

## PRESENTACIÓN

Esta monografía tiene por objeto el estudio de diversos aspectos del turismo en España entre 1951 y 1962. Luis Fernández Fúster había definido este período como el de la primera etapa del Ministerio de Información y Turismo, que corresponde a la de Gabriel Arias Salgado a su frente. La cronología abarcada coincide, en un principio, con la etapa político-administrativa que se inicia con la creación del Ministerio y el nombramiento de Arias Salgado en 1951 y se cierra con su sustitución por Manuel Fraga Iribarne, en el cambio de gobierno en 1962. No obstante, este no es el criterio que ha primado en la selección de las fechas, sino la sustantividad o importancia del turismo en este período, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo, visto desde una perspectiva de largo plazo, que arranca del segundo tercio del siglo XIX.

Desde mi punto de vista, en la historia del turismo español para los siglos XIX y XX cabe identificar al menos seis grandes etapas. La primera, desde aproximadamente 1830 hasta 1900, es la de los orígenes del turismo como práctica social y como fenómeno económico, muy localizado en el territorio (estaciones termales, ciudades con playas y urbes históricas con riqueza patrimonial). La segunda, que despinata hacia 1900 y llega hasta 1936, es la del arranque del turismo moderno, entendido como “industria turística”, en la que se va conformando un sistema turístico nacional, base

del sistema turístico contemporáneo, con marcadas variantes provinciales y regionales. Es una fase en la que domina el turismo de los nacionales y el país se muestra como un país de turismo, emergente en el mercado turístico internacional, en posiciones aún distantes del liderazgo.

La tercera, de 1936-1948, es de parón y retroceso turístico, debidos a la Guerra Civil y a la II Guerra Mundial. La cuarta, desde 1949 a 1962, es una fase de recuperación y de irrupción del turismo de masas, de afianzamiento de la emergencia turística de España que se observaba en la etapa prebélica, hasta el punto de que en 1962 el país ocupaba posiciones ya de liderazgo mundial: segundo por número de turistas y por saldo turístico en la balanza de pagos y quinto por ingresos del turismo internacional. La quinta etapa, de 1962-1975, es la del llamado “milagro turístico” o confirmación de España como potencia turística, tanto por turistas como por ingresos, adelantando a otras naciones turísticas mediterráneas como Italia o Francia. La sexta fase, que arranca desde 1975 aproximadamente, es la de la consolidación turística y alta turistificación del país, en la que España mantiene sus posiciones de liderazgo turístico. Esta turistificación se expresa en el territorio de forma desigual, a través de una particular “jerarquía espacial” del fenómeno, conformada históricamente. En ella se observan lugares o “destinos turísticos” donde la actividad turística ha

adquirido un carácter estructural y su economía presenta una alta especialización, y “lugares con turismo”, que disponen de estructuras productivas más diversificadas, de las que el turismo forma parte, según explican Francisco López, José Fernando Vera, Anna Torres y Josep A. Ivars en su reciente libro *El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario* (2022).

Esta perspectiva de largo plazo permite identificar, de este modo, una etapa 1951-1962 más importante de la que se desprende de las visiones estereotipadas al uso -y no sólo estereotipadas-, que asimilan el turismo en España a la “era de Fraga” y al “boom” o “milagro turístico” de la década de 1960. En los doce años que van de 1951 a 1962 cabe identificar dos subperíodos. Uno de despegue turístico, hasta 1957, con un auténtico primer boom turístico si tenemos en cuenta las tasas de crecimiento de los ingresos por turismo y turistas extranjeros, superiores al 50% interanual promedio. Otro de salto adelante, de 1957 a 1962, en el que identificamos un segundo boom turístico. En este subperíodo 1957-1962, explicamos en esta monografía, se conforma un nuevo modelo turístico, teniendo en cuenta la composición del turismo y la evolución de la capacidad y de las modalidades de alojamiento del país. En 1955, el turismo receptivo (1,4 millones de extranjeros) representaba alrededor del 37% del total de turistas en España y en 1962 (6,4 millones de extranjeros), en torno al 53%, y otro tanto se constata en el consumo turístico de nacionales y extranjeros. Según las estimaciones de Manuel Figuerola, en 1960 un 47% del consumo turístico total provenía de los no residentes, y en 1965 este

consumo de los extranjeros ya representaba el 57% del total.

El turista extranjero era a esta altura, como lo venía siendo desde acabada la II Guerra Mundial, el turista objetivo, por su capacidad de generar divisas y por los efectos propagandísticos del turismo exterior, que podía actuar -y se quería que actuase- como difusor de una imagen amable de la España de la dictadura de Franco y, por tanto, de instrumento de legitimación de la misma. En la década de los 50, el turismo compensó gran parte del déficit de la balanza comercial y de la balanza de pagos; desde 1959, la balanza de pagos básica tuvo, gracias a los ingresos turísticos, saldos positivos. La economía española había entrado en un nuevo modelo de desarrollo, más relativamente dependiente del turismo internacional que la de otros líderes turísticos.

La capacidad receptiva del país en general, y la del alojamiento en particular, había experimentado un primer shock de demanda nada más iniciarse la década de 1950. Es lo que explica que en 1952-1953 se elaborara y aprobara el primer Plan Nacional de Turismo. El segundo shock de la demanda sobre las posibilidades receptoras del país, entre 1959 y 1962, fue cuantitativamente más importante. Se constató entonces que la capacidad de la hotelería tradicional, preexistente o construida a un ritmo ciertamente notable en los años cincuenta, y hasta entonces columna vertebral del turismo, no podía crecer con el dinamismo que lo hacían los consumidores foráneos y nacionales. Ese consumo solo pudo ser satisfecho con la irrupción de la nueva industria de la extrahotelería. De este modo, avanzada la

década de 1950 se difundieron formas alternativas de alojamiento: campings, apartamentos, bungalows, villas y urbanizaciones turísticas, que convivieron también con el habitual alquiler de habitaciones en domicilios particulares.

Fueron estas nuevas formas de alojamiento las que marcaron, a partir de entonces, la dinámica en la forma de asentarse en el país durante los meses de verano, en que los turistas nacionales y extranjeros se concentraban en destinos fundamentalmente litorales. Formas nuevas de alojamiento que, con la liberalización entre 1959 y 1963 de las inversiones extranjeras en promociones inmobiliarias turísticas, introdujeron al país en un nuevo modelo de producción de los espacios turísticos, al igual que lo inducían la revolución de la movilidad, asociada a la del transporte por carretera y, sobre todo, a la revolución tecnológica e institucional de la aeronáutica mundial, cuyos efectos ya se empezaron a sentir en la geografía turística española en el período aquí estudiado. Las empresas turísticas en el ámbito de la intermediación también experimentaron estas mutaciones, que exigían una mayor profesionalización y la adaptación a un entorno cambiante, en el que los operadores extranjeros mostraban un peso creciente, e incluso un cierto dominio del mercado para algunos destinos.

Por consiguiente, el salto adelante cuantitativo en la demanda turística provocó un salto adelante cuantitativo y cualitativo en la oferta turística, y transformaciones sustanciales en los paisajes humanos y naturales que soportaban el impacto del consumo turístico y los servicios y bienes ofrecidos

para satisfacerlo. Lo explicó con meridiana claridad la ley de Centros y Zonas de Interés Turístico, de 28 de diciembre de 1963, que fue la primera importante disposición legal sobre turismo de la etapa política iniciada en septiembre de 1962: “el gran incremento de la corriente turística ha dado lugar a la aparición de fenómenos de saturación y agobio en determinadas zonas y localidades del territorio nacional más favorecidas por la afluencia de visitantes, planteando problemas a resolver con urgencia”, por lo que se declara como objetivo prioritario “la ordenación turística del territorio patrio”. Llegado 1962, el turismo español, multimillonario en cifras, había entrado en un nuevo modelo, que afectaba a su geografía (mediterraneizada e insularizada) y a sus impactos socioeconómicos, paisajísticos y medioambientales. El turismo se había hecho, en apenas doce años, más importante y controvertido, política, económica y sociológicamente, porque sus efectos estructurales, sistémicos, empezaban a serlo. El país de turismo emergente antes de la Guerra Civil se contemplaba ahora desde la anhelada, y problemática en muchos aspectos, atalaya del liderazgo turístico internacional.

El período 1951-1962 es, por tanto, para el turismo español más relevante de lo que generalmente se considera, por más que las cifras absolutas de los años siguientes aplanen las de estos años hasta difuminarlas, y dejen en la penumbra los sustanciales cambios experimentados en el sistema turístico del país en esta “primera etapa” del Ministerio de Información y Turismo.

Las trece colaboraciones de esta monografía aportan elementos suficientes para

una aproximación cualificada a algunas de estas circunstancias aquí descritos. La primera, de Rafael Vallejo, está dedicada a desarrollar este marco general. Presenta las principales líneas de evolución del turismo español en esta fase de irrupción del turismo de masas, de 1951 a 1962, a través de las principales variables de demanda, oferta y producción turística. Estos indicadores permiten identificar dos booms turísticos, el cambio de modelo turístico y el tránsito de “país de turismo” a “país turístico” que avanza hacia posiciones de liderazgo internacional y que tiene, en los ingresos por turismo, un elemento clave de su modelo desarrollo.

La segunda colaboración, de María José Rodríguez, identifica, a partir de los estudios disponibles, las líneas fundamentales de la política seguida por el Ministerio de Información y Turismo en relación a la red de establecimientos turísticos de propiedad del Estado, a través de los planes nacionales de Turismo, los de estabilización económica y los específicos para la red. El artículo plantea un acercamiento novedoso a la política seguida por la Administración turística en relación con la red hotelera pública en 1951-1962, mediante el estudio no solo de los planes económicos, sino también de los recursos y los métodos de trabajo que posibilitaron la gestión de los presupuestos implicados en su crecimiento y mejora. Pone de manifiesto la dificultad que supuso combinar dos tipos dispares de gestión: la puramente inmobiliaria, común a cualquier Administración, y la hotelera, más propia de un empresario turístico. La autora concluye que el período del ministro Arias Salgado fue una “etapa fundamental para la organi-

zación y profesionalización del personal del Ministerio dedicado a la red hotelera pública”, y que las restricciones presupuestarias repercutieron en la decisión de ejercer una gestión patrimonial a largo plazo, con una labor modesta en la práctica que no pudo lograr grandes inauguraciones, sino más bien seguir la línea iniciada en la posguerra, de recuperación y mejora de los inmuebles en explotación.

El tercer artículo, de Rafael Vallejo y Saida Palou, aborda una cuestión apenas estudiada en la historiografía como es la de la organización turística oficial española a nivel provincial entre 1928 y 1962, una organización que surgió con la institucionalización de la política turística, a partir de 1928, al crearse el Patronato Nacional de Turismo. El trabajo trata de responder a varias cuestiones: cómo se proyectó, cuáles fueron los modelos exteriores de referencia, cuáles los principales debates en torno a ella y cuáles fueron sus funciones y financiación. Explica ante qué tipo de organización turística estamos -¿administración?; ¿entidad colaboradora?-, y cómo evolucionó, a través de las principales reformas, en tres momentos históricos diferentes: la dictadura de Primo de Rivera, la República y el franquismo, con las reformas de 1941, que revalidó el sistema mixto vigente desde 1931, cívico y burocrático, y las de 1953 y 1956-1957. Los autores sostienen que estas últimas “uniformizaron” el modelo de Juntas Provinciales de Turismo y las acabaron convirtiendo en administración periférica del Ministerio de Información y Turismo.

La cuarta contribución, de Daniel Lanero, estudia la actividad de la Obra Sindical de Educación y Descanso (OSD) en el ám-

bito del turismo social entre 1939 y 1962, sin olvidar los pasos iniciales de dicho turismo durante el primer tercio del siglo XX. La primera parte de su trabajo analiza con detalle los objetivos, las etapas, las actividades y el perfil sociolaboral de los afiliados de la OSED, la institución creada por la dictadura franquista para el encuadramiento del ocio de los trabajadores. A continuación estudia uno de los programas, junto con los viajes y excursiones, más importantes de la Obra en este campo del turismo social: el veraneo de trabajadores, trabajadoras y familias en su red de residencias. El trabajo se cierra con unas reflexiones en las que se traen a debate cuestiones relevantes como el significado del turismo social falangista en el marco de la evolución global del sector turístico durante el franquismo, los potenciales efectos de la oferta turística de la OSED sobre las actitudes sociales y políticas de la población y la relación entre turismo social, identidades regionales y nacionalización bajo la dictadura. Es una reflexión que Lanero liga con dos evidencias: el turismo social de la OSED siguió su propio camino sin formar parte de la política turística global del franquismo, y la oferta nacionalsindicalista de turismo social no pudo ni de lejos competir con la mucho más dinámica y diversificada oferta del “turismo libre”, hasta el punto de que en 1962 los participantes en estos programas habían descendido hasta los 155.700, de los que 42.000 se alojaron en las residencias de la OSED, un número exiguo en un país turístico recorrido por algo más de 11 millones de turistas nacionales y extranjeros.

La quinta contribución, de Elvira Lindoso, estudia el sector de los balnearios en la política turística en España desde 1940 a

1962. La autora realiza un diagnóstico de la situación balnearia española al final de la Guerra Civil y su evolución en las dos décadas siguientes, e identifica cómo la actividad balnearia, base tradicional del turismo de salud, pasó del estancamiento a la precariedad en pocos años, al mismo tiempo que el turismo se transformaba en un fenómeno de masas y las curas balnearias perdían predicamento social y médico. Apoyado en diversas fuentes contemporáneas y en la bibliografía disponible, este artículo analiza la inserción de estos establecimientos en la política turística de la dictadura en este período, constatando una realidad decepcionante: durante los años cuarenta y cincuenta, el régimen franquista no incluyó los balnearios en dicha política. Los resultados para las empresas fueron igualmente decepcionantes. La clientela de los balnearios se mantuvo en torno a los 77 mil usuarios, que suponían un tercio menos de los de la temporada 1931. La comparación internacional que la autora efectúa permite identificar el contraste con Portugal, Italia, Francia y Alemania o Checoslovaquia, donde hubo una apuesta por el termalismo social. En España, faltos de incentivos, los empresarios del sector optaron por una actividad industrial anexa, el embotellado de aguas, que progresó a buen ritmo.

A continuación, Domingo Cuéllar, José Joaquín García y Andrés Sánchez Picón abordan el papel de RENFE en los albores del boom turístico en España, de 1941 a 1964, una cuestión escasamente estudiada hasta ahora. Nos recuerdan que la relación entre el ferrocarril y el turismo en España se remonta a los propios orígenes del ferrocarril y su posterior expansión. Comprueban

que tras el parón provocado por la Guerra Civil, el régimen franquista retomó pronto su interés por impulsar el desarrollo turístico con los viajes por ferrocarril, medio de transporte hegemónico en aquel momento, para lo que contó con RENFE, la empresa ferroviaria pública recién creada en 1941. En las décadas de 1940 y 1950, RENFE daría pasos conducentes a promover el turismo, consolidar una red de oficinas en distintas ciudades (incluso en el extranjero) y diseñar recorridos y servicios que ayudaran a atraer a los viajeros internacionales y nacionales. Sin embargo, una cosa fueron las intenciones y otra los resultados. Los autores constatan cómo las limitaciones derivadas de la preferencia otorgada al transporte de mercancías sobre el de viajeros y la escasa inversión en infraestructura y material rodante condicionaron sobremanera la oferta ferroviaria de viajes. Los datos aportados en este artículo ponen de manifiesto el influjo de esas restricciones y cómo el ferrocarril no tuvo en España la relevancia que podía esperarse en la propagación del turismo entre los propios nacionales y los extranjeros en este periodo.

Carmen Gil aborda, a continuación, la relación entre carreteras, automóviles y turismo durante los primeros tiempos de la masificación en España, de 1950 a 1962. Explica que en este período tuvo lugar una mejora apreciable de la red circulatoria automovilística del país, “gracias al Plan de Modernización de carreteras de 1950 y a las propuestas específicas para itinerarios de interés turístico realizadas a través del Plan Nacional de Turismo de 1953”. Pone de manifiesto que el transporte por carretera fue adquiriendo un peso cada vez mayor y sentó

las bases para el aumento paulatino de turistas internacionales y el desarrollo del turismo de masas. Constatamos que, no obstante, los proyectos de mejora de la red de carreteras ejecutados en los años cincuenta tuvieron toda una serie de limitaciones técnicas y económicas, “en unos momentos marcados por la escasez de inversiones públicas y todavía de aislamiento internacional, a pesar de los primeros intentos políticos del Régimen para salir de la autarquía”. Apoyándose en el análisis de los documentos del Plan Nacional de Turismo de 1953, la autora constata que sus artífices, la Dirección General de Turismo y la Secretaría General para la Ordenación Económico-Social, “se esforzaron por poner de manifiesto la relevancia de las carreteras para fomentar la afluencia turística internacional y de este modo, obtener los subsiguientes beneficios económicos que revirtieran en otras actuaciones”.

La octava contribución a esta monografía, de José Joaquín García, Domingo Cuéllar y Andrés Sánchez, analiza el papel de la aviación y los aeropuertos en la transformación de la movilidad turística en España desde 1941 a 1964. El artículo arranca con una sucinta descripción del sector del transporte aéreo en España antes de la Guerra Civil y los primeros tráficos, con sus primeras empresas con un modelo de negocio basado en las concesiones de correo y algunos pasajes (gerentes, empresarios, altos funcionarios y turistas de élite). A continuación aborda el mercado aéreo en Europa después de la Segunda Guerra Mundial y su relación con el incipiente turismo de masas: las condiciones favorables al despegue de la aviación tras la II Guerra Mundial, la reducción del precio de los vuelos con la entrada de

los operadores de vuelos chárter en los nichos de mercado dejados por las compañías regulares, la oferta de paquetes turísticos y cómo, a través de ella, el viajero elitista iba siendo sustituido, avanzada la década de 1950, por “el turista de clase media y trabajadora, lo que implicaba una suerte de democratización del transporte aéreo”, una revolución que tuvo su componente tecnológica en la introducción de los motores a reacción y aparatos de mayor capacidad, que contribuyeron a recortar tiempos y precios, una reducción de la que participaron las compañías regulares o de bandera. Dos reformas institucionales colaboraron en esta revolución de la movilidad aérea y al papel del avión en el boom turístico de posguerra: la creación de la tarifa para turistas por la IATA en diciembre de 1951 y una liberalización del mercado aéreo a comienzos de los 60, primero en Gran Bretaña y después en el resto del continente, lo que repercutió en los destinos mediterráneos como España. Para el caso español, objeto central del artículo, los autores estudian el sistema aeroportuario y su proceso de modernización hasta principio de los años 1960, así como el desarrollo de las líneas aéreas en el país y hacia el país, a partir de los Acuerdos de Chicago de 1944, en los que España participó, que posibilitaron la apertura e interconexión aérea internacional. Analizan la estructura de los tráficos nacionales entre 1956 y 1964, y la evolución en la misma de los vuelos chárter, que permitieron el desarrollo de una oferta con clara vocación turística. De ella participaron de forma muy destacada, en este período, las islas Baleares, seguidas de la Costa Brava, las islas Canarias y la Costa del Sol. Los autores concluyen que el “transporte aéreo en España puede considerarse,

al contrario de lo ocurrido con el ferrocarril, un caso de éxito en la historia del turismo de nuestro país”.

La novena colaboración a este número, de José Antonio García Barrero, se ocupa de la génesis del mercado de trabajo turístico de sol y playa en España entre 1940 y 1962. Este artículo analiza, de forma novedosa en la historiografía española, las primeras fases del proceso de formación del mercado de trabajo turístico de sol y playa en nuestro país, poniendo en relación la irrupción del turismo de masas y la “revolución” de los mercados de trabajo regionales. El artículo aborda, así, el impacto del turismo de masas motivado por el sol y playa en el modelo de relaciones laborales heredado del turismo anterior a la Guerra Civil y en el del primer Franquismo. Muestra, en primer lugar, las características del mercado de trabajo turístico en la posguerra, los principales vectores de la política regulatoria de la Dictadura de Franco y su falta de adaptación al emergente nuevo modelo turístico, donde “destaca, por encima de todo, la ausencia de una figura contractual coherente con el hecho estacional de la industria turística en la legislación laboral española” franquista. Estudia, a continuación, las características del mercado de trabajo turístico en la posguerra, en el hospedaje y la restauración, su estructura por género y condición (asalariado, no asalariado). En el apartado siguiente explica las singularidades del mercado de trabajo del turismo de sol y playa desde mediados de los años cincuenta hasta mediados de los años sesenta, primero con una perspectiva nacional y provincial, a continuación con un estudio de caso representativo de los principales nuevos destinos turísticos: el

distrito de s'Arenal en Lluçmajor, Mallorca. Según el autor, esta área se caracteriza por ser uno de los distritos municipales, en principio de escaso poblamiento, que registra mayor incidencia del desarrollo turístico en su estructura poblacional durante el período, fruto de una de las más grandes concentraciones de establecimientos turísticos en la España del momento. El estudio de su población lo convierte, así, en un escenario excepcional para comprender las dinámicas que emergían, desde finales de los años 50, en la industria turística y su impacto, sociológico y espacial, sobre los mercados de trabajo. José Antonio García comprueba, con esta doble perspectiva general y local, que el crecimiento turístico tuvo especial reflejo en determinados municipios, en los cuales provocó una transformación radical en los planos social, económico y ecológico, y que en aquellas áreas donde creció con intensidad el número de trabajadores asalariados en las actividades turísticas se produjo un gran incremento del peso del mercado de trabajo turístico dentro de la economía regional.

El artículo de Antoni Vives Reus se ocupa, por su parte, de la evolución de los centros de iniciativa y turismo entre 1951 y 1962, con particular atención a los casos del Fomento del Turismo de Mallorca (creado en 1905) y del Sindicato de Iniciativa y Turismo de Tarragona (creado en 1910), “dos de los centros de iniciativa y turismo más importantes” del país, a los que dedicó sendas y bien documentadas monografías. Su larga trayectoria histórica, pese a sus diferentes sendas, ofrece la posibilidad de un análisis comparativo entre sí y con el de otras entidades semejantes. Según Vives,

la década de los cincuenta supone un momento crucial e importante porque se asiste a una recuperación de la industria turística, a la que contribuyeron, a su juicio, el debate, la reflexión y las propuestas que llevaron a cabo los agentes turísticos implicados de determinadas regiones, como lo son en el caso de Mallorca y Tarragona sus sindicatos o centros de iniciativa. Son dos casos representativos de cómo en la sociedad civil se produjeron, de un modo articulado, esfuerzos en pro del turismo, de las respectivas organizaciones turísticas provinciales y de la modernización y profesionalización del sector, según revelan las demandas y las relaciones que mantuvieron estas dos asociaciones con los diferentes poderes públicos en estos años. Aunque, reconoce el autor, estos sindicatos se sintieron frustrados por la retirada de sus funciones de Junta Provincial de Turismo, en estas y otras provincias, en 1953, y experimentaron cierta decepción con el trato que se les otorgó desde el Ministerio bajo la titularidad de Gabriel Arias Salgado, en tanto que, al llegar Manuel Fraga al mismo, saludaron “con gran satisfacción que el clima en el Ministerio ha[ya] variado radicalmente en lo que se refiere a las relaciones entre dicho alto Organismo y los Centros de Iniciativa españoles”.

El artículo de Esther M. Sánchez aborda, a su vez, el turismo de los franceses en España entre 1951 y 1962, cuantitativamente el más importante en estos doce años de arranque del turismo de masas postbélico. Apoyado en una amplia documentación original procedente de archivos y centros de documentación franceses y españoles, el propósito de este artículo es examinar los orígenes, las particularidades y los efectos

de ese turismo francés. La autora identifica las motivaciones de las y los turistas galos para elegir España como destino vacacional, que, aunque fueron en gran parte comunes a las los de otras procedencias, presentan algunas características propias. Estas tienen que ver con la mayor cercanía geográfica, la búsqueda de una imagen determinada del país y sus habitantes, el gusto por el viaje autónomo, la inversión turístico-inmobiliaria y las repercusiones negativas que este importante flujo tuvo para el propio turismo en Francia. Este documentado trabajo tiene la peculiaridad de estudiar las relaciones turísticas entre Francia y España con un detalle casi inédito. Entronca sus aportaciones, en último extremo, con las que había hecho en 1956 E. H. Hollier en su pionera investigación sobre *L'Espagne et les problèmes du tourisme*, que contaba con un amplio apartado dedicado a las corrientes turísticas hacia España y desde España y, de forma particular, a la “balanza turística con Francia”.

La colaboración de José Luis Sousa Soares está dedicada, por su parte, a estudiar las representaciones del espacio turístico peninsular en las guías de viaje de este período de 1951 a 1962. Este artículo analiza “la imagen turística como forma de simplificación, simbolización y adjetivación del valor atribuido a los recursos endógenos de España y Portugal”. El estudio se hace sobre una muestra de seis guías ilustradas de turismo, publicadas entre 1952 y 1960. El autor parte del presupuesto de que esta fuente y, en general, “la documentación del pasado puede ayudarnos a arrojar luz sobre los procesos que subyacen a la formación de un sistema turístico, la evolución económica de la industria turística, así como de los

productos turísticos, las políticas públicas y la forma en que los visitantes han percibido los destinos en los que han permanecido”. Estudia los mensajes que transmiten las guías de viaje sobre los lugares o las atracciones turísticas, incluidos los valores, los sentimientos y los acontecimientos asociados a estos destinos. Considera el autor que es importante entender cómo el espacio turístico peninsular se configuró con imágenes y estereotipos que condicionaron a los agentes turísticos en esta época de surgimiento del turismo de masas. De acuerdo con este criterio, efectúa un recorrido por la visión de estos espacios, estableciendo una descripción detallada de los temas y destinos representados en las guías de viaje fotográficas que retrataron los dos países en este periodo. Con el objetivo de estandarizar la descripción de las formas de ver los destinos turísticos peninsulares, el análisis discursivo realizado se centra, con una metodología que precisa, “en cada uno de los niveles 2 de la Nomenclatura de «Unidades Territoriales Estadísticas (NUTS)» en los que se dividen actualmente España y Portugal. En el caso español, éstas coinciden con las «Comunidades y Ciudades Autónomas». En Portugal, las NUTS II se refieren a las Entidades Intermunicipales del continente y a las dos Regiones Autónomas insulares y convergen, desde 2013, con las Entidades Regionales de Turismo”. Incluye, además, referencias al Principado de Andorra y al Protectorado español en Marruecos.

Xosé M. Santos completa esta monografía con un artículo sobre fiestas, grandes eventos religiosos y turismo en España entre 1950 y 1962. El autor parte de la hipótesis de que, en un contexto político en el que la reli-

gión forma parte de las mismas entrañas del franquismo, es fácil pensar que el régimen nacionalcatólico iba a utilizar el turismo religioso como instrumento de propaganda para ensalzar el patriotismo, los valores morales del pueblo y su anticomunismo. Sin embargo, el autor entiende que este turismo religioso tendría un menor desarrollo que el previsible en un régimen de esta naturaleza, debido a que, en la década de 1950, el turismo era un “sector naciente” y a que no existían las mejores condiciones económicas para su desarrollo. Adicionalmente, habría, según él, un problema añadido en relación a la religión “que tenía que ver con su consideración como motivo para ser valorado como viaje turístico puesto que se entendía que turismo y religión no eran, en su esencia, compatibles”. A pesar de todo, Santos constata que en esta etapa nos encontramos con algunas manifestaciones interesantes de turismo religioso, que, en algunos casos, recogen tradiciones anteriores y, en otros, significan cambios que nos avanzan el futuro. Así, por ejemplo, la Semana Santa entra en el tipismo español que podía ser atractivo para los forasteros; el Congreso Eucarístico Internacional de Barcelona de 1952 siguió la línea del celebrado en Madrid en 1911 en cuanto a su masificación e incorporó soluciones al problema del alojamiento; y, el año santo compostelano de 1954 sumó a su oferta cultural importantes intervenciones en la ciudad, entre las que destacan la inauguración del Hostal de los Reyes Católicos, “un establecimiento de lujo para la acogida de ilustres peregrinos que cada vez llegaban

fuera del paraguas de las grandes peregrinaciones organizadas por el régimen”.

Esta monografía se cierra con una inestimable *Bibliografía temática*, elaborada por el Centro de Documentación Turística de España, con los distintos tipos de documentación disponibles para comenzar a estudiar el turismo en España desde 1951 a 1962. Incluye los libros o capítulos de libros de la colección del CDTE, el vaciado de todos los artículos de tres revistas fundamentales sobre el turismo de esta época, *Hospes*, *Hostal* y *Piel de España*, las Estadísticas y Guías de Alojamiento, los documentos de los Planes Nacionales de Turismo, los anteproyectos elaborados por la Comisión Interministerial de Turismo en 1955-1956 y 1963, y una selección de referencias legislativas.

El CDTE dispone asimismo de una magnífica colección de fotografías, carteles y folletos de promoción turística. Algunos de ellos ilustran esta monografía, dejando testimonio de la cultura material que el turismo, como fenómeno sociológico y económico, ha generado en nuestro país, hoy fácilmente accesible a quienes desde las universidades, las instituciones o las empresas estén interesados en el mismo. Esta misma vocación de servicio a las personas interesadas en el turismo, como estudiosas, especialistas o simple aficionadas, fue la que inspiró esta monografía.

*Rafael Vallejo Pousada*  
*Universidad de Vigo*