

# La propaganda turística española en los años del aislamiento internacional

## *The Tourist Spanish Propaganda in the Years of International Isolation*

Beatriz CORREYERO RUIZ<sup>1</sup>

Universidad Complutense de Madrid  
miajadasbea@hotmail.com

### RESUMEN

Tras la derrota de Alemania e Italia en la Segunda Guerra Mundial y la condena del Régimen franquista por la ONU el modelo político español cayó en desgracia entre los países democráticos. A partir de ese momento el turismo se convirtió en la única ventana abierta al mundo y en él empezaron a concentrarse todas las miradas: el sector turístico podía levantar nuestra economía a la vez que devolver a España su imagen de país poderoso forzando un reconocimiento político internacional cuya ausencia amenazaba la propia supervivencia del Régimen. A la Dirección General de Turismo se le asigna entonces la difícil tarea de nivelar la balanza de pagos internacionales, y de trocar en amistad las reservas, cuando no los odios, de ciertos países, especialmente de EE.UU. Durante esta etapa las visitas oficiales de destacadas personalidades del mundo de la política como Eva Perón o el Rey Abdullah de Jordania, así como de grupos de periodistas de diversas nacionalidades (norteamericanos, mejicanos, cubanos, etc.) y responsables de compañías turísticas internacionales, pusieron de moda España y estimularon el deseo de conocer la realidad de un país del que todo el mundo hablaba y acerca del cual existían referencias bastante contradictorias.

### PALABRAS CLAVE

Propaganda  
Turismo  
Guerra Fría

---

<sup>1</sup> Es Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. La tesis defendida lleva por título: *El turismo como propaganda de Estado: España (1936-1951)*.

**ABSTRACT**

After the defeat of Germany and Italy in World War II and the condemnation of the Franco Regime by the UN, the Spanish political model lost favour among democratic countries. From that moment on tourism in Spain became the only doorway to the world starting to attract attention: the tourist sector could at the same time get our economy back on its feet and give Spain back its image of a powerful country by gaining international political recognition whose absence threatened the survival of the Franco Regime. The State Tourist Office was then given the difficult task of adjusting the balance of international payments, and changing the reservations and even the hatred of certain countries, especially of the U.S.A, into friendship. During this stage the official visits of distinguished personalities in politics such as Eva Perón or King Abdullah of Jordan, as well as groups of journalists of several nationalities (North American, Mexican, Cuban, etc.) and people in charge of international tourist companies, made Spain fashionable and encouraged people to get to know the reality of a country everybody was talking about and about which contradictory accounts circulated.

**KEY WORDS**

Propaganda  
Tourism  
Cold War

**SUMARIO** 1. Ilustres turistas. 2. La visita de Eva Perón. 3. Bienvenido Mr Marshall. 4. Campañas de propaganda turística en el extranjero. 5. Periodistas norteamericanos en España. 6. Conclusiones. 7. Referencias Bibliograficas. 8. Hemerografía.

*¡Cuántos prejuicios torpes, cuántos piques de vanidad, cuántos odios sin fundamento se desvanecerían en un intercambio turístico, inspirado en una valorización de los rasgos eternos e inmutables de cada pueblo y en una visión conjunta de los hombres y sus paisajes, de las costumbres y el ámbito que las crea o encarrila!*

Terminada la Segunda Guerra Mundial, España tuvo que hacer frente al bloqueo internacional que condenaba al Régimen establecido por Franco por su naturaleza dictatorial y su conducta durante la guerra. La condena diplomática se inició en febrero de 1946, cuando el Gobierno francés cerró su frontera con España. A principios de marzo, una declaración conjunta anglo-franco-americana expresaba su repudio del franquismo y su confianza en que «españoles patriotas y de espíritu liberal encontrarán pronto los medios para conseguir una pacífica retirada de Franco» y el retorno a la democracia<sup>2</sup>. Al mes siguiente, el Consejo de Seguridad de la ONU comenzó a estudiar la cuestión española y tras largas deliberaciones terminó recomendando la adopción de medidas diplomáticas para forzar la caída del Régimen franquista. La Asamblea General, en su sesión de diciembre de 1946, decidió excluir a España de todos los organismos técnicos establecidos por la ONU y recomendar la inmediata retirada de embajadores de Madrid. Esta última medida fue aplicada por la gran mayoría de los países acreditados en España, con la excepción notoria del Vaticano, Portugal, Irlanda y la Argentina peronista, cuyo apoyo diplomático y alimenticio en aquella coyuntura fue un auténtico balón de oxígeno

<sup>2</sup> Abella, Rafael: *Vida cotidiana en la Postguerra: Los negros años de la autarquía (1939-1951)* Museo casa-natal de Jovellanos Gijón, 29 mayo-29 junio 1992.

para Franco que un año después veía como España era vetada para participar en el programa económico de reconstrucción europea del Plan Marshall (17/06/1947).

El régimen franquista se vio entonces obligado a redefinir el modelo totalitario implantado en España tras la Guerra Civil ante la comunidad internacional; sólo así podría tratar de conseguir la aceptación y el reconocimiento de los países que le condenaban. Comienzan a proliferar tímidas medidas aperturistas —entre las que destacan la promulgación del Fuero de los Españoles (17/07/45) o la Ley de Sucesión (7/06/47)— con las que se pretendía contribuir a mejorar la imagen de nuestro país en el contexto internacional y transmitir una serie de valores sociales y culturales que pretendían hacerse identificativos e identificables con un régimen «más democrático». Franco era consciente de que sólo de este modo podría conseguir el apoyo internacional que los países más influyentes le habían negado.

Por lo tanto, todos aquellos signos de la vida cotidiana de un país que servían para prodigar signos de modernidad y de normalidad en forma ostensible fueron utilizados con el propósito de organizar una campaña de propaganda diplomática internacional cuyo reto era conseguir la reanudación de las relaciones exteriores y el reconocimiento del Régimen. En este sentido, el turismo pasó a convertirse en un instrumento más de la política de Estado del Gobierno de Franco. En este afán por dar a conocer al mundo las novedades de España y de una nueva política más «aperturista», el Gobierno fomentó una serie de visitas de ilustres personalidades en honor de quienes se diseñó un completo programa de viajes y actividades por toda la geografía nacional en el que se silenciaba y se ocultaba todo aquello que pudiera contribuir negativamente a la imagen del Régimen, a la vez que se aprovechaban como elementos de convicción todos aquellos aspectos que nuestro país ha ofrecido siempre espontáneamente —el clima, el sol, el paisaje, los monumentos...— aderezados con la imagen de las gentes abarrotadas en plazas y balcones que aclamaban la figura del Caudillo. «España —se decía— está abierta, con sincera y leal libertad, a cuantos viajeros quieran visitarla. No hay trabas de ninguna especie. Los víveres con abundantes. Su vida, en su conjunto, fácil y agradable. La normalidad, absoluta. Los requisitos exigidos serán reducidos al mínimo.»<sup>3</sup>.

### 1. Ilustres turistas

Una atenta lectura de los principales diarios nacionales editados entre 1947 y 1951 —ABC, Arriba, Ya, Pueblo, El Alcázar, Madrid, Diario de Barcelona, Ideal (Granada), La Verdad (Murcia), Heraldo de Aragón— y las principales revistas turísticas de la época —Aragón, Isla, Valencia Atracción, Barcelona Atracción, Boletín de Información de la Dirección General de Turismo, etc.—, permite conocer quienes fueron las personas que, a pesar del cerco internacional, vinieron a nuestro país y cuál fue la imagen que se llevaron a sus respectivos países de la España de finales de los cuarenta y principios de los cincuenta. Entre aquéllos que podríamos

<sup>3</sup> Presentación del primer número del *Boletín de Información de la Dirección General de Turismo*. Madrid. Febrero 1947.

calificar como «turistas ilustres» figuran gobernantes y destacadas personalidades del mundo de la cultura, el periodismo y la industria turística internacional como la esposa del General Perón; el Vicepresidente de United Press en España, Virgil M. Pinkley; el Rey Abdullah de Jordania; y un grupo de periodistas norteamericanos que llegaron a Madrid en 1950 invitados por la Dirección General de Turismo.

Por otra parte hay que señalar que durante los años de ostracismo internacional el Régimen mostraba especial interés en dar debida cuenta de cualquier noticia que favoreciera dar una sensación normalidad en las relaciones diplomáticas con determinados países —principalmente del mundo árabe, América Latina y Portugal—; en este sentido, todo aquello que tuviera que ver con la presencia de extranjeros en nuestro país era recogido con avidez por los diarios de la época. Franco tenía entonces tanto interés en recibir estas visitas como en que los españoles tuvieran constancia de la presencia en nuestro país de ciudadanos extranjeros. De ahí que en las portadas de los diarios, junto con las noticias internacionales más importantes, fueran resaltados titulares como estos<sup>4</sup>: «El ministro de guerra portugués en Toledo» (*La Verdad* 18/09/1949); «El Gran Visir del Marruecos francés en Madrid» (*La Verdad* 18/09/1949); «Cruzan la frontera por primera vez después de la guerra de liberación un grupo compuesto por 30 turistas franceses que serán atendidos por la Dirección General de Turismo» (*El Alcázar* 17/03/1950), «Peregrinos colombianos visitan a Franco» (*ABC* 21/03/1950); «El director del *Sunday Times* de Londres pasará unos días en Madrid con su esposa» (*Ya* 21/03/1950); «Ha llegado a Madrid el Príncipe Nicolás de Rumanía» (*Arriba* 21/03/1950); «Estudiantes belgas en Madrid» (*ABC* 21/03/1950); «Personalidad filipina en Madrid» (*ABC* 22/03/1950); «Millonarios norteamericanos en Barcelona» (*ABC* 10/08/1951); «La princesa Faika de Egipto, en España» (*ABC* 11/08/1951).... A su vez, mediante la explotación de una cuidada propaganda sobre el rechazo moral internacional Franco consiguió reforzar también el apoyo popular al Régimen.<sup>5</sup>

## 2. La visita de Eva Perón

Sin duda una de las visitas que despertó mayor expectación fue la de la esposa del Presidente de la República Argentina, Juan Domingo Perón<sup>6</sup>. En declaraciones ante los periodistas el

<sup>4</sup> El diario *Arriba*, por ejemplo, tenía una sección titulada «Madrid Estación» en la que puntualmente daba cuenta de las personalidades extranjeras que se encontraban de visita en la capital de España.

<sup>5</sup> Por lo que respecta a la propaganda interior durante esos años Franco inició una serie de viajes por España: Andalucía, Galicia, Canarias, etc., que tenían más carácter político/propagandístico que meramente turístico. Todas estas apariciones públicas tenían tanto una dimensión nacional como internacional. «*Las entusiásticas manifestaciones y las multitudes que lo aclamaban estaban orquestadas para mostrar al mundo exterior que era inútil intentar separar al pueblo español de su amado Caudillo. La aparente unidad manifiesta en esas ocasiones estaba también destinada, al igual que los discursos ferozmente anticomunistas, a extender la idea de la utilidad de la España franquista en la Guerra Fría.*» Preston, Paul: *Franco: Caudillo de España*. Círculo de Lectores. Barcelona, 1994, p. 723.

<sup>6</sup> Cuando España fue condenada por las Naciones Unidas, excluida del Plan Marshall y aislada por los países occidentales, sólo la Argentina peronista desafió la resolución de la ONU adoptando un acuerdo para la venta de trigo a crédito (10/10/1946), nombrando un embajador, en enero de 1947, finalmente, enviando a la esposa de su Jefe

Ministro de Educación Nacional, José Ibáñez Martín, se refería en estos términos a la importancia que revestía el viaje de Eva Duarte para el Régimen franquista:

«Estoy seguro de que el pueblo español sabrá rendir a la ilustre dama el homenaje debido, pues, además de representar la zona más firme y segura de nuestra amistad exterior, fundada en la insobornable verdad española, representa el más importante de los países del Continente del Sur de América. **Su viaje por todas las tierras españolas le hará portadora para su patria y para el primer magistrado de aquélla y su Gobierno, de la realidad de la vida española, estimulada en todos los aspectos por un glorioso renacimiento que las leyendas calumniosas niegan, en vano, puesto que con arteras mendacidades sirven tan sólo para exaltar después, casi gloriosamente, la rigurosa verdad española**».

El sábado 6 de junio de 1947 aterrizaba en Villa Cisneros el avión especial de la compañía Iberia en el que viajaba la esposa del Presidente de la República Argentina. En los veinte días que duró su visita a nuestro país las noticias relacionadas con los desplazamientos y actos de la embajadora argentina acapararon las portadas de todos los periódicos nacionales. Es curioso además que, coincidiendo con la visita, se aprobara un aumento de los sueldos y jornales a los trabajadores y empleados de Prensa de un 20%<sup>8</sup>. Eva Perón vino acompañada por dos periodistas bonaerenses que se convirtieron en los cronistas del viaje para Argentina. Se trata de Adelqui Santucci, director de *La Tribuna*, y Valentín Thiébaud, enviado especial del diario *Democracia*.

Tras visitar Madrid, Ávila y Toledo, la esposa de Perón realizó excursiones por Andalucía, Galicia, Aragón y Cataluña y, finalmente, el 26 de junio emprendió rumbo a Roma desde aeropuerto del Prat. Se ponía así punto y final a un viaje que la prensa española calificó de «triumfal» y con el que Franco había conseguido no sólo los elogios de la primera dama argentina, sino también la reafirmación del apoyo incondicional del Gobierno de Perón y la atención internacional ante el poder de convocatoria que el Caudillo tenía sobre el pueblo español. La visita de Eva Duarte de Perón y la publicidad que generó dicho acontecimiento contribuyeron a difundir la imagen de un país que se volcaba en el recibimiento de la dama argentina y se deshacía en halagos a su Caudillo haciendo patente a los gobernantes de las grandes potencias, especialmente británicos y estadounidenses, que no era tan fácil derrocar a Franco y que éste continuaría en el poder durante bastante tiempo. A partir de ese momento, que coincidió además con la precipitada evolución de lo que comenzaba ya a denominarse «Guerra Fría», empezó a observarse un cambio de actitud en la política norteamericana y muchos sectores

---

de Estado a visitar nuestro país, lo que constituía la prueba más fehaciente del reconocimiento de la Argentina peronista al Régimen de Franco.

<sup>7</sup> *ABC* 8/06/1947. Para conmemorar la visita a España de la esposa del General Perón la Dirección General de Correos dispuso el empleo de una marca postal especial que fue estampada en toda la correspondencia con destino a Argentina depositada en Madrid para ser cursada por vía aérea entre el 15 y el 18 de junio.

<sup>8</sup> *ABC* 8/06/1947, p. 28.

comenzaron a plantearse la recomendación de un acercamiento diplomático con el Régimen franquista, lo cual contribuyó también a despertar el deseo de conocer nuestro país para comprobar personalmente cómo se desarrollaba la vida cotidiana de los españoles.

### 3. ¡Bienvenido Mr. Marshall!

Los vuelos regulares con EE.UU. se inauguraron en 1946; sin embargo, la condena internacional al Régimen de Franco impidió el rápido desarrollo del tráfico aéreo entre los dos países; no obstante, en 1947, los estadounidenses comenzaron a mostrar un gran interés por visitar España, prueba de ello fue que si en 1946 las Oficinas de la Dirección General de Turismo facilitaron información, según las estadísticas oficiales, a 2.270 turistas norteamericanos, en 1947 la cifra se incrementó hasta contabilizar un total de 5.8829. A finales de ese mismo año visitaba nuestro país Stanley Norman Bliss, director de importantes servicios turísticos norteamericanos, quien tras recorrer varias ciudades españolas y hacer grandes elogios de la normalidad existente en España realizó este premonitorio pronóstico: «A España le espera un futuro brillante respecto al turismo. En los EE.UU. y en todos los países de América y Europa que he recorrido he observado este fenómeno: que en los turistas se ha despertado un vivo interés por visitar España, donde la vida ofrece mejores perspectivas que en otra parte.»<sup>10</sup>.

Con la apertura de la frontera franco-española (marzo de 1948) volvieron a establecerse los servicios regulares entre el resto de países y España. La inclusión de España en el Plan Marshall fue aprobada por el Congreso como parte de la Ley de Ayuda Exterior el 30 de marzo de ese mismo año y, unos meses después, en el verano de 1948, aterrizaba en España Frank E. Howell, Director para nuestro país de la T.W.A para anunciar el comienzo de un servicio diario de aviones entre Madrid y Nueva York y augurar la intensificación de una corriente turística entre Norteamérica y España. El directivo de las líneas aéreas estadounidenses estimaba que en ese año (1948) nos visitarían entre 250.000 y 300.000 turistas americanos gracias a la puesta en marcha de una campaña de propaganda del turismo español en EE.UU. a la que la TWA había destinado un millón de dólares anuales y que contaba también con el apoyo incondicional de la Spanish Society<sup>11</sup>.

Unos meses más tarde y como consecuencia de los acuerdos comerciales con Gran Bretaña (julio de 1948), el gobierno británico permitió a sus nacionales visitar de nuevo España en via-

<sup>9</sup> Lo mismo ocurría con los turistas británicos, portugueses, argentinos y belgas según la tabla estadística publicada en el *Boletín de Información de la Dirección General de Turismo* n.º 11 mayo 1948.

<sup>10</sup> *Aragón* n.º 205 sep-dic 1947.

<sup>11</sup> Recogido en el n.º 208 de la revista *Aragón* correspondiente a los meses de julio-septiembre de 1948. Con respecto a las medidas adoptadas para favorecer el conocimiento de nuestro país por los turistas extranjeros la Dirección General de Turismo organizaba durante la temporada estival —entre el 15 de julio y el 15 de septiembre— una serie de excursiones por España con salidas desde Barcelona, Santander, Madrid, San Sebastián y Gijón en las que se reservaba un cierto número de plazas para los turistas norteamericanos y bonaerenses interesados en recorrer estos circuitos.

jes de turismo autorizándoles a gastar durante sus viajes, de igual modo que en otros países, no más de 35 libras, unas 2.300 pesetas al cambio turístico<sup>12</sup>.

El tipo de «cambio turístico» se había creado especialmente para ser aplicado a los extranjeros y a los españoles residentes en el extranjero que visitan España en calidad de turistas, lo cual se acreditaba mediante la presentación del pasaporte. El *Boletín de Información de la Dirección General de Turismo* ofrecía mensualmente una relación de los tipos de cambio «oficial» y turístico» aplicados por el Instituto Español de Moneda Extranjera. Así, entre 1947 y 1949, los tipos de cambio turísticos se volvieron en general más favorables para todos los países. La paridad más ventajosa fue la que se aplicó al dólar y a la libra esterlina, lo cual demuestra una vez más el interés del régimen franquista por atraer al turista norteamericano y británico. En la tabla que reproducimos a continuación figuran los tipos de cambio para divisas extranjeras vigentes en España a finales de 1949.

MONEDAS	Cambio Oficial	Cambio turístico
Francos	3,128	7,142
Libras	44,00	70,00
Dólares	10,95	25,00
Francos suizos	252,970	577,577
Francos belgas	21,900	50,00
Florines	288,157	657,894
Escudos	38,086	86,956
Coronas suecas	2,116	4,832
Coronas danesas	1,585	3,619

Entre otras medidas que se adoptaron también para hacer más atractivo el destino turístico español destaca la publicación de una Orden del Ministerio de Hacienda (*BOE* de 23 de junio de 1943) que suprimía, a partir del 1 de julio, los recargos creados para primar los artículos de primera necesidad y eliminaba el cobro del 10% sobre el importe de las minutas especiales de almuerzos y comidas en hoteles y restaurantes de toda clase ni el 5% que gravaba a las minutas corrientes. También cesaba el 10% sobre el importe de cines, salones de bailes, corridas de toros, espectáculos deportivos, etc. y el 10% en todas las consumiciones en cafés y bares de primera y segunda categoría, así como el 5% en los establecimientos de tercera y cuarta y anulaba también el 10% que se percibía en el importe de las compras y consumiciones de artículos de pastelería y confitería<sup>13</sup>.

Otros de los acontecimientos que contribuyeron a promocionar la imagen internacional de España fue la celebración, entre el 5 y el 15 de octubre de 1948, del II Congreso de la A.I.H. (Alliance Internationale de l'Hotellerie)<sup>14</sup>, que congregó en Madrid a los empresarios hostele-

<sup>12</sup> *Valencia Atracción* n.º 164 septiembre 1948.

<sup>13</sup> *ABC* 24/06/1947, p. 19.

ros de 136 naciones, entre ellas Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Holanda, Noruega, Portugal, Suecia y Suiza. Durante su estancia en la capital española los congresistas realizaron excursiones a Toledo, El Escorial, Andalucía (Sevilla, Jerez, Málaga), Valencia y Barcelona.

Septiembre de 1949 fue también prolijo en visitas. El día 6 llegaba a La Coruña, procedente de Londres, el Rey Abdullah de Jordania. De los 10 días que duró la visita el monarca jordano pasó tres días en La Coruña, tres en Madrid y el resto en Andalucía, donde aprovechó para visitar Sevilla, Córdoba y Granada<sup>15</sup>.

En 1950, en una encuesta realizada en el mes de enero entre los turistas norteamericanos que visitaron Europa en 1949, España figuraba en el cuarto lugar entre los países elegidos, después de Francia, Inglaterra y Suiza<sup>16</sup>. Posteriormente la revista *National Geographic* concedía el puesto de honor en su número de abril a un artículo de 42 páginas escrito por Luis Marden acerca de las atracciones turísticas de España.

En resumen: España estaba de moda y el Gobierno sabía que debía aprovechar la coyuntura y trabajar para conseguir un reconocimiento internacional que desde 1946 se le había negado. El principal objetivo era conseguir el apoyo de los EE.UU, una vez logrado éste, se abrirían para España el resto de puertas que otros países nos habían cerrado. Además, la Guerra Fría había relajado considerablemente el cerco sobre nuestro país, circunstancia que fue igualmente aprovechada por Franco para acelerar el giro norteamericano mediante el ofrecimiento de facilidades logísticas y bases militares en la Península y las islas españolas. El proceso de levantamiento de la condena internacional sobre España comenzó a acelerarse a partir del estallido de la guerra de Corea (noviembre 1950), fue entonces cuando la ONU derogó la recomendación aislacionista de 1946. Los Estados Unidos restablecieron paulatinamente las relaciones diplomáticas con nuestro país y avalaron la entrada de España en los organismos internacionales. De este modo en noviembre de ese mismo año ingresábamos en la FAO, en 1952 en la OMS, en 1953 –año en el que también se firmó el Concordato con la Santa Sede– en la en la UNESCO y en 1955 en la ONU.

#### 4. Campañas de propaganda turística en el extranjero

A principios de 1950, aprovechando además la favorable coyuntura internacional motivada por la celebración del Año Santo que haría desplazarse a millares de peregrinos a Roma, la Dirección General de Turismo emprendió una serie de campañas para promocionar el turismo español. En aquel momento comenzaba ya a entreverse un cambio en la opinión interna-

<sup>14</sup> El I Congreso había tenido lugar en París en 1946 y allí se decidió que fuese España la sede de la siguiente cita anual.

<sup>15</sup> La negativa de España a reconocer el Estado de Israel le había valido al Gobierno de Franco la simpatía de los estados árabes, con los que el Régimen afirmaba mantener unos estrechos lazos de amistad, según reiteraba la propaganda oficial. Precisamente fue el rey Abdullah de Jordania el primer Jefe de Estado que visitó España desde 1936.

<sup>16</sup> *El Alcázar* 3/02/1950.



cional con respecto al Gobierno de Franco, lo cual estaba también motivado en gran medida, como se apuntaba anteriormente, por el interés estadounidense en incorporar a España en su órbita defensiva frente al comunismo. Hay que destacar que el presupuesto destinado a la promoción turística exterior a principios de la década de los cincuenta era el triple del que se gastaba a mediados de los 70, cuando el turismo se había consolidado como una industria exitosa en nuestro país; esto demuestra el gran esfuerzo económico que tuvo que hacer el Régimen franquista para forzar un reconocimiento político internacional cuya ausencia amenazaba su supervivencia<sup>17</sup>.

El Director General de Turismo, Luis Antonio Bolín, inició en el mes de enero una gira de dos meses recorriendo las principales capitales europeas y americanas –EE.UU., México y Cuba–. Durante su visita a Estados Unidos inauguró nuevas Oficinas Españolas de Turismo en Nueva York, Chicago, Los Ángeles y San Francisco<sup>18</sup>. Estos organismos realizaron una eficaz labor de propaganda y contribuyeron a canalizar la corriente turística hacia nuestro país. Con motivo de la apertura de la Oficina en Los Ángeles se celebró un banquete en honor de Bolín en el Athletic Club, organizado conjuntamente por el Cónsul de España, Pérez del Arco, y la Asociación de Agencias de Viajes de esta ciudad. En este acto se reunieron los principales agentes de viajes estadounidenses, destacados miembros de la vida cultural y social de la ciudad, periodistas y representantes de las sociedades españolas<sup>19</sup>. El Director General de Turismo explicó las condiciones en que se desenvolvía el turismo en España, país que definió «ideal para el turismo», enumerando sus grandes atractivos en el orden histórico, artístico, religioso, y folklórico, y haciendo hincapié en determinados aspectos de la vida cotidiana en nuestro país y en la bondad de sus precios para los turistas extranjeros. A continuación se proyectó una película documental en color sobre nuestro país a la que siguió un espectáculo de música y danzas españolas con Ricardo Soler como figura principal<sup>20</sup>.

<sup>17</sup> Esteve Secall, R. y Fuentes García, R.: *Economía, historia e instituciones del turismo en España*. Madrid: Pirámide, 2000.

<sup>18</sup> *El Diario de Barcelona* y el periódico *Pueblo* (9/02/1950) relatan la información de Nueva York sobre el acto inaugural de la Oficina Española de Turismo en esta ciudad y las palabras pronunciadas por el Director General de Turismo, Luis A. Bolín en el acto. Para promover la visita a España de los norteamericanos que viajaran a Roma, en noviembre de 1949 el Ministerio de Asuntos Exteriores tomó medidas para facilitar la adquisición del visado de pasaportes disponiendo que los peregrinos del Año Santo procedentes de EE.UU que pasaran por España camino de Roma se beneficiaran de una tarifa especial en los derechos de visados de tránsito, sea cual fuere el número de días (hasta 30) que permanecieran en España, concediéndose estos visados en ambos sentidos; es decir, atravesando España tanto a la ida como al regreso. Según informa el *Boletín de Información de la Dirección General de Turismo* (n.º 17. Noviembre 1949), los derechos del referido visado ascendía a 0,55 \$ (10,95 pesetas al cambio oficial y 25 al cambio turístico).

<sup>19</sup> En enero se inauguró también en Washington el Club Hispano, entidad que serviría como punto de reunión para los norteamericanos interesados por España e Hispanoamérica y para los españoles e hispanoamericanos que desearan conocer EE.UU. (Recogido en el diario *Arriba* 11-01-1950). A la inauguración asistió como invitado de honor el embajador español José Félix de Lequerica, quien había sido enviado por Franco a Washington en marzo de 1948.

<sup>20</sup> *Heraldo de Aragón* (10/01/1950). El *ABC* de 31 de enero de 1951 inserta una pequeña nota sobre la recepción ofrecida a Bolín en la Embajada Española en La Habana.

Antes de embarcar en Nueva York de regreso a España Bolín hizo unas interesantes declaraciones a los periodistas en las cuales alabó los provechosos beneficios que ha de reportar a nuestro país el viaje llevado a cabo por aquellas tierras:

«Me voy —dijo— extremadamente satisfecho y con una admirable impresión de los Estados Unidos. Los resultados de mi viaje no pueden ser más halagadores para las perspectivas del turismo americano en España. He recorrido las grandes ciudades de los Estados Unidos, lo mismo las del este que las del centro y del oeste, y en todas partes he encontrado un interés por España, difícil de describir. Las principales agencias de viaje, las organizaciones hoteleras y de turismo, han colaborado espléndidamente conmigo y espero grandes beneficios para el futuro.» [...] Las posibilidades de atracción del turismo americano hacia nuestra Patria parecen incalculables y estoy seguro de que no tardaremos en ver las primeras manifestaciones en España. **Los viajeros americanos que van a España regresan encantados y constituyen nuestra principal fuente de propaganda**<sup>21</sup>.»

Del mismo modo, la prensa turística española se hacía eco de las informaciones relativas a la visita de Bolín al continente americano:

**La labor del señor Bolín en Norteamérica ha sido fecunda en resultados políticos y económicos**, porque ha mostrado, con la luminosidad de sus argumentos, todo el valor espiritual de los españoles, el inmenso atractivo de nuestros monumentos, la belleza imponderable de nuestros paisajes, el carácter acogedor y hospitalario del pueblo español; y ha incrementado con ello el interés por nuestras cosas, excitando el afán de conocerlas y **atrayendo a España una corriente turística que, a la vez que deja beneficios materiales, va captando cuanto de bueno podemos mostrar a los extraños, y convirtiéndose, al volver a su patria, en los mejores intérpretes de la verdad de nuestro país, deshaciendo la falsa leyenda de cuantos malévolamente, por diferencias políticas o religiosas, intentan desprestigiarnos**<sup>22</sup>.

El Director General de Turismo pronosticaba entonces que en 1950 las estadísticas contabilizarían el paso por nuestro país de medio millón de turistas americanos<sup>23</sup>. Sin embargo, un comunicado de los Técnicos de Turismo del Departamento de Comercio y Turismo y de la Administración de Cooperación Económica de los EE.UU. cifraba en tan sólo 250.000 el número de norteamericanos que viajarían a Europa durante ese año<sup>24</sup>.

Parece ser que la promoción que hizo Bolín de España en Estados Unidos repercutió notablemente en el deseo de los norteamericanos por conocer España, ya que en 1950 se contabilizó la llegada de miles de turistas estadounidenses a nuestro país. Así, el 11 de marzo de ese mismo año llegaba a Barcelona una peregrinación norteamericana presidida por el arzobispo

<sup>21</sup> *Aragón* n.º 214. Enero-Marzo 1950.

<sup>22</sup> Publicado en *Aragón* n.º 217 Noviembre 1950-enero 1951.

<sup>23</sup> *Ibidem*.

<sup>24</sup> *ABC* 17/01/1950.

de Nueva York, Cardenal Spellman, de la que también formaba parte MacCarthy, delegado de la American Express, quien anunciaba la visita de 5.000 peregrinos norteamericanos a España<sup>25</sup>. Una semana más tarde, concretamente el 20 de marzo de 1950, atracaba en el Puerto de Málaga el trasatlántico inglés Caronia, que realizaba un crucero alrededor del mundo y a bordo del cual viajaban cerca de 500 turistas, la mayoría norteamericanos. Los viajeros fueron recibidos por Bolín durante su escala en el puerto de Barcelona<sup>26</sup>.

Posteriormente el Director General de Turismo llevó a cabo otra excursión de propaganda por Francia, Italia y Grecia, donde también cambió impresiones con las personalidades del mundo turístico y sentó las bases para encauzar el turismo de aquella parte de Europa hacia nuestro país. Los frutos de toda esa labor se apreciaron seguramente en 1951 con un incremento notable del número de visitantes extranjeros<sup>27</sup>.

## 5. Periodistas norteamericanos en España

Durante su viaje a EE.UU., Bolín invitó a una delegación de periodistas estadounidense que iba a realizar en breve un viaje por Europa a visitar nuestro país. El grupo de redactores norteamericanos llegó a Madrid el 8 de febrero de 1950. La delegación estaba formada por 37 periodistas que venían acompañados por el Director de la T.W.A, Mr. Warren Lee Pearson y por altos directivos de dicha compañía<sup>28</sup>. A su llegada al aeropuerto de Barajas fueron recibidos por un grupo de coros y danzas de la Sección Femenina. Así relataba el diario *Pueblo* el descenso del avión de los redactores y editores norteamericanos:

«Cada uno lleva una indumentaria diferente; algunos abrigos amarillos, corbatas en técnico-lor, trajes de colores extraños... No hay ninguno que vaya vestido de forma parecida a otro, pero sin embargo son inconfundibles<sup>29</sup>.»

<sup>25</sup> *Madrid y Ya* 14/03/1950. El Primado estadounidense, que ya había visitado nuestro país en febrero de 1943 entrevistándose con Franco, volvió a España en 1952. Esta vez, a su regreso a Nueva York hizo las siguientes declaraciones: «En España todo el mundo aparece entusiasmado con el Generalísimo, cuya popularidad es incuestionable.» «Las demostraciones de los barceloneses ante Franco son comparables solamente con las que recibió Lindbergh en Estados Unidos en 1927.» (op. cit en *ABC* 19/06/1952)

<sup>26</sup> *Noticiero Universal* (Barcelona) 18/03/1950 y *La Prensa* (Barcelona) 20/03/1950. Por esas mismas fechas otras importantes personalidades europeas y latinoamericanas visitaban nuestro país, como por ejemplo el Príncipe Nicolás de Rumanía, hermano del Rey Carol, que llegaba a Madrid conduciendo su propio coche desde la Costa Azul. Según la prensa de la época, el objeto de su visita era permanecer varias semanas en España para «satisfacer sus afanes turísticos» y acudir a las fiestas de la Semana Santa sevillana. El hermano del monarca rumano ya había estado en nuestro país en 1923, cuando tenía 27 años. Después de pasar unas horas en Madrid visitó la ciudad de Ávila (*Arriba* 21/03/1950).

<sup>27</sup> Según las estadísticas oficiales (Ministerio de Información y Turismo) en 1950 visitaron nuestro país 750.000 extranjeros mientras que en 1951 esa cifra se elevó a 1.263.197 viajeros. El mayor contingente de turistas provenían de Francia (465.629), seguida de Gran Bretaña (150.154), Portugal (149.711), Italia (125.381) y Norteamérica (44.677). Datos publicados en la revista *Hostal* en enero de 1952.

<sup>28</sup> Los periodistas llegaban a España después de haber visitado Francia y Roma, lugar este último donde habían sido recibidos en una audiencia por Su Santidad el Papa.

<sup>29</sup> *Pueblo* 8/02/1950.

Al día siguiente por la tarde, en el Palacio de El Pardo, Franco recibió a esta delegación de periodistas estadounidenses que visitaban España y que estuvo en todo momento acompañada por el Director para América del Ministerio de Asuntos Exteriores, altos funcionarios de dicha Dirección, representantes de la Dirección General de Turismo y el Presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, Sr. Del Alamo. Franco les dirigió la siguiente alocución:

[...] El pueblo español no tiene ninguna diferencia con el pueblo americano, antes al contrario; por su historia, por la tarea que un día España desarrolló en América, se considera unido familiarmente por vínculos de sangre y de lenguaje con los pueblos de América. **Y lo que deseamos es que este camino que han iniciado hoy con este viaje por los aires pueda repetirse y que siempre que quieran saber algo de España vengan a verlo a España misma, con la seguridad de que nosotros no les ocultaremos absolutamente nada. La manera de que se entiendan los pueblos es conociéndose y la mejor forma de conocerse es mostrando siempre la verdad.**

Los periodistas por su misión y el servicio a la verdad, son los soldados de la paz, los que más pueden hacer por ella.<sup>30»</sup>

A través de este tipo de actuaciones el Régimen de Franco pretendía conseguir que todo aquél que viniera a España se convirtiera en propagandistas de la causa española al volver a su país de origen. Esto es lo que se desprende también claramente de una carta enviada por el Director General de Turismo, Luis Antonio Bolín, al Ministerio de Gobernación: «España ha sido acusada de Estado totalitario y policiaco y que esta acusación, falsa a todas luces, está metida en la mente de todo el mundo circundante y contra ella está operando solamente el tiempo, como eterno elemento de desgaste y transformación, y la posible visita a España que permite la comprobación, sobre el terreno, de que no es un país totalitario y policiaco. Los que vienen, en el caso peor, salen convencidos de que si para ellos sigue siendo un país totalitario y policiaco, lo es menos de lo que creyeron entender antes de su visita a España.»<sup>31</sup>

Los excursionistas estadounidenses estuvieron dos días en Madrid. Por la tarde visitaron el Museo de Perico Chicote y al día siguiente hicieron una excursión a El Escorial, visitando detenidamente el Monasterio. Por la tarde asistieron a una fiesta taurina organizada en su honor por Antonio Tabernero en la finca «Punta Verde» (en Monasterio), propiedad del Duque de Pinohermoso, donde los excursionistas tuvieron ocasión de conocer las faenas de acoso y derribo de reses bravas realizadas por el Duque, Domingo Ortega y Juan Belmonte. Por la noche y después de un cóctel en la Embajada americana, asistieron una cena en el hotel Ritz ofrecida por la Asociación de la Prensa madrileña<sup>32</sup>.

<sup>30</sup> *El Alcázar y ABC* 11/02/1949.

<sup>31</sup> Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares (AGA) Sección Cultura. Caja 14.419.

<sup>32</sup> *ABC* 11/02/1950.

### 5.1. Impresiones del viaje

Paul Bussard, Director del *Catholic Digest* (publicación que en aquél entonces tenía una tirada de un millón de ejemplares) y Presidente de la Prensa católica de EE.UU. manifestó que le había sorprendido el fervor religioso observado en la opinión católica española. Asimismo, mostró su asombro por la capacidad gastronómica de los españoles, ya que había observado que las comidas eran «*excesivamente copiosas para un organismo normal y, desde luego, mucho menos sobrias que en el resto de los países europeos*»<sup>33</sup>. Terminó lamentando que un país tan bien dispuesto a ser uno de los primeros del mundo por su carácter, su fisonomía y por ese magnífico sentido de hospitalidad que le caracterizaba, no se preocupase de «*extender la propaganda con la debida energía fuera del campo de la política para atraer al mundo entero, donde la curiosidad y el afecto por todo lo español son dos hechos reconocidos y nada despreciables*»<sup>34</sup>.

Tras la visita de los periodistas norteamericanos vinieron redactores y editores de todo el mundo, especialmente de los países hispanoamericanos. Sirvan como ejemplo las crónicas de las visitas de dos grupos de periodistas, uno cubano y otro mexicano, que llegaron a Madrid en el mes de marzo de 1950. Los primeros aterrizaron en el aeropuerto de Barajas el día de San José. Se trataba de una delegación de 10 personalidades de la prensa cubana encabezadas por David Aizcorbe, Director del diario *Excelsior*<sup>35</sup> y *Vicepresidente de la Asociación de Reporteros, y el secretario de la misma don Francisco Ferrán Rivero, de El Diario de la Marina*. Con ellos viajaban, además, Esther Menéndez, viuda de Zayas y propietaria de *Avance*; Raúl Rivero, Presidente del Bloque de Prensa Cubano y Director de *El Mundo*; Iván Llorente, de *Información*; Armando Pintado, de la radiodifusora C.M.Q.; Manuel Luis del Riego y Eugenio O. Carreño, de *El Diario de la Marina* y la revista *Carteles*, respectivamente; Antonio Reyes Gavilán, de *El País*; y José Fernández Miere, de Unión Radio. Los periodistas hicieron el viaje en compañía del Secretario de la Embajada de España en La Habana, señor Villegas. Fueron recibidos en el aeropuerto por el señor Peñas, en representación de Iberia, y por don Carlos Robles, Jefe de Información del Instituto de Cultura Hispánica<sup>36</sup>.

Con motivo de la inauguración de los servicios aéreos con Méjico una delegación de periodistas mejicanos llegó también a España a principios de marzo. No faltaron en su programa de visitas las ruinas de El Alcázar y la Catedral toledanos<sup>37</sup>.

La llegada de turistas significaba para el Gobierno de Franco una aceptación tácita del Régimen, tanto de cara al exterior como al interior. Finalmente, las actuaciones puestas en marcha por el Gobierno de Franco entre 1947 y 1951 para fomentar la corriente turística hacia España dieron como resultado la llegada, por primera vez en la historia, de más de un millón

<sup>33</sup> *Ibidem*.

<sup>34</sup> *Ibidem*.

<sup>35</sup> En el diario *ABC* de 21 de marzo de 1950 se dice que Aizcorbe era representante del Diario *El País*.

<sup>36</sup> *Arriba* 21/03/1950. Según se cita en este diario el avión de Iberia que les condujo a España batió la marca de vuelo en la etapa Islas Bermudas-Madrid, que fue cubierta en tan sólo 14 horas.

<sup>37</sup> *Arriba* 14/03/1950.

de turistas<sup>38</sup> y contribuyeron, no sólo a lograr el reconocimiento internacional de España, sino a levantar la condena internacional que pesaba sobre nuestro país. Queda, así pues, demostrada la importancia política del turismo para promocionar la imagen de una nación y el valor de la propaganda turística como canal de comunicación en momentos tan críticos para la vida de un país como es el cierre de las fronteras internacionales. La España de finales de los 40 y principios de los 50 supo promocionar adecuadamente sus bellezas turísticas, el vino y el sol, y la comercialización de estos productos contribuyó de alguna manera a canalizar la hostilidad internacional y a transformarla en una diplomacia «políticamente correcta» que favoreció la reanudación de las relaciones internacionales.

## 6. Conclusiones

Que el Gobierno de Franco lograra traer a España para ver, escuchar y sentir las realidades de nuestro país a más de un millón de personas de todos los niveles sociales, económicos y culturas representó para nuestro país grandes beneficios sociales, económicos y políticos ¿Qué otra nación habría podido permitirse entonces un presupuesto de Relaciones Públicas capaz de traer a este número de invitados a fin de poder retenerlos durante unas horas y poder motivarles y predisponerles a favor de unas determinadas situaciones o estructuras políticas?.

Uno de los principales hoteleros españoles de todos los tiempos, don José Meliá definió una vez al turismo como un medicamento beneficioso y antibiótico a la vez, apostillando: «*libera al organismo de la infección de las bacterias axfixiantes.*» Éste fue el papel que trató de jugar el turismo en la España de finales de los años 40 y principios de los 50. Superando las barreras políticas e ideológicas, el turismo se convirtió en un poderosa medicina que consiguió que millones de personas nos conocieran, que al conocernos nos entendieran mejor y que nos llegaran incluso a apreciar.

## 7. Referencias bibliográficas

ABELLA, Rafael

1992 *Vida cotidiana en la Postguerra: Los negros años de la autarquía (1939-1951)* Museo casa-natal de Jovellanos Gijón, 29 mayo-29 junio.

ESTEVE SECALL, R. y R. FUENTES GARCÍA

2000 *Economía, historia e instituciones del turismo en España.* Madrid: Pirámide.

FERNÁNDEZ FÚSTER, Luis

1991 *Historia general del turismo de masas.* Madrid: Alianza Editorial.

PRESTON, Paul

1994 *Franco: Caudillo de España.* Barcelona: Círculo de Lectores.

---

<sup>38</sup> Poco antes de estallar la guerra, en 1934 las estadísticas españolas contabilizaban la llegada de 280.000 turistas extranjeros, cifra que se vio reducida a sólo 83.000 en 1946. Los niveles de 1934 volvieron a recuperarse en 1949 y en tan sólo un año, en 1950, las llegadas crecieron de 280.00 a 750.000.

## **8. Hemerografía**

*Boletín de Información de la Dirección General de Turismo, Hostal, ABC, Arriba, Ya, Pueblo, El Alcázar, Madrid, Diario de Barcelona, Ideal (Granada), La Verdad (Murcia), Heraldo de Aragón, Isla, Valencia Atracción, Barcelona Atracción, Aragón Turístico y Monumental.*

Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares (AGA).