

LAS RUTAS DE GUERRA

DEL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO

(1938-1939)

EVA CONCEJAL LÓPEZ
INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA

Durante los años de la Guerra Civil, en España convivieron dos administraciones turísticas. Como en tantas otras actividades, el turismo mantuvo su representación en la zona republicana continuando la labor del Patronato Nacional del Turismo, mientras que en la zona nacional se creó el Servicio Nacional del Turismo, por Ley de 30 de enero de 1938.

Dependiendo del Ministerio de Interior, se crearon una serie de servicios nacionales y al frente de los mismos se dispuso la figura de un jefe de servicio que realizaría las funciones que antes se encomendaban a los directores generales. Como jefe del recién creado Servicio Nacional del Turismo se nombra a Luis Antonio Bolín Bidwell (1894-1969), abogado y periodista con experiencia en el sector, pues había sido Delegado Regional del Patronato Nacional del Turismo para Andalucía, Canarias y el Marruecos español en el año 1928 (Moreno 2007) y que, hasta ese momento, era corresponsal del diario ABC en Londres, donde planificó, junto con Juan de la Cierva, el traslado del general Franco en el Dragon Rapide desde Canarias hasta Marruecos el 18 de julio de 1936.

Su objetivo principal al frente de dicho organismo será que España sea visitada por aquellos interesados en conocer de primera mano lo que está ocurriendo y lograr así difundir la versión nacional para confirmar, de este modo, que la sublevación militar estaba justificada y era, sin lugar a dudas, necesaria para la salvación del país.

En algo más de cuatro meses, desde su nombramiento en febrero de 1938, habrá de tener dispuesto todo lo necesario para poner en funcionamiento las llamadas Rutas Nacionales de Guerra. Esta tarea, en principio casi imposible tanto por los plazos como por la situación en la que se encuentra el país, supone un reto para el propio Bolín que empleará todo su conocimiento y contactos en ella.

El 20 de mayo de 1938 se publica en el Boletín Oficial del Estado el anuncio del concurso para la provisión de quince plazas de guías-intérpretes-auxiliares, «... para acompañar e informar a los viajeros que visiten Rutas Nacionales de Guerra...».

La idea inicial era la preparación de 4 rutas: la nº 1, del Norte, la nº 2, de Aragón, la nº 3, del Centro (Madrid) y la nº 4, de Andalucía. Debido a la premura con que querían inaugurarlas, únicamente pudieron preparar enteramente la Ruta de Guerra del Norte y gracias a los buenos resultados conseguidos y, con el fin de aprovechar las buenas temperaturas del invierno, importante atractivo para los visitantes europeos, dispusieron la Ruta de Andalucía en segundo lugar, según explicaba en una carta de abril de 1939 el propio Jefe de Sección de las Rutas Nacionales de Guerra. En cuanto a las otras dos rutas, las circunstancias y el desarrollo de los acontecimientos hicieron que al terminar la guerra acabaran transformándose e incluyéndose en el programa de las rutas nacionales de España, ya con un enfoque no tan marcado por el conflicto bélico.

Definitivamente, el 7 de junio del mismo año será cuando el Ministerio del Interior publique un decreto en el que se explique la razón y el desarrollo de la primera ruta de guerra planificada, la Ruta de Guerra del Norte.

En dicho decreto se justifica su creación para que «... puedan visitarse los lugares más relevantes de aquella gloriosa etapa de la Cruzada [...] (y) cuya realización servirá de inteligente propaganda de la Causa y ayudará a la obtención de divisas extranjeras».

Efectivamente, durante los años de la Guerra Civil, ambos bandos utilizaron la infraestructura turística para realizar propaganda contra el enemigo. El Gobierno Republicano había creado, por Decreto de 4 de

Cartel y folleto *Le Musée du Prado*, de la serie «El fascismo destruye el tesoro artístico de España», editados por el PNT durante la Guerra Civil. BNE (cat. 159 y GMC/35/231)

noviembre de 1936, el Ministerio de Propaganda para «... satisfacer las evidentes exigencias de la realidad, que imponían, e imponen, la unificación de la labor de información y propaganda que, por la carencia de órganos adecuados, habían comenzado a realizar sin un plan conjunto varios centros oficiales...» y había adscrito el Patronato Nacional del Turismo a dicho Ministerio. A través de este organismo se había denunciado el maltrato que estaba sufriendo el patrimonio artístico español mediante la publicación de folletos y carteles. Como contraataque, en el bando nacional quisieron hacer la misma labor propagandística para obtener el apoyo internacional y favorecer la llegada de visitantes permitiendo así la entrada de divisas que tanta falta les hacía en esos momentos.

El objetivo era claro y tenía el apoyo del general Franco que, según Serrano Suñer, ministro de Interior, compartía la idea de que abrir la zona nacional a los turistas serviría para mostrar al mundo entero la verdad de España, de la guerra y de su movimiento político (Pack

2009). Mientras a nivel interno se realizaron las gestiones para dotar dichas rutas de guías especializados, autobuses de calidad, hoteles en perfecto estado y para la reconstrucción de puentes y carreteras para el acceso de los visitantes futuros; a nivel exterior hubo que tejer un entramado de relaciones con multitud de agencias de turismo de toda Europa a las que se ofreció una serie de facilidades para atraer al mayor número de visitantes posible con vistas a la inauguración de la Ruta de Guerra del Norte el 1 de julio de 1938.

El 20 de abril de 1938 el jefe del Servicio Nacional del Turismo escribió una carta¹ a Laureano de Armas Gourie (presidente del Cabil-do de Gran Canaria de 1927 a 1929) encomendándole la tarea de establecer los contactos con las agencias de turismo en el extranjero. Los países en los que debía comenzar esta red de contactos eran Francia, Inglaterra, Bélgica, Holanda, Alemania, Suiza, Italia y posiblemente Portugal. Ante la falta de tiempo, le aconsejaba no acudir a un gran número de agencias, aunque sin excluir a ninguna de las más significativas para no crear la impresión de monopolio².

La comisión que se establece para las agencias por la venta de plazas es del 15% sobre el precio fijado y les deja libertad para delegar en otras agencias más pequeñas de su confianza que puedan suministrar viajeros a esta iniciativa. Destaca la importancia de la visita realizada a Alemania e Italia, países aliados del bando nacional, donde se hubo de acudir a las entidades estatales que gestionaban las actividades turísticas comerciales así como a todo tipo de organizaciones afines al Movimiento. La difusión del mensaje era fundamental y por ese motivo se

1 Caja/Legajo 12033. Archivo General de la Administración (AGA), Alcalá de Henares (Madrid).

2 La empresa de establecer contactos por Europa para la propaganda de las Rutas fue realizada tanto por Laureano de Armas Gourie como por Francisco Vidal Sureda (presidente de la Federación Española de Sindicatos de Iniciativas, también Director de la Oficina del Turismo Español en París y organizador del turismo balear), tal y como aparece en un documento fechado en enero de 1939. Caja/Legajo 12034. AGA, Alcalá de Henares (Madrid).

El autocar de la Ruta de Guerra nº 1, 1938: Paso por el reconstruido Puente del Cares en Cantabria y delante de la catedral de Oviedo. BNE (GC-CAJA/46/30/15 y cat. 163a).

establecerá una coordinación entre los viajes de Laureano de Armas y las declaraciones de Serrano Suñer a la prensa extranjera y los medios de comunicación de cada país. El Servicio Nacional del Turismo proveerá de todo el material necesario para dicha difusión.

El material promocional de las rutas serán los folletos informativos y los carteles, preparados por el Servicio Nacional del Turismo para ser exhibidos en los escaparates de las agencias y entregados a los viajeros interesados. En el caso de la Ruta de Guerra del Norte se realizaron versiones en seis idiomas: español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués³. En los folletos quedará muy marcado el objetivo propagandístico de la ruta, al añadir a la información más habitual las fotografías propagandísticas de la contienda que muestran la reconstrucción de puentes y edificios o la alegría del pueblo al paso de las tropas nacionales y, sobre todo, imágenes del general Franco y de los seis generales encargados de

3 *Visitez les routes de la guerre en Espagne*. Texte et édition de L'Office National Espagnol du Tourisme. Photographies del marqués de Santa María del Villar, Marín, Noain, Delespro y Office National Espagnol du Tourisme. [Madrid]: Servicio Nacional del Turismo, [1938]. CDTE F18-II R.222709. *Visita las Rutas de la guerra en España. Ruta nº 1, El Norte* [cartográfico]. Madrid: Servicio Nacional del Turismo, 1938. BNE MV/5 España. Rutas turísticas. 1938

los asedios en las zonas por las que discurre la ruta: Valiño, Vigón, Dávila, Mola, Aranda y Solchaga, como parte de la información fundamental para el turista (cat. 161). A través de ellos podrían, por una parte, constatar que en España la vida volvía poco a poco a la normalidad gracias al buen hacer del nuevo gobierno y, por otra, se mostraban los maravillosos paisajes que los turistas podrían admirar durante su visita a nuestro país.

El itinerario de la Ruta del Norte partía del puente internacional de Irún, y continuaba por Bilbao, Laredo, Santander, Gijón y Oviedo regresando al punto de partida por Covadonga, Santander y San Sebastián. Frases como «La provincia de Santander es la naturaleza en su opulencia»; «Asturias—La Suiza española—»; «San Sebastián, playa cosmopolita y refinada»; «Bilbao, la que se ha llamado la ciudad más rica del mundo» y «Oviedo que hoy es, antes que todo y después que todo, la ciudad invicta y heroica» ratifican la razón del viaje que necesita el turista.

En cuanto a la financiación de las rutas, estaba claro que debía estar controlada en todo momento por el Servicio Nacional del Turismo. Fijado el precio en 9 libras esterlinas (o su equivalente en la moneda nacio-

Los excursionistas en el claustro de Santillana del Mar y la playa de Gijón, 1938. BNE (CC-CAJA/46/30/14 y cat. 163b)

nal de los países emisores) las agencias debían retirar los cupones⁴ pertenecientes a cada viaje de las sucursales de los bancos indicados por el Servicio Nacional del Turismo (cat. 164). Es la parte fundamental del desarrollo de las mismas, ya que, de esta manera, el Estado se aseguraba la entrada de las divisas, al no poder las agencias hacer reservas sin haber comprado previamente el cupón en los bancos especificados. Con el dinero en su cuenta, el Estado liquidaba las facturas con los hoteles y demás establecimientos y se quedaba con el beneficio de las ventas. Estas estrictas condiciones, que resultaban lógicas en un país en guerra, únicamente se flexibilizaron para los viajeros que entraban por vía marítima, a los que se ofrecían facilidades para incorporarse a la ruta elegida mediante descuentos de hasta el 45% en los viajes por tren.

La respuesta de las agencias visitadas fue significativa y se recibieron multitud de cartas solicitando ampliar la información facilitada en las visitas. Por ejemplo, *The Catholic Travel Association* (Londres)⁵ se interesaba sobre las posibilidades de visitar lugares de mayor relevancia

4 Caja/Legajo 12034. AGA, Alcalá de Henares (Madrid).

5 Caja/Legajo 12033. AGA, Alcalá de Henares (Madrid).

religiosa para sus clientes (catedrales, lugares de peregrinaciones,...), y, sobre todo, solicitaba imágenes de los hoteles en los que se iban a alojar; o la *Oversøisk Passagerbureau* (Dinamarca)⁶ que, dado que ya realizaba viajes por mar hasta España, quería saber si podía convertirse en «oficina de turistas de la España Nacional en Dinamarca y Suecia» en exclusividad (cat. 167).

En otra ocasión, una agencia de Glasgow, dirigida por Rafael Jorro, se excusa explicando lo siguiente: «... Desgraciadamente habiendo terminado el periodo de vacaciones en estas localidades de Escocia, son pocas las personas que tendrán facilidades para emprender ese viaje [...] La inmensa mayoría de nuestros simpatizantes son clases medias pobres, en Glasgow, ya que las más adineradas son protestantes y en su mayoría poco amigos nuestros...»⁷

Así pues, y tal y como se detallaba en el número 153 del mes de junio de 1938 de la revista *Aragón*, Serrano Suñer explicó a un grupo de corresponsales de prensa nacional y extranjera lo que el gobierno había preparado y los fines que con ello se perseguían:

He convocado a ustedes para darles una noticia de indudable interés. España el día primero de julio próximo, abre al turismo extranjero la gran Ruta de la Guerra del Norte. El arma principal que contra nosotros venía esgrimiendo el enemigo es la propaganda [...] la nuestra por el contrario, una fuerza militar y moral. [...] En aquel turbio camino de su propaganda no estamos dispuestos a seguirle. Frente a ella exhibimos nosotros ante el mundo la verdad de España. [...] En plena guerra, pero con fe absoluta en la inminencia de la victoria final, la España del Generalísimo Franco se dispone a abrir la primera de sus Rutas nacionales de guerra, organizada en este ministerio por el Servicio Nacional del Turismo e invita a todos los ciudadanos de los países civilizados a recorrer la del Norte [...] para comprobar personalmente la tranquilidad y el orden que reina en regiones recién conquista-

6 *Ibidem.*

7 *Ibidem.*

das por las armas y en las que con toda comodidad podrán ver las huellas aún candentes de una de las epopeyas más grandes que registra la Historia⁸.

Según sus propias palabras, era la primera vez que un país abría, en plena guerra, dos recorridos al turismo pretendiéndose, además, que esta actividad recién inaugurada no fuese un hecho aislado, sino que tuviera continuidad a lo largo de años sucesivos.

Por esta razón, casi al mismo tiempo que se preparaba la primera Ruta de Guerra del Norte se anunciaba que en el invierno, concretamente el 1 de diciembre de 1938, se abriría la Ruta de Guerra del Sur, o Ruta de Andalucía. Así se comunicaba también en el diario de Falange Española Tradicionalista y de las JONS, *Odiel*:

El día 1º de diciembre se inaugurará la Ruta de Andalucía. El itinerario de dicha Ruta será en principio el siguiente: Algeciras, Málaga, Granada, Córdoba, Sevilla (3 días), Jerez de la Frontera, Cádiz, Algeciras con excursiones eventuales al Marruecos español (Ceuta, Tetuán-Xauen) [...]. En lo relativo a los cupones para visitar la Ruta, las condiciones serán idénticas a las establecidas para la Ruta de Guerra del Norte.

Esta ruta queda proyectada según un documento fechado el 7 de noviembre de 1938 y, aunque sus condiciones eran las mismas que las establecidas para la Ruta de Guerra del Norte, el hecho de que existieran varios puntos fronterizos de incorporación a la misma, planteaba serios problemas que podían afectar a la seguridad del bando nacional. La entrada de visitantes se podría realizar desde las fronteras de La Línea, Irún, Badajoz y Ayamonte, estableciéndose la obligatoriedad de que fueran incluidos en un salvoconducto colectivo con

8 *Aragón: revista gráfica de cultura aragonesa*. Zaragoza: Sindicato de Iniciativa y Propaganda de Aragón, año XIV, nº 153 (junio de 1938), p. 102-103 (<http://bibliotecavirtual.aragon.es>; consulta 26/08/2013).

todos sus datos personales. Una vez incorporados a la ruta, los recorridos se harían en forma de expediciones colectivas en autocar, prohibiendo el Servicio Nacional del Turismo, cualquier otra forma de desplazamiento.

El Servicio previó, igualmente, la extensión del viaje para aquellos visitantes que quisieran enlazar la Ruta del Norte con la de Andalucía. En ese caso, habrían de abonar el cupón complementario, que iba desde las 6 hasta las 10 libras esterlinas, dependiendo de la calidad del transporte elegido. El precio de la Ruta de Guerra del Sur quedó fijado en 11 libras esterlinas (o su equivalente en la moneda nacional de los países emisores) y el Servicio Nacional del Turismo bonificaba con un 5% de descuento a los viajeros que quisieran ampliar su visita de la Ruta del Norte a la Ruta del Sur.

Se fijaron rígidas condiciones para estos viajeros, especialmente firmes en lo referente a la introducción de moneda extranjera. El viajero debía declarar cuánto dinero introducía en el país, no pudiendo sacar más de lo ingresado ni tampoco pesetas por ningún medio. Además, solo se autorizaba la salida del material fotográfico que hubiera sido previamente revelado y, dadas las circunstancias especiales del desarrollo de las rutas en pleno conflicto, tampoco se podrían sacar del país mapas ni guías turísticas con planos de poblaciones.

Todo esto hizo que algunas agencias expusieran sus quejas, como la que *Pickfords Travel Service* de Londres expuso a Luis Pérez Moliner, jefe de la Sección de Rutas de Guerra, en septiembre de 1939 y en la que le refería que a los problemas que ya empezaban a afectar a los súbditos ingleses debido al inicio de la Guerra en Europa, no se debían añadir más por parte del Servicio Nacional del Turismo con su gestión tan estricta de las rutas. La respuesta por parte de Pérez Moliner continuaba la línea trazada desde los comienzos por Bolín y hacía alusión a que gran parte de los problemas que se podían encontrar los turistas no eran culpa de las infraestructuras o de los hoteles que estaban incluidos en la visita, sino que «...los propagandistas "rojos" que existen en el extranjero se dedican a desvirtuar la verdadera causa de este racionamiento».

Estas quejas también las manifestaban los jefes de las expediciones que, a su término, emitían unos informes con el fin de dejar constancia del buen funcionamiento de la expedición y también de los aspectos mejorables. Así, en agosto de 1939, el responsable de un grupo de americanos que realizaron la Ruta de Andalucía y que tuvieron que adaptar las ya ajustadas condiciones iniciales del viaje, emitió un informe en el que daba cuenta de los problemas y las modificaciones que se produjeron durante los treinta días que duró su estancia en España. En él se detallan los cambios sufridos en la ruta y las quejas por el calor que pasaron durante su recorrido por Andalucía y por el estado de las carreteras; pero también, impresiones personales de los turistas acerca de los monumentos y ciudades visitadas haciendo especial mención a «...La vista de Málaga desde la Fuente de la Reina, la Alhambra de Granada, el Generalife de Córdoba y la Alcazaba de Sevilla. La Ciudad Universitaria de Madrid, el Alcázar de Toledo, el Monasterio de Piedra (digno de verse), Belchite y Teruel (imprescindible visitar). En Barcelona las Checas, y el Pueblo Español de la Exposición...».

Con el fin de la Guerra Civil, las rutas de guerra se convirtieron en rutas nacionales de España y, poco a poco, fueron perdiendo su objetivo inicial, claramente político y propagandístico (Fernández Fúster 1991), para empezar a ser consideradas como una actividad eminentemente turística.

Este cambio coincide además con el inicio de la Segunda Guerra Mundial y el lógico descenso de los visitantes extranjeros. La continuidad de las nuevas rutas nacionales se fundamentó sobre la estructura ya creada y comenzaron a nutrirse de la demanda de los visitantes españoles que, después de la guerra, mostraron un incipiente interés por este tipo de actividades de ocio. Aun así, la necesidad de recuperación interna hizo que en algunos momentos hubiera que paralizar la actividad de las rutas, tal como explicaba Pérez Moliner al director de Radio Mediterráneo en respuesta a una petición de información sobre las mismas. Sin embargo, no se interrumpió su publicidad, que siguió apareciendo en las agencias de viajes que se dedicaban a organizarlas, como Viajes Marsans o la compañía Wagons-lits/Cook, o en la radio,

como lo demuestra la carta dirigida al Servicio Nacional del Turismo por una empresa dedicada a la sastrería y las confecciones de Tarragona que había escuchado en la radio esta publicidad y solicitaba más información.

Para finalizar, podemos añadir que esta iniciativa de las rutas de guerra no fue la única que se organizó desde la España Nacional con objetivos tanto turísticos como propagandísticos. Este es el caso del «Primer Crucero Azul» que partió de Argentina el 22 de abril de 1939, pocos días después del final de la contienda, con destino al puerto de Cádiz (Correyero 2000). Fue tal el éxito de la expedición que, tan sólo unos meses después de su finalización, se comenzó a preparar el «Segundo Crucero Azul» aprovechando la celebración del XIX Centenario del Pilar que tendría lugar en Zaragoza en el mes de mayo de 1940.

Todo este interesante episodio de las Rutas de Guerra, no hace sino constatar la importancia que para España ha tenido y sigue teniendo el turismo. Considerado como un instrumento propagandístico fundamental para ambos bandos resultó ser, además, una importante fuente de financiación para el bando nacional. Ni en los años más duros, como lo fueron los de la Guerra Civil, se quiso prescindir de esta potente herramienta de propaganda política y así lo confirma Bolín en su libro *España. Los años vitales* cuando dice: «Muchos vinieron para averiguar cómo iba la España de Franco... algunos aspiraban a reunir datos auténticos destinados a respaldar relatos lóbregos sobre represión y hambre en nuestra retaguardia. Las fantasías de esta especie fueron deshechas por escritores objetivos cuyo argumento básico —Franco no expondría la zona nacional a investigaciones ajenas, si fuese cierto lo que esos aseguran— resultó difícil de rebatir».

Bibliografía

- BOLÍN, Luis. *España. Los años vitales*. (Prólogo de sir Arthur Bryant). Madrid: Espasa-Calpe, 1967. 447 p.
- CORREYERO RUIZ, Beatriz. «Apuntes para el Primer Crucero Transatlántico a la España Nacional (1939)». *Historia y Comunicación Social*, n° 5 (2000), p. 75-87
- . *Turismo: la mayor propaganda del Estado; España: desde los orígenes hasta 1951*. Madrid: Visión Net, 2008. 489 p.
- FERNÁNDEZ FUSTER, Luis. *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza, 1991. 1076 p.
- GARCÍA, Hugo. «El turismo político durante la Guerra Civil: viajeros británicos y técnicas de hospitalidad en la España republicana, 1936-1939». *Ayer*, 64 (4/2006), p. 287-308
- GARCÍA ÁLVAREZ, Jacobo, y Daniel MARÍAS MARTÍNEZ. «Geografía, propaganda y turismo en la España de la postguerra: la *Revista Geográfica Española*», en *XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Madrid: Universidad Carlos III, 2011
- HOLGUÍN, Sandie. «National Spain Invites You: Battlefield Tourism during the Spanish Civil War». *The American Historical Review*, vol. 110, n° 5 (diciembre de 2005), p. 1399-1426