

HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA 1928-1962

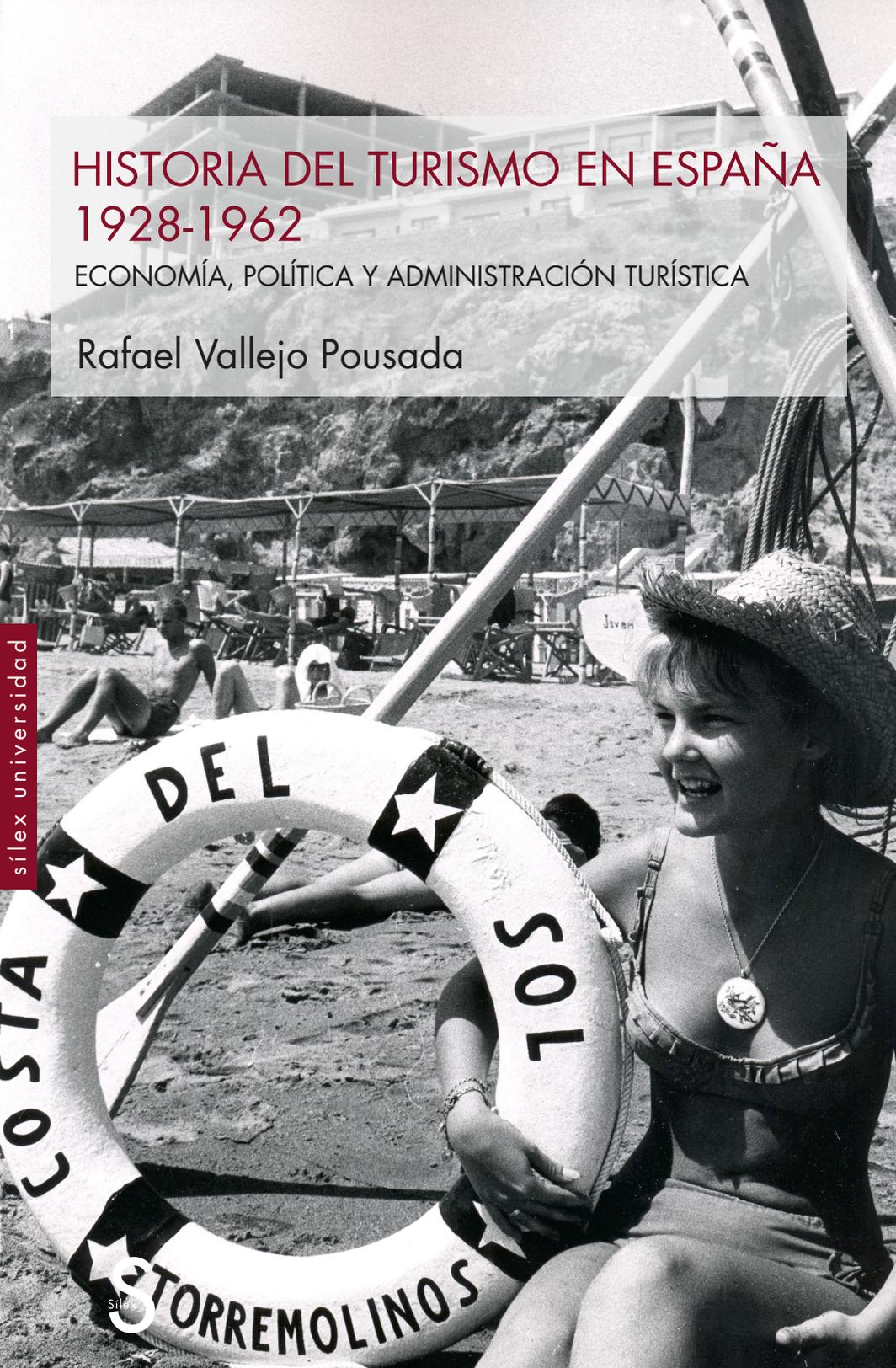
ECONOMÍA, POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Rafael Vallejo Pousada

silex universidad

COPIA DEL SOL
STORREMOLINOS

Silex



Al iniciarse la década de 1960, España figuraba entre los países líderes en el mercado turístico mundial, por visitantes e ingresos. Este hecho, fraguado en muy pocos años, tuvo indudables repercusiones políticas, económicas, sociológicas y medioambientales, a nivel nacional y provincial, allí donde este fenómeno de masas tuvo un mayor éxito. El turismo se incorporó a los grandes debates nacionales durante la dictadura de Franco.

Este libro estudia el proceso que llevó a España desde la condición de "país de turismo", rezagado, que aspiraba a ser un país turístico, cuando se creó el Patronato Nacional del Turismo institucionalizando la política turística en 1928, a la condición de "país turístico", iniciados los años 1960.

Lo hace abordando cuatro planos. El de la administración turística, con una novedosa atención a la administración turística provincial. El de la economía del turismo y cómo se produjo, entre 1955 y 1962, el cambio en el modelo turístico español, con predominio del turismo receptivo, y cómo se configuró, y a entonces, un modelo económico altamente dependiente de los ingresos del turismo receptivo, en comparación con otros países turísticos líderes como Italia. El de los principales agentes del sistema turístico español: la citada administración con su política turística y las empresas turísticas. Estas se estudian con un detalle inédito en una obra de este tipo: las agencias de viajes, la industria hotelera y la oferta extra-hotelera (campings, bungalows, urbanizaciones y apartamentos turísticos), que tomaba la delantera a la hotelería tradicional y moderna de estos años, cuando Manuel Fraga sustituía, en 1962, a **Gabriel Arias** en el Ministerio de Información y Turismo.

IBIC: HB

ISBN: 978-84-19077-00-4



9 788419 077004



XUNTA
DE GALICIA

ECOSOT
Economía, Sociedade e Territorio
Universidade de Vigo

sílex universidad



HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA

1928-1962

HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA, 1928-1962
ECONOMÍA, POLÍTICA Y ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Rafael Vallejo Pousada



Este libro ha sido editado con financiación del “Programa de Consolidación e Estruturação de Unidades de Investigación Competitivas do Sistema Universitario de Galicia” (ED431B 2019/34), Xunta de Galicia.



XUNTA
DE GALICIA

ECOSOT
Economía, Sociedade e Territorio
Universidade de Vigo

© RAFAEL VALLEJO POUSADA, 2021

© DEL PRÓLOGO CARLES MANERA

EDITOR: RAMIRO DOMÍNGUEZ HERNANZ

© Imagen de cubierta: Francisco Ontañón. Torremolinos. Playa (1964). Colección del Centro de Documentación Turística de España, Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA).

C/ San Gregorio, 8, 2, 2ª Madrid
España
www.silexediciones.com

ISBN: 978-84-19077-00-4
Depósito Legal: M-10197-2022
Colección: Sílex Universidad-Historia

Impreso y encuadernado en España

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 372 04 97)

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	13
PRÓLOGO: LA RECUPERACIÓN DEL ESTUDIO DEL TURISMO	17
INTRODUCCIÓN	23

I. LAS JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO, 1928-1962

1. LA POLÍTICA TURÍSTICA COMO POLÍTICA PÚBLICA: UNOS APUNTES SOBRE SUS ORÍGENES	51
2. LOS ESTUDIOS SOBRE LA POLÍTICA, LA ADMINISTRACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA ESPAÑOLA DEL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX	55
3. LOS ORÍGENES DE LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA EN ESPAÑA	59
EL PATRONATO NACIONAL DE TURISMO: FINES Y ORGANIZACIÓN (1928-1930) ...	60
LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA REGIONAL (ABRIL 1928-JULIO 1930)	62
LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA OFICIAL EN LAS PROVINCIAS: LAS JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO (ABRIL 1928-JULIO 1930)	64
LA LUCHA POR LA “REPRESENTACIÓN” DEL PNT EN LAS PROVINCIAS: EL MODELO DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA A DEBATE	78
4. LAS JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO EN LA POLÍTICA REPUBLICANA DE “LIQUIDACIÓN, REVISIÓN Y TRANSFORMACIÓN DEL PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO” (1931-1936)	89
EL ADELGAZAMIENTO DEL PNT	89
UNAS JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO LIGADAS FUNCIONALMENTE A LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN	93
LA ESPECIFICIDAD CATALANA: AUTONOMÍA POLÍTICA Y AUTONOMÍA TURÍSTICA	99
EL MODESTO AVANCE HACIA DE UN MODELO DE ORGANIZACIÓN TURÍSTICA MIXTO: LA REPRESENTACIÓN PARCIAL DEL PNT POR LOS SINDICATOS DE INICIATIVAS (1931-1936).....	104

5. EL MODELO DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA PROVINCIAL, MIXTO Y DESIGUAL, DURANTE LA GUERRA CIVIL Y EL PRIMER FRANQUISMO: SUPERVIVENCIA Y REVALIDACIÓN (1936-1950) III

6. MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO Y UNIFORMIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA PROVINCIAL (1951-1962): DE JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO A JUNTAS PROVINCIALES DE INFORMACIÓN, TURISMO Y EDUCACIÓN POPULAR I23

II. ECONOMÍA DEL TURISMO EN ESPAÑA, 1900-1962

7. EL ARRANQUE DEL *TURISMO MODERNO*: 1900-1936 I63

8. EL HUNDIMIENTO DEL TURISMO DURANTE LA GUERRA CIVIL 179

9. EL TURISMO EN ESPAÑA DESDE 1939 A 1962: REINCORPORACIÓN AL MERCADO TURÍSTICO INTERNACIONAL Y CAMBIO DE MODELO TURÍSTICO..... I9I

LA COMPOSICIÓN DEL TURISMO EN ESPAÑA DESDE 1939 A 1962:

EL TURISMO EXTRANJERO MARCA LA PAUTA..... 195

ESPAÑA EN EL TURISMO MUNDIAL: DE EMERGENTE A LÍDER TURÍSTICO 203

LA RECUPERACIÓN TURÍSTICA POSBÉLICA EN PERSPECTIVA COMPARADA:

ITALIA-ESPAÑA 220

LA FORJA DE UNA ECONOMÍA RELATIVAMENTE DEPENDIENTE

DEL TURISMO EXTERIOR 230

III. EL SISTEMA TURÍSTICO ESPAÑOL, 1928-1962: ADMINISTRACIÓN, EMPRESAS PÚBLICAS Y POLÍTICA TURÍSTICA

10. CONTINUIDADES Y MUTACIONES EN EL SISTEMA TURÍSTICO DURANTE EL FRANQUISMO, HASTA 1962 245

II. LOS ACTORES PÚBLICOS: ADMINISTRACIÓN, EMPRESAS PÚBLICAS Y POLÍTICA TURÍSTICA	269
1939-1945: "CUANDO VENGAN LOS DE FUERA, ES PRECISO QUE ESTEMOS PREPARADOS PARA ACOGERLOS"	283
1945-1951: "LEVANTANDO LAS BARRERAS"	307
1951-1962: "ATRAER, APOSENTAR Y PROCURAR SATISFACCIÓN A 2 MILLONES DE TURISTAS", ENTRE LA OLEADA Y LA INVASIÓN DE TURISMO EXTERIOR	325

12. ENTRE LA PLANIFICACIÓN DEL TURISMO Y EL TURISMO EN LA PLANIFICACIÓN: DEL PLAN NACIONAL DE TURISMO (1953) AL PROGRAMA NACIONAL DE ORDENACIÓN DE INVERSIONES (1959)	367
EL PLAN NACIONAL DE TURISMO (1953): OBJETO Y REALIZACIONES.	369
EL PROGRAMA NACIONAL DE ORDENACIÓN DE INVERSIONES DE 1959 Y EL PROGRAMA DE INVERSIONES PARA 1960: EL TURISMO DENTRO DE LA PLANIFICACIÓN ECONÓMICA GENERAL	411

13. AUNQUE REDIMENSIONADA, LA POLÍTICA TURÍSTICA NO LO EXPLICA TODO	421
---	-----

IV. EL SISTEMA TURÍSTICO ESPAÑOL, 1900-1962: AGENCIAS DE VIAJES, HOTELERÍA Y ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO

14. LAS AGENCIAS DE VIAJES: INTERMEDIARIAS Y CREADORAS DE TURISMO	429
LAS AGENCIAS DE VIAJES EN ESPAÑA, 1900-1962:	
ESTADO DE LA CUESTIÓN Y PRIMEROS INDICADORES	434
"LA REBELIÓN DE LAS MASAS" Y NUEVAS MODALIDADES TURÍSTICAS: AGENCIAS DE VIAJES Y EMPRESAS DE TRANSPORTES POR CARRETERA EN EL PERÍODO DE ENTREGUERRAS	453
LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES ENTRE 1931-1935 Y 1962	465
LAS AGENCIAS DE VIAJES DESDE 1940 A 1962: "FOMENTAR POR TODOS LOS MEDIOS IMAGINABLES TODA CLASE DE VIAJES"	474

15. LA HOTELETERÍA, COLUMNA VERTEBRAL DEL TURISMO, Y LA NUEVA INDUSTRIA DEL ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO ...	531
LAS ESTADÍSTICAS DE LA HOSTELERÍA Y SUS PRINCIPALES INTÉRPRETES	
ENTRE 1945 Y 1962.....	533
LA EVOLUCIÓN DE LA PLANTA HOTELERA ENTRE 1939 Y 1962	552
EMPLEO Y RESULTADOS ECONÓMICOS EN LA HOSTELERÍA: LA ESTIMACIÓN DE EVARISTO ESCORIHUELA Y EL SINDICATO NACIONAL DE HOSTELERÍA	559
JUVENTUD Y MODERNIDAD: ALGUNOS RASGOS DE LA HOTELETERÍA ESPAÑOLA ENTRE 1951 Y 1962	568
LA PARADOJA DEL CRECIMIENTO HOTELERO PESE A LOS PRECIOS INTERVENIDOS OFICIALMENTE	574
LA CONJUGACIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA Y LA AYUDA ESTATAL:	
EL CRÉDITO HOTELERO, 1943-1963	578
LAS PERNOCACIONES HOTELERAS EN 1962: EL PRIMER ESTUDIO SOBRE LA GEOGRAFÍA TURÍSTICA EN EL FRANQUISMO	594
LAS EMPRESAS HOTELERAS: ATOMIZACIÓN Y PRIMERAS CADENAS	599
LA IRRUPCIÓN DE LA NUEVA INDUSTRIA DEL ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO	615
A MODO DE EPÍLOGO FINAL	644
 BIBLIOGRAFÍA	 649
 APÉNDICE I. CAPÍTULOS I A 6.....	 683
APÉNDICE II. CAPÍTULOS 7 A 9	713
APÉNDICE III. CAPÍTULOS 10 A 12	717
APÉNDICE IV. CAPÍTULOS 14 Y 15	729

A mi hija Carolina y a mi hijo Álvaro, a los que vi crecer con mi querida Isa. Ellos también vieron crecer las páginas de este libro. Atentos siempre... Ellos a mí. Yo a ellos. Me animan a seguir

AGRADECIMIENTOS

Un libro es una obra en gran parte individual, fruto de la dedicación propia. Pero en realidad esto es solo la parte evidente de esta o de cualquier otra publicación. Detrás del esfuerzo personal hay muchas veces un quehacer colectivo, una red más o menos tupida de lazos afectivos y efectivos, de soportes y ayudas, necesarias en unos casos, alentadoras en otros, decisivas en ocasiones. En este libro sin duda hay esa red de complicidades y de generosas colaboraciones. Por eso he de abrirlo reconociendo mi gratitud con todas y cada una de las personas que directa o indirectamente han contribuido a que hoy esta monografía pueda salir a la luz.

Entre ellas está Pilar Lobo Montero, de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos, que ha conocido la parte correspondiente a las Juntas Provinciales de Turismo y me ha animado a perseverar y, sin duda, lo ha conseguido. Hoy está felizmente jubilada y, además de desearle lo mejor, le transmito mi agradecimiento. También ha sido muy importante el soporte documental que me han ofrecido, desde el Centro de Documentación Turística de España, Asunción Muñoz Montalvo y Ana García Morán, así como la colaboración, siempre atenta y profesional de Eva Concejal, actualmente en el Ministerio de Cultura. Y, por supuesto, la que me prestaron Ana Sisniega y Elena Laruelo en el Centro de Documentación y Archivo de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), así como Margarita Barquilla en el Archivo del Congreso de los Diputados. Reconozco en ellas a esos cientos de profesionales que, desde sus respectivos archivos, bibliotecas y centros de documentación, con una labor muchas veces silenciosa y eficaz nos permiten avanzar, nos hacen mejores colectivamente como partícipes del quehacer cultural y académico del país. En ese mismo quehacer están las profesionales de la Biblioteca Central de la Universidad de Vigo, en el Servicio de Acceso al Documento, Primi Blas Sánchez, Celsa Fernández Rodríguez y Tita Aboal Somoza, que han sido imprescindibles en

mi trabajo; bastante de la bibliografía de la época consultada para este libro ha pasado por sus gestiones y sus manos.

En la Universidad de Vigo han colaborado directamente conmigo el profesor Gonzalo Méndez y la profesora Aida Ovejero, del Departamento de Geociencias Marinas y Ordenación del Territorio, que han hecho posibles los mapas originales que se presentan en esta publicación, así como Manuel da Conceição Márquez, siempre atento desde los servicios informáticos y de comunicación. El soporte de la Universidad se extiende al grupo de investigación de referencia al que pertenezco, ECOSOT (Economía, Sociedad y Territorio), que dirige con eficacia la catedrática de Economía Aplicada, Coral del Río, a quien no me cansaré de reconocer su excelente labor, su perseverante apoyo académico y, cuando fue necesario, su apoyo personal, sin ponerse de perfil y sin dar la espalda, con inteligencia y con valentía. Igual reconocimiento he de hacer al también catedrático Carlos Hervés, que dirige la agrupación estratégica ECOBAS, en vías de transformarse en Instituto de Investigación, a la que pertenezco desde su creación. Algunos de los Congresos que he coordinado desde la Universidad de Vigo de *Historia del Turismo en España* (2017) y el *X Encuentro España-Italia de Historia Económica* (2017), han sido posibles gracias al soporte administrativo y financiero de ECOBAS y de ECOSOT, así como a la confianza que han depositado, para el Encuentro España-Italia, el profesor Carlos Barciela de la Universidad de Alicante y Giovanni L. Fontana de la Universidad de Padua.

Esos Congresos fueron realidad en gran medida gracias al trabajo personal y al buen saber hacer de mis colegas en la Universidad de A Coruña, Elvira Lindoso y Margarita Vilar, con quienes he compartido desde 2014 la investigación sobre la Historia del Turismo en Galicia y en España, en el grupo Turhisgal. Este libro que ahora presento se nutre del trabajo ilusionado y –creo que– fecundo que hice en los últimos años con Elvira y Margarita, unas magníficas profesionales y mejores personas. He de mencionar asimismo a la profesora británica Kirsty Hooper, que estuvo con nosotros en Turhisgal en 2014-2017, y me acogió como profesor visitante en la Universidad de Warwick en 2017, así como a Marie Franco, que también me recibió en 2020 en el Centro de Investigación sobre la España Contemporánea de

la Universidad de la Sorbona (París 3), unas semanas antes de la COVID-19. Esas estancias en Warwick y París han servido para profundizar en el conocimiento de este fenómeno transnacional que es el turismo y para situar mejor a España en el competitivo mercado turístico internacional del siglo xx y apreciar cómo era percibida y valorada desde el exterior su incorporación a los países turísticos europeos.

Las deudas con otros especialistas que trabajan en este mismo campo del turismo son asimismo varias y variadas. El conocimiento avanza con la colaboración y con el debate. He de trasladar por ello mi agradecimiento a los colegas Sasha D. Pack, Ana Moreno, Carmelo Pellejero, Beatriz Correyero, Carmen Gil, Elena San Román, Marta Luque, Andrés Sánchez, José Joaquín García, Domingo Cuellar, Gaetano Cerchiello, Xosé Manuel Santos, María Velasco, Marián A. Leboreiro, María José Rodríguez Pérez, Javier Vidal, Rafael Barquín, Antoni Vives, Natalia Rodríguez, Ivanne Galant, Jorge Villaverde, J. Fernando Vera Rebollo, Riccardo Semeraro, Liciano Maffi, Giovanni Gregorini, Mario Taccolini, Andrea Zanini, José Luis Sousa Soares, Margarita Barral, Alfonso Iglesias, Uxía Otero, Daniel Lanero, Francisco Muñoz de Escalona, Cédric Humair, Jan Chiarelli, Patrizia Battilani, Annunziata Berrino, Donatella Strangio, Elisa Pastoriza, Rossana Campodónico e indudablemente Carlos Larrinaga y Saida Palou, por la vieja amistad y el trabajo compartido.

Estas páginas se benefician asimismo de las lecturas y atinados comentarios de los capítulos de este libro que han hecho el profesor Carles Manera y el joven investigador José Antonio García, de la Universidad de las Islas Baleares, y la profesora Elvira Lindoso. He de referirme también al profesor Andrés Sánchez Picón, a la profesora Carmen Sarasúa y a los profesores Alex Sánchez y Jordi Catalán por sus invitaciones a la Universidad de Almería, a la Universidad Autónoma de Barcelona y a la Universidad de Barcelona, así como a mi buen amigo el catedrático jubilado (en activo) Ricardo Robledo, que me adentró personalmente en las posibilidades documentales de la Biblioteca del Instituto de Historia Jaume Vicens Vives de la Univesidad Pompeu Fabra, donde consulté el fondo histórico de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona, que me

fue de gran utilidad, y a la profesora de la Universidad de Córdoba María Dolores Muñoz Dueñas, gracias a cuyas recomendaciones pude ver los fondos del Archivo Municipal de esta monumental ciudad andaluza y de su Archivo Histórico Provincial.

Los archivos consultados han sido muchos. Debo hacer al menos una mención sucinta a ellos y un reconocimiento a sus direcciones y a su personal. En Pontevedra, el Archivo del Museo Provincial, el Archivo Histórico Provincial y el Servicio de Patrimonio Documental y Bibliográfico de la Diputación; en Santiago, el Archivo Histórico de la Universidad de Santiago, y en A Coruña, el Archivo del Reino de Galicia. En Madrid, la Biblioteca Nacional, el Archivo General de la Administración, el Archivo y las Bibliotecas del Banco de España, del Ministerio de Trabajo y del Ministerio de Hacienda; en Barcelona, el Archivo Municipal de la Ciudad, la Biblioteca de Catalunya y el CRAI Biblioteca Pabellón de la República; y, en Almería, el Archivo Histórico Provincial.

Ya de vuelta a lo más próximo, están los amigos, con sus atenciones y sus detalles personales: Francisco Comín, Rafael Mata, Juan Pan, Juan Pro, Miguel Martorell, Esteban Naves y Eneida Odriozola, en Madrid, y allí también mi buena amiga Ana Barrero, que siempre ha tenido abiertas las puertas de su hogar para mí. Y en casa, Carolina y Álvaro, mis hijos, e Isabel, con su cariño y también con su colaboración. De Álvaro se dice que es mi mejor “becario” y yo confirmo que es así. En Combarro, mis compañeros de *A Solaina* Andrés, Antón, Xose, Alicia y Maite. En Santiago, mi hermana Mari Carmen y Ramón. En Las Palmas, Jose y Maki, que me regalan guías turísticas históricas como la poco conocida *España*, del Patronato Nacional del Turismo republicano, una de cuyas fotos incorporaré a este libro de hoy.

Red de afectos y soportes. Silenciosos muchos. Eficaces todos. Un libro, este libro, es producto de todo esto. La labor personal se da por supuesto. Espero que con un resultado que sea del agrado de quienes lo lean.

Rafael Vallejo Pousada
Vigo, 26 de octubre de 2021

Carles Manera

Catedrático de Historia Económica (Universitat de les Illes Balears)

Consejero del Banco de España

Poco más del catorce por cien del PIB español, un alud de visitantes cada año (más de setenta millones), la generación de externalidades de todo tipo (positivas y negativas), la capacidad para crear *know how* y capital humano propio, la eclosión de grandes empresas especializadas en el ocio, la fuerza para exportar trayectorias y estrategias: esto –y otros elementos que afectan la economía, la cultura e incluso la política– es lo que representa la actividad turística para la economía española, a día de hoy. Un sector decisivo para la balanza de pagos que, paradójicamente, se encuentra poco asistido de la mano de los investigadores y de los programas docentes en el campo de la historia económica. Mientras los sectores agrícola e industrial gozan todavía de buena salud académica –a pesar de su retroceso en la composición del PIB–, los servicios se consideran actividades de menor rango, de más baja entidad: sin un interés preciso por parte de los programas de investigación y desarrollo, aunque su porcentaje se incremente en la formación de la renta, tanto en actividades directas como indirectas.

La economía aplicada se ha esmerado mucho más en el tema: creación de revistas especializadas, proyectos competitivos, análisis econométricos, disección de mercados, evoluciones empresariales, impactos ambientales, etc. constituyen campos de trabajo para economistas y geógrafos –principalmente–, que observan el fenómeno turístico desde visiones caleidoscópicas (no faltan aquí sociólogos y antropólogos). El estudio del turismo requiere de perspectivas más holísticas, en las que la contribución de diferentes científicos sociales se traduce en la transversalidad del conocimiento. Una óptica que abraza a su vez la cooperación con biólogos, físicos y químicos,

cuando las investigaciones alcanzan ya una madurez de inter-relación clave. En tal aspecto, la adopción de nuevas métricas para analizar los impactos del turismo, a partir de la utilización de variables biofísicas, constituye un ejemplo al respecto, con publicaciones innovadoras y, sobre todo, con una pretensión esencial: su posibilidad de incidencia en la toma de decisiones en la política económica. El estudio del turismo abre así nuevos horizontes para la investigación.

Ahora bien, volviendo al hilo de nuestra narrativa, este sector económico, el turismo, no es nuevo, ni se encuentra aislado de un contexto internacional. En este sentido, se debe advertir que no podemos retroceder hasta épocas muy pretéritas para ubicar los orígenes del turismo de masas, hecho que suele hacerse aunque la utilidad explicativa a veces sea más bien limitada. Pero, al mismo tiempo, es relevante considerar que el desarrollo turístico no aparece de forma espontánea con el advenimiento de los Planes de Desarrollo y la apertura oficial de la economía española en los años sesenta del pasado siglo. A su vez, el desempeño turístico supone un hecho medular: se trata de una actividad exportadora, que recoge esa exportación –por denominarla así– en su propio origen: a partir del gasto de los visitantes, de sus pernoctaciones, de sus viajes. De su porosidad, en definitiva, en las tierras de acogida de los visitantes.

Ambos aspectos, medulares, constituyen columnas vertebrales de este libro del profesor Rafael Vallejo. No son los únicos factores que deben destacarse de este ingente trabajo; pero pienso que constituyen sendos pilares para seguir desarrollando una investigación de primera fila en el campo de la historia económica. Al hilo de esos argumentos, Vallejo ilustra –y, sobre todo, demuestra con números y datos– que el turismo es un proceso acumulativo durante decenios, que tuvo sus epicentros seminales en las costas españolas e insulares ya en las primeras décadas del siglo xx, y que supuso un grado de apertura exterior nada desdeñable. El primer tercio de esa centuria constituye la génesis de lo que se bautizó como la “industria de los forasteros”: la irrupción de lo que pudiéramos calificar como turismo moderno. Vallejo recoge todo esto con precisión de cirujano.

Porque la investigación del profesor Vallejo es prolija y original. Prolija, porque aborda todos los aspectos posibles en el análisis de

un sector económico como el turismo, tanto factores de carácter netamente económico, como aquellos que atañen a la esfera más institucional, con influencias de las políticas del momento estudiado. Y es original porque construye, en un hilo conductor, la edificación de una actividad incipiente, constatable y tangible desde los años 1910-1920, con una explicación coherente. En esta, además, utiliza indicadores nuevos, que Vallejo ya había explorado en otras publicaciones, como los impactos del turismo en los medios de comunicación, a partir de la confección de un índice específico. He aquí un aspecto a exportar. En tal entramado, la política turística desplegada juega un papel esencial, como subraya Vallejo: en particular, a favor de un reconocimiento internacional de la dictadura a partir de los años cuarenta del pasado siglo. Tres períodos sobresalen para el autor: 1939-1945, 1945-1951 y 1951-1962. Sin embargo, los antecedentes a la guerra civil no quedan exentos de análisis. De hecho, el profesor Vallejo ha sido un firme defensor del proceso de formación de un “país turístico” –acepción que adopta, de manera certera– antes del estallido de la contienda. La reivindicación es básica para entender el devenir histórico: veamos aquí la visión del historiador profesional, que desmenuza los orígenes de una evolución relevante, a partir de todos sus componentes. Trabajo minucioso, enorme, decisivo, necesario: sin concesiones a visiones solo descriptivas. Una explicación económica subyace siempre en los distintos capítulos de la obra.

En ese contexto, los análisis que se desgranán en el libro alumbran sobre procesos de carácter más macroeconómico –la importancia, por ejemplo, de las devaluaciones monetarias que favorecen la llegada de turistas–; y microeconómico, con el papel clave de agencias de viajes, empresas intermediarias, agentes privados que generan –como dice el autor– servicios turísticos. El estudio de Vallejo entra en la geografía turística: las zonas más avanzadas, el pionerismo empresarial, las apuestas gubernamentales. Así, el autor detecta ya la tensión que representa la “nueva” actividad en los territorios que la nutren: cambios en los paisajes, externalidades ambientales, transformaciones urbanas y de infraestructuras. Es, de alguna manera, la llegada de la crítica a un turismo que se había visto antes como redentor de miserias. Butler y sus fases icónicas –y clásicas: los ciclos de vida de

un producto aplicados al desarrollo turístico—, reaparecen en estas páginas, a pesar de que en ningún momento el autor reivindica al geógrafo canadiense. Monocultivo de sol y playa que complementa y afianza las exportaciones españolas, en la acepción más laxa del concepto. Nos hallamos en la fase final del trabajo: principios de los años sesenta del pasado siglo. La vertebración turística coge fuerza para encarar fases posteriores, en las que demostrará todavía más la fortaleza del sector y de sus derivadas: mercado de trabajo, financiación, conexión entre empresarios y tour-operadores, desarrollos regionales.

El recorrido realizado es amplio, y lleno de contenido: profundidad cronológica, capacidad para establecer fases precisas en el desarrollo turístico, riqueza de estadísticas y de datos complementarios, visión amplia del fenómeno económico... todo muy alejado de aportaciones epidérmicas, cuando no folclóricas, que a veces proliferan en el estudio del desarrollo del turismo de masas. Huyamos de esto último; avancemos en la senda que ha dibujado Vallejo. Estamos, por tanto, ante un libro importante, que debiera ser de referencia central para todos los profesionales que enseñan, investigan, analizan y protagonizan el turismo. El profesor Vallejo demuestra tres aspectos meridianos: primero, la actividad surge de un pasado existente y obedece al seguimiento de una trayectoria histórica, hasta cristalizar en el empuje del turismo de masas; segundo, este desarrollo terciario supone nuevos retos para empresarios y trabajadores, en amplios sentidos: visión distinta de las inversiones —en servicios, y no en producciones físicas—, reorientación de la fuerza de trabajo —que altera la estacionalidad agrícola, manufacturera y turística, en función de la región que se considere, de manera que se producen importantes movimientos migratorios—; y tercero, el despliegue de una política turística propia que, tal y como señala el autor, afecta de forma directa la política económica.

Urgen investigaciones que complementen la que se presenta en las páginas que siguen. Trabajos que se asienten en metodologías propias de una historia económica clásica —una calificación que es elogiosa en este caso—, en la que producción, distribución, empresa y trabajo, se articulen en un poderoso haz explicativo, con datos, con cifras, con gráficas, con argumentos solventes. Rafael Vallejo

ha consolidado ya un programa extraordinario de investigación. Lo que hoy nos ofrece no es lo único que ha desarrollado en el campo de la historia económica del turismo. Creo que debería dar un paso más y liderar un proyecto nacional en el que, con planteamientos metodológicos homogéneos –fuentes, tratamiento, búsqueda de indicadores–, se analice la evolución económica del turismo desde 1900 hasta 2020 y más allá, teniendo en cuenta los enormes retos existentes. Y pensando en la experiencia reconocida, demasiadas veces ignorada, que el profesor Rafael Vallejo nos ha desvelado en esta investigación señera, un faro –insisto en esto– para trabajos futuros.

Carles Manera
Octubre de 2021

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social y económico complejo, poliédrico, mundializado. Turismo son los viajes de placer fuera del lugar de vida habitual, son los sujetos de esos viajes, son los medios de transporte que permiten el desplazamiento, las infraestructuras y el equipo receptivo, la atención en los lugares de paso y de llegada; lo son igualmente las empresas que intermedian el viaje, que transportan, que alojan y distraen al viajero, al excursionista, al turista. Turismo son asimismo los destinos y los impactos de diversa naturaleza –medioambiental, cultural, económica– que generan esas llegadas, generalmente proporcionales al número e intensidad de los partícipes. Turismo son las acciones de fomento y atracción de los turistas, impulsadas por colectivos sociales, por empresas y corporaciones, por la administración turística. Turismo es, así, política turística. Y son turismo las imágenes creadas para atraer, el imaginario transmitido, y las percepciones de quienes pueden y desean viajar respecto de los lugares, de los países a los que viajan, son las percepciones previas y las transformadas, o no, por el modo de viajar y las experiencias turísticas. El turista, como tipo sociológico, es por eso mismo un sujeto histórico difícil de aprehender.

La consecuencia de esas múltiples caras del turismo es la proliferación de los relatos sobre el mismo como hecho antropológico, sociocultural, económico y político o geopolítico, que se expresa en el espacio y en el tiempo, cambiantes. El turismo, fenómeno, y el turista, sujeto, están abiertos de este modo a una gama amplia de narrativas, todas factibles, todas válidas, todas de interés, siempre que se sustenten en el rigor. Esas narrativas están modeladas, en última instancia, por la especialidad y las inquietudes de quien relata.

Este libro es también un relato sobre la Historia del turismo en España entre 1928 y 1962, que presentamos en quince capítulos organizados en cuatro grandes apartados: I) las Juntas Provinciales de Turismo (capítulos 1 a 6); II) la Economía del turismo (capítulos

7 a 9); III y IV) el Sistema turístico español: Administración, empresas públicas y política turística, por un lado (capítulos 10 a 13), y Agencias de viajes, hotelería y alojamientos extrahoteleros, por otro (capítulos 14 y 15).

Como tal relato, se sustenta en algunas de las preocupaciones del autor. Una de estas preocupaciones surge de constatar la escasa o nula atención que ha prestado la historiografía española a la organización turística en las provincias, una gran olvidada en las narraciones del turismo español. La he situado como uno de los ejes de esta publicación. El estudio de esta organización turística provincial arranca de 1928, que fue cuando nació en sentido estricto la política y la administración turística en España, con la creación del Patronato Nacional del Turismo. Estamos ante una fecha significativa que he tomado como la de arranque del libro, aunque en algunos de los temas abordados, como la economía del turismo o las agencias de viajes, nos retrotraigamos hasta 1900, como veremos.

Dicha organización turística se basó en Juntas Provinciales de Turismo, un particular ente entre organismo de colaboración y órgano ejecutivo del Patronato Nacional del Turismo en las provincias, para el fomento y la atracción del turismo hacia las mismas, que no eran administración periférica del Estado en sentido estricto, sino organismos, con fines turísticos, “de carácter y de colaboración entre la Administración Central del Estado y las Corporaciones locales”. Se estudia el vivo debate, en sus orígenes, sobre su naturaleza, entre quienes defendieran que fueran organizaciones cívicas a cargo de los sindicatos de iniciativa turística, con soporte oficial en las diputaciones, los ayuntamientos y el gobierno central, y quienes defendieron que fueran organismos oficiales burocratizados. Se analizan asimismo su gobierno y su financiación, uno de sus persistentes puntos débiles. También se abordan sus funciones, inspiradas en el modelo francés de las *Stations hydrominérales, climatiques et touristiques* y sobre todo en el italiano de organismos de turismo receptivo, los *Pro-Loce* y las *Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo*. Se analizan asimismo sus realizaciones en las etapas previas a la Guerra Civil, sus reorganizaciones y cómo, fruto de ellas, se articuló en la práctica desde 1931, un sistema mixto de Juntas Provinciales de Turismo, unas a cargo

de sindicatos de iniciativa y otras basadas en la gestión directa por funcionarios de la administración.

Ese modelo fue revalidado por la Dirección General de Turismo, en febrero de 1941. Esta reforma las precisó algo mejor que hasta entonces, reafirmando la posibilidad de que los sindicatos de iniciativa actuaran en las provincias con funciones de Juntas Provinciales de Turismo en representación de la DGT, aunque sin mejorar sus fuentes de financiación, en exceso voluntaristas, a cargo de los municipios, las diputaciones y algunas entidades empresariales. Una vez creado el Ministerio de Información y Turismo (1951), las Juntas Provinciales de Turismo fueron objeto de sucesivas reformas, empezando por la de 1953, que las uniformizó acabando con el sistema mixto revalidado en 1941 y, por tanto, poniendo fin al papel que en ellas venían realizando los sindicatos de iniciativa. Le siguió la reforma 1956-1957, que las convirtió en Juntas Provinciales de Información, Turismo y Educación popular, ya consideradas como administración periférica del Estado, amplió sus funciones y varió su financiación hasta darles el carácter de organismos autónomos. Esto último obligó a una revisión de las mismas en 1958, en el contexto de la racionalización de la administración del Estado franquista iniciada por el gobierno de 1957, una última reorganización que se completó, en nuestro período de estudio, en 1962-1963, cuando pasaron a denominarse Comisiones Provinciales de Información, Turismo y Educación Popular (CITE).

Pese al indudable papel que ejercieron estas sucesivas Juntas Provinciales en el fomento turístico, y a que se crearon treinta y ocho Juntas Locales de Turismo entre 1954 y 1962, empleando para este fin la figura de los “lugares de interés turístico” (con limitadas competencias y recursos), la organización turística territorial, sustentada desde 1929 en una competente red de Oficinas de Información y Turismo, las propias Juntas Provinciales de Turismo y las Delegaciones Provinciales de Turismo (desde 1952), adoleció de manifiestas debilidades, derivadas del excesivo centralismo del Estado franquista y la insuficiente financiación. Lo puso de manifiesto la Misión del Banco Mundial llegada a España en 1961 para asesorar al Gobierno español en la política de desarrollo que había de seguir al Plan de Estabilización y liberalización de 1959, al afirmar que “habría que

fomentar la iniciativa local y regional en cuanto al turismo”, con la creación de Centros de Iniciativa y Turismo en estos ámbitos territoriales¹.

Otra de mis preocupaciones, trasladadas a este libro, es la de situar el turismo de España en el contexto internacional, por su carácter de fenómeno transnacional, y por tanto analizar en qué medida el país estuvo en línea con las corrientes del turismo mundial o, por el contrario, se comportó como una persistente irregularidad, una anomalía, una nación “diferente” en esto del turismo. Esta cuestión la he abordado en algunos de mis trabajos previos, como el reciente “Spain in international tourism. A backward and emerging country (1900-1939)”². Esta inquietud lleva a delimitar las etapas del turismo en España: los orígenes, el arranque, el despegue, la consolidación del turismo como hecho sociológico y económico de relevancia política. Y a reconocer, en esa trayectoria del proceso turístico, las continuidades y en su caso las discontinuidades. Conduce igualmente a identificar a sus protagonistas, a sus sujetos, por sus nacionalidades (autóctonos o foráneos), no por capricho sino porque esta composición permite caracterizar al país, desde este punto de vista, como un *país turista*, *turístico* o como *país de turismo*, esto es, con presencia significativa de actividades turísticas y con potencial para convertirse en un *país turístico*³. En un relato histórico esta caracterización es, a mi parecer, oportuna, tanto para el turismo español previo a la Guerra Civil como para el posterior a la misma.

La historia del turismo en España se escribe casi siempre desde la perspectiva del país turístico en que se ha convertido desde finales de la década de 1950 y primeros años 1960. Hacerlo con este enfoque lleva, entiendo, a minusvalorar o a distorsionar los progresos turísticos que se produjeron durante el siglo XIX y sobre todo en el primer tercio del siglo XX, que estuvieron alineados con lo que sucedía en el turismo internacional. Estos fueron unos años en que irrumpió, de forma precisa entre 1903 y 1905, la preocupación por

¹ Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (1962), pp. 542-543.

² En G. Gregorini e R. Semeraro (a cura di) (2021), *Turismo 4.0. Storia, digitalizzazione, territorio*, Milano, Vita e Pensiero; Vallejo (2021a).

³ Estos conceptos se explican en el capítulo 7 del libro.

la “industria del turismo” o la “industria de los forasteros”. En ese momento, el turismo adquirió carta de naturaleza política y dio lugar a las primeras medidas de institucionalización de la política turística (1905), sin gran desarrollo y continuidad. Eran años en los que se tenía en mente la experiencia de los países adelantados turísticamente como Suiza, Italia o Francia, donde el turismo hacía aportaciones significativas a sus cuentas exteriores y a los negocios turísticos implicados en su desarrollo.

Como explicamos en el apartado II de este libro, durante esta fase de arranque del turismo moderno, en el primer tercio del siglo xx, el turista extranjero fue un cliente objetivo, y de hecho su número aumentó; en ella, España se comportaba como un país atrasado, pero emergente, en el mercado turístico internacional. Ahora bien, quienes fundamentalmente iban turistificando el país, creando destinos de referencia, animando las iniciativas empresariales para satisfacer sus necesidades como veraneantes o turistas, fueron los propios nacionales de procedencia urbana, como venían haciendo –más modestamente– desde la década de 1840. Incluso, en determinadas coyunturas, quienes más preocuparon a las autoridades, y a parte de la opinión publicada, fueron las élites adineradas con sus viajes al extranjero porque propiciaban una salida de divisas del país mayor que la que aportaban los extranjeros hacia España.

Por tanto, el enfoque de la Historia del turismo de España anterior a la Guerra Civil desde la perspectiva de la nación receptiva incurre en el riesgo de soslayar, o al menos dejar en la penumbra, el turismo de los propios nacionales, a través de un proceso de incorporación de sus élites y de sus clases medias a la experiencia turística, en paralelo al progreso de la renta, del nivel de motorización y del avance de las formas colectivas de transporte, primero con el tren y, en el período de entreguerras, con los autocares de líneas regulares o de servicios discrecionales específicamente turísticos, así como con la difusión de los vehículos familiares, llamados precisamente “turismos”. Las prácticas turísticas de los nacionales participaron del cambio social en los años previos a la Guerra Civil, que tuvo algunos rasgos de la incipiente sociedad consumo de masas que asomó también en la España urbana, como puso de manifiesto José Ortega y Gasset en

La rebelión de las masas (1930), y como se percibe en la prensa diaria y en la prensa gráfica de la época, cargada de referencias al respecto, algunas de las cuales hemos traído a esta publicación⁴.

Este libro recoge, en consecuencia, esta preocupación de identificar el turismo de los nacionales y de los extranjeros, de cuantificar su número, de examinar los cambios que se produjeron en la composición del hecho turístico, de cómo estas mutaciones afectaron al comportamiento de las empresas de intermediación, a los establecimientos de acogida tradicionales (la hotelería) o a las nuevas formas de alojamiento extrahotelero, campings o apartamentos⁵. Las estadísticas de los años 1930, y las de 1940 a 1962, no ayudan mucho en este terreno. Las autoridades franquistas, como antes las del Patronato Nacional del Turismo de la Dictadura de Primo o de la República, fijaron su atención preferente en el turismo extranjero, por la razón de que aportaban las divisas vivificadoras que, en determinadas circunstancias, fueron proverbiales para evitar la quiebra exterior de la economía española, y porque su potencial de crecimiento se mostraba superior al de los turistas nacionales, pese a que el consumo turístico de los nacionales creció con el aumento de la renta y del consumo per cápita desde la década de 1950. Lo expresó de este modo, en 1963, el documento del primer *Plan de Desarrollo Económico y Social para el período 1964-1967*:

La demanda de servicios turísticos está constituida por la suma de las demandas parciales relativas al turismo extranjero y al interior. Dadas las condiciones generales de nuestra economía, se ha de conceder una mayor atención al análisis de la demanda extranjera —que interesa impulsar en cuanto sea posible—, en tanto que el mercado interior, por ofrecer una menor elasticidad, condiciona en menor grado el desarrollo futuro⁶.

⁴ Capítulo 14 del libro.

⁵ Capítulos 14 y 15 del libro.

⁶ Presidencia del Gobierno. Comisaría del Plan de Desarrollo Económico (1963), p. 349.

Esta fue la actitud dominante a lo largo del período franquista, al menos hasta los primeros años sesenta. Las y los lectores encontrarán elementos para profundizar en esta cuestión en los apartados II, III y IV del libro. En el II (capítulos 7 a 9), dedicado a la economía del turismo, explicamos la transformación sustancial del modelo turístico español en el transcurso de los años cincuenta y primeros sesenta, y cómo esta mutación afectó al modelo de desarrollo económico. Según la estimación basada en las cifras de los contemporáneos y en cálculos propios, entre 1955 y 1962 el número de turistas extranjeros superó al de los nacionales. En 1955, estos representaban aproximadamente el 62 por 100 del turismo en España; en 1962, el turismo extranjero o receptivo ya representaba algo más del 53 por 100 del turismo español⁷. Esto tuvo su reflejo en las cuentas exteriores de la economía española. A partir de 1959, las divisas turísticas permitieron un superávit casi persistente de la balanza de pagos básica, a diferencia de lo que sucedía normalmente en los años previos. El país entró, desde este punto de vista, en una nueva fase histórica.

Como explicamos en el apartado II, algunos contemporáneos clasificaron la historia de España, al menos la de la España franquista, en dos grandes etapas, la turística y la preturística, con su particular Rubicón hacia 1959. Fueron los años en que España daba el salto adelante definitivo de nación emergente en el turismo internacional a potencia turística. El turismo de los extranjeros en España sobrepasó al de los nacionales, que no era en absoluto irrelevante. Antes al contrario, a estos últimos correspondía aproximadamente el 40-45 por 100 del consumo del alojamiento hotelero en los años cincuenta y primeros sesenta. Y representaron porcentajes similares a los turistas extranjeros en destinos de renombre internacional como la Costa del Sol, donde en 1957-1962 el 50,3 por 100 de la afluencia turística era de nacionalidad española⁸. En España, eso sí, el turismo exterior fue posiblemente más determinante que en la mayoría de los países europeos para la recuperación posbélica, aunque sus

⁷ Capítulo 9 del libro.

⁸ Gabinete Técnico de Coordinación y Desarrollo (1964), p. 46.

aportes al producto nacional bruto eran significativos, en 1956 o 1965, igualmente en países como Austria, Suiza e Irlanda y, algo menos, en Italia, Portugal y Grecia, según las cifras de la OCDE.

En los primeros años cincuenta se produjo en España un fulgurante, y para muchos observadores internacionales inesperado, crecimiento del turismo exterior, que permite identificar una fase de despegue turístico. Este despegue hizo que la economía española acabara dependiendo más de los aportes del turismo exterior que cualquier otra de los países altamente turísticos, desde mediados de la década de 1950, si exceptuamos las referidas Austria e Irlanda. Esa dependencia fue relativamente mayor que en Italia, un país con más turistas e ingresos turísticos que España, al menos hasta 1963-1964. El estudio comparativo con este país, que hacemos el capítulo 9, revela que desde 1953 el grado de apertura turística de España fue superior al grado de apertura turística italiana, hasta el punto de que lo duplicó hacia 1961-1965, en tanto que en Italia el grado de apertura comercial era mucho mayor que el español, superior al doble en esas mismas fechas. Los fundamentos de ambas economías eran diferentes a aquella altura: Italia había experimentado, en la década de 1950, su particular “milagro” industrializador. En consecuencia, en este libro aportamos argumentos para identificar cómo en muy pocos años, antes de 1962, se forjó en el caso español una economía relativamente dependiente del turismo exterior de masas, y cómo, en consecuencia, este se convirtió en parte sustancial de su modelo de desarrollo económico, avanzada la década de 1950.

Los apartados III y IV del libro están dedicados al sistema turístico español y a sus agentes; por un lado, los agentes públicos y la política turística; por otro, los principales agentes privados, nacionales e internacionales, en el ámbito de la intermediación del viaje y de la industria del alojamiento. Esta organización del libro parte de una preocupación y perspectiva propia, que es la de considerar el turismo de forma sistémica, como un todo, por entender que da lugar, en las regiones y países en que se desarrolla, a la formación de sistemas turísticos. El enfoque es singular, pero no original. Se inspira en el que utilizaron, ya en los años 1930, Antoni Muntanyola (1932), en su empeño por identificar los “elementos de la organización turística

de un país” y, en los primeros años sesenta, Jorge Vila Fradera, otro ilustre experto en turismo empeñado en la “delimitación del campo que abarca la Industria Turística”, una delimitación que le llevaba a distinguir, de forma fundamental, entre las actividades (y los agentes) de carácter única y exclusivamente turísticas de aquellas otras, numerosas, que solo se relacionaban parcialmente con el turismo por prestar simultáneamente servicio a otros sectores⁹.

En el apartado III (capítulos 10 a 12) analizamos las continuidades y mutaciones entre el sistema turístico español que se había ido conformando hasta 1936 y el que se desarrolló una vez finalizada la Guerra Civil. Atendemos en primer lugar, de una forma general, a sus principales elementos y agentes: los actores públicos, entre los que aparecen con el franquismo nuevos agentes políticos y socio-laborales, estatales o paraestatales (Sindicato Nacional de Hostelería; Obra Sindical de Educación y Descanso; etc.); las asociaciones de turismo activo y turismo receptivo; los turistas y las modalidades de turismo; los agentes empresariales y laborales, así como los destinos y productos turísticos. En este apartado III nos centramos, a continuación, en los actores públicos, la administración y la política turística, que caracterizamos por sus fines (orientación fundamental hacia el turismo exterior), por su dimensión territorial (centralista), por sus medios (raquítica en términos presupuestarios) y por su contenido (con un sobredimensionado perfil político), en sus distintas fases. En este libro explicamos que la naturaleza y la situación del régimen, una dictadura de origen fascista, aislada tras la Guerra Mundial, reprobada y que pretendía sobrevivir, dotaron a la política turística de un elevado componente político.

La política turística es una modalidad de política económica, que persigue el crecimiento del número de turistas y de los ingresos por turismo. El turismo es un sector de actividad mercantil, con una dimensión cultural, social y ciertamente política. Pero, durante el franquismo, de forma parecida a lo que sucedió en los estados totalitarios de entreguerras, fue un medio puesto al servicio de fines

⁹ Mnutanyola (1932), p. 165; Vila (1961), p. 165. También me han servido las aportaciones de Vera Rebollo (coord.) (1997), capítulo 3, y Velasco (2005), pp. 43-46.

generales extra-turísticos. El régimen de Franco lo empleó para legitimarse, ser reconocido internacionalmente y mostrar su cara amable, como instrumento de la llamada diplomacia suave o blanda. Y para garantizar su viabilidad financiera, no hay que olvidarlo, como medio casi inmediato para obtener unas divisas de gran valor dadas la precariedad de las cuentas externas del país y su extraordinaria dependencia de otras naciones, debido a las carencias de todo tipo que padecía, pese a las veleidades autárquicas de la oligarquía directora del mismo. De ahí que la política turística estuviera muy ligada a la política exterior y a la política interna, en su triple dimensión, diplomática, comercial y económica. Sus fases, en consecuencia, hay que ponerlas en relación con las fases de la política interna y de la política exterior, incluyendo, claro, la política económica a la que, entendemos, la política turística no solo sirvió sino que fue puesta a su servicio, sobre todo a partir de 1957.

Entre 1939 y 1945, la política turística española fue de reconstrucción (al fin solo muy parcial), de preparación de la vuelta a la normalidad y espera del turista extranjero. Finalizada la II Guerra Mundial, el escenario cambió sustancialmente. El contexto general de fondo, con el régimen aislado, permite identificar dos grandes fases en la política turística: una hasta 1950 aproximadamente, a contracorriente; otra, desde entonces, a favor de corriente, tras el reconocimiento del régimen de Franco por la ONU. En esta segunda fase, en la que el régimen se apalancó en el soporte y la tutela de los Estados Unidos, la política turística estuvo enmarcada en una política general orientada a reputar y reintegrar el país en el orden internacional occidental, tanto en las instituciones políticas (ingreso en la ONU, 1955) como en los organismos económicos internacionales surgidos de los acuerdos de Bretton Woods de 1944 (FMI, Banco Mundial) y del proceso de reconstrucción institucional europea tras 1945 (OECE y, sin éxito, Mercado Común).

Estos factores son los que hacen que estudiemos, de este modo, la política turística en relación a la política interior, a la política exterior (diplomacia y comercio), y a la política económica, con sus ejes correspondientes, en las fases que hemos identificado: de 1939 a 1945; de 1945 a 1951; y de 1951 a 1962, la época del Ministerio de

Información y Turismo. En esta última identificamos, a su vez, tres sub-etapas, en consonancia con las etapas económicas, de crecimiento con estabilidad (de 1951 hasta 1956), de crisis, quiebra financiera exterior y de necesidad, al fin, de reorientar el modelo de crecimiento, que fue confiado al cambio de gobierno de 1957 (1957-1961), y de salida de la crisis múltiple, sistémica, a partir de 1961. Esta reorientación del capitalismo español fue articulada a través de tres operaciones de política económica que afectaron a la política turística: una de pre-estabilización en 1957-1959; otra de estabilización y liberalización (1959-1961), liberalización que continuó hasta 1964, acompañada, en tercer lugar, de una política de planificación del desarrollo, a la que la política turística fue incorporada desde 1961-1962. Los años cincuenta y primeros sesenta fueron, así, años intensos, exitosos en cuanto a los resultados del turismo receptivo, de salto adelante y mutaciones en el modelo turístico español y, en lo que a la política turística se refiere, años diversos y distintivos.

Uno de los signos de distinción fue la puesta en marcha de una planificación turística, en 1952-1953, previa a cualquier planificación económica general. Se concretó en el Plan Nacional de Turismo (1953), que estudiamos con un detalle inédito en la historiografía del turismo español, identificando el papel que jugaron el propio Ministerio de Información y Turismo y el de la Presidencia del Gobierno, a través de la Secretaría General para la Ordenación Económico-Social (SOES), responsable en último término de la entonces incipiente, defectuosa y limitada planificación económica. Otro de los signos distintivos fue la incorporación del turismo a la planificación económica general, primero en la fase de estabilización, con los Planes Nacionales de Inversiones de 1959 y 1960 inspirados por el economista Manuel de Torres en la OCYPE, y, sin casi solución de continuidad, en las directrices y medidas preliminares al Plan de Desarrollo (1962) y, al fin, en el Plan de Desarrollo Económico y Social para 1964-1967. Este tránsito fue la expresión del salto desde la planificación del turismo (1953) al turismo dentro de la planificación general (1959-1963). Un tránsito que no fue neutro en términos políticos, que se sustentó en la reforma más amplia, racionalizadora, de la administración del Estado franquista en 1957 y de la formación de la política económica. Esta reforma institucional

dio lugar a la creación de la oficina de planificación, OCYPE, que pasó a entender de forma más activa de la política turística que la SOES y, más importante aún, a la creación de las Comisiones Delegadas del Gobierno (1957), encargadas de discutir y preparar las grandes líneas y medidas de política económica, en las que las autoridades directamente responsables de la política turística quedaron diluidas, sin apenas peso. El Ministerio de Información y Turismo no fue incorporado a la decisiva Comisión Delegada para Asuntos Económicos. Y, aunque se pretendió, “no se estimó oportuno reconocer a la Comisión Interministerial de Turismo”, preexistente (1954), como una de aquellas Comisiones Delegadas¹⁰. Por tanto, desde 1957 orgánicamente el turismo quedó relegado en la formación de la política económica, a pesar de la aportación efectiva y reconocida que hacía a la solvencia financiera del país, a través de sus cuentas exteriores, y al desarrollo regional o provincial, en aquellos territorios de intensa difusión e incidencia económica, sociológica, paisajística y medioambiental del turismo.

En este libro se aportan datos para valorar la importancia otorgada a la política turística dentro de la política económica y general del país. Y se proporcionan elementos para considerar que el estudio histórico y la evaluación de la política turística no debieran limitarse a describir o analizar lo que hizo la Dirección General del Turismo y el Ministerio de Información y Turismo. Algunas de las más importantes medidas de política turística de estos años se adoptaron más allá, o por encima, de las autoridades estrictamente turísticas, y tuvieron una extraordinaria trascendencia. La tuvo, sin duda, la política de devaluación de la peseta para los turistas extranjeros, entre 1946 y 1955 al menos, a través del tipo de cambio especial turístico. La tuvo asimismo, la importante devaluación aprobada con el Plan de Estabilización, el 17 de julio de 1959. Fue igualmente relevante el encuadramiento de la política turística en la Planificación Económica, a partir de 1962, bajo la coordinación de la OCYPE y la Comisaría General del Plan, que impulsó un salto adelante en el conocimiento estadístico del turismo (como en el de otros sectores de actividad económica), pero también la cierta subordinación de

¹⁰ Arrillaga (1976), p. 205.

la política turística, como política económica, a los diagnósticos y diseños de los economistas al servicio de la política de desarrollo. Este conjunto de circunstancias obliga, desde mi punto de vista, a analizar la política turística más allá de la esfera estricta del Ministerio de Información y Turismo, si queremos obtener, para los años del franquismo, una visión más adecuada del mismo.

El estudio del turismo también ha de llevar al de los agentes privados que generan servicios turísticos, que atraen y gestionan el movimiento turístico en el país y hacia el país. Particularmente creo que, en la historiografía española, la política turística adolece de hipertrofia. Significa esto que la historia del turismo está estrechamente ligada al estudio de la política turística, hasta el punto de que llegamos a identificar los resultados del turismo, su difusión en España, como producto fundamentalmente de la política turística. Personalmente no me parece que esto sea así. ¿Cómo explicar el movimiento turístico de los propios españoles, en manifiesto ascenso, en paralelo al aumento de la renta por habitante y del consumo per cápita desde los años 1953 o 1954, cuándo la política turística del turismo interno fue irrelevante o se limitó a un llamado eufemísticamente “turismo interno” gestionado por la Obra Social de Educación y Descanso, que no sobrepasó, entre 1940 y 1963, la media anual de 122 mil partícipes?

Es evidente que la política turística, del Ministerio de Información y Turismo y del Gobierno, fue relevante para las posibilidades del turismo en España. Pero no lo explica todo. Todo lo que no explica deriva de las condiciones del entorno, externo e interno. En estas condiciones está el factor proximidad y renta de situación respecto de los países industrializados de Europa, el crecimiento económico europeo y mundial en la edad dorada del capitalismo que se abre en la década de los cincuenta, con aumento del tiempo libre y la difusión de las vacaciones pagadas, de la renta y del consumo por habitante, un consumo de masas del que el ocio y los viajes turísticos formaron parte significativa. Se encuentra también la dinámica actuación de los agentes empresariales que, desde el país o desde fuera del mismo, promovían viajes y desarrollaron la industria del turismo. El apartado IV del libro lo dedicamos a estos agentes privados (capítulos 14 y 15).

El capítulo 14 se encarga de las Agencias de viajes, como intermediarias y creadoras de turismo. Efectuamos, en primer lugar, un estado de la cuestión sobre lo –aún poco– aportado por parte de la historiografía española del turismo al estudio de estos agentes, así como unos primeros indicadores sobre las agencias de viajes en España. Obtenidos de la prensa histórica digitalizada, permiten identificar el arranque de estas empresas en el país hacia 1900 y su evolución en paralelo a la del propio turismo. Esta trayectoria dibuja, así, unas mismas fases, cortadas en 1936 por la Guerra Civil, y reanudadas, con sumas dificultades, a partir de 1939 y la regulación a la que fueron sometidas las agencias en 1942, una regulación que permaneció en lo sustancial hasta la nueva de 1962, cuando acaba nuestro relato. Presentamos, de este modo, la evolución de las agencias de viajes desde 1900 hasta 1962, identificándolas como parte de la incipiente industria turística y, por tanto, del sistema turístico en formación hasta la Guerra Civil y como agentes permanentes, muy dinámicos, del sistema turístico del franquismo.

En este proceso hubo indudables novedades, pero la trayectoria arrancó y se sustentó, en buena medida, en las agencias que se habían creado durante el primer tercio del siglo xx, caso de Viajes Marsans, de Viajes Internacional Expreso, de Viajes Cafranga, de Wagon-Lits Cook, de Bakumar, de Viajes Hispania o de Viajes Sommariva, por citar solo algunas de las doce primeras agencias con licencia oficial en 1942-1944. Tanto para antes de la Guerra Civil como para el franquismo también estudiamos las empresas de transportes que empezaron a operar, parcialmente o de forma especializada, como agentes turísticos, y el papel que desempeñaron, ya en el período de entreguerras en el desarrollo de las nuevas modalidades turísticas que acompañaron a la “rebelión de las masas” y a la nueva civilización tecnológica expresada en la motorización de las carreteras. Esta había eclosionado en España antes de la II Guerra Mundial y fue determinante una vez que las ruedas del turismo europeo volvieron a circular aceleradamente en la década de 1950.

Efectuamos un estudio cuantitativo de las agencias y su crecimiento, así como un análisis de su distribución territorial antes de la Guerra Civil y en 1962, que sigue la misma del turismo, como se

comprueba también con la hotelería y el alojamiento extrahotelero. Pero no nos limitamos a un estudio cuantitativo o de localización geográfica, sino que le ponemos rostro, nombre y apellidos, a las empresas y a los empresarios que las promueven. Presentamos por vez primera un original estudio de sus oficinas, de sus empleos y de las estrategias y productos que ofrecieron a lo largo de los años aquí abordados. Esta información permite identificar a los agentes más destacados, entre los que ocupaban un lugar reseñable Meliá, Wagons Lits Cook, Marsans, la pública ATESA, Internacional Expreso, Viajes Iberia, Viajes Universal o American Express.

En este estudio afloran las tipologías de estos operadores (agencias emisoras y agencias receptoras), sus preocupaciones corporativas, en relación al intrusismo o a la competencia desleal por ejemplo, sus relaciones a veces problemáticas con los agentes nacionales directamente relacionados con las mismas (hoteleros y empresas de transportes, marítimas, de aviación y RENFE) y con los operadores extranjeros hacia España, así como sus Congresos.

A partir de 1957, en que se identifica el salto adelante del turismo español, estos y otros congresos turísticos crecieron en número e importancia, tras la celebración de la XXVII Asamblea Anual y Congreso Mundial de Turismo de la American Society of Travel Agents (ASTA), a la que asistieron más de 2.000 congresistas (Madrid, octubre de 1957). Después de este vinieron el I Congreso Nacional de las Agencias españolas (Madrid, febrero de 1959), el XXXV Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viajes, con unos 800 congresistas de 50 países miembros (Torremolinos y Málaga, octubre de 1961), y el II Congreso Nacional de las Agencias (Barcelona, marzo de 1962). Significaban las inquietudes y las perspectivas profesionales o, si se quiere, la puesta de largo de un sector maduro, en un momento cumbre del turismo español, que veía crecer su parte receptiva.

Las agencias de viajes españolas apostaron decididamente por el negocio receptor. Fueron, por ello, uno de los grupos empresariales que apoyaron la política de apertura e integración en la economía internacional. Esperaban de ello una cuota creciente e importante para sus negocios, dadas las tasas a que crecía el turismo extranjero

y la escalada del país en el ranking de naciones líderes del turismo mundial, con una extraordinaria multiplicación de agentes, nacionales e internacionales, con deseos de operar en España. El español era un mercado muy prometedor, una vez que aumentaron las posibilidades de inversión y actuación de las empresas extranjeras, tras la liberalización de inversiones y repatriación de beneficios iniciada en julio de 1959 y completada en 1963 para las inversiones turístico-inmobiliarias.

Este era el mismo panorama que se le presentó a las empresas de hotelería, a las que dedicamos el capítulo 15. La hotelería es, tradicionalmente, la columna vertebral del turismo. En este libro lo ilustramos, en breves pinceladas, para el primer tercio del siglo xx, y lo analizamos con detalle para los años del franquismo, hasta 1962. En él se da cuenta de las fuentes estadísticas y los estudios de la época disponibles, así como sus intérpretes, entre los que destacaron R.A. Hollier (1956), Jorge Vila Fradera (1961) y el jefe del Servicio de Estadística del Sindicato Nacional de Hotelería, Evaristo Escorihuela. Este fue el principal artífice de dos publicaciones referentes para estudiar las empresas de hostelería en general y de hotelería en particular, *La Hostelería en España* (1947) y *Hostelería, Turismo y Estadística* (1956), y autor de múltiples artículos sobre la materia que vieron la luz en revistas como *Hostal* y sobre todo la *Revista Sindical de Estadística*, hasta 1963-1964.

Estos estudios, así como las cifras publicadas en el *Anuario Estadístico de España* por el INE, nos han permitido analizar la evolución de la planta hotelera entre 1939 y 1962, el número, la clase y la capacidad de los hoteles, su público, así como el empleo en la hostelería y en el sector específico de los hoteles y sus resultados económicos. Ha sido posible incluir aquí la red de alojamientos públicos de la Dirección General de Turismo, para cuyo estudio también nos han servido los citados trabajos de Escorihuela en 1947 y 1956, y las publicaciones efectuadas por la Dirección General de Turismo (1962) y la Subsecretaría de Turismo (1963). Estas y otras fuentes nos han permitido precisar algunos rasgos de la hotelería española entre 1951 y 1962, como su modernidad y su categoría, su competitividad en precios comparados, así como la apuesta por el lujo y la distinción en algunos destinos, caso de la Costa del Sol o

del Puerto de la Cruz en Tenerife, así como los déficits en materia de la formación profesional y la calidad de los servicios, considerada por debajo de lo deseable debido a la fuerza de la improvisación. Estudiamos también la regulación en el sector, la intervención en los precios y la paradoja de la expansión de la planta hotelera pese a la evolución de las tarifas oficiales por debajo de los índices del coste de la vida, una de cuyas explicaciones se encuentra en que los precios realmente aplicados por los empresarios del sector fueron superiores a los fijados oficialmente.

Esta expansión hotelera fue fruto de la conjunción de la iniciativa privada y de la ayuda estatal instrumentada a través del Crédito Hotelero, que, a juicio de la Misión del Banco Mundial, habría financiado, entre 1943 y 1962, “aproximadamente el 10 por 100 de todas las construcciones hoteleras” y, según las cifras de Bru (1964) y nuestros cálculos para 1943-1963, en torno a la quinta parte de la capacidad hotelera existente a la altura de 31 de diciembre de 1963. Esta profusión de datos y estudios nos ha permitido asimismo presentar en este libro la distribución geográfica de la hotelería, y estimar la intensidad provincial hotelera (habitaciones por km²). Esta estimación nos ofrece un ranking que, en 1962, encabezaron por este orden las provincias de Baleares, Guipúzcoa, Gerona, Barcelona, Madrid, Santa Cruz de Tenerife, Málaga, Alicante, Pontevedra y Santander, una geografía que refleja la orientación mediterránea e isleña del turismo de este período, pero también la importancia de ciertas provincias cantábricas con tradición turística, labrada históricamente. El estudio divulgado en 1963 por Evaristo Escorihuela referente a las estancias y pernoctaciones en hoteles en 1962 también permite elaborar un ranking de intensidad hotelera (pernoctaciones por km²), en el que destaca la provincia de Baleares, seguida a cierta distancia por las de Madrid, Barcelona, Gerona, Guipúzcoa, Málaga, Santa Cruz de Tenerife, Alicante, Las Palmas y Vizcaya, entre las diez primeras.

Este capítulo 15 del libro no se limita a la distribución geográfica de la hotelería. Al igual que hacemos en el capítulo de las agencias, le hemos puesto nombre a las más importantes empresas hoteleras y, tras constatar la importante atomización del sector, hemos identificado la tendencia manifiesta, en el tránsito de los años cincuenta a sesenta,

hacia la formación de agrupaciones o asociaciones hoteleras. Aquí explicamos sus tipos y sus funciones, y presentamos los principales empresarios y cadenas (HUSA, Meliá, Grandes Hoteles Europeos, Familia Gaspart, Cadena ABC, etc.). Resulta así una visión de conjunto que, como sucede con la de las agencias, es novedosa en la historiografía turística española referida a este período histórico.

La hotelería sufrió el shock de la demanda en dos momentos, el primero nada más iniciarse los años cincuenta, cuando aún no se habían superado los retrocesos provocados por la Guerra Civil y las penurias de la posguerra; el siguiente, hacia finales de la década de 1950 y, en particular, entre 1959 y 1962, cuando la afluencia de turistas creció a tasas muy superiores a las que podía hacerlo la hotelería tradicional. Esa demanda, que superó los 2,8 millones de extranjeros y quizás los 3 millones de nacionales en 1959 y rozó los 11 millones de turistas (extranjeros y nacionales) en 1962, solo pudo ser satisfecha por la irrupción de la nueva industria del alojamiento. Avanzada la década de 1950 se difundieron en efecto formas alternativas: el camping, los apartamentos y los bungalows, las villas y las urbanizaciones turísticas, que convivían además con el tradicional alquiler de viviendas en domicilios particulares.

El libro presenta un estudio novedoso sobre la eclosión del fenómeno del camping en España, con sus iniciativas empresariales, su geografía y su particular público, así como sobre las restantes modalidades emergentes de alojamiento extrahotelero, con la identificación, para 1962, de las urbanizaciones promovidas por compañías de carácter local y aquellas otras promovidas por empresas de ámbito nacional. El estudio del alojamiento extrahotelero se extiende hasta 1965. Esto nos ha permitido identificar que las inversiones en este tipo de establecimientos (apartamentos, villas, chalets, bungalows y campings), al calor de una demanda acelerada, dieron lugar a que su número de plazas superara, en 1965, al de plazas en hoteles y pensiones. Esta mutación dibujaba un nuevo panorama en el modelo turístico español, en la geografía receptiva y en la tipología de los turistas y de las modalidades turísticas.

Desde 1957 a 1962 se asistió, pues, a un salto en el turismo español, cuantitativo y cualitativo, con varios planos. Uno, es el

número de turistas, que más que se duplicó hasta 1962, pasando de 4,6 millones a unos 11 millones (extranjeros y nacionales), y cambió su composición, con una mayor importancia relativa ahora de los turistas extranjeros. Otro, es el de las mayores facilidades para el acceso en 1958-1960, fruto de las medidas liberalizadoras (supresión de los visados, más facilidades para la operativa de las aerolíneas de vuelos chárter, etc.) que acompañaron al proceso de integración en los organismos económicos internacionales en 1958 (FMI, Banco Mundial y OECE). En tercer lugar, están los cambios en las formas de alojarse, que sin duda influyeron en la experiencia turística en el país, distinta para el turista más autónomo y familiar del camping de la del turista del paquete turístico intermediado desde el país de origen. Supuso un cambio significativo también en los operadores turísticos. Las agencias de viajes españolas, por ejemplo, hubieron de acometer adaptaciones rápidas, potenciando más su función receptiva. Los operadores extranjeros fueron más y más diversificados, en el negocio estrictamente turístico y en el nuevo negocio de la promoción inmobiliario-turística, facilitada por la liberalización de la inversión extranjera entre 1959 y 1963.

El salto se expresó asimismo en las cuentas exteriores del país, en el rápido saneamiento de la posición exterior de la economía española, con la devaluación de 1959 y la vuelta de las divisas turísticas a los cauces legales, de los que habían salido en buena medida entre 1955 y 1959. El turismo jugó así un papel proverbial, en estos años, para la economía española: evitó la quiebra financiera exterior y garantizó, tras 1959, superávits persistentes en la balanza de pagos. La economía española entraba así por otros derroteros, en buena medida gracias al que ya se veía, en 1963-1964, como un problemático “monocultivo del sol”, debido a la aún manifiesta debilidad exportadora de la industria española. El debate sobre el papel del turismo en el modelo de desarrollo económico español saltó a un primer plano de actualidad.

No fue el único debate suscitado por el turismo. Como explicamos en este libro, el número de turistas tensionó los territorios altamente turísticos. Provocó mutaciones en el paisaje; alteraciones en la naturaleza y los paisajes culturales y urbanos sedimentados a través de la historia. Aceleró los procesos de cambio urbanístico,

sociológico, cultural y económico, incluidos los flujos más o menos temporales de población inducidos desde las provincias con mayor densidad turística. Las loas por los efectos benefactores, empezando por los discursos oficiales satisfechos y triunfalistas, tuvieron varios contrapuntos en las posiciones críticas. El debate sobre el turismo se hizo más extenso e intenso, lo que era lógico, dada la magnitud de la transformación producida en muy pocos años. En 1962 estamos, en fin, ante un nuevo panorama del turismo y las experiencias turísticas bajo el mismo sol peninsular.

Sostenía el economista Jacint Ros Hombrabella en 1979 que sin contemplar el desarrollo de las reformas económicas del “cambio 1957-59” y de la estabilización, la apertura al exterior y la liberalización de 1959-1964, “sería prácticamente imposible entender el argumento económico de la década de los sesenta”¹¹. Desde nuestro punto de vista, sin tener en cuenta cómo afectó la política de reformas, de estabilización, integración y liberalización al ámbito del turismo y de las inversiones turísticas sería imposible entender adecuadamente la forma en que se produjo el salto adelante del turismo en España desde 1957. Un salto adelante que procedía, no obstante, de una pujante fuerza de la demanda que llegaba en forma de invasión pacífica, sobre todo foránea, pero también de los propios españoles, que salían de la larga noche de miseria de la autarquía, con ganas de incorporarse plenamente a los modos y a las modas del turismo de la sociedad de consumo de masas en la que empezaban a participar.

Esa expansión fulgurante se plasmó en el territorio, en los paisajes naturales, humanos y culturales de varias provincias litorales, mediterráneas e isleñas sobre todo. Y, por tanto, no fue inocua. Tenía sus activos y sus costes. Sus costuras abiertas y sus desbordamientos. El acelerado progreso turístico de los años cincuenta, definitivamente de despegue y aceleración hacia la consolidación del país como potencia turística, abría un nuevo escenario, con todos sus debates y sus problemas. El del andamiaje administrativo e institucional inadecuados para orientarla de forma equilibrada en el territorio. El de las consabidas corruptelas o permisividades interesadas, plasmadas en operaciones altamente

¹¹ Ros (1979), p. 11.

especulativas, poco respetuosas con el entorno, como reconocían las propias autoridades franquistas. El del déficit de participación y controles democráticos, impedidos por la dictadura, que pudieran, si no evitarlas, si al menos amortiguarlas. La revista del Ministerio de Comercio *Información Comercial Española* dedicaba una monografía, en noviembre de 1963, a la “urgencia y perentoriedad que impone la realidad de los problemas vividos” por la fulgurante expansión del turismo en España¹². Un famoso estudio sobre el extraordinario desarrollo turístico en el litoral malagueño, publicado en 1964, llevaba por título *La Costa del Sol y sus problemas*. Son solo algunos ejemplos.

El modelo turístico español, determinante para el modelo de desarrollo y el éxito económico del país en esta fase del franquismo desarrollista, entraba decisivamente en una nueva fase. Fase de auge y problemas diversos, de estrangulamientos y saturación de los municipios turísticos, con efectos sobre su población activa, sus empleos y sus salarios, sobre la vivienda y el alojamiento de los habitantes permanentes o temporales, sobre la enseñanza, la educación y la formación profesional en ese sector en ascenso con acusada temporalidad. Con repercusión asimismo en las redes de abastecimientos de agua potable y de saneamiento, en las vías de comunicación, en la articulación de los centros o núcleos históricos de las localidades con los nuevos espacios turísticos, con necesidades crecidas y concentradas en el tiempo.

Esta fue, casi de un día para otro, la realidad de unos municipios turísticos con presupuestos escasos o insuficientes ante los grandes desafíos a resolver en el muy corto plazo, y sin medios financieros o institucionales renovados, más que la ya vieja obligación que le imponía, a ellos y a las diputaciones, la Ley de Régimen local (recogiendo un precepto de 1935) de “fomento del turismo” y protección de los recursos patrimoniales y culturales de interés para los turistas. Obligación y realidades que afrontar sin la financiación y los instrumentos suficientes, sin una ley específica de municipios turísticos que los garantizara y, en fin, con un auxilio del Banco de Crédito Local para el desarrollo de destinos turísticos insuficiente ante los

¹² *Información Comercial Española*, 363, noviembre 1963, p. 129.

urgentes servicios a proveer, al igual que lo fueron los créditos concedidos para la construcción de infraestructura al amparo de la Ley de creación de centros y zonas de interés turístico nacional (1963).

En 1962 todo esto quedaba abierto. El turismo español se expresaba con más industria turística, con más operadores, y con más huellas e impactos en el territorio. La historia del país quedaba desde ahora estrechamente unida a la de su problemático turismo, que se había venido forjando durante más de sesenta años y acelerado, ya desde los primeros años cincuenta, con la irrupción irreversible y desbordante del turismo masivo a partir de 1959. Estas páginas fueron escritas para ilustrar, al menos un poco, parte de esta historia.

I

LAS JUNTAS PROVINCIALES DE TURISMO, 1928-1962



Josep Morell / Dirección General de Turismo (c. 1949). Colección del Centro de Documentación Turística de España, Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)