definitivamente el control de la ciudad obligando al gobierno, que antes se amparaba en el Hotel Carlton, a trasladarse en la cercana comarca de Enkarterri (s.a., 2018: cara B).



Figura 14: *Itinerario de la Memoria*, 2018, cara B, publicación del Gobierno Vasco.

Piénsese solo por un momento en el ambiente de tensión en el que entraron los turistas al pasar por las ciudades incluidas en este itinerario. Los visitantes podían tocar con su mano un terreno aún ardiente, ver y manosear hasta los balines de ametralladora que habían caído en el suelo y, como si fuera poco, leer en los ojos de la población, el miedo y la rabia que guardaban. De todo eso los periodistas traían mucho beneficio: todo lo que veían contribuía a animar sus historias y sus relatos que contarían al regresar en su patria. A este propósito la *Revista Técnica del Turismo* de 1963 cuenta sobre las impresiones de un periodista inglés que, al recorrer una ruta no especificada, «tuvo suerte porque [...] nos topamos, de improviso, con uno de aquellos vehículos, parado junto a la cuneta, quizá

para reparar alguna pequeña avería» (Ortega, 1963: 34). Encontrarse con material bélico se consideraba una suerte y era, precisamente lo que algunos turistas deseaban para que su visita adquiriera un toque más interesante y cautivador.

Después de la parada en Bilbao, el itinerario seguía por las ciudades costeras de Laredo, Santander y pasando por «montañas y desfiladeros» (s.a., 1938: 13) llevaba a los turistas hasta el santuario de Covadonga. Se trata de un sitio muy significativo y lleno de referencias histórico culturales: allí el general Pelayo⁴¹, después de recibir a la Virgen María en una visión, echó a los moros de su país marcando el comienzo de la Reconquista. Del mismo modo, el bando nacional tomó ese lugar como símbolo de la nueva reconquista asturiana: no es un caso que Covadonga será el lugar favorito de Franco para pasar sus vacaciones de verano (Holguín, 2005: 1416). De allí el recorrido continuaba por los paisajes idílicos de Cangas de Onís, el paso de Pontón y el pueblo de Arriondas, ambos acariciados por las aguas dulces de los ríos Sella y Piloña. Se seguía por el pueblo de Infiesto y finalmente se llegaba a la «ciudad invicta» (s.a., 1938: 13) de Oviedo. Como afirma el periódico mencionado antes, la capital de Asturias fue teatro de intensas luchas por más de quince meses y logró resistir heroicamente a los duros ataques recibidos y cuyas cicatrices permanecieron evidentes a lo largo de muchos años. Oviedo representaba el punto de llegada de la ruta y, al mismo tiempo, su punto de partida para la vuelta hacia la frontera francesa a través de un camino diferente. A partir de aquel punto, los forasteros iban a Gijón donde se paraban en lo que quedaba del cuartel de Simancas, colegio privado que durante la guerra se convirtió en un cuartel general y donde «cientos de valientes murieron por España, después de una heroica y gloriosa resistencia» (s.a., 1938: 13). Es curioso cómo se decidió hacer un alto en una estructura que representaba claramente un lugar de guerra, pero donde los acontecimientos lo relacionaban más a la resistencia de los republicanos y a la fuerza de su gente frente a la barbarie de los fascistas que a estos últimos. Después, la expedición volvía a Santander pasando por la cordillera del Suevo y el puerto del Fito donde había un mirador que permitía disfrutar de una vista maravillosa. Se pasaba también por otros escenarios de batallas como Castro-Alén, el valle de Valmaseda a Bilbao, las ciudades de Amorebieta y Guernica y en conclusión por los pequeños y típicos pueblos de pescadores de Lequeitio, Ondárroa y Motrico.

Los visitantes regresaban a Irún después de un camino de nueve días en los que habían participado, aunque en mínima parte, a un conflicto aún activo pudiendo contribuir a testimoniar la situación en la que se encontraba España. Sin embargo, aunque el bando nacional pusiera tanto

⁴¹ Celebre conductor asturiano perteneciente al siglo VIII.

empeño en mostrar a los turistas todas las cosas buenas que había realizado en el país a partir del comienzo de la guerra, cada turista percibía y observaba lo que más le llamaba la atención.

4.1.2. Tuy – Santander – Tuy

Por lo que concierne a la ruta n.1 bis, esta se organizó principalmente para conectar Portugal con España. Una prueba de eso se puede ver en el mismo recorrido de esa ruta presentado en la cara B del folleto divulgador publicado en 1938 (figura 15).



Figura 15: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B, detalle.

La cara opuesta del folleto, que se estructura al mismo modo del folleto dedicado a la otra ruta del norte representado en la figura 12, presenta una descripción del itinerario en todos sus detalles. La duración de ese recorrido había que ser de nueve días y el punto de encuentro para los visitantes era el Puente Internacional que pasaba sobre el río Miño en la frontera entre España y Portugal (Servicio Nacional de Turismo, 1938: 1). Como afirman las *Instrucciones generales para la visita de la “ruta de guerra del norte”* en la temporada de 1939⁴², los turistas tenían que presentarse a una hora exacta de la mañana en posesión de su salvoconducto⁴³ sin el cual no podían efectuar el viaje. La primera expedición salió de Tuy el 10 de julio de 1938 con un grupo compuesto por 20 viajeros portugueses, cuyos nombres son visibles en la figura 16 y entre los cuales se reconocían varios periodistas y jefes de distintas oficinas de turismo.

⁴² La temporada en que salían los autobuses para recorrer la Ruta del Norte iba del día 6 de mayo hasta el 15 de octubre de 1939 (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 1).

⁴³ El salvoconducto era un requisito previo para todos los turistas españoles y extranjeros con seis meses de residencia en el territorio nacional (Servicio Nacional de Turismo, 1939: 2).

Lista de personalidades que realizaron la primera ruta de guerra		
	PROFESIÓN	RESIDENCIA
Don Antonio Augusto Pinto Machado ...	Periodista	Porto
Don Antonio Loureiro Dias	Id.	Id.
Don José Manuel Felgueiras	Industrial	Id.
Don Raúl César Pereira da Silva	Abogado	Id.
Don Alyrio Augusto Correia Sampaio ...	Empleado	Id.
Don Eduardo Ribeiro dos Santos	Periodista	Id.
Don Adolfo González Nogueira	Jefe del S. Turismo	Lisboa
Don José Almeida Correia	Oficial de Marina	Id.
Don Diniz Salgado	Periodista	Id.
Don Jorge Brandao Figueiredo	Id.	Id.
Don Antonio Avelino Gonçalves	Sacerdote	Id.
Don Francisco Retrota Correia	Jefe Agencia Cook	Id.
Don José María Marques da Costa	Periodista	Id.
Don Alvaro Lourenco Pereira	Oficial del Ejército	Id.
Don Mario Matias Mario	Periodista	Id.
Don Arturo Portela	Id.	Id.
Don Gustavo Matos Siqueira	Id.	Id.
Don Raúl Santos da Silva	Jefe Agencia Cook	Id.
Don Aprigio Mafra	Periodista	Id.
Don Roberto Buenaga Tato	Turismo de Portugal	Id.

Figura 16: "Lista de personalidades que realizaron la primera ruta de guerra" en *Revista técnica del Turismo*, núm. 75-76-77, 1963.

Un testimonio significativo del viaje fue un Guía Intérprete Auxiliar cuyo relato se conserva en la *Revista Técnica de Turismo* que se refiere a los números 75-76-77 de los meses de mayo, junio y julio de 1963. Según cuenta el Guía, cuyo nombre se desconoce, la primera etapa del viaje fue el pequeño pueblo de La Guardia donde, el grupo hizo una visita a su museo y posteriormente una escalada al monte Santa Tecla, punto desde el cual se pudo ver la Citania⁴⁴ y la ermita de la Santa (s.a., 1963: 49). El Guía confirió a su narración un toque personal anotando sus sensaciones e impresiones. Además de especificar el hotel en que almorzaron, puntualizó el tiempo atmosférico y el relativo estado de ánimo de todo el grupo. Léanse sus palabras: «[...] era un día extremadamente caluroso, de un calor pegajoso y molesto; pero no pudo este fenómeno, raro en Galicia, hacer decaer el entusiasmo, la alegría y el buen humor de los expedicionarios» (s.a., 1963: 49).

La naturaleza gallega protagonizó los primeros momentos del viaje que de Santa Tecla siguió hacia Redondela y las Rías bajas de Arosa, Pontevedra y Vigo, caracterizadas por una «costa de encaje, [...] aguas tornasoladas» y unos «finos celajes de plata de sus atardeceres» (s.a., 1938, cara A). Todo parece referirse a un lugar idílico, «dulce y pintoresco» (s.a., 1938, cara A), una región donde las maravillas del paisaje natural predominan y asombran a los forasteros. Se describe como un territorio encantador, fascinante, con su característica brisa ligera que acompañaba los meses más calurosos. Allí, tierra y mar se combinan hasta encontrar el arte y la historia en la ciudad de Santiago

⁴⁴ Burgo protohistórico fortificado y habitado desde el siglo X a. C hasta el siglo III d. C.

de Compostela, «una de las joyas más rica de España y del mundo» (s.a., 1938, cara A). En esta preciosa ciudad, el Guía cuenta que los turistas pudieron pernoctar y, al día siguiente, visitar sus monumentos, paseando por calles tan armónicas y perfectas que rezumaban historia desde cada rincón. Sin lugar a duda, el atractivo más sorprendente era su Catedral, cuya descripción el escritor inglés Somerset Maugham relató minuciosamente. Sus palabras dibujan una obra majestuosa con torres perfectamente simétricas y que enmarcan una fachada poderosa e impactante, que entra directamente en el corazón de los visitantes. Delante de la Catedral y en el paisaje de Santiago, los turistas se encontraban en una región aparentemente extraña a la violencia de la guerra. Se trata de un lugar en el que el forastero puede experimentar calma y tranquilidad, estando lejos de los horrores de los combates: esto respondía a la intención de mostrarle que España era una nación feliz gracias a la intervención libertadora de los nacionales. En este contexto se añade también el aspecto religioso que conllevaba la arquitectura de Santiago de Compostela. La ciudad formaba parte de aquella narrativa oficial en que el aspecto religioso estaba siempre presente como símbolo del bando nacional. Apoderándose de un lenguaje religioso e incluyendo en el trayecto de estas rutas sitios sagrados, la organización infundía una sensación de amparo y respeto hacia lo divino hasta el punto de que los mismos turistas podían considerarse unos peregrinos en busca de salvación (Holguín, 2005: 1416). Dentro de esa ficción espiritual se encontraba también la prórroga de Papa Pio XII del Año Santo y sus concesiones con las que se podía entrar en contacto a través de la visita a la Catedral durante todo el año 1938.

Según relató el Guía Auxiliar, después de Santiago el viaje seguía por la zona costera de Galicia pasando por La Coruña, hasta entrar en Asturias por el pueblo confinante de Ría del Eo siguiendo por Luarca y la Costa Verde⁴⁵ (s.a., 1963: 49). Al entrar en esa región, la vista de los forasteros se alegraba gracias a los miles matices de verde de sus montañas con que se ganó la denominación de “Suiza española”. Se trata de un lugar donde encontrar descanso y tranquilidad y, al mismo tiempo, donde celebrar la intrepidez de las tropas nacionales cuyo heroísmo se alababa incluso entre sus paisajes. Oviedo representaba una etapa importante en la historia de la Guerra Civil, una ciudad que luchó victoriosamente sin someterse a la barbarie nacional y sin perder su honor. Allí, los viajeros entraron en contacto con barricadas, casas ametralladas y una Catedral intensamente dañada por los bombardeos a la cual se le atribuye el apelativo de Catedral Mártir. A partir de este punto, los dos itinerarios del Norte coincidían y seguían ambos hacia Gijón con una visita al cuartel de Simancas donde generalmente se guardaban unos minutos de silencio como gesto de respeto hacia las víctimas. Covadonga y Santander eran las próximas etapas; aquí, Luis Bolín junto con las

⁴⁵ Este itinerario difiere del recorrido trazado en el mapa cartográfico del folleto divulgador publicado en 1938 ya que de Santiago de Compostela se pasaba directamente a Lugo sin transitar por las ciudades de la costa gallega como La Coruña.

autoridades montaÑesas esperaban a los turistas para acogerlos y darle la bienvenida agradeciéndole su presencia en España. Nunca se olvide de que, en primer lugar, la organización tenía que cuidar del bienestar de los forasteros para que tuvieran una buena impresión, gastaran su dinero en el país y aconsejaran el viaje a sus conciudadanos. A este propósito, el cronista describe unos momentos de fiesta, banquetes y desfiles militares que los jefes habían preparado para entretener el grupo. Se trata de momentos de diversión, que alejaban los viajeros de lo que estaba ocurriendo en el país: una guerra civil. Todo servía como tarjeta de presentación del país, como billete para ganarse la opinión pública y generar una sensación de bienestar en los viajeros. Paisajes, guerra y emociones se entremezclaban sin aparente contradicción generando una nueva imagen de España.

El viaje n.1 bis seguía su camino de vuelta pasando por Lugo, Luarca, La Coruña, Santiago, Pontevedra y Vigo. Después de llegar en Tuy, el último día se organizó una expedición en Valença do Minho para asistir a un banquete de agradecimientos conclusivos. De ahí que, además de entretener a los turistas en un ambiente alegre y despreocupado, se quiso terminar el recorrido en el cercano Portugal como forma de amistad y respeto entre esa nación y España.

5. EL TURISMO EN LOS AÑOS DE POSGUERRA

En los años 40, España era un país duramente afectado tanto por una guerra civil cruenta que acababa de terminar, como por la incipiente y represora dictadura franquista. En esta situación socioeconómica, las medidas adoptadas por el nuevo gobierno idealmente tenían la finalidad de sublevar el país de la miseria. Dentro de este marco, en el capítulo siguiente se analizará el importante papel que tuvo el turismo en ayudar a reactivar la industria española y a planear su camino hacia la modernidad. Se mencionará también la sobrevivencia del fenómeno del que hemos hablado en los capítulos anteriores, es decir, las Rutas de Guerra, cuya existencia dependió de una específica política practicada por el Generalísimo durante la posguerra: el olvido. Finalmente, se observarán los efectos de las iniciativas emprendidas por el Caudillo y Luis Bolín en el ámbito turístico de los años 60, momento de un cambio histórico repentino e inesperado.

5.1. España: una nación renqueante

A partir del 1 de abril de 1939, el caudillo Francisco Franco impuso su dictadura sobre una población que no era tan feliz como el material publicitario de los itinerarios de guerra mostraba. La gente se sentía aprisionada, exasperada y experimentaba cada día el miedo, el hambre⁴⁶ y la penuria. Todo giraba alrededor del Generalísimo que el exalcalde de Archidona definió como «hombre responsable solo antes Dios y la Historia» (Sánchez-Lafuente, 2019: 152). Durante el primer franquismo⁴⁷, el Caudillo inauguró un modelo económico autárquico con el objetivo de ensalzar el prestigio de su nación ya que, según este sistema, el estado debía contar solo con sus propios recursos para el propio sustentamiento sin depender del extranjero. Sin embargo, la adopción de esta política llevó aún más a un empeoramiento de las condiciones socioeconómicas: los sustitutos de los productos que normalmente no estaban disponibles en España resultaban ser más caros e incluso de menor calidad (Voltas Moreno, 2020: 15). A un aumento de los precios no correspondió un aumento de los salarios, ya que no lograron alcanzar los niveles de preguerra y llevaron el país a una situación de pobreza y penuria (Casanova y Gil Andrés, 2009: 200). En efecto, la naturaleza del régimen franquista se puede sintetizar en términos como orden, poder y control absoluto sobre el pueblo español. En relación con este último punto, el Caudillo manipuló los ideales de los españoles hasta el punto de crear una conciencia colectiva que se reflejara en las creencias franquistas. Esta voluntad de «control de la opinión pública» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 201), se concretó en el *Frente de*

⁴⁶ Para entender la hambruna que estaba sufriendo el pueblo español piénsese en el desinterés del gobierno en invertir recursos en la agricultura que quedó por un lado hasta finales de los años 50 (Voltas Moreno, 2020: 16).

⁴⁷ Primera etapa de la dictadura franquista que se desarrolló desde el final de la Guerra Civil hasta 1959.

Juventudes, una institución estatal que, a partir de 1943, obligaba a los estudiantes a inscribirse en él y en la Sección Femenina que desde 1940 se ocupaba de la educación de las mujeres bajo la dirección de Pilar Primo de Rivera.

Los primeros años de la dictadura fueron particularmente duros debido a la represión por parte del estado franquista de los movimientos opuestos al régimen y de todas aquellas personas o «agrupaciones políticas y sociales» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 190) de las que se sospechaba tener relación con la oposición al régimen. Para sancionar este tipo de crimen, el día 9 de febrero de 1939 se promulgó la Ley de Responsabilidades Políticas que preveía «la pérdida absoluta de sus derechos de toda clase y la pérdida total de sus bienes, que pasarían íntegramente a ser propiedad del Estado» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 190). Las sanciones para quienes no habían apoyado al régimen durante la Guerra Civil eran durísimas, sobre todo para los masones y los comunistas, considerados los «máximos responsables de todos los males de España» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 191). De ahí que, las cárceles del país empezaron a llenarse de hombres, mujeres y hasta niños⁴⁸ que vivían bajo situaciones de hambruna y suciedad; se cuenta que entre los años 1939 y 1940 los reclusos eran más de 270.000 (Casanova y Gil Andrés, 2009: 190). Además, otro ámbito a ser duramente sancionado fue el movimiento obrero que se persiguió hasta el punto de eliminarlo en favor de la Organización Sindical Española. Esta herramienta servía al estado franquista para controlar la clase trabajadora, evitar huelgas y cualquier tipo de rebelión contra el régimen (Casanova y Gil Andrés, 2009: 200). Se organizó una verdadera máquina de terror: la denuncia, la represión y la depuración de los enemigos eran conceptos fundamentales de la ideología franquista. Se considera que entre los años 1939-51 se ejecutaron aproximadamente 50.000 hombres y mujeres (Casanova y Gil Andrés, 2009: 190). En la base de la represión estaba la así llamada “cultura de la victoria” que consideraba la punición de los republicanos justa y necesaria para purificar el país (Del Arco Blanco, 2019: 195).

Alrededor de los años 40, se fijaron los precios y los salarios de los trabajadores para garantizarles un bienestar mínimo junto con una serie de ampliaciones de los seguros sociales y la especificación de las cuotas de producción e importación. Se trata de medidas falsamente aperturistas, basadas únicamente en un concepto de dominio y en intereses de lucro y privilegio personal sin tener en cuenta lo que realmente la población necesitaba (Voltas Moreno, 2020: 17-18). La naturaleza del régimen franquista y su mala conducta durante la guerra había causado la exclusión de la península de todos los organismos técnicos establecidos por la ONU. Además, España no pudo acceder al Plan

⁴⁸ En las cárceles se encontraban niños hasta los cuatro años cuando venían transferidos en centros y escuelas dirigidas por las instituciones franquistas como el Patronato Central de Redención de Penas por el Trabajo (Casanova, 2019: 192).

Marshall: un importante programa económico de reconstrucción europea que supuso una serie de beneficios para todos sus miembros a iniciativa de Estados Unidos (Correyero Ruíz, 2003: 49). Esta situación se hizo aún más difícil con el estallido de la Segunda Guerra Mundial que vio España pasar de una condición neutral a ser cómplice del eje nazi-fascista a partir del Pacto Anti-Comintern: «un acuerdo entre Alemania, Italia y Japón para luchar contra el comunismo» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 197). El día 13 de junio de 1940, Franco declaró su beligerancia y quiso encontrar al *Führer* para poder participar en la guerra junto con Alemania e Italia (Casanova y Gil Andrés, 2009: 198). Sin embargo, sus pésimas situaciones económicas y militares, junto con una miseria difusa en el país, comportaron a una exclusión de España del conflicto mundial con la convicción del Eje de que «la no beligerancia española es más ventajosa para nosotros que su intervención» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 198).

5.1.1. Un punto de quiebre: el año 1953

Los años cincuenta llevaron a una serie de novedades tanto en ámbito nacional como internacional que permitieron a España de ponerse poco a poco al paso con la modernidad, después de más de una década de terror, hambre y extremo control político y económico. En 1950, la ONU revocó el dictamen de aislamiento de España para incluirla entre sus miembros cuatro años más tarde, mientras que, en 1953, el país se incorporó en la Organización Mundial de la Salud (Casanova y Gil Andrés, 2009: 213). Ese año representó un momento decisivo, ya que, el estallido de la Guerra Fría, que veía el enfrentamiento entre las potencias ganadoras de la Segunda Guerra Mundial, la Unión Soviética y los Estados Unidos, llevó unos importantes beneficios en la península ibérica. En efecto, a partir de 1951 la política estadounidense empezó a acercarse a la diplomacia española hasta el punto de que, en 1953, se firmaron los Pactos de Madrid. Se trata de unos pactos de Defensa y Mutua Ayuda que preveían quinientos millones de dólares proporcionados por Estados Unidos a cambio de cuatro bases militares en Madrid, Sevilla, Cádiz y Zaragoza (Casanova y Gil Andrés, 2009: 213). Este tratado, permitió mejorar las pésimas condiciones en que se encontraba la economía española en aquel entonces y facilitar la llegada de materias primas y alimentos a precios reducidos. De ahí que, España pudo tomar un poco de aire y empezar a ponerse al paso con las potencias europeas que ya podían contar con un país moderno. Dentro de esta visión más aperturista, el día 18 de julio de 1953 la Organización Sindical creó la Obra Sindical, una institución responsable de la asistencia médica y hospitalaria de los trabajadores que, a diferencia de antes, ahora podían contar con un auxilio sanitario (Casanova y Gil Andrés, 2009: 215). Junto con esta «imagen populista del nacionalsindicalismo» (Casanova y Gil Andrés, 2009: 215), la década de los cincuenta mostró una

primera crisis dentro del régimen franquista. Joaquín Ruiz Giménez, el nuevo ministro de Educación nombrado en ocasión del cambio que Franco aportó dentro del gobierno en 1951, propuso una reintegración de todos los profesores exiliados y apoyó las iniciativas de unos estudiantes de la Universidad de Madrid que querían dar su opinión sobre la sociedad española. Aunque Franco echó a Giménez del gobierno, no pudo evitar la aparición de un núcleo izquierdista y de resistencia en contra del régimen que se manifestó sobre todo a partir de los últimos años de la dictadura.

Estos cambios internos se intensificaron a partir de 1957 cuando, un grupo de jóvenes pertenecientes al Opus Dei⁴⁹, llamados “tecnócratas”, dirigieron el Estado hacia una política de exportación y acercamiento económico con las otras naciones para permitir a España de entrar en el sistema capitalista mundial (Casanova y Gil Andrés, 2009: 218). De ahí que, se aportaron al país una serie de beneficios que se resumen en el Plan de Estabilización aprobado en 1959 para romper con el modelo autárquico y preparar el terreno hacia un país más moderno y una economía más florida. Además del aumento del Producto Nacional Bruto que de 0,5 en 1960 pasó al 7 por ciento en 1962, o de la renta per cápita que de trecientos en 1960 pasó a mil dólares en 1970, tuvo lugar una importante transformación social (Casanova y Gil Andrés, 2009: 219-220). Junto con el aumento de la población, la clase trabajadora empezó a mudarse del campo a la ciudad para trabajar en la industria moderna y dar lugar a la nueva clase obrera (Casanova y Gil Andrés, 2009: 221). Sin embargo, el control de Franco, junto con su política de represión y sumisión de los trabajadores, aunque de forma menos violenta, siguió estando presente hasta su muerte en 1975.

La convivencia entre modernidad y tradición en los últimos años de la dictadura, permitieron al país de mejorar sus condiciones y, gracias a las intervenciones realizadas en ámbito turístico, España ya no se encontraba aislada en el mundo, sino que tomaba parte en el discurso internacional.

5.2. «La monopolización del turismo por el Estado⁵⁰»

Si bien las Rutas de Guerra vieron una buena participación de los extranjeros, el turismo bélico tocó niveles tan bajos que la intensidad mediática⁵¹ pasó de un 300% en 1934 a un 28% en 1936 (Vallejo Pousada, 2015: 100). Asimismo, si en la década de 1930 había 0,28 millones de turistas extranjeros, en la sucesiva estos representaban solamente el 0,1% de la entera población española

⁴⁹ Organización católica creada por el cura Escrivá sobre todo para los jóvenes universitarios, https://www.treccani.it/enciclopedia/opus-dei_%28Enciclopedia-Italiana%29/ (último acceso 26/01/2023).

⁵⁰ Moreno Garrido, 2007: 152.

⁵¹ Con este término se hace referencia al «número de veces que apareció la voz turismo» (Vallejo Pousada, 2015: 105) en los medios de comunicación.

(Vallejo Pousada, 2015: 92). Como afirma Ana Moreno Garrido, las rutas fueron «un insólito experimento turístico», mejor dicho, «una utopía» (2015: 152) que permitió al turismo sobrevivir en un periodo en el que no estaba presente. A comprobación de lo que se acaba de decir, piénsese en las condiciones en que se encontraba el país: «malas carreteras, falta de hoteles, un ferrocarril destrozado, una población hambrienta, un presupuesto turístico mísero [...]» (Moreno Garrido, 2015: 162); bajo estas premisas solamente una personalidad fuerte y preparada como la de Luis Bolín logró rescatar España y ponerla al mismo nivel de las otras naciones. Nombrado director general de turismo entre 1938 y 1952 entendió de inmediato la necesidad de apostar sobre este sector que en el futuro se habría convertido en una verdadera industria rentable. Antes que nada, tuvo que enfrentarse con las mismas restricciones de la política económica franquista que limitaba a los viajeros en el país y rendían poco acogedoras sus estancias. Además, hay que mencionar la complejidad del visado que los turistas debían tener y que la mayoría de los países europeos ya habían abolido, las largas colas que se formaban en las fronteras para retirar los bonos de gasolina, la sobrevaluación de la peseta y la presencia de un amplio mercado negro responsable de difamar la imagen del país (Moreno Garrido, 2015: 163-165). Para superar esta serie de prácticas burocráticas que ya se consideraban antiguas, el turismo se puso al servicio del Estado de manera que se convirtió en herramienta meramente política cargada además de valores nacionales. De ahí que, la Dirección general de Turismo intentó seguir con la línea inaugurada en 1938 por los itinerarios bélicos incluyéndolos en 1940 en las Rutas Nacionales de España: unos recorridos que, aunque su foco ya no era la guerra, mantuvieron la misma estructura de viajes colectivos hechos en autobuses (Moreno Garrido, 2007: 172). Lo curioso es que representaron una verdadera evolución de la Rutas del Norte: a partir de 1947, se estructuraron en dos itinerarios que podían salir de Madrid o Barcelona y subían hasta el norte siguiendo el mismo camino recorrido durante la Guerra Civil⁵². Como se detallará en el último capítulo, más adelante estos viajes empezaron a integrarse dentro de unos circuitos que no se limitaban al norte, sino que enlazaban las distintas regiones de España para proporcionar un servicio más completo y rentable para todo el país.

En línea con esas nuevas ofertas turísticas y para ponerse al paso con el tiempo, Bolín entendió la necesidad de cambiar tipología de propuesta turística, el turismo de guerra y monumental ya se había superado. Los viajeros de aquel momento buscaban un viaje de descanso donde poder entrar en contacto con la naturaleza o practicar deporte. Por eso, a través de las Rutas Nacionales consiguió una primera reactivación del turismo interno y, en 1945, empezó a ampliar el mercado poniendo en contacto España y Estados Unidos, aunque como afirma Ana Moreno, no fueron los americanos a

⁵² Para conocer los detalles de estos recorridos ver Moreno Garrido, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, 2019, páginas 173-174.

conferir el mayor impulso al turismo, sino los europeos y sobre todo los británicos (2015: 156). Finalmente, el mismo Caudillo entendió que, para sanar la situación económico-social del país e integrar España en los negocios internacionales, había que abrir sus fronteras. De allí en adelante, el turismo sirvió como herramienta política y escaparate para vehicular una imagen positiva de España con la que tendría que ganarse la participación en las instituciones mundiales. Su administración política tenía que resultar lo más democrática posible y, por eso, ya a partir de 1945, se pudieron observar «tímidas medidas aperturistas entre las cuales destacan la promulgación del Fuero de los Españoles⁵³ (17/07/45) o la Ley de Sucesión⁵⁴ (7/06/47) que cumplen con el objetivo de mejorar sobre todo la imagen de España en el extranjero (Correyero Ruiz, 2003: 49). A eso se suma la importante labor de diplomacia ejercida por el mismo Bolín gracias a la cual consiguió abrir nuevas Oficinas de Turismo en el norte de América junto con la creación de una serie de organismos como la Comisión Europea de Turismo (ETC) en 1949 y la Organización para la Cooperación Económica Europea (OECE) realizada un año antes (Moreno Garrido, 2015: 156-157).

Dentro de este contexto suscita curiosidad la metáfora con que Correyero Ruíz describió el turismo: un «medicamento beneficioso y antibiótico» (2003: 60) necesario para salvar España de una mala reputación y de una visión que se focalizaba en el totalitarismo del régimen sin interesarse en las numerosas bellezas que el país poseía. Según dicen estas palabras, España estaba enferma y necesitaba una cura para sus heridas debidas al contexto histórico-cultural derivado de la Guerra Civil. Fue precisamente por estas razones que empezó una «diplomacia internacional cuyo reto era conseguir la reanudación de las relaciones exteriores y el reconocimiento del Régimen» (Correyero Ruíz, 2003: 49).

5.2.1. ¡Entren por favor!

A finales de los 40 y principios de los 50, la Dirección General de Turismo organizó una serie de viajes a España dirigidos a las personalidades más influyentes de los países extranjeros⁵⁵ para que pudieran ver personalmente la armonía y la solidez del régimen franquista y el amor que el pueblo sentía hacia su caudillo. Otra vez, se actuó al igual que en el periodo de entre guerra; también los objetivos eran los mismos: recaudar dinero, apoyar la causa franquista y acoger a los turistas. Un

⁵³ Ley que otorga una serie de derechos y libertades al pueblo español, aunque había que respetar los principios vehiculados por el régimen franquista (Boletín Oficial del estado, 1945: 358-360).

⁵⁴ Tras esta ley, España se convertiría en reino y al dictador le sucedería un rey que debía respetar los principios y las leyes del régimen (Villanueva Herrero, 2022, web). <https://www.nuevatribuna.es/articulo/cultura---ocio/monarquía-franquista/20220615120333199528.html> (último acceso 25/01/2023).

⁵⁵ Obsérvese la afinidad de esos viajes con los *press trips* organizados por el PNT en las primeras décadas del siglo XX.

testimonio importante de las iniciativas que se pusieron en marcha son los diarios nacionales publicados entre 1947 y 1951, como el *ABC* y *Pueblo*, además de las diez principales revistas de la época, entre las cuales figura el *Boletín de Información de la Dirección General de Turismo* dirigida por el mismo Luis Bolín. A través de esas invitaciones, resultó claro a los gobernadores de las otras naciones, sobre todo Inglaterra y Estados Unidos, la dificultad de derrocar el gobierno de Franco y, por eso, simultáneamente al surgimiento de la Guerra Fría, empezaron a plantearse un acercamiento diplomático con el régimen. Durante esos años la publicidad y la fotografía se convirtieron en herramientas fundamentales del Estado español para promover dentro y fuera del país una imagen auténtica y eficaz que pudiera atraer a los forasteros y provocar una reactivación del fenómeno turístico. No sorprende que, en correspondencia de la llegada de Eva Perón, el gobierno aprobó un aumento de un 20 % de los sueldos y jornales a los empleados de Prensa (Correyero Ruíz, 2003: 51). A comprobación de eso, se encuentra la nueva campaña publicitaria emprendida a finales de los años 40 bajo el eslogan *Spain is different*. Si bien su origen remonta a una campaña turística promovida por el PNT en 1929, alcanzó su máxima difusión solamente durante los años de la dictadura y, más en concreto, bajo la dirección del Ministerio de Manuel Fraga⁵⁶. El lema en lengua inglesa jugaba con los estereotipos y prejuicios que se habían creado acerca del país a lo largo del tiempo y los usaba para traer beneficios. Un ejemplo de eso son las diferencias paisajísticas y folklóricas que distinguen el territorio español de los demás y los rasgos culturales anclados a las tradiciones pasadas producidas en una determinada época histórica. En su libro *Apología turística de España* (1943), Rafael Calleja⁵⁷ desarrolla un discurso sobre la “diferencia” de España y afirma que el país se caracteriza por un «contraste de norte a sur, a la medida de todos los gustos, donde se goza, además, de buen clima y de la sencilla y acogedora llaneza [...] idiosincrásica de los españoles» (Ramón Gabriel y García Álvarez, 2016: 394). De ahí que, esa “diferencia” se puede hallar en la trilogía Arte, Historia y Naturaleza, tres ámbitos que contribuían a crear la idea de un destino exótico donde se podía encontrar un turismo “de sol y playa” y admirar «paisajes naturales, monumentos históricos y personajes típicos y bucólicos» (Ramón Gabriel y García Álvarez, 2016: 397).

Las medidas aperturistas y la campaña publicitaria que se acaba de mencionar lograron reactivar tanto el turismo interno como el exterior al país que poco a poco llegó a ponerse al paso con las otras naciones también gracias al cambio turístico que se hizo más favorable para las otras monedas, sobre todo dólar y libra esterlina, junto con la supresión de unos recargos y cobros sobre el importe de actividades conectadas directamente con el turismo como el cine o los espectáculos

⁵⁶ Ministro de Información y Turismo (MIT) entre 1962 y 1969.

⁵⁷ Director de propaganda y publicaciones turísticas desde 1930 hasta su muerte en 1975, fue el mayor responsable de la imagen de España durante la Segunda República.

deportivos (Correyero Ruiz, 2003: 53). Los resultados llegaron no solo invitando a los extranjeros a visitar España, sino también gracias a una serie de políticas basadas sobre la negación y la represión de determinados valores que se comentarán a continuación.

5.2.2. Las Rutas: un recuerdo que quedaba lejos

Como ya se comentó en el capítulo 5.1.1, a final de los años 50, la ascensión de los llamados “tecnócratas” hizo mejorar las condiciones socioeconómicas del país hasta el punto de que en una década España entraba en la sociedad de consumo y se ponía al tanto con las otras potencias europeas. Sin embargo, este avance no conllevó una mejora en términos de derechos políticos y de la persona, ni mucho menos en relación con el reconocimiento de lo que había ocurrido durante la Guerra Civil y de la memoria de los vencidos. Continua, de hecho, la política franquista del olvido. Según Francisco Sevillano Calero, la memoria y el olvido corresponden a un «conjunto de representaciones del pasado que constituyen el nivel mediador entre el tiempo vivido y el discurso público» (2003: 297-298). A través de sus medidas de represión, el franquismo borró el recuerdo de un pasado traumático en favor de la vida. Sin embargo, de esta forma, se eliminó parte de la historia de España obligando a quienes vivieron de primera mano la Guerra Civil y, en particular, a quienes la habían perdido, al silencio. El régimen decidió rescribir la historia desde cero, favoreciendo los valores católicos y nacionales y creando nuevos mitos de la identidad nacional. Los viejos tópicos románticos y republicanos se sustituyeron por la idea de un país autosuficiente, renovado y al alcance de la modernidad europea e internacional.

El sistema basado en el poder y el control absoluto también afectaba a la industria del turismo que tenía que reorganizar sus iniciativas mirando hacia adelante. Si bien el turismo logró reanimar un país destrozado donde el hambre y las epidemias junto con la violencia⁵⁸ de los fascistas habían decimado la población, su importante valor histórico e identitario no le fue reconocido, sino que se siguió adelante como si nada hubiera ocurrido (Del Arco Blanco, 2019: 194). Las mismas rutas turísticas organizadas en el periodo de entre guerra se convirtieron en un elemento perteneciente a un pasado que había que olvidar. Aunque se incluyeron en otros recorridos turísticos, no cabe recuerdo de ellas en el territorio, mientras que se mencionan solo en algunos estudios académicos. A este propósito, las marcas que los turistas podían admirar en esos recorridos turísticos fueron, en la mayoría de los casos, abandonadas o sustituidas por algo nuevo con la intención de ocultar lo ocurrido

⁵⁸ Según lo que afirma del Arco Blanco durante los años 1939-51 murieron 50.000 hombres y mujeres, víctimas de la violencia fascista (2019: 195).

durante la Guerra Civil y dejar de lado ese grave momento histórico. El gobierno franquista decidió borrar las huellas de los itinerarios bélicos y organizar otro tipo de viajes que ponían el foco más bien en las bellezas paisajísticas y en las particularidades de España como sus playas y su gastronomía. Como afirma Francisco Sevillano Calero, «la obligación de recordar es de las generaciones posteriores, mientras que el deber de olvidar es de quienes fueron testigos o víctimas de los acontecimientos, de modo que la memoria y el olvido son mutuamente necesarios» (2003: 301). En aquel entonces el olvido fue un elemento imprescindible para el gobierno franquista; ahora recordar resulta necesario para recuperar la memoria histórica y conocer la cara borrada del pasado de España.

5.3. El papel del turismo de masas

A partir de la aprobación en 1959 del Plan de Estabilización y liberación económica, España empezó a resurgir y ampliar sus horizontes socioeconómicos. Aunque se necesitaron algunos años para notar substanciales mejorías, como atestiguan las desigualdades entre los salarios de hombres y mujeres o el aumento del tipo de cambio que en 1959 se llevó a 60 pesetas por dólar, la economía española empezó por fin a ponerse al paso con los otros países. El turismo contribuyó a este desarrollo: los 457 mil visitantes en 1950 pasaron a 2,8 millones en 1959 (Vallejo Pousada, 205: 97). Se puede hablar de un fenómeno de masa o, como afirma Juan Plaza Prieto, de un «“excelente maná” para la economía española, una fuente de divisas, [...] la más importante partida estabilizadora en la balanza de pagos» (Vallejo Pousada, 2015: 97-98). Gracias a la liberación del control de divisas y a la agilización de trámites de visados, el turismo recibió un verdadero despegue dentro de una sociedad que estaba expandiendo su mercado interno e intentaba desarrollar su sector secundario, además del primario (Moreno Garrido, 2007: 225). Empezó a difundirse la idea de España como destino veraniego donde la autarquía franquista quedaba lejos dejando espacio a un modelo económico más aperturista y menos totalitario. El eslogan “turismo de sol y playa” empezó a llenar los escaparates internacionales y consiguió atraer no solo las capas más altas de la sociedad, sino también las clases medias. Esto ocurría a través de carteles y folletos que enseñaban susodichos aspectos jugando con el poder llamativo de los mensajes visuales. Era como regresar a las campañas publicitarias del periodo previo a la Guerra Civil, donde el elemento paisajístico adquiría una notable importancia e infundía un mensaje de paz y encanto. Las playas del norte empezaron a llenarse otra vez de veraneantes que, contrariamente a lo que sucedía en 1938, solo querían pasar unos momentos de placer, ocio y descanso. Otros elementos que lograron fomentar una buena demanda turística fueron la gastronomía, la actitud altruista y hospitalaria del pueblo español y su grande devoción católica que llamó la atención sobre todo de los periodistas americanos como, por ejemplo, Paul Bussard

(Correyero Ruiz, 2003: 59). Durante ese periodo, la Dirección General de Turismo y el Ministerio de Información y Turismo dirigido a partir de 1962 por Manuel Fraga⁵⁹, se hicieron cargo de vehicular una precisa imagen y determinados valores nacionales tomando en cuenta tanto la voluntad del régimen franquista como esa idea de un “país diferente”. Fue así como se realizó un verdadero *boom* turístico que, en 1963, vio la llegada de casi once millones de visitantes y que luego continuó hasta los años ochenta cuando el fenómeno turístico ya se inscribía dentro de las estadísticas internacionales contando más de cuarenta millones de turistas y generando un superávit que pasó de 340 millones de dólares en 1961 a 2.600 millones en 1973 (Moreno Garrido y Villaverde, 2019: 119). Con respecto a este aumento considerable, la *Revista Técnica de Turismo* de 1963 detalla con precisión la procedencia y las características de esos forasteros poniendo de manifiesto no solo sus nacionalidades, sino también si estaban provistos de pasaporte o si eran autorizados a entrar en el país solamente por 24 horas. De esa tablilla que se puede consultar a continuación (figura 17), resultaba que Francia, Portugal, Gran Bretaña y Alemania eran los países más favorables al turismo en España seguidos en menor medida por el Norteamérica y África por un total de 1.170.194 visitantes en el primer trimestre de 1963 (s.a., 1963: 10). Es patente la eficiencia de la labor propagandística ejercida por Luis Bolín alrededor de España y allende el océano.

PERSONAS QUE HAN VISITADO ESPAÑA EN EL PRIMER TRIMESTRE

PRINCIPALES NACIONALIDADES	ENTRADOS PROVISTOS DE PASAPORTE			EN TRÁNSITO POR PUERTOS			AUTORIZADOS POR 24 HORAS			TOTAL DE VISITANTES		
	Primer trimestre 1963	Primer trimestre 1962	Aumento en 1963	Primer trimestre 1963	Primer trimestre 1962	Aumento en 1963	Primer trimestre 1963	Primer trimestre 1962	Aumento en 1963	Primer trimestre 1963	Primer trimestre 1962	Aumento en 1963
DE EUROPA												
Alemania	35.165	26.749	31,5 %	7.620	8.318	- 8,4 %	121	5	-	42.906	35.072	22,2 %
Austria	2.063	1.798	14,7 %	388	307	- 23 %	1	1	-	2.452	2.195	11,7 %
Bélgica	9.688	6.854	41,3 %	1.162	1.319	- 11,9 %	4	-	-	10.854	8.173	32,8 %
Dinamarca	12.156	11.150	9,0 %	927	620	49,5 %	5	-	-	13.088	11.770	11,2 %
Francia	389.833	409.305	- 4,8 %	16.871	13.084	28,9 %	49.842	38.436	29,7 %	456.546	460.825	- 0,9 %
Gran Bretaña	44.778	34.263	30,7 %	36.987	35.592	3,9 %	42.493	285	-	124.258	70.140	77,2 %
Holanda	8.067	5.458	47,8 %	5.518	4.951	11,5 %	222	10	-	13.807	10.419	32,5 %
Italia	11.514	11.798	- 2,4 %	17.507	19.671	- 11,0 %	2	-	-	29.023	31.469	- 7,8 %
Noruega	1.695	2.075	- 18,3 %	1.005	901	11,5 %	1	-	-	2.701	2.976	- 9,2 %
Portugal	75.394	58.323	29,3 %	12.147	11.660	4,2 %	1.567	1.023	53,2 %	89.108	71.006	25,5 %
Suecia	15.068	13.179	14,3 %	1.143	725	57,7 %	-	55	-	16.211	13.959	16,1 %
Suiza	9.243	7.548	22,5 %	763	838	- 8,9 %	1	15	-	10.007	8.401	19,1 %
Otras de Europa	4.128	4.134	- 0,1 %	1.998	3.934	- 49,2 %	41	-	-	6.167	8.068	- 23,6 %
Total de Europa	618.792	592.634	4,4 %	104.036	102.010	2,0 %	94.300	39.829	136,8 %	817.128	734.473	11,3 %
DE AMÉRICA												
Canadá	3.773	4.027	- 6,3 %	1.386	2.212	- 31,1 %	-	-	-	5.159	6.039	- 14,6 %
Norteamérica	43.791	33.132	30,7 %	51.247	28.470	80,0 %	236	12	-	94.774	61.614	53,8 %
Méjico	1.849	1.059	74,6 %	214	177	20,9 %	-	-	-	2.063	1.236	66,6 %
Argentina	4.029	5.651	- 28,7 %	8.833	11.929	- 26,0 %	2	-	-	12.864	17.580	- 26,8 %
Brasil	1.514	2.098	- 27,8 %	3.519	4.494	- 21,7 %	-	-	-	5.033	6.592	- 23,6 %
Cuba	1.014	947	7,1 %	261	438	- 40,4 %	-	-	-	1.275	1.385	- 7,9 %
Venezuela	2.687	1.832	46,7 %	2.527	2.234	13,1 %	-	-	-	5.214	4.066	37,2 %
Otras de América	3.810	5.284	- 27,9 %	3.773	6.800	- 44,5 %	-	-	-	7.583	12.084	- 28,2 %
Total de América	61.967	54.030	14,7 %	71.760	56.554	26,9 %	238	12	-	133.965	110.596	21,1 %
DE ASIA												
De Asia	1.859	1.799	3,3 %	1.740	1.581	10,1 %	-	-	-	3.599	3.380	6,5 %
De África	56.987	21.980	159,3 %	4.671	2.193	113,0 %	17	-	-	61.675	24.173	155,1 %
De Oceanía	2.551	3.079	- 17,1 %	416	475	- 12,4 %	6	-	-	2.973	3.554	- 16,3 %
Apátridas	449	500	- 10,2 %	313	217	44,2 %	-	-	-	762	717	6,3 %
Españoles residentes en el extranjero	150.092	192.472	- 22,0 %	-	-	-	-	-	-	150.092	192.472	- 22,0 %
TOTAL de entradas	892.697	866.494	3,0 %	182.936	163.030	12,2 %	94.561	39.841	137,3 %	1.170.194	1.069.365	9,4 %

Figura 17: “Personas que han visitado España en el primer trimestre” (1963) en *Revista técnica de Turismo*, núm. 75-76-77, p. 10.

⁵⁹ A partir de 1962 Manuel Fraga logró convertir la política turística en política de Estado (Moreno Garrido, 2007: 226).

Además, de esta prosperidad turística y consiguientemente económica trajeron beneficio no solo el gobierno español, sino también todas las entidades que estaban involucradas en este sector. José Ibáñez Fantoni dedica una reflexión sobre este tema y describe el turismo como «eficaz fórmula de conocimiento, comprensión y osmosis de pueblos, costumbres y civilizaciones» (1963: 53). Evidencia los beneficios ocasionados a los alojamientos, a los transportes y a todos aquellos profesionistas que atienden a los extranjeros en sus estancias. Las decisiones tomadas en este ámbito por Luis Bolín y su organización fueron indispensables para poner en marcha el sector terciario del país. Asimismo, otro de los aspectos que contribuyeron a alcanzar los resultados apenas mencionados fue la devaluación de la moneda que permitió a España volverse en una meta accesible para la mayoría de los forasteros. Sin embargo, este ascenso incontrolable del turismo y la llegada de masas de extranjeros en el territorio español ya a partir de los años 60, empezó a causar también inconvenientes como, por ejemplo, una excesiva explotación del suelo. El mismo Fraga llegó a denominar el litoral mediterráneo como “el petróleo de España” (Moreno Garrido, 2007: 226). Actualmente este abuso sigue estando presente en las costas españolas y como se analizará a continuación, es motivo de reflexión por parte de gobernantes y estudiosos preocupados en conservar la integridad del suelo español.

6. LA FUNCIÓN DEL PAISAJE EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

El paisaje es un aspecto imprescindible a la hora de hablar de turismo. Es importante definir lo que se consideró “paisaje” a lo largo del tiempo evidenciando en nuestro caso su tarea en el ámbito turístico a partir de su representación en los materiales publicitarios. Cada campaña publicitaria realizada antes, durante y después de la Guerra Civil utilizó el paisaje en el propio material publicitario y propagandístico. Además, se puede reflexionar sobre lo que representa el paisaje en la actualidad y cómo ha cambiado desde esos años.

6.1. El paisaje, un valioso recurso turístico

El hilo conductor que unió todas las campañas publicitarias realizadas en España durante el siglo XX es, desde luego, el paisaje. Las definiciones de este término que se encuentran en la Real Academia Española son interesantes: «parte de un territorio que puede ser observada desde un determinado lugar [y] pintura o dibujo que representa ese mismo lugar» (Rae, 2023, web)⁶⁰. Se habla de un «aspecto visible y perceptible del espacio» (Nogué Font, 2015: 36), aquella parte de la superficie que se está observando o bien personalmente, o bien a través de una fotografía o una pintura. De esta forma, se describe la íntima relación entre paisaje y observador, es decir, entre el protagonista que cumple la acción y el sujeto de la acción misma. El uno influye sobre el otro y, dependiendo del individuo, cada uno interpreta lo que observa según sus sensaciones y conocimientos. De ahí que, el valor que se atribuye al paisaje se configura como algo subjetivo que nace de la relación de unos hombres con sus lugares o, mejor dicho, «los paisajes revelan la identidad de quienes lo habitan» (García Mediero y Sixto Cesteros, 2017: 123). Sin embargo, cuando se habla de paisaje es necesario precisar que el ámbito natural no es el único a ser tomado en consideración, en su definición se incluyen también aspectos antrópicos y sobre todo culturales que le otorgan complejidad y un carácter evolutivo (Nogué Font, 2015: 36). A este propósito, el crítico Nogué Font afirma que el paisaje es «un producto de la sociedad y de la cultura que se desarrolla en ese lugar. [...] un producto social, el resultado de una transformación colectiva de la naturaleza» (2015: 41). Por lo tanto, se configura como un elemento dinámico, vivo, que depende de otros aspectos que lo componen y lo caracterizan. A este propósito, los críticos García Mediero y Sixto Cesteros añaden lo siguiente:

⁶⁰ Véase: <https://dle.rae.es/paisaje> (último acceso 22/01/2023).

El paisaje no es simplemente un fragmento de naturaleza, un lugar físico; ni es equiparable tampoco a lo meramente visual, a lo que vemos porque está ante nosotros; es [...] “una construcción mental, algo que se elabora a partir de ‘lo que se ve’ al contemplar un territorio, [...] es un concepto inventado o, mejor dicho, una construcción cultural” (2017: 123).

El paisaje se interrelaciona con cada aspecto constitutivo de la sociedad: la historia y la cultura son parte integrante de él ya que, sin ellas, se convierte en mero territorio, es decir, en una «porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc.» (Rae, 2023, web)⁶¹. De ahí que, para convertirse en paisaje, la sociedad tiene que dejar su huella en el territorio y debe cargarlo de significados implícitos y explícitos íntimamente relacionados con ella (García Mediero y Sixto Cesteros, 2017: 124). Debido a su fuerte connotación cultural, el paisaje resulta ser «un elemento consustancial del fenómeno turístico» (Nogué Font, 2015: 35) y, por eso, su presencia es fundamental a la hora de planificar una intervención en materia turística. Esta unión entre turismo y paisaje se realizó sobre todo a partir del siglo XIX gracias a los ideales románticos que superaron aquellos de la Ilustración⁶² y otorgaron al paisaje «un alto valor simbólico, afectivo y subjetivo» (Nogué Font, 2015: 39). En este contexto, España – aunque sobre todo Andalucía⁶³ – empezó a ser considerada una meta digna de ser visitada y también los poetas y los artistas empezaron a identificarse en ella. Desde las primeras campañas publicitarias realizadas por la Comisaría Regia, el paisaje fue utilizado como factor de diferenciación entre España y las otras naciones y constituyó un rasgo identitario de la península ibérica. Este aspecto resultará aún más evidente sobre todo en los carteles de los años 40 producidos por el Patronato Nacional de Turismo y caracterizados por el icónico lema *Spain is different*. Además, cada institución política consideró el paisaje como elemento fundamental para vehicular una específica idea de España y las percepciones que los observadores – en este caso los turistas – tenían sobre ella. Dependiendo de la época histórico-cultural de pertenencia, el paisaje adquiriría valores distintos según lo que los organizadores turísticos consideraban más conveniente. De ahí que, los turistas de 1920 interpretaban el paisaje de España de manera diferente respecto a los excursionistas de 1938 y también de los turistas de 1950 debido al contexto sociocultural en que se encontraban y a los ideales que cada gobierno u órgano turístico quería vehicular. Las campañas propagandísticas analizadas anteriormente, bien documentan este fenómeno.

⁶¹ Véase: <https://dle.rae.es/territorio> (último acceso 23/01/2023).

⁶² Se está aludiendo a los conceptos de razón y progreso que no encajaban en la España retrasada del siglo XVIII.

⁶³ En el siglo XIX Andalucía se convirtió en la “España por antonomasia”, la región que más sintetizaba las esencias hispanas y que por eso había que visitar (Nogué Font, 2015: 39).

6.2. ¡Visiten España!

Desde el punto de vista propagandístico, las campañas publicitarias del primer tercio del siglo XX fueron caracterizadas por dos lemas diferentes: *Sunny Spain* y *Visit Spain*. Ambos sirvieron como tarjeta de presentación para España que se encontraba en una situación atrasada y con un sector turístico todavía subdesarrollado. Aunque cada organización turística otorgó al paisaje un papel fundamental a la hora de enseñar España hacia el exterior, solamente una logró alcanzar el objetivo. Como ya se mencionó anteriormente, en ocasión de la exposición de Londres de 1914, la Comisaría Regia de Turismo vehiculó una imagen deforme del país anclándola demasiado a su pasado. Desde el punto de vista paisajístico, el único cartel producido en aquel entonces (figura 1) no consiguió satisfacer al público a causa de su tono marcadamente romántico y lejos de los cánones vanguardistas que circulaban en las demás naciones europeas. Según el pensamiento romántico, el hombre además de identificarse en el paisaje reflejaba en él sus emociones: frente al paisaje, el sujeto romántico se encuentra con el sublime⁶⁴. Es precisamente esta la relación que se nota en la figura 1, la chica andaluza y el paisaje parecen ser uno: aunque la mirada de la mujer se dirige hacia el espectador, su cuerpo y el abanico conducen los observadores a fijarse en el paisaje que hay por detrás. Es como si quisiera indicar una íntima conexión entre la cultura que ella misma personifica y su patria, entendida como «tierra natal o adoptiva ordenada como nación, a la que se siente ligado el ser humano por vínculos jurídicos, históricos y afectivos» (Rae, 2023, web)⁶⁵. De ahí que, la imagen vehiculada en Londres no identifica a España en su conjunto, sino que se apunta a Andalucía confiriéndole toda la responsabilidad de atraer al público extranjero. A través de esa campaña, España se confirmó una nación anticuada que, a pesar de sus potenciales recursos naturalísticos y culturales, no supo vender una imagen que rindiese homenaje, por ejemplo, a las primeras formas de veraneo que se estaban desarrollando en el litoral norteño (Moreno Garrido, 2007: 87). El paisaje, representado por una paleta de colores pasteles y caracterizado por unas pinceladas aproximadas, típicas del estilo romántico e impresionista, no logró llamar la atención de los espectadores y sobre todo no mostró ningún elemento interesante y exclusivo. Al contrario, el paisaje resultó estereotipado, un «cliché» (Moreno Garrido, 2007: 101) cuya calidad estética no determinó su elección a meta turística por parte del público extranjero. Además, esas pinceladas hacían homogéneo el fondo del cartel y, por lo tanto, no resaltaban los detalles y no dejaban claro qué pueblo se estaba representando. Las informaciones turísticas aportadas por ese cartel, además, eran pocas y no consiguieron fomentar la demanda turística tan deseada. A eso, hay que añadir el estallido de la Primera Guerra Mundial que paró el

⁶⁴ «excelso, eminente, de elevación extraordinaria» <https://dle.rae.es/sublime> (último acceso 20/01/2023).

⁶⁵ Véase: <https://dle.rae.es/patria?m=form> (último acceso 23/01/2023).

fenómeno turístico a nivel internacional. En efecto, si en 1905 los extranjeros que llegaron a España era 62.204, en 1915 pasaron a 54.876 hasta llegar a los 15.519 de 1935 (Alcaide Inchausti, 2007: 29).

La segunda campaña publicitaria, tuvo sin duda mayor éxito y dio un verdadero impulso al sector turístico y a la economía derivada. En esa ocasión, el paisaje representó el protagonista y la razón por la que España pudo vivir los «felices años veinte» (Moreno Garrido, 2007: 6). Su fuerte impacto identitario logró llamar la atención del público extranjero y dar un impulso al sector turístico. Los 25 carteles producidos por el Patronato Nacional de Turismo desde 1928 hasta 1930, enseñan todo lo mejor que España podía ofrecer gracias a los numerosos esfuerzos hechos por las organizaciones turísticas que se sucedieron en aquellos años. El papel motivacional y persuasivo del paisaje resulta evidente a partir de los colores empleados: intensos y llamativos, reflejan las novedades artísticas introducidas por las vanguardias liberándose de los sofocantes estereotipos pasados. Como revelan los datos sobre los ingresos de extranjeros en el país⁶⁶, España a partir de ese momento se puso al paso de la modernidad tanto en ámbito artístico como turístico. A diferencia de antes, cada cartel representaba una ciudad diferente de la península ibérica cuyas tipicidades el propio paisaje evidenciaba. Este llenaba el cartel con sus miles matices y no se limitaba a cubrir un tercio de la litografía como en el caso mencionado anteriormente. Bajo el lema *Visit Spain*, se unían elementos socioculturales y característicos de las innovaciones estructurales alcanzadas hasta ahora. Un ejemplo de eso se halla en el cartel de la ciudad de Bilbao (figura 18) que, con una serie de colores contrapuestos como el rojo y el azul, pone el foco en los modernos automóviles. Durante la segunda década del siglo XX, los trasportes recibieron un verdadero impulso gracias a una serie de mejoras tanto en el ámbito ferroviario como automovilístico. Si bien el primer coche llegó a España en 1898, se empezó a aprovechar de su utilidad solamente a partir de los años 20 y aún más en la década sucesiva (Moreno Garrido, 2007: 104). Esto, debido a que, a principios del siglo XX, el estado de las carreteras no permitía viajar confortablemente y el altísimo coste de los coches negaba a la mayoría de la población de adquirirlos. Después de una serie de mejoras del sistema viario y unos decretos necesarios para reglamentar el sector, en 1920 en España se contaba con 170.000 automóviles y «en 1930 circulaban cuatro veces más automóviles que en 1923» (Moreno Garrido, 2007: 106). Estos logros rendían la experiencia turística más agradable con más libertad, confort e independencia. Volviendo al cartel, detrás del coche y a las espaldas de unas personas que están charlando en una terraza, se extiende el litoral de arena de la playa de Abra en Bilbao. Además, en el fondo se ven unas sombrillas y edificios que representaban los hoteles y los alojamientos para los turistas. El paisaje resulta fundamental a la hora de vehicular la imagen con la que se quiere identificar la ciudad de

⁶⁶ Vallejo Pousada estima la presencia de 0,28 millones de turistas en 1930 frente a los 0,12 millones de 1901 (2019: 92).

Bilbao. Al ver este cartel, los turistas, sobre todo británicos, alemanes, franceses y portugueses, reconocían en la playa y el progreso los elementos fundamentales del país (Larrinaga Rodríguez, 2022: 239). En Bilbao podían beneficiarse, por un lado, de litorales soleados cuyo calor difícilmente se encontraba en las naciones del norte de Europa y, por otro, de avances tecnológicos que les permitían aprovechar de cierto bienestar. Del mismo modo, el cartel dedicado a Santander (figura 19) pone de relieve sus extensos litorales dorados, en particular la playa del Sardinero⁶⁷, que ya disponía de modernas construcciones como el balneario que se nota en primer plano con banderas de distintos colores, vestuarios y barandilla. El impacto de los mensajes vehiculados a través de estos paisajes es evidente sobre todo en el nuevo fenómeno turístico que, gracias a la campaña propagandística del PNT, empezó a desarrollarse durante los años 20 y 30 del siglo XX. Se está aludiendo al turismo “de sol y playa” que permitió al país ibérico ingresar divisas y dar a conocer España en las demás naciones. La potencia visual del paisaje en estos carteles tuvo unos importantes efectos tanto en la economía como en la sociedad española que logró ponerse al paso con la modernidad y aportar modificaciones sobre todo en los litorales. El paisaje fue indispensable para difundir la idea de «paz y tranquilidad para el turista extranjero que desee escapar del acelerado y estresante ritmo de vida propio de la nueva sociedad (de masas) que caracteriza el primer tercio del siglo XX» (Lázaro Sebastián, 2015: 149). Los mismos intentos son evidentes también en los carteles dedicados a La Granja (figura 20) y Sevilla (figura 21). Aquí tenemos un paisaje urbano: la naturaleza se une a elementos arquitectónicos característicos de la historia y la cultura de la ciudad y, por lo tanto, el paisaje quiere difundir una tipología diferente de turismo. Se trata de un turismo de vocación histórico-cultural. En concreto, la figura 20 muestra el Palacio Real de la Granja construido a imitación de Versalles y considerado símbolo identitario de la ciudad de San Ildefonso, ubicada en los alrededores de Madrid. La fuente en primer plano y el jardín que precede el Palacio, junto con el empleo de colores pasteles, le otorgan un aura de lugar idílico donde encontrar paz y descanso. Por otro lado, la figura 21 adopta un estilo naif⁶⁸ para representar la famosa Puerta de la Magdalena y un campanario seguidos por los típicos edificios blancos de Sevilla entre los cuales se reconoce la Giralda, torre de su imponente Catedral. En primer plano, dos grandes tinajas con flores rojas animan la atmosfera y dan un toque de color a la litografía.

⁶⁷ Playa que sigue recibiendo numerosos visitantes.

⁶⁸ Estilo artístico que se desarrolló en Europa a partir de finales del siglo XIX. Representa un arte primitivo, simple y colorido, ejercido por artistas autodidactas cuya intención es la de encontrar un medio de representación de su tranquilidad interior. <https://www.arteespana.com/artenaif.htm> (último acceso 04/02/2023).



Figura 18: Patronato Nacional de Turismo, Bilbao. *The Abra beaches*, 1929.

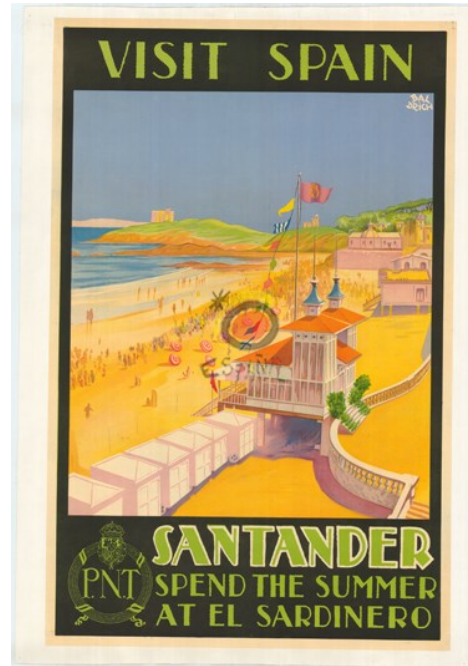


Figura 19: Patronato Nacional de Turismo, Santander. *Spend the summer at El Sardinero*, 1929.



Figura 20: Patronato Nacional de Turismo, La Granja. *Wonderful fountains and gardens splendid sports ground-amusements comfortable lodgings*, 1929.



Figura 21: Patronato Nacional de Turismo, Sevilla. *The city of unique charms*, 1929.

Cada turista podía dejarse inspirar por estas litografías y elegir el paisaje que más le gustaba e interesaba; de esta forma es precisamente «la calidad estética de un paisaje que determina su elección o menos a meta turística⁶⁹» (Nogué Font, 2015: 40). Cada región, cada ciudad, tiene su propio paisaje que difiere de las otras regiones o ciudades y es precisamente esta diversidad que motiva el turista a desplazarse en sitios diferentes también dentro de su viaje (Nogué Font, 2015: 40).

6.3. Ruinas y rutas turísticas: un nuevo paisaje

El paisaje siguió siendo el protagonista de las campañas publicitarias inauguradas por los bandos nacional y republicano durante la Guerra Civil; sin embargo, sus temáticas se modificaron para hacer frente a las nuevas exigencias que el contexto histórico-social había impuesto. Como afirma el crítico Nogué Font, el paisaje es «la proyección cultural de la sociedad en un espacio determinado» (2015: 42) y es algo activo que cambia a lo largo del tiempo. Si se piensa en el paisaje como un conjunto de elementos que determinan su identidad, a saber, el elemento histórico, social, cultural y natural, se entiende como la transformación de uno de estos elementos puede afectar todos los demás aspectos. El cambio de las estaciones, por ejemplo, provoca una variación no solo del entorno natural, sino también de los hábitos de la población de un determinado ambiente. Esta transformación aporta cambios también en el ámbito turístico, ya que, el turismo de “sol y playa”, se puede realizar solamente en determinados meses del año y en los restantes hay que renovar la oferta turística. La Guerra Civil constituye un ejemplo extremo de cómo las intervenciones humanas puedan modificar todos los aspectos relacionados con el paisaje. En efecto, se produjeron tanto cambios en la naturaleza, debidos a la creación de trincheras y búnkeres, como daños en la esfera sociocultural del paisaje. Se alude aquí al cambio de mentalidad y costumbres que el régimen franquista impuso a la población española y a los traumas que provocó la guerra y la dictadura en la población, hasta a nivel psicológico. Esta «manipulación de la realidad» (Palou Rubio, 2022: 170) empezó a partir de las campañas publicitarias realizadas por los distintos bandos. Según la procedencia política del autor, los carteles representaban aspectos diferentes y el paisaje constituyó otra herramienta de propaganda. Cada bando lo utilizó para enseñar determinados aspectos de la sociedad para que el público apoyara “su verdad”, es decir, como un «reflejo del poder y una herramienta para establecer, manipular y legitimar las relaciones sociales y de poder» (García Mediero y Sixto Cesteros, 2017: 124).

⁶⁹ Hoy en día pasa lo mismo, aunque las litografías se sustituyen por fotografías de alta calidad que con su belleza tienen que cautivar la atención del público.

Los carteles republicanos mostraban edificios y monumentos históricos derribados acusando la violencia nacional que destrozaba el patrimonio artístico de España. Aquí el paisaje y sus valores identitarios se interpretan como víctimas y su representación es un grito de dolor en busca de ayuda y compasión contra la barbarie nacional. El estilo de esos carteles (figura 7 y 8) se debe al culto romántico de las ruinas. El espectador a quien se dirigen se preocupa por las evocaciones que el paisaje le produce y sus sentimientos determinan su identificación con el mensaje presentado en las imágenes. Por otra parte, los folletos del bando nacional (figura 13) enseñaban aspectos positivos del paisaje que la Guerra Civil todavía no había afectado. El paisaje resulta ser fundamental a la hora de llamar la atención sobre la integridad de España que se traduce en territorios amenos y una población despreocupada que sigue con su vida normal. El SNT trajo beneficio del paisaje con la organización de las Rutas de Guerra basando en él la totalidad de su oferta turística. De los litorales soleados y los panoramas llenos de aspectos culturales característicos de las anteriores campañas publicitarias, se pasó a escenas de vida cotidiana dentro de ambientes idílicos y lugares que enseñaban la grandeza del ejército nacional. Aquí el paisaje es un medio para suscitar sobre todo el interés de los periodistas: fue precisamente su mirada, junto con la de los turistas que se interesaron o participaron en las Rutas de Guerra, que otorgó un valor cultural e identitario a un paisaje efímero⁷⁰ y peligroso cuya «fragilidad y destrucción de los bienes culturales se convierte en centro de atención» (Palou Rubio, 2022: 170).

Véanse estos detalles del folleto divulgador de la Ruta n.1 del Norte:

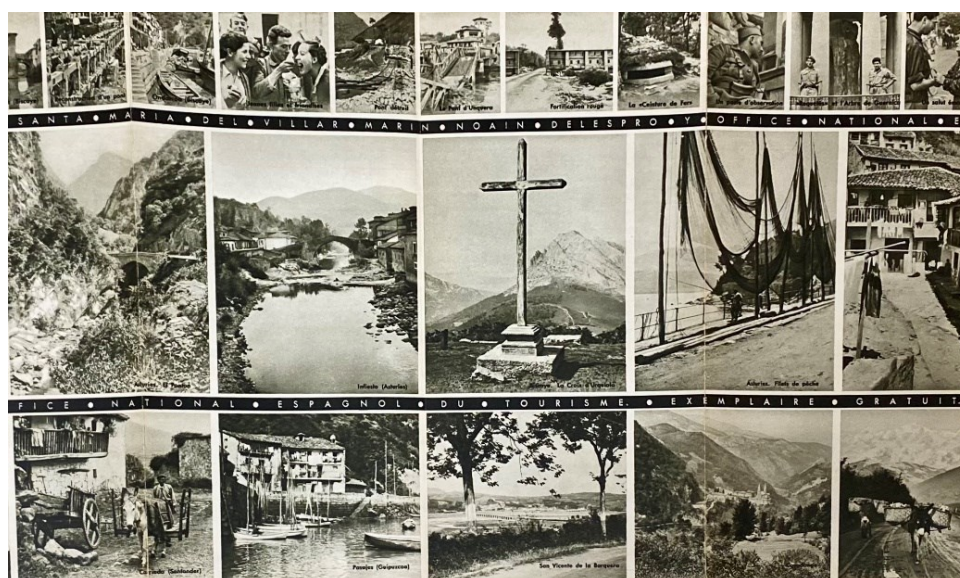


Figura 22: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B, detalle.

⁷⁰ Con este término se alude a un paisaje en continua transformación, cuyas características ya no lo identifican a causa de su rápida mutabilidad debida al contexto social en que se encuentra.

A diferencia de las anteriores litografías, en los nuevos carteles se empleó la fotografía cuya potencia visual describen los críticos García Mediero y Sixto Cesteros:

Cualquier imagen fotográfica mantiene un vínculo especial con el tiempo. Representaciones presuntamente instantáneas configuran memorias de un tiempo siempre anterior. Ver fotografías supone sumergirse en el tiempo, permitir que fluya en ambas direcciones. Cada imagen actúa como un condensador temporal: los tiempos se cruzan y en la experiencia se produce la intensificación del presente (2017: 123).

Las fotografías utilizadas en el material propagandístico de cada bando permitieron al público ver instantáneas del momento e identificarse con los ideales que se querían representar. Además, al ser las fotografías en blanco y negro, daban, por un lado, la idea de staticidad y calma aparente y, por el otro, otorgaban al paisaje un aura decadente que difícilmente suscitaba emociones positivas⁷¹. De hecho, el color negro se relaciona normalmente con la muerte y la destrucción produciendo sentimientos de angustia y tristeza (Corbin, 2017, web). En este sentido, el PNT aprovechó de este aspecto macabro del paisaje para cautivar la atención de aquellos forasteros que apoyaban la causa republicana y querían conocer los daños causados por los nacionales. En cambio, el Servicio Nacional de Turismo utilizó esa escala cromática para dar la idea de un lugar tranquilo donde la guerra no estaba presente y el pueblo seguía con su rutina sin recibir ninguna limitación.

6.4. El paisaje como rasgo identificativo de una España diferente

Al acabar la Guerra Civil, el papel del paisaje siguió con su función de atraer a los turistas y retratar las mejores y más atractivas realidades españolas. Bajo el lema *Spain is different*, los carteles realizados a partir de la mitad del siglo XX por la Dirección General de Turismo, enseñan una España alegre, feliz y caracterizada por una naturaleza acogedora. En las siguientes figuras 23 y 24 se nota la fuerza llamativa del paisaje que, a través de sus colores y formas, evoca elementos de la historia, la cultura y la naturaleza del país ibérico. La fotografía permite retratar los paisajes con mayor fidelidad, aunque los mensajes vehiculados siguen siendo los mismos que en los años 20. El turista interpreta las imágenes de los carteles como oportunidades para conocer un ambiente y una cultura

⁷¹ El color es capaz de estimular alegría o tristeza gracias a una región del cerebro que «está involucrada en los procesos de visión» (Corbin, 2017, web). <https://psicologiymente.com/psicologia/colores-emociones-relacionan> (último acceso 21/01/2023).

diferentes. Los carteles publicitarios que se publicaron durante la dictadura muestran perfectamente estos rasgos; véanse los ejemplos:

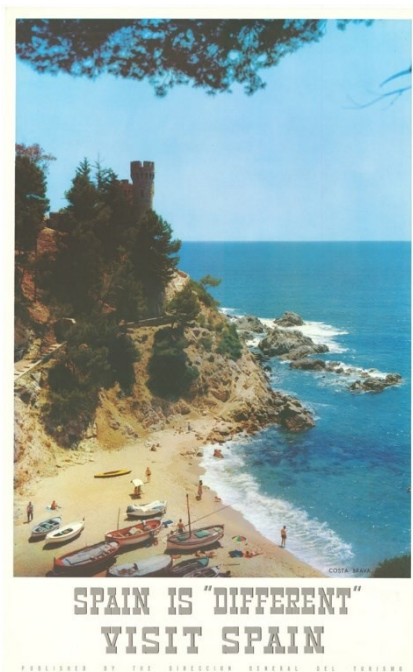


Figura 23: Dirección General de Turismo, *Spain is different. Visit Spain: Costa Brava*, 1950.

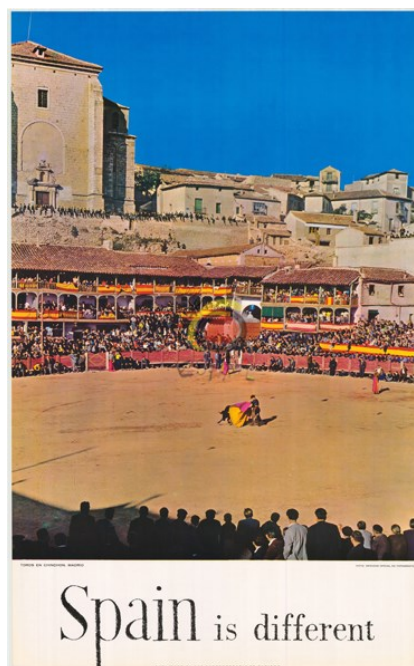


Figura 24: Ministerio de Información y Turismo, *Toros en Chinchón*, 1964.

Lo que se nota en estas imágenes es la variedad del paisaje español que va de los litorales de la Costa Brava a las costumbres tradicionales y pintorescos como en el caso de la corrida. Lo que el régimen quería transmitir, de hecho, son las bellezas naturales, monumentales y folklóricas que mejor definen la identidad de España. En este momento, empieza a difundirse la idea de España como destinación veraniega caracterizada por sus maravillosos litorales con aguas cristalinas, tópico que se reforzará a partir de los años 80 y dará un grande impulso a la industria turística como testimonian los datos sobre las edificaciones masivas que se produjeron en las costas (Garrido Cumbreira y López Lara, 2010: 128). El paisaje, pues, contribuyó de forma importante a fomentar la demanda turística, hasta llegar en la actualidad donde la «superposición de diferentes paisajes» (Nogué Font, 2015: 42) ha determinado notables cambios en el territorio y en la sociedad española. Es decir, los diferentes factores antrópicos y biológicos que se sucedieron a lo largo del tiempo han causado modificaciones sustanciales, no solo en el aspecto exterior de cada ciudad española, sino también en los hábitos y costumbres de sus ciudadanos. En otras palabras, si el paisaje es un valor fundamental en toda oferta turística, hoy en día el turismo es también uno de los causantes más importantes de su degradación (Nogué Font, 2015: 43). Piénsese, por ejemplo, en la masiva explotación de los litorales costeros y en la dependencia económica de las islas Baleares y Canarias del fenómeno turístico. En estos casos,

la mayoría de sus servicios están pensados para acoger a los turistas que vienen de fuera y no para hacer más fácil la vida de los ciudadanos o la preservación del paisaje. A este propósito, la crítica Vizcaíno Ponferrada afirma que «se empezaron a construir edificios al servicio del turismo al borde de la costa destruyendo ecosistemas naturales, muchos de estos con ayudas estatales como parte del plan de atracción al turista extranjero» (Vizcaíno Ponferrada, 2015 :80). Hoy en día el ser humano representa cada vez más un peligro para el ambiente. Las acciones realizadas hasta ahora empeoraron el estado del suelo español y, solamente en los últimos años, se empezó a poner ciertos límites en la edificación masiva y en las intervenciones del hombre. Con respecto a esta temática, a partir de los años 90 del siglo pasado, gracias a los estudios de los ecologistas Joseph Meeker y William Rueckert, se difundió la corriente literario-cultural de la Ecocrítica (Camps, 2022: 36). Se trata de un acercamiento interdisciplinar que conecta el medioambientalismo y la ecología con estudios culturales y literarios con la intención de investigar las relaciones de los seres humanos con la naturaleza (Camps, 2022: 37-38). La explotación de la esfera biológica de nuestro planeta continúa desde hace demasiados años y los daños al territorio impactan también la esfera social y cultural. El crítico Camps afirma que «la cultura no solo es interdependiente de los procesos ecológicos y los ciclos naturales: existe también una dependencia de la cultura con respecto a la naturaleza, así como una presencia de la naturaleza en la cultura» (Camps, 2022: 44). Se trata de una interrelación: por ejemplo, si los litorales españoles se explotan de forma excesiva, el medioambiente marítimo y costero sufre cambios que deterioran su naturaleza al punto de resultar menos atractivos para el turismo. El discurso de la ecocrítica se inserta en esta complicada red de conexiones cuya importancia sigue siendo cada vez más actual.

7. TRAS LAS HUELLAS DE LA RUTA N.1. DEL NORTE

En este capítulo se presenta un viaje que hice en septiembre de 2022 para averiguar si en el norte de España quedan rasgos de la Ruta n.1. Se trata de un tipo de investigación realizada en el territorio para buscar restos de aquel pasado e intentar ver su situación actual. El recorrido se ha definido viajando por los mismos sitios visitados por los turistas en 1938 y reconociendo las características de cada pueblo. Lo que se evidenciará son los cambios y las similitudes entre los monumentos y los edificios del pasado y de la actualidad además de comentar las transformaciones más evidentes que aparecen en el paisaje. Finalmente, se mencionará la Ley de Memoria de 2007 sin la cual la conservación de los sitios y la recopilación de los documentos inherentes a la Guerra Civil no habría sido posible.

7.1. Las Rutas Nacionales de Turismo

Terminada la contienda, las Rutas de Guerra se transformaron en Rutas Nacionales de Turismo, también denominadas «Itinerarios por las carreteras de España y circuitos en autocar por España» (Del Río Lafuente, 2016: 453) y destinadas sobre todo a un «turismo doméstico⁷²» (Moreno Garrido, 2007: 148) ya que el contexto bélico de la Segunda Guerra Mundial no permitía la movilización de los turistas extranjeros. Los itinerarios analizados anteriormente sufrieron modificaciones y fueron ampliados de modo que se pudiera visitar el «norte en verano y el sur en invierno» (Moreno Garrido, 2007: 148). Se crearon diez “circuitos” distintos por un total de 17.115 kilómetros que pretendían visitar la mayoría de las regiones españolas contando con la red de Paradores y los Albergues de Carretera⁷³ para ofrecer un servicio de calidad a los turistas (Del Río Lafuente, 2016: 455). Esta iniciativa se promocionó en *El Boletín de Información de la Dirección General del Turismo*, en 25 números, publicados entre 1947 y 1952, y una serie de «folletos y mapas turísticos editados por la Sección de Propaganda y Publicaciones de la Dirección General del Turismo y sus delegaciones provinciales» (Del Río Lafuente, 2016: 453). Entre estos últimos, destaca el mapa en la figura 25:

⁷² Tipología de turismo que se desarrolla dentro de un país y que está reservado a sus ciudadanos sin extenderse a los extranjeros (Moreno Garrido, 2007: 148).

⁷³ Entre ellos destacan «Medinaceli, Aranda d Duero, Manzanares, Quintanar de la Orden o Benicarló» (Del Río Lafuente, 2016: 455).

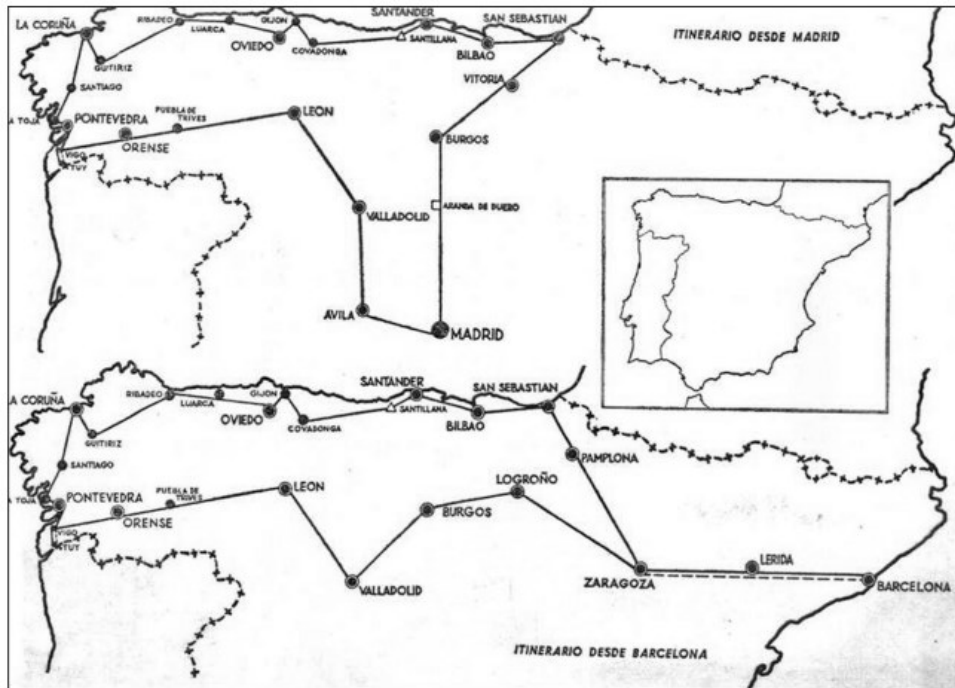


Figura 25: Boletín de la Dirección General del Turismo, *Circuitos en autocar por España*, 1951.

Este esquema evidencia dos de los diez itinerarios creados en el periodo de posguerra. El primero, la Ruta Norte-Noroeste de España, recorre 2.212 km desde Madrid, mientras que el segundo, la Ruta Norte de España, visita la costa norte de España a partir de Barcelona por un total de 2.718 kilómetros (Del Río Lafuente, 2016: 455). Además, en este periodo la DGT organizó, siempre con la ayuda del Departamento de Rutas Nacionales, unos circuitos temáticos relacionados con eventos típicos o festividades nacionales como la Semana Santa en Andalucía u otros hitos nacionales, como la Ruta de Don Quijote, que vuelve sobre los pasos del caballero de Cervantes (Del Río Lafuente, 2016: 455). A esto se suman unas excursiones que desde Madrid visitaban bien ciudades como Toledo, El Escorial o Aranjuez, bien frentes de combate que se hallaban en las cercanías (Moreno Garrido, 2007: 148).

Sin embargo, a partir de 1940 las Rutas Nacionales fueron inicialmente suspendidas a causa de unas «reducciones de carburante impuestas por la Comisaría de Carburantes Líquidos» (Moreno Garrido, 2007: 148) y posteriormente suprimidas con el objetivo de dejar el paso a la iniciativa privada.

7.2. Lo que queda de la Ruta n.1

Hoy en día en el territorio español no queda rastro de todo lo que Luis Bolín organizó a nivel turístico durante la Guerra Civil. Los monumentos y huellas de la guerra fueron borrados. Eso parece insólito si se analiza el anuncio publicado en la *Revista Técnica del Turismo* de 1963 según el cual el gobierno buscaba la colaboración de sus ciudadanos para recaudar informaciones sobre las memorias, los testimonios, las tradiciones y todo tipo de conocimientos acerca de cada pueblo de España, hasta de las aldeas más pequeñas y remotas. Bajo el nombre de «Nomenclator turístico de España» (s.a., 1963: 50) se organizó un censo en el cual se propuso a los ciudadanos un cuestionario para recuperar los detalles necesarios para reconstruir la identidad española. A saber, leyendas, costumbres, «bailes y variaciones idiomáticas peculiares» (s.a., 1963: 50), estado físico y particularidades de las infraestructuras, del sector de los transportes, el clima, la ubicación geográfica y todo lo que se consideraba de interés y susceptible al olvido impuesto por el Caudillo. Ese “Nomenclator” se configura como una herramienta turística necesaria tanto al Estado que la utilizó también como medida de control, como por determinados excursionistas interesados en conocer espacios inéditos del país ibérico.

En la actualidad, lo que queda de las Rutas de Guerra a nivel turístico es insuficiente para reconstruir y conmemorar los acontecimientos de la Guerra Civil. Se trata de unas impresiones que pudimos corroborar gracias a datos que recuperamos durante un viaje tras las huellas de la Ruta n.1 del Norte y que se realizó el pasado septiembre de 2022. En concreto, la experiencia tuvo un dúplice objetivo: averiguar si en la época contemporánea quedan rastros del fenómeno turístico analizado hasta ahora y constatar si el Estado español preservó tales vestigios de la Guerra Civil. Para hacer esto, volvimos en el trazado del mapa analizado en el cuarto capítulo (figura 13) y comparamos una serie de antiguas fotografías realizadas en 1938 en papel gelatina blanco y negro por el fotógrafo Marqués de Santa María del Villar⁷⁴ que realizó el primer recorrido oficial como profesional y como excursionista testimoniando los acontecimientos bélicos sin pertenecer a ningún bando político. Se trata de un notable testimonio histórico-cultural que documenta los itinerarios del norte: hay fotografías de los autocares, retratos de turistas, paisajes, edificios, lugares significativos para la guerra, momentos de celebración y más elementos. El aspecto particularmente interesante para nuestro estudio es que las imágenes fotográficas describen un viaje desde un punto de vista de un turista.

⁷⁴ Diego Quiroga y Losaga, mejor conocido como Marqués de Santa María del Villar, fue un célebre fotógrafo del entorno cortesano del rey Alfonso XIII y a partir de 1928 se convirtió en pionero de la fotografía turística. <https://www.fototecanavarra.es/es/marques-de-santa-maria-del-villar> (último acceso 06/02/2023).

El camino que realizamos corresponde al trayecto de vuelta que los turistas franceses recorrían desde Oviedo hasta llegar a Irún y, de allí, volver a Francia. Por razones personales elegimos mencionar solo las ciudades más significativas de ese itinerario donde hicimos algunas fotos que se analizarán comparativamente con las antiguas imágenes en blanco y negro de la Ruta n.1 del Norte.

7.2.1. Oviedo: la ciudad invicta

Como punto de partida para ese viaje de recuperación histórico-cultural se eligió Oviedo, capital de Asturias. Allí se emprendió un camino por el casco antiguo de la ciudad y por el Monte Naranco, teatro de las batallas más atroces y decisivas para el destino del país. En este recorrido, nos acompañó el arqueólogo Alfonso Fanjul Peraza especializado en la historia y la arqueología inherente a la Guerra Civil, con particular interés en lo que ocurrió en Oviedo. Fanjul Peraza colabora periódicamente con varios ayuntamientos de la zona, también con estudiantes extranjeros, para realizar excavaciones en sitios arqueológicos de gran interés para la Guerra Civil⁷⁵. Además, organiza con cadencia semanal visitas guiadas en Oviedo y en el Monte Naranco donde, junto con su equipo, en 2013 desenterró un campo de batalla. El viaje empezó justo en ese lugar con la intención de visitar los sitios recorridos por los turistas en 1938, documentados por las fotografías del Marqués de Santa María del Villar. Antes que comparar lo que se vio con lo que el fotógrafo pudo imprimir en su película con sus propios ojos hace más de ochenta años, es necesario precisar el contexto histórico y político que interesaba la ciudad de Oviedo en aquel entonces. Al empezar la guerra en 1936, Oviedo se declaró urbe republicana, pero después de la marcha de todos los mineros de la región, declaradamente izquierdistas, el coronel Antonio Aranda decidió aliarse con los nacionales dejando la ciudad rodeada por el bando contrario. Dadas esas premisas y la mala posición estratégica de la ciudad que se encuentra en un valle, el general decidió fortificar todas las pequeñas cimas⁷⁶ que se hallan a su alrededor para ganar tiempo sobre los adversarios. En esta situación, la única manera de enviar víveres y armamentos a los soldados en las alturas era a través de una carretera de 20 kilómetros construida por el ejército enviado por Francisco Franco desde Galicia. Esa misma carretera posteriormente se fortificó con trincheras y búnkeres para que los republicanos no la cortasen⁷⁷. Aunque las fuerzas nacionales eran menos de la mitad de las republicanas, podían contar con tropas africanas bien entrenadas que aprovechaban de la amplia mirada que tenían sobre la ciudad y las

⁷⁵ Según lo que contaba el arqueólogo a lo largo de la visita guiada en Oviedo, su último trabajo se realizó en el casco antiguo de Belchite destrozado por la guerra y dejado en un estado de ruinas (véase apéndice pp. 100-102).

⁷⁶ Entre ellas se encuentra una colina llamada «miliciana» porque durante la guerra cambió constantemente de bando (ver apéndice pp. 100-102).

⁷⁷ El arqueólogo habla de un cordón umbilical sin el cual la ciudad no pudo mantenerse viva y su ubicación entre colinas hizo que esas misma se convirtieran en campos de batalla (Fanjul Peraza, 2022).

tropas adversarias desde su base militar, la cima Paisano⁷⁸ del Monte Naranco (Fanjul Peraza, Duarte, Feito Álvarez, Bracero, 2013: 25). Después de una larga resistencia por la que, a través del decreto del 25 de marzo de 1938 atendiendo a la propuesta hecha por su ministro del Interior Ramón Serrano Suñer, el mismo Francisco Franco le otorgó el apelativo de «heroica e invicta»⁷⁹ (Izquierdo y Neira, 2016, web), los republicanos lograron romper parte de la carretera sin poder llegar hasta la cumbre del Monte: se quedaron a apenas 54 metros sin poder derrocar completamente al enemigo (Fanjul Peraza, Duarte, Feito Álvarez, Bracero, 2013: 25). Las excavaciones arqueológicas realizadas principalmente en 2013 y documentadas en el artículo “The Forgotten Battle. Archaeologist of the Spanish Civil War in the Trenches of Oviedo”, publicado el mismo año en el *Boletín cultural de Asturias en América*, comprobaron estos acontecimientos. La investigación sacó a la luz muchas trincheras y refugios donde el barro conservó objetos militares y piezas de uso doméstico. Entre ellos se anotan granadas, cajas de municiones, zapatillas de cuero y hasta botecitos de cristal que contenían perfume probablemente usado como recuerdo de una mujer (Fanjul Peraza, Duarte, Feito Álvarez, Bracero, 2013: 31).

Son estos los escenarios que los turistas de 1938 encontraron durante su camino en la Ruta n.1 del Norte. Aunque en Oviedo el conflicto decisivo terminó en 1937, el clima bélico seguía presente tanto en el país como en las regiones del norte. Los visitantes entraban en contacto con cantidad de ruinas y escenarios aún ardientes: el impacto visivo y emocional era muy fuerte. Las siguientes fotografías documentan la vista desde el pico Paisano del Monte Naranco, en 1938 y en 2022.

⁷⁸ La cima Paisano es la más alta del Monte Naranco, cordillera ubicada en el norte del país (Fanjul Peraza, Duarte, Feito Álvarez, Bracero, 2013: 25).

⁷⁹ Títulos otorgados por Francisco Franco a través del decreto del 25 de marzo de 1938 atendiendo a la propuesta hecha por su ministro del Interior Ramón Serrano Suñer (Izquierdo y Neira, 2016, web).



Figura 26: Marqués de Santa María de Villar, *Los excursionistas de la Ruta de Guerra n°1 contemplan Oviedo desde el monte Naranco*, 1938.



Figura 27: Erika Biasion, *Mirada de Oviedo desde el monte Naranco*, 2022.

El intento político y propagandista que esos viajes escondían hace evidente la decisión de traer los turistas a esos lugares. Desde esa cumbre se podía admirar el vasto territorio que las tropas nacionales tuvieron que proteger para vencer el conflicto. Los visitantes podían tener un ángulo de visión panorámica sobre el terreno de la batalla que todavía mostraba signos del conflicto: la idea era mostrarlo todo, para que los turistas se convencieran de la honestidad y la transparencia de los nacionales. En las imágenes se ven los cambios en el paisaje causados por la masiva urbanización que se ha producido a lo largo de los años. Si en la foto en blanco y negro el paisaje urbano solo se entreve en el fondo, en la actual ese domina la escena y entre sus edificios sobresale el llamado “Cangrejo”, un centro dedicado a los congresos y realizado en 2011 por el célebre arquitecto Santiago Calatrava. La sensación que se respira desde esa altura es al mismo tiempo de poderío, control y calma aparente, como si allí el tiempo se parara. En ese lugar, además de gozar de una preciosa vista, los turistas podían pisar los campos de batallas y observar las profundas trincheras que marcaban y aún marcan el suelo con su forma de zigzag. Así, a los turistas de la época, los nacionales les enseñaban la “verdad” al mismo tiempo que había que tener cuidado para no toparse con bombas no detonadas o incluso con bienes perdidos por los soldados durante el conflicto. Hoy en día, esta área se convirtió en un sitio turístico cuya atracción principal no son las heridas provocadas por la Guerra Civil, sino una enorme estatua de Cristo colocada en los años 60 en la parte más alta del Monte Naranco y las vastas laderas verdes donde se pueden pasar unos momentos de descanso⁸⁰. Es precisamente esta la razón por la que se emprendió la excavación de 2013: para valorizar un lugar tan

⁸⁰ Según lo que afirmó el arqueólogo Alfonso, esos parques son la meta preferida para aquellas personas que quieren disfrutar de un día transcurrido a contacto con la naturaleza ya que además de practicar senderismo allí pueden pararse para hacer picnic y pasar unos momentos tranquilos (véase apéndice pp. 100-102).

importante históricamente cuya existencia había sido puesta en segundo plano tanto por Franco como por los gobernantes actuales y finalmente olvidada. En el artículo citado se lee: «*Spain has held its democracy by ignoring its own Civil War (1936-1939) that severely divided the country. The conflict has become somewhat of a taboo with local politicians [...]*» (Fanjul Peraza, Duarte, Feito Álvarez, Bracero, 2013: 21). La Guerra Civil es un argumento difícil incluso ahora y las Rutas de la Guerra tomaron parte en ese periodo bélico. A este propósito el periodista Guillermo Guiter en el artículo “Las cicatrices de un Oviedo en guerra” publicado en 2021 en la *Voz de Asturias*, afirma que «el interés de la administración por conservar la historia de la guerra es poco menos que nulo» (2021, web). Estas palabras testimonian el aparente descuido que los gobiernos han tenido y tienen hacia sitios y reliquias significativas pertenecientes a una etapa tan fundamental para el país. La guerra dejó signos indelebles no solo en el paisaje, sino también en la gente y, por tanto, con mayor razón las autoridades tendrían que cuidar de lo que queda. Olvidar el pasado y dejar que los escombros llenen los vestigios históricos, significa descuidar sus propios orígenes y negar lo ocurrido (Guiter, 2021, web).

Además de subir hasta la cumbre más alta del Monte Naranco para gozar de una maravillosa vista sobre la ciudad, en 1938 los turistas visitaban las cercanas iglesias San Miguel de Lillo y de Santa María del Naranco, ambas declaradas Patrimonio del Humanidad. También, visitaban el Sanatorio del Monte y luego bajaban hasta la Catedral del país, objeto de numerosos ataques que cambiaron su aspecto exterior. Las siguientes fotografías comparan la iglesia de San Miguel de Lillo durante la Ruta de Guerra y en la actualidad.



Figura 28: Marqués de Santa María de Villar, *Los excursionistas de la Ruta de Guerra n°1 en San Miguel de Lillo (Oviedo)*, 1938.



Figura 29: Erika Biasion, *San Miguel de Lillo*, 2022.

Hay que destacar el evidente cambio que se produjo en las carreteras, ya que, es imposible sacar la misma fotografía en la exacta posición donde la hice el Marqués de Villar. Si el autocar podía pasar incluso por delante de la iglesia, hoy en día los coches tienen que pararse unos metros antes de su lado derecho y los visitantes deben pasar por un pequeño camino para llegar al edificio. Se trata de una estructura prerománica construida en el siglo IX cuya visita en 1938 se conecta con los valores católicos y cristianos que el bando nacional sostenía y vehiculaba. Una vez más, en las Rutas de Guerra se incluyen aquellos elementos a través de los cuales el régimen legitimaba su gobierno y le otorgaba un aura de solemnidad. Además de los cambios en la carretera, las fotos evidencian otra importante transformación que afecta el amplio parque que circunda la iglesia y que se extiende en un terreno escarpado. Probablemente ese parque surgió al modificar las carreteras dejando un terreno irregular sin arbustos que bien enmarca la iglesia y la aleja de los coches. A diferencia de la Catedral de Oviedo, este edificio no sufrió daños aparentes logrando escapar de la furia de la Guerra Civil.



Figura 30: Marqués de Santa María de Villar, *Los excursionistas de la Ruta de Guerra n°1 admiran la belleza y magnificencia de Santa Mª de Naranco en el Monte Naranco (Oviedo) milagrosamente salvada de la barbarie roja*, 1938.



Figura 31: Erika BIASION, *Santa Mª de Naranco*, 2022.

Bajando por la carretera hacia Oviedo, a unos pocos pasos de la iglesia de San Miguel de Lillo, se encuentra otro edificio religioso también prerrománico (siglo IX). Esa estructura inicialmente fue concebida como parte de un complejo monumental más grande, un palacio donde los reyes asturianos recibían a los embajadores. Se trata de la iglesia de Santa María de Naranco, la única que logró sobrevivir probablemente gracias a su fama. En efecto, ya en la época tenía el privilegio de ser monumento nacional y, por lo tanto, su visita era fundamental a la hora de llegar a

Oviedo⁸¹ (véase apéndice pp. 100-102). Aunque no se sabe exactamente cuándo⁸², muy pronto fue convertida en un lugar de culto y ahora mismo se puede visitar a solas o con una visita guiada durante días específicos. Es un edificio de piedra estructurado en dos plantas y constituido por una serie de balcones enmarcados por capiteles y arcadas que preservan su estado original. Como se puede notar en la figura 31, con respecto a la imagen de 1938 desapareció una pared de ladrillos en el lado izquierdo que era una parte del complejo monumental. Con su once metros de altura se levanta en la cumbre de un cerro a los pies del Monte Naranco y domina el paisaje circunstante. Estos lugares debían suscitar en los extranjeros estupor y devoción y constituir también una pausa de deleite en la contante visión de estructuras decadentes o destruidas por los bombardeos. El pasado glorioso de España y las bellezas se mostraban para añadir valor al viaje, extraviando la atención de la guerra. También esta iglesia no sufrió daños relevantes o por lo menos se desconocen eventuales reconstrucciones realizadas en el periodo de posguerra.

Tras descender del Monte Naranco, tanto la visita de 1938 como la que hemos realizado nosotros, prosiguió a través del casco antiguo de la capital de Asturias y paró en la Catedral de San Salvador. Sus paredes esconden una historia centenaria que remonta hasta la época medieval y que reconoce en el año 821 su momento fundacional. Lo que narran los documentos históricos es que Alfonso II empezó susodicha construcción en un terreno que antes hospedaba la homónima basílica edificada por su padre, pero desafortunadamente de esta última no queda nada ya que el ejército musulmán la derrumbó (Margolles Beran, 2021, web). La Catedral, más tarde, sufrió una serie de reformas románicas que a finales del siglo XI, bajo la dirección de los obispos Arias y Pelayo, vieron el levantamiento del «cuerpo de campanas sobre la Torre Vieja» (Margolles Beran, 2021, web) y un siglo después la adquisición de unas reliquias procedentes de Jerusalén. Hoy en día, la Catedral tiene un aspecto gótico gracias a las intervenciones de 1388 cuando se edificó el ábside de la capilla mayor y gracias a las labores realizadas durante los siglos XV y XVI que le otorgaron su fisionomía actual. A todo eso se suma la voluntad de incluirla en el camino de Santiago para que los peregrinos admiraran su belleza. Junto con los trabajos de mejora, el edificio sufrió también numerosas pérdidas causadas por revoluciones y guerras. La Revolución de Asturias del mes de octubre de 1934 vio los mineros socialistas levantarse en contra de los resultados electorales: en aquella ocasión los levantados lograron acceder al interior de la Catedral, en la capilla de Santa Leocadia que sustentaba

⁸¹ Aunque no se conocen exactamente sus funciones, la presencia de un baño en el piso inferior podría ser testimonio de una sala de purificación usada por el rey antes de recibir el lábaro (típico estandarte romano) necesario para entrar en guerra. Ver referencias online <https://masdearte.com/especiales/santa-maria-del-naranco-prerromanico-en-altura/>

⁸² Probablemente ya a partir de la época de Ordoño I (aprox. 856), <https://masdearte.com/especiales/santa-maria-del-naranco-prerromanico-en-altura/> (último acceso 19/01/2023).

la célebre Cámara Santa⁸³ y la volaron con 400 kilos de dinamita (Arce, 2019, web). Ese estallido representó un desastre no solo arquitectónico, sino también patrimonial y cultural ya que de todas las joyas y reliquias se salvó solamente la Cruz de la Victoria. La Guerra Civil contribuyó a empeorar el estado del edificio a causa de una serie de cañonazos que derribaron casi completamente la flecha de la torre y, aunque las labores de reconstrucción empezaron en 1934 bajo la dirección de Alejandro Ferrant, solamente después de 1939 se pudieron ver notables resultados (Arce, 2019, web). Al acabar la Guerra Civil, Francisco Franco sustituyó a Ferrant con Menéndez Pidal que tenía que terminar los trabajos antes de que el mismo Franco visitara la ciudad de Oviedo otorgándole prestigio y legitimidad. Aquí, de hecho, durante la inauguración de 1942, el Caudillo se identificó con el monarca Jaime II como símbolo de grandilocuencia y poderío absoluto sobre el pueblo y la nación de España (Arce, 2019, web).

Los forasteros retratados por el fotógrafo Santa María de Villar entraron en contacto con un edificio recién bombardeado y con hondas heridas visibles tanto externamente como sobre todo internamente. Los daños externos se concentraban especialmente en la zona superior de la torre que el Marqués no documentó completamente: la foto documenta el momento en que los turistas llegan a Oviedo con los autocares y están admirando la Catedral. Comparando las dos imágenes abajo, en la actual se nota la ausencia⁸⁴ del techo de la nave central de la Catedral, probablemente dañado durante la Guerra Civil y la colocación de un reloj en su campanario.



Figura 32: Marqués de Santa María de Villar, *A la puerta de la Catedral de Oviedo*, 1938.



Figura 33: Erika Biasion, *Catedral de Oviedo*, 2022.

⁸³ Ambiente erigido antes del siglo IX para conservar el tesoro de la Catedral en el cual se reconocían numerosas piezas preciosas como el Santo Sudario, la Cruz de los Ángeles, la Cruz de la Victoria y la Caja de las Ágatas (Margolles Beran, 2021, web).

⁸⁴ En realidad, el tejado de la nave central no fue abolido, sino que fue reconstruido de manera más reducida hasta el punto de que en la foto es imperceptible.

7.2.2. Gijón: el último refugio republicano

La segunda etapa de nuestro viaje tuvo lugar en la ciudad costera de Gijón donde, en 1936, los sublevados perdieron el conflicto y fueron obligados a retirarse en el cuartel de Simancas para no sufrir mayores pérdidas⁸⁵. El plan concordado para el 19 de julio de 1936 entre el comandante militar de Gijón, Pinilla y el de Asturias, Aranda, no se pudo poner en marcha y los generales no lograron obtener el control de la ciudad. Como afirman las siguientes declaraciones, el programa estaba claro, pero debido a una serie de inconvenientes⁸⁶ los nacionales quedaron vencidos.

La idea era desplegar varias unidades militares que ocuparían objetivos estratégicos. El plan contemplaba que una compañía del regimiento Simancas declarara el estado de guerra, al tiempo que otra se apoderara de la Casa del Pueblo y controlara las estaciones de ferrocarril del Norte y de Langreo [...] (Montes Estrada, 2011: 8).

Fue así como a partir del 20 de julio, Gijón vivió 15 sangrientos meses bajo ataques marítimos y hasta aéreos que provocaron destrucciones por toda la ciudad e incluso entre los civiles. Dado que Oviedo estaba controlada por los sublevados, las fuerzas republicanas tuvieron que reunirse en Gijón para contrastar los ataques de los nacionales. El Cuartel de Simancas, un antiguo colegio de jesuitas que remonta su origen en 1890, fue el protagonista de esa lucha. La estructura siempre fue una escuela, excepto por los años de la Guerra Civil, cuando se convirtió en un acuartelamiento donde los soldados podían repartirse entre su patio exterior, su planta baja y su piso principal. A este propósito, en el *Cuaderno de Memoria Histórica de Gijón* (2011) se hace referencia al inconveniente de las numerosas ventanas que rendían el edificio débil hacia el exterior, pero que al mismo tiempo se usaron favorablemente como «emplazamiento de ametralladoras y morteros» (Montes Estrada, 2011: 11). Hoy en día, las aberturas del edificio junto con el patio interior llamado patio de la Virgen, sirven para llenar sus aulas de luminosidad y otorgarle un aura de serenidad y erudición. En ese patio se llevaban los visitantes de la ruta n.1 del Norte para enseñarle las huellas de los bombardeos ya que sus paredes estaban acribilladas. En las fotografías, figuras 34 y 35, el edificio ha permanecido igual y la diferencia más significativa es la ausencia de la estatua de la Virgen en la imagen antigua. Probablemente destruida durante el conflicto, actualmente está colocada en frente de la torre y según cuenta el empleado del colegio Juan Mata Arnáez en una

⁸⁵ Los nacionales lograron tomar la ciudad solamente un año más tarde.

⁸⁶ Entre ello se hace alusión a las trabas que se pusieron por parte de una serie de oficiales simpatizantes de la República a la hora de poner en marcha el plan y tomar la ciudad (Montes Estrada, 2011: 8).

charla aún inédita, a finales de la contienda los alumnos donaron una suma de dinero para reconstruirla.



Figura 34: Marqués de Santa María de Villar, *Cuartel de Simancas Gijón*, 1938.



Figura 35: Erika Biasion, *Patio de la Virgen del Cuartel de Simancas*, 2022.

En 1938, los turistas entraban en uno de los ejes de mando centrales de las fuerzas nacionales y podían incluso respirar la tensión que vivían dentro de ese patio los soldados sujetos a los ataques de los republicanos. El objetivo era justamente impresionar a los forasteros y compartir con ellos la destreza de los soldados nacionales a la hora de resistir y enfrentarse a los enemigos del pueblo español. Otras impresionantes huellas de los duros golpes que recibió ese cuartel, caído en mano adversarias el día 21 de agosto de 1936, eran visibles en sus paredes externas (figura 36).



Figura 36: Marqués de Santa María de Villar, *El Cuartel de Simancas Gijón, Lugar de heroísmos*, 1938.



Figura 37: Erika Biasion, *Pared externa del Cuartel de Simancas*, 2022.

En 1941⁸⁷, los jesuitas emprendieron una importante obra de reconstrucción de la parte exterior del edificio. Hoy en día no queda rastro de los golpes de la guerra y el colegio en la actualidad funciona normalmente. Además, como se puede ver en la figura 37, la escuela tiene sus campos deportivos donde los alumnos pueden entrenarse. El Colegio de la Inmaculada Concepción Jesuitas, pues, constituye otro ejemplo de cómo las marcas dejadas por la Guerra Civil se eliminaron. La única manera de entrar en contacto con su historia, además de hablar con testimonios que la conozcan, es a través de las visitas guiadas “Xixón⁸⁸ en Guerra” organizadas por el Ayuntamiento o a través del *Cuaderno* redactado en 2011 al que ya se hizo referencia y donde se tratan 30 hitos significativos para la guerra junto con un recorrido por los lugares más emblemáticos de la contienda. Consultar ese documento en línea nos permitió seguir con la investigación sobre la Ruta n.1 del Norte.

La última etapa dentro de la ciudad fue en la playa de San Lorenzo, donde tomamos nuestra foto en la exacta posición en que se sacó la de 1938. Las costas del Norte se llenaban de bañistas tanto en 1938 como ahora. Se les ve tomar el sol o nadar disfrutando del buen clima. Probablemente el Marqués sacó su fotografía, figura 38, en septiembre u octubre ya que la mayoría de las mujeres y los hombres llevaban su ropa puesta. Nótese como estas imágenes representan unos testimonios histórico-culturales de gran valor: reflejan un pedazo de la sociedad de la época, con sus costumbres, rasgos y diferencias.

En la imagen 38, la posición desde la cual se mira el paisaje se halla en correspondencia de la torre número seis mientras que la figura 39 se sacó a la altura de la torre número nueve. De allí, se puede reconocer en el lado izquierdo la antigua pescadería, un edificio de estilo clasicista que en la actualidad constituye la sede principal del Ayuntamiento de Gijón. Lo que no resultaba visible en la imagen de 1938 es la actual iglesia de San Pedro que, efectivamente, se construyó en 1945 tras la destrucción del edificio anterior. Se trataba de un templo gótico construido en el siglo XV del cual sobreviven solamente los arcos ojivales de las naves laterales⁸⁹.

⁸⁷ Otro aspecto que se puso de manifiesto, pero que se relaciona con la Guerra Civil solamente en parte, es que se sigue creyendo en la leyenda según la cual bajo los cimientos de la escuela se encuentran una serie de túneles que llevan al tesoro de Jovellanos. Se trata de un político y filósofo español que había atesorado en vida una grande colección de arte guardada bajo ese instituto a partir de 1932 (Informaciones proporcionadas por el señor Mata Arnáez, personal de Recepción e Información en el colegio de la Inmaculada Concepción Jesuitas durante la visita realizada en septiembre de 2022).

⁸⁸ Término asturiano para referirse a Gijón.

⁸⁹ <https://www.gijon.es/es/directorio/iglesia-de-san-pedro-apostol-mayor-de-gijon> (último acceso 30/01/2023).

Obsérvese además como el turismo de “sol y playa” siempre estuvo presente en los litorales españoles que la nación se hallara en guerra o no.



Figura 38: Marqués de Santa María de Villar, *La playa de Gijón*, 1938.



Figura 39: Erika Biasion, *Playa de San Lorenzo*, 2022.

Las informaciones sobre las rutas turísticas de la Guerra Civil son pocas o inexistentes. La mayoría de las guías turísticas que hoy en día organizan recorridos por el casco antiguo de la ciudad no conocen nada al respecto y tampoco saben cuáles fueron los sitios visitados por los turistas de esa época. Lo que sorprende es que tampoco la Asociación de Memoria Histórica ARMH con sede legal en León pudo proporcionar informaciones sobre ese tema.

7.2.3. Santander: entre el mar y el aire

Capital de Cantabria, Santander está ubicada en la costa septentrional, dista más o menos 180 kilómetros de Gijón y se encuentra a pocos pasos de Santillana del Mar, uno de los pueblos más bonitos de España donde los turistas de 1938 se detuvieron en el Parador de Gil Blas y visitaron un claustro de la ciudad. En esta región tuvo lugar la «Batalla de Santander» (Hierro Gárate y Gutiérrez Cuenca, 2017: 2) que vio la victoria de las tropas nacionales después de 14 meses de asedio entre julio de 1936 y septiembre de 1937. Los sublevados querían dominar la zona marítima para bloquear la única vía de aprovisionamiento del bando fiel a la República, ya que, gran parte del interior de la península estaba controlado por los nacionales. Aquí, Santa María del Villar pilló a los excursionistas contemplando la vastedad del mar desde el Faro de Cabo Mayor, la parte más elevada del litoral que sirvió a los republicanos como punto defensivo donde instalar cañones y baterías de asalto que vigilaban la bahía. En ese lugar murieron muchos soldados en batallas navales que impidieron una

efectiva conquista por parte de los nacionales. Mientras que los turistas de 1938 podían parar en esa zona viendo lo que acababa de ocurrir, los visitantes contemporáneos que se detienen en el Faro no conocen su historia. A comprobación de eso, en la misma zona se encuentra el moderno Centro de Arte Faro de Cabo Mayor inaugurado el 18 de agosto de 2006 y cuyas obras rinden homenaje al mar y a una serie de faros que se hallan en varios puertos de España⁹⁰. El centro se distribuye en tres salas expositivas donde se exponen principalmente las obras del artista Eduardo Sanz junto con una serie de representaciones de las vanguardias artísticas españolas de la segunda mitad del siglo XX, realizadas en distintos soportes como la pintura, la escultura, la fotografía o el dibujo y unas exposiciones temporales cuya temática cambia según el autor. Además, el Faro es el punto final de un parque donde reinan paz y tranquilidad. Ese territorio actualmente parece haber olvidado por completo la Guerra Civil, o por lo menos las batallas son un recuerdo antiguo. Sin embargo, esta etapa de la Ruta n.1 también en el pasado servía como lugar panorámico, prueba de las bellezas paisajísticas que España atesoraba e incentivo para volver a visitar el país, menos que como testimonio histórico y área víctima de la contienda. Los visitantes de 1938, que en el autocar amarillo se acercaban al maravilloso acantilado abierto hacia una infinita extensión de agua, se alegraban la vista y regocijaban el espíritu.

Además de proveer de un sistema defensivo marítimo, durante la Guerra Civil la ciudad de Santander se dotó también de una serie de refugios antiaéreos para proteger la población de los ataques cada vez más numerosos. Como se puede leer en la página oficial del Ayuntamiento, en aquella época se construyeron 114 refugios de los que actualmente solo queda uno: el de Mariana Pineda (Ayuntamiento de Santander, web). Este se puede visitar tanto físicamente como virtualmente, aunque en la red solo se puede ver el pasillo principal⁹¹. Otro lugar que pudimos visitar durante nuestro viaje es el Hotel Real⁹², donde los excursionistas de 1938 se quedaron durante una noche antes que seguir con el recorrido.

⁹⁰https://www.eldiariomontanes.es/prensa/20060814/cantabria/centro-arte-cabo-mayor_20060814.html (último acceso 04/02/2023).

⁹¹ Ver recursos en línea, Anillo Cultural, *Refugio antiaéreo, Santander, ciudad bombardeada durante la Guerra Civil*. <https://anilocultural.com/oferta-cultural/refugio-antiaereo-de-la-guerra-civil> (último acceso 16/01/2023).

⁹² Actualmente llamado Eurostars Hotel Real 5*GL.



Figura 40: Marqués de Santa María de Villar, *En el Hotel Real de Santander*, 1938.



Figura 41: Erika Biasion, *Entrada principal del Hotel Real*, 2022.

Comparando las dos fotografías, se observa la misma estructura con algunas modificaciones en la planta baja: en correspondencia de la entrada, en lugar de las ventanas se abre una amplia pared vidriada que otorga luminosidad y elegancia al edificio. La historia centenaria de ese albergue está narrada en una serie de carteles colocados en sus jardines. En 2017 se celebraron los cien años de su actividad y desde entonces una exposición histórica acompaña cada huésped durante todo el camino hasta la puerta de ingreso. Como se afirma en el artículo “Hotel Real 1917-2017. Cien años de historia en Santander”, publicado en el periódico *Destinos*, en 2017, la narración está dividida en tres partes: primero se habla del contexto histórico-social en que se construyó el edificio, luego de los eventos que han dejado huellas en sus paredes y finalmente se ve un homenaje a su arquitecto Javier G. de Riancho⁹³. Las siguientes palabras se encuentran en el primer cartel expositivo: «como buen símbolo cántabro ha formado parte de los momentos más felices de la ciudad y de sus habitantes, albergando y compartiendo grandes fiestas y siendo sede de importantes recepciones monárquicas, políticas y culturales» (Texto de la exposición histórica presente en el Hotel Real desde 2017).

Estas palabras muestran como un simple edificio se transforma en un símbolo representativo para una determinada sociedad, un punto de referencia y de identidad nacional para los forasteros. A todo eso se suma su posición estratégica de dominio sobre la ciudad ya que se encuentra en una altura que le permite vigilar sobre la Bahía de Santander y el Palacio de la Magdalena⁹⁴ además de su color blanco que le atribuyó el apellido de “bella dama blanca” (Informaciones presentes en la exposición

⁹³ <https://www.eurostarscultura.com/centenario-eurostars-hotel-real-santander/> (último acceso 04/02/2023).

⁹⁴ Residencia del rey Alfonso XIII construida en 1909 por los arquitectos Javier González de Riancho y Gonzalo Bringas Vega (Informaciones presentes en la exposición histórica del Hotel Real desde 2017).

histórica del Hotel Real desde 2017). Como atestiguan los paneles informativos, a partir de su apertura el Hotel siempre ha constituido una meta privilegiada para los reyes que transcurrían aquí momentos de descanso durante los calurosos meses de verano. Por estas razones, varios periodistas se quedaban allí para referir las jornadas regias y los acontecimientos de la ciudad en las cabeceras de periódicos como *Mundo Gráfico*, *ABC*, *La Vanguardia* y otro más. Si durante la Primera Guerra Mundial su actividad siguió como si nada, durante los años de la Guerra Civil el Hotel cerró al público desde diciembre de 1935 hasta el 30 de junio de 1938. En esos años su función cambió según las necesidades: se usó como orfanato para los hijos de los soldados, como hospital para los heridos y como vivienda para las fuerzas aéreas alemanas. De ahí que, se convirtió en un punto de referencia también durante la contienda y naturalmente Luis Bolín lo eligió a la hora de planificar las estancias de los turistas en 1938. Esto fue posible también gracias a la rápida restauración de los desperfectos causados por la Guerra Civil sobre todo en los enseres y en el mobiliario que requirió un trabajo de 35 mil pesetas (Informaciones presentes en la exposición histórica del Hotel Real desde 2017).

7.2.4. Bilbao y su Cinturón de Hierro

Cuando se piensa en Bilbao las primeras imágenes que salen a la cabeza son formas arquitectónicas del Museo Guggenheim que se hallan en la parte central de la ciudad a orillas del río Nervión. Este museo forma parte de la historia contemporánea de la ciudad y no tiene nada que ver con su pasado y con la Guerra Civil. Para descubrir la presencia de esta última en la ciudad, hay que recurrir la antigua línea defensiva, más conocida como Cinturón de Hierro que, desde octubre 2017, está protegida como Bien Cultural por el Gobierno Vasco. Gracias a la voluntad de este último junto con el Instituto Gogora, las Diputaciones de Álava y Bizkaia y los 33 Ayuntamientos que el cinturón abarca desde 1936, se realizaron una serie de Itinerarios de la Memoria que pretenden proteger las huellas del pasado promoviendo valores democráticos y enseñando al público lo que ocurrió en ese territorio. Fue precisamente allí donde empezó la expedición de 1938 y es especialmente interesante observar el punto desde donde los sublevados rompieron el Cinturón en 1937⁹⁵ contemplando lo que queda de los refugios y trincheras usados por los soldados de un bando y del otro. Nosotros recurrimos el itinerario del Monte Artxanda. Aunque no pudimos visitar en primera persona los demás itinerarios, los estudiamos a través de las fotografías del Marqués.

⁹⁵ Según lo que testimonia la periodista Iratxe López los nacionales lograron romper el Cinturón gracias a las ayudas del ingeniero Alejandro Goicoechea el cual conocía los puntos débiles de su construcción, <https://www.elcorreo.com/planes/cinturon-hierro-descubierto-20210211122453-nt.html> (último acceso 05/02/2023).



Figura 42: Marqués de Santa María de Villar, *En el Cinturón de Hierro de Bilbao*, 1938.



Figura 43: Marqués de Santa María de Villar, *En el Cinturón de Hierro de Bilbao*, 1938.

Los signos de la contienda eran evidentes: surcos probablemente usados como trincheras o provocados por explosiones, así como construcciones de mampostería que podían servir como amparo o punto de ataque. Los periodistas que participaron en el viaje de Bolín podían tocar con sus manos las auténticas piezas de la guerra.

En el artículo “Paseos por el Cinturón de Hierro de Bilbao entre trincheras y búnkeres”, publicado por Iratxe López en *El Correo* de 2021, se detallan con precisión los sitios que siguen siendo visibles para los excursionistas que quieren practicar senderismo además de entrar en contacto con la historia del país. Uno de los primeros recorridos se halla en la localidad alavesa de Llodio y se desarrolla circularmente por 8,6 kilómetros pasando cerca de los arroyos Iñarrondo y Lobirde marcando la frontera entre Álava y Bizkaia (López, 2021, web). Allí se ubicaba el tercer sector del Cinturón donde todavía se pueden observar los parapetos de mampostería utilizados como línea defensiva y el asentamiento para ametralladora cuya cubierta se destruyó en la posguerra. Además, en casi todas las sendas, se encuentran un mirador para descansar y gozar de vistas maravillosas sobre la ciudad y un santuario que en este caso es el de Santa María del Yermo. Las capillas otorgan espiritualidad al camino como en el caso del itinerario que se encuentra en la zona de Markina. Según cuentan los lugareños, en correspondencia de la montaña Urregarai, la Santa Eufemia apareció a una pastora donándole un anillo y después de su muerte, se decidió construir una ermita en su honor en el mismo lugar donde se encontró su cuerpo (López, 2021, web). Más allá de este valor legendario, en este segundo itinerario se han recuperado, desde 2018 hasta 2020, una serie de búnkeres y trincheras como testimonio de la resistencia republicana frente a los ataques nacionales. A estos se añaden una serie de hallazgos como «nidos de ametralladoras, puestos de mortero, refugios de tropas,

tramos de trinchera, abrigos» (López, 2021, web) que se descubrieron hace poco tiempo en el sector de Güeñes. En aquel lugar, entre las montañas, se desarrolla un recorrido de 12 kilómetros que, a través de códigos QR y paneles informativos, documenta precisas etapas de la Guerra Civil. Aunque todos los recorridos que se acaban de comentar están incluidos entre las excursiones turísticas en tiempos recientes, los excursionistas de 1938 ya podían “disfrutar” de todo eso.

Antes de que Franco ganara los territorios del Norte en 1937, la provincia de Vizcaya ⁹⁶ logró resistir y vencer la insurgencia nacional. El 18 de julio de 1936, la falta de organización militar entre los partidos de derecha que apoyaban a los sublevados y su excesiva autonomía junto con insuficientes contactos y cohesiones entre ellos determinó su derrota frente a los republicanos. (Azcona Pastor y Lezamiz Lugarezaresti, 2013: 115). Entre los perdedores se reconocían el Partido Tradicionalista y Requeté⁹⁷, la Falange Española y otros más que, aunque habían aumentado su número de adictos en correspondencia de las elecciones para poder sostener un posible alzamiento, faltaban de armamentos y de una adecuada preparación (Azcona Pastor y Lezamiz Lugarezaresti, 2013: 104). De ahí que, los partidos del Frente Popular y el sindicato anarquista de la CNT⁹⁸ lograron evitar el golpe de estado y gracias a una mejor organización y a una más amplia disponibilidad de armas, protegieron la ciudad. A pesar de estos esfuerzos, las tropas de Franco salieron victoriosas un año más tarde en correspondencia del Monte Artxanda entre los días 13 y 18 de junio de 1937. El monte constituyó el punto neurálgico de la contienda, la sede de la batalla definitiva que vio la pérdida de la última posición republicana atrincherada en el Gran Casino de Artxanda y el 19 de junio la entrada de las tropas rebeldes en Bilbao. Un año más tarde, el Monte era la segunda meta de los excursionistas llevados allí principalmente para admirar la ciudad y contemplar la vastedad de los logros nacionales⁹⁹. Aunque Artxanda fue teatro de sangrientas luchas y eje central del cinturón defensivo, actualmente lo que queda se resume en un recorrido de menos de dos kilómetros que, según lo que se pudo constatar, no rinde el justo homenaje a la historia de esa batalla.

⁹⁶ Provincia fiel a la República a partir de las elecciones de febrero del mismo año en las que ganó el Frente Popular.

⁹⁷ Movimiento carlista tradicional y católico.

⁹⁸ Confederación Nacional del Trabajo.

⁹⁹ Un poco como sucedió en el Monte Naranco de Oviedo.



Figura 44: Erika Biasion, *Trinchera en el Monte Artxanda*, 2022.



Figura 45: Erika Biasion, *Ermita de San Roque*, 2022.

En las imágenes 44 y 45 se ven los únicos testimonios encontrados en el llamado “Itinerario de la Memoria” que se inauguró antes de 2005¹⁰⁰ y pretende cuidar y proteger las huellas del pasado promoviendo valores democráticos y enseñando al público lo que ocurrió en ese territorio. La impresión es que los paneles informativos a lo largo del recorrido, así como lo que se puede ver no son suficientes para atestiguar los duros momentos que se vivieron en esos bosques. El itinerario se desarrolla circularmente partiendo de la funicular con la que se sube hasta el Monte y el primer elemento con el que los visitantes se cruzan es la escultura contemporánea “Aterpe 1936”. Realizada en 2005 por el escultor Juanjo Novella en acero al carbono, presenta una placa conmemorativa en recuerdo de los combatientes para la democracia y la libertad y se halla en correspondencia de un amplio mirador donde, tras unas letras rojas que componen el nombre de Bilbao, se contempla gran parte de la ciudad rodeada por un lado del río Nervión y por otro de las montañas. Después de este punto panorámico, el camino entra en el espacio de la contienda llevando al visitador en una trinchera reconstruida con unos sacos de arena que se encuentra al final de un pasillo de madera dentro del bosque. Esa construcción constituyó el último tentativo de resistencia frente a las fuerzas nacionales que bombardearon todo lo que encontraban a lo largo de su camino, incluso la ermita de San Roque ubicada sobre el valle del Txorierri a menos de un kilómetro de distancia, último elemento que constituye el “Itinerario de la Memoria” en Artxanda. Estas dos piezas son los únicos testimonios de una lucha sangrenta que Luis Ortiz, miliciano del batallón Capitán Casero, describió en ocasión de

¹⁰⁰ No se han encontrados datos ciertos sobre este punto, lo que sí se conoce es la fecha de instalación de la obra “Aterpe 1936” correspondiente con el año 2005.

un homenaje que se dio en 2016 con estas palabras: «Otra vez salí a llevar un parte a la zona de San Roque. Allí estaban las trincheras que daban al valle de Asua. Cuando volvía hacia el Casino, donde estaba el puesto de mando, de repente oí unas explosiones y vi el edificio ardiendo» (Ortiz, 2016: texto en un panel informativo en el Monte Artxanda).

7.3. La Ley de Memoria Histórica¹⁰¹ (2007)

Todo lo que pudimos ver en nuestro viaje se debe a la Ley de Memoria Histórica de 2007. De especial interés para este estudio son el apartado tres del artículo 15 inherente a la *Conservación de los símbolos y monumentos públicos*, el artículo 20 sobre la *Creación del Centro Documental de la Memoria Histórica y Archivo General de la Guerra Civil* y el artículo 21 respecto a la *Adquisición y protección de documentos sobre la Guerra Civil y la Dictadura*. Aunque el objetivo principal de la Ley de 2007 era lo de honrar y recuperar «a todos los que directamente padecieron las injusticias y agravios producidos, por unos u otros motivos políticos o ideológicos o de creencias religiosas, en aquellos dolorosos períodos de nuestra historia» (Decreto Real número 310, Ley 52/2007 en Boletín Oficial del Estado), otro de los intentos era preservar y documentar todos aquellos documentos y monumentos que se consideran testimonios directos de la contienda. El primero de los artículos citados, además de imponer la retirada de los símbolos característicos del Régimen como «escudos, insignias, placas» (Decreto Real número 310, Ley 52/2007 en Boletín Oficial del Estado), atestigua la voluntad del Gobierno de colaborar con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales para realizar un documento que pudiera catalogar las marcas que la Guerra Civil dejó en el territorio español. Con respecto a este punto, lo que pudimos averiguar en nuestro viaje es el descuido que los vestigios de la Guerra Civil están sufriendo. Según la Ley, los ayuntamientos deberían preservar y hacerse cargo de la conservación de cada monumento y símbolo público para que testimonien y conmemoren uno de los eventos más dolorosos para la historia de España (Decreto Real número 310, Ley 52/2007 en Boletín Oficial del Estado). En realidad, lo que los ayuntamientos de algunas ciudades – como por ejemplo Oviedo, Gijón y Santander – realizaron son visitas guiadas que acompañan al turista en las partes de la ciudad más afectadas por la guerra. Los mismos historiadores denuncian la falta de respeto hacia ese periodo histórico que se quiso olvidar en vez que testimoniar a través de una valoración de las heridas presentes en el territorio. Un ejemplo contrario a ese descuido es el trabajo de reconstrucción que hizo el grupo de arqueólogos en 2013 en el Monte Naranco de Oviedo y sin cuya iniciativa la ciudad no habría gozado de esos importantes hallazgos. Este último resultó

¹⁰¹<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22296> (último acceso 16/01/2023).

ser útil no solo para conocer detalles significativos para la Guerra Civil, sino también para revitalizar el turismo que trae beneficio de la historia y contribuye a mantener la economía del país. Defender el patrimonio histórico de España no sirve solamente para testimoniar y documentar un fenómeno del pasado como la Guerra Civil, sino también para ocasionar provechos a varios sectores de la sociedad actual.

Por lo que concierne a los artículos 20 y 21, se declara la necesidad de crear una base de datos con «todos los documentos originales o copias fidedignas de los mismos referidos a la Guerra Civil de 1936-1939 y la represión política subsiguiente sitos en museos, bibliotecas o archivos de titularidad estatal [...]» (Decreto Real número 310, Ley 52/2007 en Boletín Oficial del Estado). El objetivo es recordar un evento traumático que cambió el destino del país poniendo el material a disposición de estudiosos e investigadores, pero también de todas aquellas personas que querían aclarar y profundizar determinados aspectos inherentes a la Guerra Civil. El terror que impuso el régimen silenció la memoria durante mucho tiempo y muchas de las atrocidades ejercidas sobre todo por el bando nacional se ocultaron y se dejaron caer en el olvido.

A partir de 2007, «la Guerra Civil y la Dictadura se declaran constitutivos del Patrimonio Documental y Bibliográfico» (Decreto Real número 310, Ley 52/2007 en Boletín Oficial del Estado) volviéndose un asunto público que afecta a toda la sociedad española que por fin puede recordar.

CONCLUSIONES

Este trabajo dedicado al fenómeno de las Rutas de Guerra subraya la íntima conexión que se halla entre los ámbitos histórico, social, cultural y paisajístico de la España de la época de la Guerra Civil. Para hablar de este particular fenómeno turístico, tuvimos que hablar de la industria turística española a partir de las primeras décadas del siglo, caracterizadas por reformas y mejoras en el ámbito social seguidas por una voluntad de dar a conocer España en el extranjero. El fracaso de la exposición de Londres en 1914 es contemporáneo de las sublevaciones sindicalistas de las clases obreras que causaron desorden en el país llevando a cambios de gobiernos repentinos como el golpe que llevó a la dictadura primorriverista. Sin embargo, el evento más emblemático del siglo XX español es, desde luego, el estallido de la Guerra Civil. En aquellos años convulsos, cada bando combatía su batalla propagandística también a través del turismo y, dentro de este marco histórico, este trabajo ha querido analizar su papel, sin duda muy importante. En concreto, el estudio analiza las llamadas Rutas de Guerra cuya creación resultó todo un éxito para la propaganda del régimen que, también gracias a estos programas de viajes organizados, a finales de los años 40 logró mostrar los beneficios de la España nacional a grupos de extranjeros, muchos de ellos periodistas. Las Rutas de Guerra, y especialmente la Ruta del Norte, representan un ejemplo de cómo la actividad turístico-cultural supo ayudar no solo el discurso propagandístico, sino también mantener vivo económicamente un determinado territorio. Las divisas generadas por los turistas y las mejoras aportadas en el país para acogerles constituyeron un elemento importante en este sentido. Se trató de un fenómeno inesperado e inusual: la curiosidad romántica de lo macabro y, sobre todo, el interés de los periodistas extranjeros por conocer lo que estaba ocurriendo en el país ibérico, determinaron el éxito de la iniciativa.

Sin embargo, una vez que se instaló el régimen franquista, se perdieron casi todos los importantes testimonios histórico-culturales de lo ocurrido en aquellos años: también los vestigios de las Rutas de Guerra. La política del olvido inaugurada por Franco con el intento de esconder las huellas de las barbaries nacionales, causaron una pérdida de la memoria sobre los acontecimientos bélicos y, por lo tanto, del fenómeno específico. Durante el viaje que se realizó a principios de septiembre de 2022 se comprobó la falta de cuidado e interés en preservar los testimonios de las Rutas de Guerra que representan algo casi del todo desconocido y que las propuestas turísticas actuales no tomaron en consideración. La recuperación de los bienes materiales e inmateriales relativos al conflicto civil definida por la Ley de la Memoria de 2007 aún no fue suficiente para otorgar el justo valor testimonial a los paisajes donde se desarrollaban los recorridos de las Rutas de la Guerra. Preservar la memoria de los hechos traumáticos de la Guerra Civil que se inscriben en un territorio específico es importante, no sólo para entender el pasado de aquel territorio dentro del marco más

amplio de la Guerra Civil, sino también para posibilitar en el presente una compensación que se podría actuar precisamente a través de unas adecuadas políticas turísticas.

ÍNDICE DE IMÁGENES

Figura 1: Comisaría Regia de Turismo, *Sunny Spain*, 1914, <https://ar.pinterest.com/pin/368028600800226786/>.

Figura 2: “Administración turística española (1928-1929)”, en Moreno Garrido (2007), *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis, p. 119.

Figura 3: Patronato Nacional de Turismo, *Asturien: sagenhafte landschaft. Besucht Spanien*, 1929, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 4: Patronato Nacional de Turismo, *Fleurs et fruits de la Méditerranée: Visitez l'Espagne*, 1930, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 5: Patronato Nacional de Turismo, *La pila bautismal de Cervantes y el sepulcro del Cardenal Cisneros (Alcalá de Henares)*, 1937-38, portada del folleto núm. 2 editado por el Servicio de Información del Patronato Nacional de Turismo.

Figura 6: Patronato Nacional de Turismo, *La capilla y el sepulcro después del bombardeo. El sepulcro del Cardenal Cisneros*, 1937-38, pp. 3-4 del folleto núm. 2 editado por el Servicio de Información del Patronato Nacional de Turismo.

Figura 7: Patronato Nacional de Turismo, *Las ruinas del arte de España son una acusación más contra el fascismo*, 1937-38, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 8: Patronato Nacional de Turismo, *Para salvar el arte de España hay que aplastar el fascismo*, 1937-38, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 9: Geoff Maas, “The Rutas de Guerra during the civil war”, 1938 en Holguín S. (2005), «“National Spain Invites You”: Battlefield Tourism during the Spanish Civil War», *American Historical Review*, núm. 110, p. 1407.

Figura 10: Servicio Nacional de Turismo, *Visitez les routes de la guerre en Espagne*, 1938, portada en Turespaña, Madrid.

Figura 11: Servicio Nacional de Turismo, *Billete para visitar la ruta de guerra del norte*, 1938, en la exposición Frente Norte en el Museo de Prehistoria y Arqueología de Santander desde julio hasta diciembre de 2022.

Figura 12: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara A en Biblioteca Nacional de Madrid.

Figura 13: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B en Biblioteca Nacional de Madrid.

Figura 14: *Itinerario de la Memoria*, cara B, 2018, publicación del Gobierno Vasco.

Figura 15: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B, detalle en Biblioteca Nacional de Madrid.

Figura 16: “Lista de personalidades que realizaron la primera ruta de guerra” en *Revista técnica del Turismo*, núm. 75-76-77, 1963, p. 49.

Figura 17: “Personas que han visitado España en el primer trimestre” en *Revista técnica de Turismo*, núm. 75-76-77, 1963, p. 10.

Figura 18: Patronato Nacional de Turismo, *Bilbao. The Abra beaches*, 1929, Madrid, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230204090710>.

Figura 19: Patronato Nacional de Turismo, *Santander. Spend the summer at El Sardinero*, 1929, Madrid, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230204090710>.

Figura 20: Patronato Nacional de Turismo, *La Granja. Wonderful fountains and gardens splendid sports ground-amusements comfortable lodgings*, 1929, Madrid, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230204090710>.

Figura 21: Patronato Nacional de Turismo, *Sevilla. The city of unique charms*, 1929, Madrid, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230204090710>.

Figura 22: Servicio Nacional de Turismo, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra*, 1938, cara B, detalle en Biblioteca Nacional de Madrid.

Figura 23: Dirección General de Turismo, *Spain is different. Visit Spain: Costa Brava*, 1950, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 24: Ministerio de Información y Turismo, *Toros en Chinchón*, 1961, <https://turismo.janium.net/janium-bin/sumario.pl?Id=20230206115802>.

Figura 25: Boletín de la Dirección General del Turismo, *Circuitos en autocar por España*, 1951, Madrid.

Figura 26: Marqués de Santa María de Villar, “Los excursionistas de la Ruta de Guerra nº1 contemplan Oviedo desde el monte Naranco”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 1. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 27: Erika Biasion. *Mirada de Oviedo desde el monte Naranco*, 2022, Oviedo.

Figura 28: Marqués de Santa María de Villar, “Los excursionistas de la Ruta de Guerra nº1 en San Miguel de Lillo (Oviedo)”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 13. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 29: Erika Biasion. *San Miguel de Lillo*, 2022, Oviedo.

Figura 30: Marqués de Santa María de Villar, “Los excursionistas de la Ruta de Guerra nº1 admiran la belleza y magnificencia de Santa M^a de Naranco en el Monte Naranco (Oviedo) milagrosamente salvada de la barbarie roja”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 9. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 31: Erika Biasion. *Santa M^a de Naranco*, 2022, Oviedo.

Figura 32: Marqués de Santa María de Villar, “A la puerta de la Catedral de Oviedo”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 25. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 33: Erika Biasion. *Catedral de Oviedo*, 2022, Oviedo.

Figura 34: Marqués de Santa María de Villar, “Cuartel de Simancas Gijón”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 31. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 35: Erika Biasion. *Patio de la Virgen del Cuartel de Simancas*, 2022, Gijón.

Figura 36: Marqués de Santa María de Villar, “El Cuartel de Simancas Gijón, Lugar de heroísmos”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 33. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 37: Erika Biasion. *Pared externa del Cuartel de Simancas*, 2022, Gijón.

Figura 38: Marqués de Santa María de Villar, “La playa de Gijón”, 1938 en *Ruta de Guerra n. 1. Recorrido por Asturias*, p. 39. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000137914&page=1>.

Figura 39: Erika Biasion. *Playa de San Lorenzo*, 2022, Gijón.

Figura 40: Marqués de Santa María de Villar, “En el Hotel Real de Santander”, 1938 en *Viajeros de la Ruta de Guerra n. 1 en recorrido por Cantabria*, p. 19. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000139650&page=1>.

Figura 41: Erika Biasion. *Entrada principal del Hotel Real*, 2022, Santander.

Figura 42: Marqués de Santa María de Villar, “En el Cinturón de Hierro de Bilbao”, 1938 en *Ruta de Guerra organizadas por el Capitán Luis Bolin por Bilbao y Burgos*, p. 7. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000148075&page=1>.

Figura 43: Marqués de Santa María de Villar, “En el Cinturón de Hierro de Bilbao”, 1938 en *Ruta de Guerra organizadas por el Capitán Luis Bolin por Bilbao y Burgos*, p. 9. Material fotográfico, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000148075&page=1>.

Figura 44: Erika Biasion. *Trinchera en el Monte Artxanda*, 2022, Bilbao.

Figura 45: Erika Biasion. *Ermita de San Roque*, 2022, Bilbao.

Figura 46: Erika Biasion, *Trinchera de Oviedo*, 2022, Oviedo.

Figura 47: Erika Biasion, *Vista de la estatua de Cristo desde una trinchera en Oviedo*, 2022, Oviedo.

APÉNDICE

Conversación con el arqueólogo Alfonso Fanjul Peraza realizada el día 8 de septiembre de 2022 en la ciudad de Oviedo.

Erika Biasion: ¿Qué ocurrió en Oviedo durante la Guerra Civil?

Alfonso Fanjul Peraza: Oviedo, capital de Asturias, era una ciudad burguesa más bien conservadora, aunque el resto de la región era de tendencia izquierdista, sobre todo la cuenca minera en el sur. Al estallido de la Guerra Civil, el general Aranda convenció a los políticos de la ciudad que no se preocuparan y envió dinero a los mineros para que se marcharan de la región sin causar preocupaciones. De esta forma, Oviedo, declaradamente nacional, quedó rodeada por el bando republicano y dada su posición estratégica muy mala, el general Aranda decidió fortificar las pequeñas colinas cerca de la ciudad para ganar tiempo sobre los enemigos.

Durante varios meses se está combatiendo lo que es la ciudad, Franco envía un ejército desde Galicia que abre una pequeña carretera que consigue romper el asedio de la ciudad. Es una carretera de 20 kilómetros en manos nacionales, es como un cordón umbilical, la ciudad se mantén viva gracias a esa carretera de 20 kilómetros que va entre colinas, por debajo del Monte Naranco. Entonces, a partir de este momento, todas estas colinas que protegen la carretera de 20 kilómetros se convierten en campos de batalla.

Hay una primera fase donde se lucha la ciudad y una segunda fase de la batalla de Oviedo donde el objetivo republicano es cortar la carretera. Tomar una de esas colinas significa cortar la carretera y tener Oviedo cerrado otra vez. Entonces, entran las tropas gallegas y abren pequeñas carreteras en los últimos días de la batalla, cuando Oviedo ya no aguantaba más. A mi abuelo, que estaba dentro de la ciudad, le mandaron quemar toda la documentación porque, si caía la ciudad, los iban matar a todos. Mi abuelo tuvo que quemar la documentación ya pensando que se acababa todo, ya iba a caer Oviedo.

Sin embargo, aguantaron unos días más, consiguieron abrir la carretera, se salvaron. En ese momento, en dos colinas que están justo encima de la carretera que unía Oviedo, que va por la falda por el monumento de la iglesia antigua, quedan tropas africanas, traídas de Marruecos. El resto está todo controlado por el ejército republicano que se queda en una colina en frente y alrededor y durante meses se están dando batallas desde arriba del Monte Naranco porque el ejército republicano sabe

que, si toma esta cima, Oviedo queda cortada y desde allí pueden cortar la carretera. Se dan muchas batallas para intentar cortar esta colina ya como sea, los africanos se fortifican.

Observando las trincheras que se encuentran en el pico Paisano del monte Naranco:



Figura 46: Erika Biasion, *Trincheras de Oviedo*, 2022.

AFP: Estas trincheras en tierra (visibles en la figura 46) son las fortificaciones hechas por los nacionales, por los africanos que están aquí arriba, crean una red como una tela de araña. El centro de la fortificación era un gran círculo como si fuera el foso de un castillo y de aquí salían tres ramas que culminaban en zonas donde se estaba combatiendo como en la primera línea del frente. Cada uno de estos huecos son para los soldados para que disparen desde aquí. Algunos más grandes son para ametralladoras, etc.

Eran 300 soldados, africanos con soldados españoles. La trinchera de la figura 46 no es una trinchera para disparar, es de comunicación, lo que están haciendo es comunicarse desde arriba con la posición desde donde realmente están disparando. Esta es para moverse de un lado a otro, entonces lo hacen en zigzag porque les están disparando desde el lugar de las antenas. Toda esa colina era republicana. Las trincheras se hacen en “s” porque si se hacen rectas, una la bomba que le caiga encima afecta todo lo que esté en la línea, mientras que, si siguen un recorrido a zigzag, la bomba afecta solo un tramo. Gracias al barro se conservaron objetos de cuero y un botecito de cristal con forma de payaso, un perfume.

El Cristo que se encuentra en la cima del Monte Naranco se colocó en los años 60 cuando se abre una carretera para venir hasta aquí (figura 47).



Figura 47: Erika Biasion, *Vista de la estatua de Cristo desde una trinchera en Oviedo*, 2022.

Observando la Iglesia de San Miguel del Lillo, figura 29:

Algo ha cambiado porque no se puede tomar la misma foto.

Observando la Iglesia de Santa María del Naranco, figura 31:

Pertenece al siglo IX, caracterizada por una sala donde los reyes asturianos recibían los embajadores, Sala real. Ya era un monumento nacional, un edificio conocido en España, era una visita obligada, como parar en la Catedral.

BIBLIOGRAFÍA

ALCAIDE INCHAUSTI, Julio, «Evolución de la población española en el siglo XX, por provincias y comunidades autónomas», *Fundación BBVA*, núm. 314, 2007, pp. 29-31.

ÁNGELES RÍOS GARCÍA, María, 2017, «La influencia de la muerte en algunos textos del Romanticismo», en *Grado Cero Prensa*, <https://gradoceroprensa.wordpress.com/2017/02/02/la-influencia-de-la-muerte-en-algunos-textos-del-romanticismo/>.

ARCE, Alberto, 2019, «Cuando la Catedral de Oviedo resurgió de sus cenizas» en *El Comercio*, <https://www.elcomercio.es/oviedo/catedral-oviedo-incendio-guerra-civil-20190429214522-nt.html>.

ARMANDO CORBIN, J., 2017, «Colores y emociones: ¿cómo se relacionan entre sí?» en *Psicología y Mente*, <https://psicologiymente.com/psicologia/colores-emociones-relacionan>.

AZCONA PASTOR, José Manuel, LEZAMIZ LUGAREZARESTI, Julen, «Bilbao, 18 de julio de 1936», *Sancho el Sabio*, núm. 36, 2013, pp. 95-116.

BOLÍN, Luis Antonio, «Encargo de viaje del Servicio Nacional de Turismo para mejorar la organización de la Ruta de Guerra del Norte», *Ministerio del Interior*, núm. 245, 1938, pp. 1-4.

BOLÍN, Luis Antonio, «Proyecto para organizar la entrada en España de os turistas que visitarán la Ruta de Guerra del Norte a partir del próximo 1 de julio», *Ministerio del Interior*, 1938, pp. 1-4.

BRANDIS, Dolores, DEL RÍO, Isabel, «Turismo y paisaje durante la Guerra Civil española, 1936-1939», *Scripta Nova*, núm. 530, 2016, pp. 1-27.

CASANOVA, Julián, CARLOS GIL, Andrés, *Historia de España en el siglo XX*, Titivillus, 2009.

CERDÁ TORRES, Rafa, 2013, «¿Delenda est monarchia?», en *Castellón Información*, <https://www.castelloninformacion.com/castellon-opinion-monarquia-casa-real-reyes/>.

CONCEJAL LÓPEZ, Eva, «Las rutas de guerra: del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)», *Biblioteca Nacional de España*, 2014, pp. 259-273.

CORDERO, Ovidio, «Rutas Nacionales de Guerra», *El Mundo*, núm. 26, 2006, pp. 1-2.

CORREYERO RUIZ, Beatriz, «La propaganda turística española en los años del aislamiento internacional», *Historia y Comunicación Social*, núm. 8, 2003, pp. 47-61.

DEL ARCO BLANCO, Miguel Ángel, «La dittatura franchista Le origini politiche e ideologiche e il suo consolidamento (1936-1945)», *Studi di Storia*, núm. 8, 2019, pp. 183-199.

- DEL RÍO LAFUENTE, Isabel, «Cultura y paisaje en la política turística del primer franquismo (1939-1956)» *Estudios Geográficos*, núm. 281, 2016, pp. 443-467.
- FANJUL PERAZA, Alfonso, DUARTE, Ramón, FEITO ÁLVAREZ, Félix, BRACERO, Carlos, «The Forgotten Battle. Archaeology of the Spanish Civil War in the Trenches of Oviedo», *Trébole. Boletín cultural de Asturias en América*, núm. 3, 2013, pp. 21-34.
- FERNÁNDEZ POYATOS, María Dolores, VALERO ESCANDELL, José Ramón, «Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España (1929-1936)», *Cuadernos de Turismo*, núm. 35, 2015, pp. 157-184.
- FERREIRO, Christian, 2022, «¿Qué ocurrió en Oviedo durante la Guerra Civil?» en *Nortes*, <https://www.nortes.me/2022/04/30/que-ocurrio-en-oviedo-durante-la-guerra-civil/>.
- GARCÍA MEDIERO, José Miguel, SIXTO CESTEROS, Rita, «Paisajes de guerra. Lugares de olvido», *Sans Soleil*, núm. 9, 2017, pp. 115-148.
- GARRIDO CUMBRERA, Marco, LÓPEZ LARA, Enrique, «Consecuencias del turismo de masas en el litoral de Andalucía (España)», *Cuaderno Virtual de turismo*, núm. 10, 2010, pp. 125-135.
- GÓMEZ MARÍN, Inmaculada, HERNÁNDEZ JIMÉNEZ, José Antonio, «Revisión de la Guerra Civil Española y la posguerra como fuente de traumas psicológicos desde un punto de vista transgeneracional», *Revista electrónica de psicoterapia*, núm. 5, 2011, pp. 473-491.
- GRONDONA, Ana, «El giro narrativo y el lugar de la heterogeneidad discursiva en el análisis de teorías sociológicas. El caso de la teoría de la modernización en Gino Germani», *Cinta de Moebio*, núm. 56, 2016, pp. 147-158.
- GUITER, Guillermo, 2021, «Las cicatrices de un Oviedo en Guerra» en *La Voz de Asturias*, <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/oviedo/2020/08/18/cicatrices-oviedo-guerra/00031597774011952114542.htm>.
- HIERRO GÁRATE, José Ángel, GUTIÉRREZ CUENCA, Enrique, «Fortificaciones de la guerra civil española en Santander», *Concejalía de Cultura*, 2017, pp. 1-56.
- HOLGUÍN, Sandie, «“National Spain Invites You”: Battlefield Tourism during the Spanish Civil War», *American Historical Review*, núm. 110, 2005, pp. 1399-1426.
- IBAÑEZ FANTONI, José, «El turismo en la prensa», *Revista técnica del Turismo*, núm. 75-76-77, 1963, pp. 53-55.

- IZQUIERDO, N., NEIRA, S., 2016, «Oviedo, invicta y heroica desde 1938» en *El Comercio*, <https://www.elcomercio.es/oviedo/201604/05/oviedo-invicta-heroica-desde-20160405004136-v.html>.
- LARRAZ, Fernando, «Poetas en la España leal (1937) y Romancero general de la guerra española (1944). Dos antologías de poesía en guerra», *Revista Estudios*, núm. 39, 2019, pp. 1-19.
- LARRINAGA RODRÍGUEZ, Carlos, «Las Rutas de Guerra. Propaganda y turismo en la España franquista durante la Guerra Civil», *Ayer*, núm. 127, 2022, pp. 219-247.
- LÁZARO SEBASTIÁN, Francisco Javier, «El cartel turístico en España. Desde las iniciativas pioneras del Patronato Nacional del Turismo hasta los comienzos del desarrollismo», *Artigrama*, núm. 30, 2015, pp. 143-165.
- LÓPEZ, Iratxe, 2021, «Paseos por el Cinturón de Hierro de Bilbao entre trincheras y búnkeres» en *El Correo*, <https://www.elcorreo.com/planes/cinturon-hierro-descubierto-20210211122453-nt.html>.
- MARGOLLES BERAN, Arantxa, 2021, «La Catedral a través del tiempo» en *El Comercio*, <https://www.elcomercio.es/oviedo/catedral-oviedo-traves-tiempo-20211007191444-nt.html>.
- MARIA VIAN, Giovanni, 2007, «Opus Dei» en *Treccani – Enciclopedia Italiana – VII Appendice*, https://www.treccani.it/enciclopedia/opus-dei_%28Enciclopedia-Italiana%29/.
- MONTES ESTRADA, Jesús, «Xixón 1936-1937. Un recorrido por el Xixón de la Guerra Civil», *Concejalía de Memoria Social del Ayuntamiento de Gijón*, 2011, pp. 1-43.
- MORÁN, J., 2012, «Simancas: ¿el tesoro está dentro?» en *La Nueva España*, <https://www.lne.es/gijon/2012/12/24/simancas-tesoro-20739299.html>.
- MORENO GARRIDO, Ana, «El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932). Balance económico de una política turística», *Investigaciones de Historia Económica*, 2010, pp. 103-134.
- MORENO GARRIDO, Ana, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis, 2007.
- MORENO GARRIDO, Ana, «Los otros «años vitales». Luis Bolín y la otra España turística (1948-1952)», *Ayer*, núm. 99, 2015, pp. 151-174.
- MORENO GARRIDO, Ana, VILLAYERDE, Jorge, «De un sol a otro: turismo e imagen exterior española (1914-1984)», *Ayer*, núm. 114, 2019, pp. 95-121.
- NOGUÉ FONT, Joan, «Paisaje y Turismo», *Estudios Turísticos*, núm. 103, 1989, pp. 35-46.

ORTEGA, Juan, «Algo de nostalgia de las “Rutas de Guerra”», *Revista Técnica del turismo*, núm. 74, 1963, pp. 33-34.

ORTIZ, Luis, «In memoriam», 2016, panel informativo en el Monte Artxanda.

PALOU RUBIO, Saida, «Las Rutas de Guerra en la España Nacional: patrimonio, turismo y propaganda política», *PH*, núm. 105, 2022, pp. 170-172.

PAZOS GARCÍA, Alicia, «La evolución del turismo en España», Trabajo de fin de Grado, 2017, pp. 1-26.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf;jsessionid=AD0D5858B1302BC3B9C1A4D3CE5ABE7D?sequence=1>.

PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo, «La política turística en la España del siglo XX: una visión general», *Historia Contemporánea*, núm. 25, 2002, pp. 233-265.

POYATOS FERNÁNDEZ, María Dolores y VALERO ESCANDELL, José Ramón, «Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España (1929-1936)», *Cuadernos de Turismo*, núm. 35, 2015, pp. 157-184.

RAMÓN GABRIEL, María, GARCÍA ÁLVAREZ, Jacobo, «Fotografía, turismo e identidad nacional en el primer franquismo (1939-1959): Rafael Calleja y la Apología Turística de España», *Cuadernos de Turismo*, núm. 38, 2016, pp. 385-410.

Real Decreto número 745 del 26 de abril 1928, *Gaceta de Madrid*, núm. 117, 1928, pp. 484-487.

S. a., «Rutas de Guerra», *El Correo de Zamora*, 1938, p. 4.

S. a., «La España de Franco, abre en plena guerra dos grandes rutas de turismo», *El Diario de Las Palmas*, 1938, pp. 1-6.

S. a., «España abre sus puertas», *El Diario de León*, 1938, p. 1.

S. a., «Ruta turística del Norte», *El Diario de León*, 1938, p. 6.

S. a., «España invita a todos los ciudadanos de los países civilizados a recorrer la Ruta de guerra del Norte», *El Diario de León*, 1938, p. 1.

S. a., «España abre al turismo extranjero la ruta de guerra del Norte», *La Nueva España*, núm. 457, 1938, pp. 1-10.

S. a., «Ruta de la guerra del Norte», *Fotos (San Sebastián)*, 1938, p. 13.

SÁNCHEZ-LAFUENTE, José Luis, «La posguerra española (1939-1959): “jambre” y penuria», *Rayya*, núm. 15, 2019, pp. 151-195.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, «Itinerario para una excursión siguiendo la Ruta de Guerra del Norte», *Ministerio del Interior*, 1939, pp. 1-3.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, «Instrucciones generales para la visita de la “Ruta de Guerra del Norte”», *Ministerio del Interior*, núm. 103, 1939, pp. 1-6.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, «Ruta de Andalucía», *Ministerio del Interior*, sin año, pp. 1-13.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO, «Informe de la “expedición” especial peregrinación EE.UU. en los días 28 de julio a 22 de agosto próximo ppdo», *Ministerio del Interior*, 1939, pp. 1-5.

SEVILLANO CALERO, Francisco, «La construcción de la memoria y el olvido en la España democrática», *Ayer*, núm. 53, 2003, pp. 297-319.

SOCATELLI P., Mario, «Oferta Turística», extracto del libro *Mercadeo aplicado al turismo*, Intermark, 2013, p.1. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>.

TRUJILLO, Helena, 2022, «Emilio Prados» en *Poesía más Poesía*, 163, <https://poesiamaspoesia.com/163-poesia-mas-poesia-emilio-prados/#BIOGRAFIA>.

TRUJILLO, Helena, 2022, «Emilio Prados» en *Poesía más Poesía*, 163, <https://poesiamaspoesia.com/163-poesia-mas-poesia-emilio-prados/#MEDITACION-BAJO-UN-MISTERIO>.

VALLEJO POUSADA, Rafael, «¿Bendición del cielo o plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, núm. 37, 2015, pp. 89-113.

VALLEJO POUSADA, Rafael, «Economía e Historia del turismo español del siglo XX», *Historia Contemporánea*, núm. 25, 2002, pp. 203-232.

VALLEJO POUSADA, Rafael, «Turismo durante la Guerra Civil, 1936-1939: el impacto de la guerra en un sistema turístico en formación» *Historia Industrial*, núm. 75, 2019, pp. 97-133.

VILLANUEVA HERRERO, José Ramón, 2022, «Aquella monarquía franquista. De la Ley de Sucesión a la Jefatura del Estado» en *Nueva Tribuna* <https://www.nuevatribuna.es/articulo/cultura---ocio/monarquía-franquista/20220615120333199528.html>.

VIZCAÍNO PONFERRADA, María Luisa, «Evolución del turismo en España: el turismo cultural», *International Journal of Scientific Management and Tourism*, núm. 4, 2015, pp. 75-95.

VOLTAS MORENO, Jan, «La autarquía franquista desde el punto de vista económico (1939-59)», *Universitat Ramon Llull*, 2020, pp. 15-21.
https://www.url.edu/sites/default/files/content/file/2021/05/27/36/premisrecercaurl2021_treball_distincio_esade.pdf.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Ayuntamiento de Gijón, *Iglesia de San Pedro Apóstol Mayor de Gijón* en Gijón, <https://www.gijon.es/es/directorio/iglesia-de-san-pedro-apostol-mayor-de-gijon>.

Ayuntamiento de Ugao-Miraballes, 2018, *Cinturón de Hierro de Bilbao* en Gogora, <https://www.gogora.euskadi.eus/noticia/2018/gogora-ayuntamiento-de-ugao-miraballes-presentan-el-nuevo-panel-del-itinerario-del-cinturon-de-hierro-a-su-paso-por-este-municipio/webgog00-chgogora/es/>.

Ayuntamiento de Santander, *Refugio Antiaéreo* en Anillo Cultural, <https://anillocultural.com/oferta-cultural/refugio-antiaereo-de-la-guerra-civil>.

Gobierno Vasco, 2018, *Itinerarios de la Memoria: Cinturón de Hierro de Bilbao* en Gogora, <https://www.gogora.euskadi.eus/cinturon-de-hierro-presentacion/webgog00-chgogora/es/>.

Jefatura del estado, 2007, *Ley 52/2007* en Boletín Oficial del Estado, número 310 <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22296>.

Jefatura del estado, «Boletín Oficial del Estado» núm. 199, de 18 de julio de 1945, pp. 358-360. <https://www.boe.es/datos/pdfs/BOE//1945/199/A00358-00360.pdf>.

Real Academia Española, 2014, Diccionario de la lengua española (23^a ed.). <https://www.rae.es/>

S. a., 2018, *Historia* en Falange Española de las JONS, <https://falange.es/historia>.

S. a., *Árbol de Guernica* en Wikipedia, https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rbol_de_Guernica.

S. a., 2017, *Hotel Real 1917-2017. Cien años de Historia en Santander* en Destinos, Otros Destinos, <https://www.eurostarscultura.com/centenario-eurostars-hotel-real-santander/>.

S. a., *Santa María del Naranco, prerrománico en altura* en Masdearte, <https://masdearte.com/especiales/santa-maria-del-naranco-prerromanico-en-altura/>.

S. a., *Centro de Arte Faro de Cabo Mayor* en Fundación Santander Creativa, <https://www.santandercreativa.com/entidades/centro-de-arte-faro-de-cabo-mayor>.

S. a., 2006, *Introducción al Movimiento Artístico del Arte Naif* en ArtEEspaña, <https://www.artespana.com/artenaif.htm>.

UNWTO, 2008, Glosario de Términos de Turismo, <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas aquellas personas que me apoyaron incondicionalmente en los últimos meses de mi carrera universitaria permitiéndome realizar este trabajo nacido de una fuerte pasión personal por el turismo y la cultura española. En primer lugar, quiero agradecer a mi tutor, el Profesor Alessandro Mistrorigo que con mucho cuidado y paciencia me dio unos consejos útiles para la elaboración de mi trabajo. En segundo lugar, quiero dar las gracias al arqueólogo Alfonso Fanjul Peraza, cuya preciosa ayuda permitió enriquecer mis estudios y cuya profesionalidad ha sido motivo de inspiración yendo más allá del presente trabajo. Por último, pero no menos importante, tengo que agradecerle a mi familia, a mis amigos y sobre todo a mi novio que durante estos meses me han soportados e animados a seguir hacia adelante sin perder de vista el objetivo.