

revista riojana de
ciencias sociales
y humanidades

BERCEO



159

ier

Instituto de Estudios Riojanos

BERCEO. REVISTA RIOJANA DE CIENCIAS
SOCIALES Y HUMANIDADES.
Nº 159, 2º Sem., 2010, Logroño (España).
P. 1-376, ISSN: 02 10-8550

POR EL TURISMO HACIA DIOS. ESCUELA PÚBLICA Y CAMPAÑAS DE PROPAGANDA SOBRE EL TURISMO EN LAS POSTRIMERÍAS DEL FRANQUISMO*

ROBERTO GERMÁN FANDIÑO PÉREZ*

RESUMEN

El presente artículo propone mostrar como el turismo se convirtió en una excelente arma de propaganda en manos de la dictadura franquista desde sus orígenes. Si en los primeros tiempos, el reclamo turístico constituyó un elemento importante de justificación y legitimación en las décadas del desarrollismo se erigió en una de las principales coartadas con las que edificar el mito de los veinticinco años de paz, no sólo de cara a la imagen internacional del régimen, sino también ante la propia ciudadanía. De hecho el trabajo se centra en una experiencia propagandística que convertía la escuela en un marco privilegiado de propaganda desde el que formar e influir en la Opinión Pública.

Palabras clave: Propaganda, Educación, Turismo, Franquismo, Opinión Pública.

This paper deals with the role of tourism as a weapon of the francoist propaganda. From its origins to the last decades during the seventies, the tourism was an excellent argument to legitimize the dictatorship and one of the most essential ideas in the mythical rhetoric of XXV years of peace. The paper focuses on a propagandistic experience that turned state education

* El presente trabajo se inscribe dentro de las investigaciones realizadas con el proyecto i+d HAR2009-08461.

* Investigador Agregado del Instituto de Estudios Riojanos es Doctor en Historia Contemporánea por la Universidad de Zaragoza y profesor de Enseñanza Secundaria en el IES Cosme García de Logroño. Ha publicado diversos trabajos de investigación en publicaciones colectivas y revistas de investigación como *Hispania Nova*, *Historia y Comunicación Social*, *Berceo* o *Historia Actual On Line*, así como diferentes monografías dedicadas al período franquista. Actualmente prepara y coordina una publicación sobre la historia de Santo Domingo de la Calzada de próxima publicación, así como un estudio sobre la historia de la radio en La Rioja. Así mismo forma parte del seminario de investigación ACOPOS dedicado al estudio histórico del concepto Opinión Pública.

and the school into an exceptional framework of propaganda to influence the Public Opinion.

Key words: Propaganda, Education, Tourism, Francoism, Public Opinion.

1. TURISMO Y PROPAGANDA EN LA ESPAÑA DEL DESARROLLISMO

El turismo fue considerado como una fuente de propaganda de gran trascendencia por el régimen franquista desde la guerra civil, cuando se ofrecían a los visitantes extranjeros rutas guiadas en las que llegó a concebirse la conflagración como una auténtica panacea, un espectáculo grandioso digno de transformarse en atracción turística, a fin de recaudar fondos y ahondar en el trabajo adoctrinador. El carácter propagandístico del turismo se asoció desde este primer momento a la idea de que podía servir para difundir en el extranjero una imagen amable del régimen de Franco y, en el caso de la guerra, para legitimar el recurso a la violencia como único medio capaz de garantizar la paz y la estabilidad de las zonas conquistadas por los sublevados. Esta tranquilidad, ganada con las armas en la mano, quedaba atestiguada por la mera existencia de las excursiones que tenían el precio, desorbitado para la época, de 400 y 590 pesetas respectivamente¹. El recorrido, a lo largo de un norte peninsular devastado por la conflagración, era presentado por la promoción elaborada desde el Servicio Nacional del Turismo adscrito al Ministerio del Interior en un documento del 16 de agosto de 1938 firmado por el entonces Jefe del Servicio, Luis Bolín, como digno de la más encarecida promoción ya que :

“(…) su economía, su interés y gran belleza, así como a la oportunidad en los momentos actuales de efectuarlas, desarrollando el turismo interior e ideando en fin cuanto su celo le sugiera para el éxito de estas excursiones tan interesantes y espléndidas por el Norte de España y que el próximo invierno han de efectuarse por la región Sur”².

1. La publicidad relativa a estas rutas puede verse en A(rchivo) H(istórico) P(rovincial) de L(a) R(ioja), P(rensa) y P(ropaganda), 4/6 “Rutas de guerra”. El viaje de 400 pesetas tenía una duración de nueve días y hacía la ruta Irún-Oviedo-Irún, el de 590 pesetas se prolongaba durante dos jornadas más siguiendo un itinerario establecido entre San Sebastián-Oviedo-Santiago-LaCoruña-Vigo-Orense-León-Valladolid-Burgos-San Sebastián. Los precios, según los folletos, incluían alojamiento en hoteles de primera categoría, desplazamientos en *autocars*, tres comidas diarias, servicio de un guía-intérprete especializado, propinas y entradas para los principales monumentos.

2. A.H.P.L.R., P.P., 4/6 “Rutas de guerra”. Uno de los panfletos promocionales de estas rutas que acompañaban el oficio de Luis Bolín instaban a los posibles clientes a aprovechar “la oportunidad que le brindan nuestras excursiones para admirar la belleza incomparable del Norte y conocer el paso de nuestra guerra por sus ciudades y pueblos”. Lo cierto es que a pesar de que en el panfleto promocional se mencione la potenciación del turismo interior, estos itinerarios estuvieron principalmente orientados a mostrar las excelencias en orden y seguridad de las zonas conquistadas al público extranjero. La organi-

Muchos de estos viajes fueron realizados por periodistas de países afines al régimen de Franco que reproducían en sus artículos las enseñanzas de unos guías cuya función primordial era la propagandística³. Lo realmente interesante de estas iniciativas es que nos muestran la imbricación tan íntima que existió entre propaganda y franquismo desde la guerra civil. Presentar y legitimar su causa por medio del recurso a la propaganda resultó clave para los rebeldes desde el primer momento. La importancia que éstos concedieron a conquistar el respaldo de los ciudadanos en el interior, así como a recabar apoyos en el exterior, fue tanta como la otorgada al recurso a la violencia sistemática y al terror para imponerse por la fuerza y defenestrar a la democracia republicana.

El uso del Turismo como arma propagandística destinada a ofrecer la cara más amable del régimen se acentuó profusamente tras la derrota de las potencias del Eje en la Segunda Guerra Mundial y la consiguiente llegada de la Guerra Fría. Un régimen sometido al aislamiento diplomático internacional aprovecharía cualquier oportunidad para difundir en el extranjero la *normalidad* de la vida española. En este sentido, es necesario destacar la atención que la propaganda de la dictadura dedicó a las visitas realizadas a nuestro país por personajes ilustres como Eva Duarte de Perón, a quien se diseñó un completo rosario de actividades y viajes por toda la zona nacional⁴.

Así mismo, el acercamiento progresivo a los Estados Unidos, a medida que se hacía más evidente la Guerra Fría, llevó al Gobierno de Franco a hacer lo posible para contribuir a que los norteamericanos visitaran su nueva España y se sintieran cómodos en ella. De este modo, se tomaron una serie de medidas destinadas a favorecer la afluencia del amigo americano, como un cambio de divisas extremadamente favorable, la supresión de recargos creados para primar los artículos de primera necesidad o la eliminación del cobro del 10% sobre las minutas especiales para almuerzos y comidas, así como el mismo porcentaje sobre la entrada de cines, salones de baile y todas las consumiciones en cafés, bares, etc⁵. Mientras las sofla-

zación de la "Ruta de Guerra del Norte" en el Decreto del 25 de mayo de 1938 del Ministerio del Interior, Boletín Oficial del Estado, nº 593 del 25 de mayo de 1938. Una síntesis del decreto en José Manuel Sabín Rodríguez, *La dictadura franquista (1936-1975). Textos y documentos*, Madrid, Akal, 1997, pp. 153-154.

3. Así lo ha mostrado Beatriz Correyero Ruiz, "Las rutas de guerra y los periodistas portugueses" en *Historia y Comunicación Social*, nº 6, Madrid, 2001, pp. 123-134.

4. Beatriz Correyero Ruiz, "La propaganda turística española en los años del aislamiento internacional" en *Historia y Comunicación Social*, nº 8, Madrid, 2003, pp. 47-61. Los interesados en la apretada agenda de Eva Perón en su visita a España pueden consultar el artículo de Rafael Abella, "Aquella España de 1947" en *Historia 16*, año XXII, nº 254, Madrid, 1997, pp. 49-59. La descripción detallada del viaje en pp. 53-56.

5. Beatriz Correyero Ruiz, "La propaganda turística española en los años del aislamiento internacional"..., p. 53.

mas y discursos reproducidos con precisión en los diarios ahondaban en una desgarradora mística patriótica en la que destacaba la profunda vocación social del nuevo Estado, la práctica política del dictador gravaba con impuestos la miseria cotidiana de sus propios ciudadanos, mientras concedía todo tipo de privilegios a los visitantes estadounidenses, con el único objetivo de que éstos pregonaran a su vuelta las excelencias de un gobierno, más que dispuesto a hipotecar la soberanía a cambio de su perpetuación en el poder. Como ya se ha señalado con profusión, el vociferante patriotismo de Franco se limitaba a la continuación en el poder del *Caudillo*⁶.

No obstante, la utilización propagandística del turismo alcanzó sus mayores cotas de paroxismo durante los años del desarrollismo y, especialmente, con la creación del Ministerio de Información y Turismo bajo la égida de Manuel Fraga Iribarne en plena catarsis desarrollista destinada a glosar los oportunos *veinticinco años de paz española*⁷.

Esta campaña propagandística fue aireada con una gran profusión de medios entre los que no sólo se contaban los tradicionales *mass media*, como cine, radio y prensa, sino también las continuas campañas orquestadas desde un Ministerio que empapeló la superficie española con carteles, folletos y publicaciones destinadas a glosar la tranquilidad y la paz conquistada por los españoles bajo la protección paternal, firme y segura del adalid del bienestar del pueblo, Francisco Franco quien, en resumidas cuentas, fue el centro de una celebración que exaltaba su figura de gran estadista con entusiástico frenesí⁸. Al fin y al cabo se trataba de presentar al conjunto de los españoles:

6. Para lo social como elemento central de la retórica propagandística del franquismo puede verse Carme Molinero, *La captación de las masas. Política social y propaganda en el régimen franquista*, Cátedra, Madrid, 2005. El poder y su conservación como rasgo más destacado de la personalidad y el gobierno franquista fue puesto ya de relieve por Luis Ramírez, *Franco. La obsesión de ser, la obsesión de poder*, Ruedo Ibérico, París, 1976 y remarcado en obras como las de Juan Pablo Fusi, *Franco. Autoritarismo y poder personal*, Punto de Lectura, Barcelona, 2000 o Paul Preston, *Franco. Caudillo de España*, Barcelona, Grijalbo, 1994.

7. El Ministerio de Información y Turismo sería creado en julio de 1951 asumiendo también las funciones reguladoras de prensa y propaganda. Al frente del mismo se pondrá a Gabriel Arias Salgado, que había cumplido con creces su misión como Delegado Nacional de Prensa y Propaganda en 1945 y del que Franco valoraba su probada fidelidad, como puede verse en Manuel Tuñón de Lara (dir.), *Historia de España*, vol. 10, José Antonio Biescas y Manuel Tuñón de Lara, *España bajo la dictadura franquista (1939-1975)*, Barcelona, 1994, p. 262. Manuel Fraga ocuparía este Ministerio en 1962.

8. Para Franco como centro neurálgico de una campaña dedicada a su exaltación orgiástica, puede verse Juan Pablo Fusi, *Franco. Autoritarismo y poder personal...*, p. 188. La elaboración de una nueva imagen del régimen ligada a la idea del dictador como *Caudillo* de la paz y la reconstrucción en el filme de José Luis Sáenz de Heredia, *Franco, ese hombre* (1964). Un análisis del filme en Nancy Berthier, *Le Franquisme et son image. Cinéma et propagande*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, 1998, pp. 105-

“(…) el gran salto adelante que ha significado para nuestra Patria el primer período de paz interior y exterior que ha disfrutado desde el comienzo de la Edad Contemporánea. Sírvanos ello de estímulo para ganar y merecer su fecunda continuación bajo la divina y humana «inspiración directa de arriba»⁹.

Es sirviendo a este objetivo donde vuelven a ponerse de relieve las potencialidades propagandísticas de un turismo que se convertirá en uno de los campos de batalla favoritos del régimen franquista. Tanto es así que llegó a articularse una campaña en la que, al mismo tiempo que se difundían sus bondades entre los escolares españoles, se propalaba entre éstos la imagen de bonanza de un país, convertido en primera potencia del sector no sólo por sus esplendorosos paisajes, sino también por la paz y tranquilidad social conquistada con el paso de los años, presentada como un absoluto privilegio en la turbulenta Europa de finales de los años sesenta y principios de los setenta. Así mismo, la campaña insistía en argumentos de raigambre desarrollista centrados en la realidad y modernidad de unas infraestructuras destinadas a la recepción de los visitantes extranjeros.

De este modo, se aprovechaba el elemento adoctrinador ofrecido por la escuela nacional, puesto al servicio del régimen desde la inmediata posguerra¹⁰, para destacar la importancia que revestía la actividad turística para la nación. España no era ya sólo un país de héroes y santos, de gestas

152. Una edición del guión del filme en José M^a Sánchez Silva y José Luís Sáenz de Heredia, *Franco... ese hombre*, Madrid, Lidisa, 1975. Consideraciones sobre esta evolución de la representación iconográfica de Franco en NO-DO en Vicente Sánchez-Biosca, “¡Qué descansada vida! La imagen civil de Franco, entre el ocio y la intimidad” en *Archivos de la Filmoteca*, n^o 42-43, Vol. I, Valencia, 2003, pp. 140-161. El mismo trabajo puede encontrarse también en *Cine de Historia, cine de memoria. La representación y sus límites*, Madrid, Cátedra, 2006, pp. 45-63.

9. Manuel Fraga Iribarne en el folleto publicado por su ministerio, *Viva la paz. España hoy*, Junta Interministerial para la Conmemoración del XXV Aniversario de la Paz Española, Madrid, 1964.

10. La educación como elemento de adoctrinamiento, con un especial hincapié en las ciencias sociales y la historia en Rafael Valls, “Ideología franquista y enseñanza de la Historia en España, 1938-1953” en Josep Fontana (Ed.), *España bajo el franquismo*, Barcelona, Crítica, 1986, pp. 230-245, Gregorio Cámara Villar, *Nacionalcatolicismo y escuela. La socialización política del franquismo (1936-1951)*, Jaén, Hesperia, 1984 y Esther Martínez Tórtola, *La enseñanza de la Historia en el primer bachillerato franquista (1938-1953)*, Madrid, Tecnos, 1996. La evolución de los distintos planes de estudios y del tratamiento de la Historia de España en ellos en José Antonio Álvarez Osés, Ignacio Cal Freire, Juan Haro Savater y M^a Carmen González Muñoz, *La guerra que aprendieron los españoles. República y guerra civil en los textos de bachillerato (1938-1983)*, Madrid, Los libros de la Catarata, 2000. Un planteamiento que se ocupa también de las llamadas ciencias duras en el tratamiento propagandístico de la educación en Gonzalo Capellán de Miguel, “La miseria de la pedagogía. Los manuales escolares como propaganda durante el franquismo” en José Miguel Delgado Idarreta (Coord.), *Propaganda y medios de comunicación en el primer franquismo (1936-1959)*, Logroño, Universidad de La Rioja, 2006, pp. 51-77. Para un enfoque más divulgativo de la misma problemática puede verse Andrés Sopena Monsalve, *El florido pensil. Memoria de la escuela nacionalcatólica*, Barcelona, Crítica, 1994.

imborrables escritas con letras de oro en el pergamino inmortal de la Historia, también era un país moderno, capaz de ofrecer lo mejor de sí mismo a quienes lo visitaban año tras año aportando divisas y quedando atrapados por el hechizo de sus tradiciones, paisajes y bonanza climática.

Para ello, el Ministerio de Información y Turismo dirigió a los escolares de enseñanza primaria su labor con el objetivo de “divulgar el fenómeno turístico, su importancia para la vida nacional y la conveniencia y posibilidad de conocer España”¹¹. Esta actividad había comenzado en el año sesenta y ocho, de modo que en 1971 llegaba ya a su cuarta edición mediante una serie de charlas en escuelas designadas en cada provincia por la Inspección Provincial de la Enseñanza Primaria. Entre las instrucciones enviadas a la entonces provincia de Logroño de ese año se dejaba claro que la actividad tendrá lugar en “tres escuelas de la capital, tres del partido judicial y cinco rurales de cada una de las provincias españolas”. Una vez designados los centros se hacía notar que en cada uno de ellos se darían como máximo tres conferencias:

“(…) a elegir entre los siguientes temas: “Cartilla Turística Escolar”, “Qué es el Turismo”; “Quién es un turista”; “España y el turismo”; “Dónde se alojan los turistas que vienen a España”; “Turismo en la playa”, “Turismo en la ciudad”; “Como puedo viajar”, y “Lugares turísticos”.

Las charlas correrán a cargo de los maestros que voluntariamente se ofrezcan, debiendo recibir de esa Delegación Provincial cuantas ayuda técnica sea necesario, adjuntándose para facilitar su labor los guiones de los temas propuestos”¹².

Así mismo, se hacía constar que el empeño de los maestros implicados en la difusión de tan elevado fin sería remunerado con “la gratificación de 800 pesetas por charla dada”, además de un lote de libros que la Delegación debía entregar a cada uno de ellos para que pudieran realizar sus guiones con el *respaldo bibliográfico adecuado*¹³. Por último, se recordaba que si los docentes implicados hubieran de realizar algún desplazamiento con motivo de esta campaña, deberían llevarse a cabo las gestiones oportunas para que éste fuera sufragado por el “CITE¹⁴ u otro organismo”¹⁵. Para terminar, se instaba a la Delegación Provincial a comunicar cuanto antes su

11. A.H.P.L.R., E(ducación), 590, 3-4, “Promoción turística en escuelas de enseñanza primaria, 1971”. Circular del 1 de febrero de 1971 dirigida por el Ministerio de Información y Turismo (Dirección General de Promoción del Turismo. Turismo Social) al Delegado Provincial de Información y Turismo.

12. *Ibidem*.

13. A.H.P.L.R., E(ducación), 590, 3-4, “Promoción turística en escuelas de enseñanza primaria, 1971”. Circular del 1 de febrero de 1971 dirigida por el Ministerio de Información y Turismo (Dirección General de Promoción del Turismo. Turismo Social) al Delegado Provincial de Información y Turismo.

14. Comité de Inspección Técnica de Enseñanza.

15. *Ibidem*.



TEMA	MATERIA	PAG.
1.	EL TURISMO	7
2.	LOS VIAJES	11
3.	TURISMO Y ECONOMIA	15
4.	LOS ALOJAMIENTOS	21
5.	EL CAMPING.	25
6.	LA CONVIVENCIA TURÍSTICA	29
7.	TURISMO Y CULTURA	35
8.	INFORMACIÓN TURÍSTICA	39
9.	LA MONTAÑA	43
10.	NUESTRAS PLAYAS	47
11.	ARTE Y TIPISMO	53
12.	DEPORTE Y TURISMO	59
13.	FERIAS Y FESTEJOS	63
14.	CÓMO HACER TURISMO	67
15.	CONOCE A TU PATRIA	71

Lám. 1. Portada de la Cartilla Escolar editada por el Ministerio de Información y Turismo en 1968 (AHPLR, E. 590). Lám. 2. Índice de la Cartilla Escolar editada por el Ministerio de Información y Turismo en 1968 (AHPLR, E. 590).

decisión al respecto a “fin de aprobar el presupuesto” y también para que se aprestaran a remitir la relación de escuelas participantes en el mismo, así como el número de charlas proyectadas a fin de que “esta Dirección General envíe ejemplares de la Cartilla Turística Escolar para que sean repartidos en los centros escolares”¹⁶.

16. *Ibidem*.



Lám. 3. Ilustración del Valle de los Caídos recogida en la cartilla escolar editada por el Ministerio de Información y Turismo en 1968. La imagen aparecía en el apartado "Arte y tipismo" junto a los castillos y otras joyas del patrimonio hispano. (AHPLR, E. 590).

2. EL EFECTO DE LA CAMPAÑA. TRABAJOS ESCOLARES EN TORNO AL TURISMO

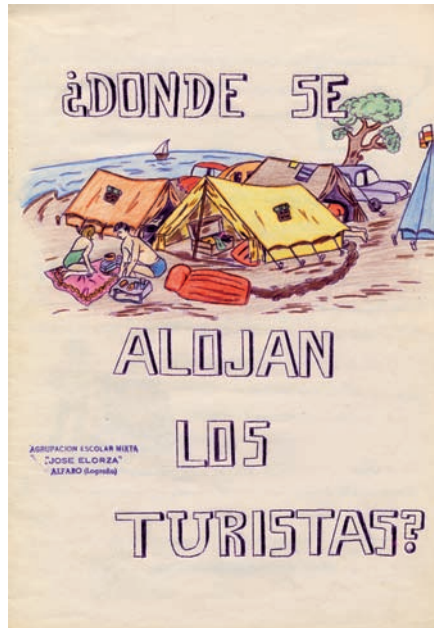
"El progreso alcanzado por España en los últimos años se debe, en gran parte, a los beneficios proporcionados por el Turismo. La construcción de nuevas y modernas autopistas, la puesta en servicio de los grandes aeropuertos y la mejora de nuestros ferrocarriles han podido llevarse a cabo gracias al turismo, que creó las condiciones para ello.

Continuamente vemos crecer en todo el territorio nacional, como por encanto, numerosas instalaciones de diversos tipos: hoteles, albergues, residencias, apartamentos veraniegos; y unido a ello, las industrias correspondientes para abastecer las necesidades de sus habitantes. Todo ello se debe al turismo y está hecho para fomentarlo.

España figura en la avanzada del turismo mundial y espera de ti una valiosa cooperación en todos los aspectos para que dichas circunstancias sigan favoreciendo a nuestra Patria, al objeto de conseguir así que el nivel de vida de todos los españoles aumente cada vez más. ¡Fomenta el turismo y servirás a España"¹⁷.

Como se afirmaba nada más iniciarse la Cartilla Turística Escolar editada por el Ministerio de Información y Turismo, la imagen que el régimen ofrecía del país era la de una nación avanzando a pasos agigantados hacia

17. *Cartilla Turística Escolar*, Publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo, Editora Nacional, Madrid, 1968. Textos a cargo de Alfredo González Celdrán. Dibujos e ilustraciones de Francisco Alcaraz Pastor, p. 5.



Lám. 4. Portada de uno de los trabajos dedicado a los alojamientos turísticos.

el progreso y la modernidad gracias a su potencial turístico, fuente y, al mismo tiempo, razón de ser de los logros alcanzados durante los últimos años. No obstante, estas ditirámicas alabanzas al desarrollo eran perfectamente compatibles con una visión de España estereotipada, congelada en esa *eterna* cantinela poblada por toreros, sol y folklore. Así lo atestiguaron los trabajos escolares realizados por los alumnos riojanos en los que prevalecía por encima de todo la *peculiar idiosincrasia* de un retrato nacional plasmado en los dibujos y en las portadas de los trabajos infantiles con la imagen del sur, la gastronomía y los trajes regionales.

Por otro lado, la mayor parte de las narraciones infantiles subrayaban los mismos tópicos remarcados una y otra vez en los temas desarrollados por las charlas de los maestros: la variedad del paisaje español, la envidia de su sol, la importancia de las llamadas “divisas invisibles”, que servían para comprar productos a otras naciones y también la exposición detallada sobre los lugares donde se alojan los turistas como pensiones, campings, hoteles y paradores¹⁸.

18. Esta selección temática estaba íntimamente relacionada con las instrucciones dictadas por el Ministerio descritas anteriormente, así como con el propio índice de la Cartilla Escolar que abordaba los siguientes aspectos: 1-. El turismo, 2-. Los viajes, 3-.

Éstos últimos planeaban con aires de magnificencia sobre una imaginación infantil complacida en la idea de que siempre aparezcan mencionados como antiguos castillos reconstruidos. Así mismo, es necesario constatar que los alumnos, en una abrumadora mayoría, copiaron literalmente las charlas de sus profesores o los contenidos de los documentos facilitados por el Ministerio de Información y Turismo. Esto era la clara consecuencia de una enseñanza en la que la espontaneidad y la creatividad eran sacrificadas en aras de la disciplina y el sentido de la autoridad. No obstante, a través de los trabajos de los niños pueden apreciarse con claridad cuáles eran los aspectos que más interesaba destacar a los autoridades, así como también la recreación e interpretación que los estudiantes hacían de ellas, especialmente puestos de relieve en la decoración e ilustración de los trabajos. Es justamente por este motivo por lo que esta segunda parte del trabajo aparece profusamente acompañada por unas imágenes que ejercen aquí no sólo una mera función de ilustración, sino también un papel trascendental como fuente al mostrarnos con gran claridad como una campaña propagandística era recreada, interpretada y asimilada por aquellos a los que estaba destinada. Especialmente importante era la idea de que las actividades escolares relacionadas con el turismo se presentaran a los muchachos no con pretensiones académicas que supusieran una nueva carga o materia de estudio, sino como una actividad lúdica en la que no sólo podían aprender, sino también divertirse. El ocio, el entretenimiento y el juego se convertían por tanto en otros espacios conquistados por la actividad propagandística de la dictadura, como bien se encargaba de recordar en la presentación de la *Cartilla Turística Escolar* el entonces Director General de Promoción del Turismo, Antonio J. Rodríguez-Acosta al dirigirse a los niños con el deseo de que:

“...esta «Cartilla Turística Escolar», que es seguramente la primera de tal género que se publica en el mundo, sea para vosotros como un juguete más. No la miréis con prevención, porque no os va hacer estudiar, sino a explicaros muchas cosas que, ahora, todavía niños, seguramente tendréis ya curiosidad por conocer. También deseo que en el día de mañana, recordéis la «Cartilla Turística Escolar» que os ayudó a amar España con amor universal y abierto”¹⁹.

Para terminar esta exposición sintética otra idea constantemente repetida era la del deseo de las autoridades no sólo de que vinieran turistas al país, sino que los propios españoles lo conocieran también. Para ello se

Turismo y Economía, 4-. Los alojamientos, 5-. El camping, 6-. La convivencia turística, 7-. Turismo y cultura, 8-. Información turística, 9-. La montaña, 10-. Nuestras playas, 11-. Arte y tipismo, 12-. Deporte y turismo, 13-. Ferias y festejos, 14-.Cómo hacer turismo y, por último pero no menos importante, 15-. Conoce tu patria en *Cartilla Turística Escolar*, Publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo, Editora Nacional, Madrid, 1968.

19. *Cartilla Turística Escolar*, Publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo, Editora Nacional, Madrid, 1968. Textos a cargo de Alfredo González Celdrán. Dibujos e ilustraciones de Francisco Alcaraz Pastor, p. 4.



Lám. 5. Cromos de trajes regionales españoles empleados por un alumno para uno de sus trabajos escolares.

habían creado con magna y pródiga magnificencia unos albergues juveniles en los niños españoles podían compartir la belleza y variedad de los parajes de su nación y sus habitantes. De ahí el lema repetido al final de muchos trabajos: “¡Conoce a tu patria mejor y la amarás más”.

De este modo, la mayor parte de los alumnos repetían los argumentos expuestos por la niña alfareña de ocho años de edad para quien “los turistas siempre que llegan a España siempre dejan algún veneficio (sic), los cuales al llegar son muy bien acogidos”²⁰.

Así mismo, se cuidaba mucho de subrayar que los anhelados turistas no sólo llegaban en verano, sino también en invierno y sobre todo en una Semana Santa que les permitía admirar las “vellas y ermosas (sic) procesiones que en España existen”²¹. La conclusión de esta descripción de la naturaleza española como tierra de promisión para cualquier turista que se preciara volvía a destacarse en unas conclusiones en las que se mostraba que los

20. A.H.P.L.R., E., Caja 590, 3/4, “Turismo”. Para no cansar al lector con continuas referencias en los textos es necesario hacer constar que he conservado en todo momento la grafía original de los trabajos escolares, a fin de que se pueda apreciar en toda su frescura y viveza la naturaleza de esta fuente.

21. A.H.P.L.R., E., Caja 590, 3/4, “Turismo”.

factores más atractivos para nuestros visitantes seguían siendo “los monumentos, la agradable temperatura, las costumbres, el paisaje, de gran belleza y variedad y el folklore”. Y es que nuestra sin par riqueza folklórica y la admiración que llegaba a despertar había motivado a la Dirección General de Turismo para la creación de los llamados “Festivales de España”²².

Es necesario hacer constar que todo este repertorio argumental estaba profusamente ilustrado con postales y cromos de la época en los que se retrataban aspectos sobre el folklore y los trajes típicos de cada región, vistas de paisajes, fiestas e incluso platos típicos del país entre los que solía sobresalir siempre la sempiterna paella acompañada por su inseparable compañera, la irreductible jarra de sangría. A menudo esta serie de ilustraciones se insertaban en una parte del trabajo titulada “Visiones de España”.

Otros compañeros de su misma edad en el mismo colegio de Alfaro preferían destacar en sus pequeños ensayos los cambios propios de una España desarrollista que, durante décadas de bienestar social y tranquilidad, había conseguido prepararse para recibir a la riada de “millones de turistas” dejando muy claro que:

“...El Ministerio de Información y Turismo ha preparado magníficos paradores en toda la geografía nacional; las empresas particulares mejoraron los hoteles que existían y han sido infinitos los de nueva creación en bellos lugares y a gusto del más exigente”²³.

Todas estas ventajas se complementaban además con otra que tenía que ver con cuestiones menos elevadas, pero a todas luces más prácticas e interesantes para quienes se sintieran tentados por la idea de visitar nuestro país, ya que “los precios del coste de la vida son muy inferiores que los de otros países, lo mismo en alojamientos, comidas y numerosos artículos que el turista compra para llevarse”²⁴. Y si aún pudiera quedar algún recelo para lanzarse al viaje y recorrer la piel de toro de cabo a rabo, bastaba con leer lo registrado en el trabajo de un alumno de quinto de primaria del colegio José Elorza de Alfaro, en donde por indicación de su maestro, Juan Carnero, el muchacho retrataba con todo detalle la idílica situación de los precios en España dirigiéndose de esta guisa a un hipotético turista:

“...Los economistas lo llaman a usted turista aseguran que usted una pieza fundamental de no sé qué industria y ponen, al habla del fenómeno- usted es parte de un fenómeno para estos señores- un ojo en su bolsillo y otro en la balanza de pagos. Parece que para la economía moderna el turismo es un renglón de ingresos que puede apuntarse con bastante provecho al lado de la exportación de agrios. Más no se alarme usted.- España no está constituida por treinta y dos millones de economistas, sino por treinta y dos millones de reyes o de presidentes de la república, a su gusto político. Usted podrá ser lo que quiera para el Ministerio de Hacienda o para el Ministerio de Comercio, pero

22. *Ibidem.*

23. *Ibidem.*

24. *Ibidem.*



Láms. 6 y 7. Portada del trabajo escolar de un alumno del Colegio José Elorza de Alfaro, y una imagen de la Cartilla turística escolar en la que se muestra la cola de turistas dispuestos a dejar sus divisas en nuestro país.

para los españoles será un AMIGO (...) Y referente a lo que vales nuestra peseta le diremos que por 1,50 puede tomar el tranvía; por 2,50 hacer un viaje urbano en autobús; por 15,20 o 25 pts. podrá ocupar la mejor butaca en un cine y de 45 a 75 pts. para el teatro; el café le costará 5 pts, el comer modestamente de 30 a 75 pts y un litro de gasolina super 10 pts²⁵.

¿Alguien podía pedir más?, ¿Acaso se necesitaban más ventajas para convencer a los extranjeros de que acudieran en tropel a la llamada de los encantos patrios? Quizás en otros tiempos España había sido un país encerrado en sí mismo, pero los nuevos habían traído consigo una reali-

25. A.H.P.L.R., I(nformación) y T(urismo), 590, 3/ 4, "Turismo". Como puede apreciarse por el estilo de la redacción, nos encontramos ante uno de esos casos de flagrante reproducción en el trabajo de lo expresado por el profesor en clase.

dad muy distinta y hasta nos había entrado “la fiebre de los idiomas” y ya se sabía que:

“España es un país abierto. No sólo pertenece a la O.N.U. y a toda clase de organismos internacionales; sino que pone oficinas de turismo en toda Europa y América con gran abundancia y también en los otros tres continentes”²⁶.

Con todas estas ventajas y las facilidades que ofrecía un país tan abierto, pacífico y moderno resultaba difícil no dejarse persuadir para hacer las maletas y aterrizar en cualquiera de los paradisíacos parajes nacionales. Ahora bien, probablemente tanta apertura y novedad quizás produjera extrañas sensaciones y percepciones entre unos ciudadanos que gozaban de lo que entonces se tildaba de una *peculiar idiosincrasia* por lo que estaba bien dejar claro a los nativos del país lo que era un turista, cómo se comportaban y la necesidad de ser comprensivos con ellos, pues como argumentaba otra joven alumna “a los turistas extranjeros se les reconoce por su acento y por sus vestiduras extravagantes y exóticas”²⁷.

A pesar del comportamiento estrambótico de los extranjeros había que ser siempre “amables con ellos” como muy bien afirmaba un estudiante de quinto curso del Colegio Nacional Yagüe, ya que resultaban vitales no sólo económicamente sino también, porque así podían “contar por el mundo nuestra grandeza pasada y nuestro futuro resurgir”²⁸. Este aventajado alumno ya había captado hasta qué punto los visitantes extranjeros eran apreciados por sus valor propagandístico a pesar de que desconociesen el hondo sentir moral de un país tan abierto y tocado por el desarrollo como España, dándoles en cualquier momento por deambular en minifalda o por acudir a las playas locales con aquella escandalosa prenda de dos piezas llamada bikini, que hacía furor entre los más recalcitrantes defensores de la tradición y decencia con las que se habían adornado uno de los períodos más gloriosos de nuestra historia reciente²⁹. Para que éstos no cayeran en la fácil tentación de perseguir a quienes nos visitaban, llamándoles la atención por la liberalidad de su comportamiento, era necesario recordar de nuevo, como lo hacía una niña de diez años en sexto de primaria que:

“los turistas son una fuente de riqueza porque hay cosas bonitas que nosotros no hacíamos caso pero los turistas han sacado provecho de esas cosas y los españoles nos damos cuenta de las cosas tan bonitas y maravillosas que tiene España”³⁰.

26. A.H.P.L.R., I(nformación) y T(urismo), 590, 3/ 4, “Turismo”.

27. *Ibidem*.

28. *Ibidem*.

29. Para algunos detalles sobre la escandalizada, mojugata y rancia moral franquista puede verse Rafael Abella, *La vida cotidiana bajo el régimen de Franco*, Madrid, Temas de Hoy, 1996, pp. 247-250.

30. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”.

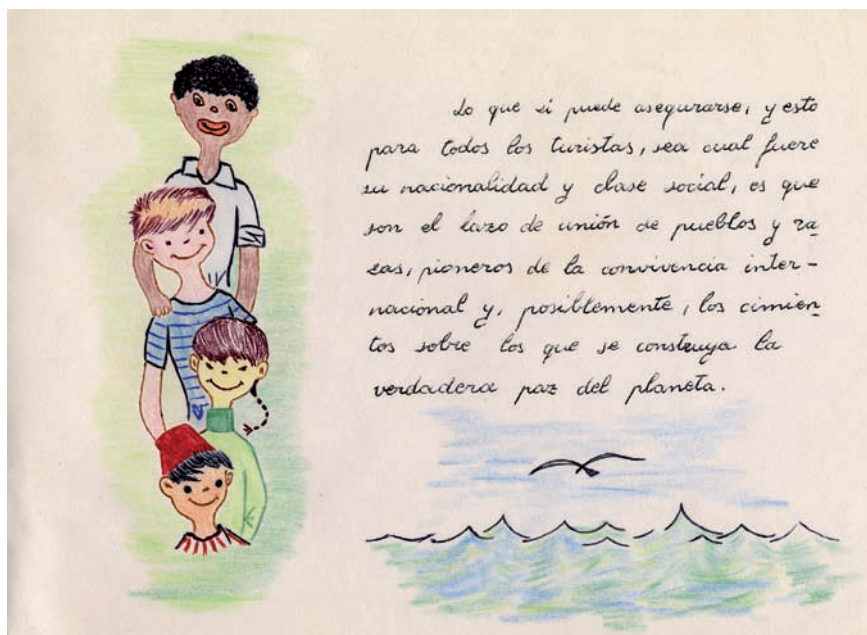
Y es que gracias a la magnífica labor que el Ministerio de Información y Turismo había llevado a cabo poniendo al alcance de todo el mundo la belleza incomparable de nuestros paisajes y tradiciones, los españoles apreciábamos aún más los tesoros que acaudalábamos, siendo realmente conscientes de su valía inigualable. Así volvía a reconocerlo con doce años de edad otra estudiante cuando se refería al Monasterio del Escorial que, a pesar de nuestro desconocimiento seguía siendo “la octava maravilla del mundo” conservándose en él “muchas cosas principales de España”³¹. En el fondo los turistas eran personas dedicadas “a viajar para conocer ciudades y aprender de ellas”, actividad nada baladí pues “gracias a él hoy en día las personas se conocen”³².

Era esta capacidad del turismo para poner en relación a las personas y a los pueblos la que nos mostraba sus enormes posibilidades de producir algo más que divisas y réditos propagandísticos en un Occidente bañado durante toda esa década por la ola de fraternidad y amor universal que inundaba las costas de una juventud europea entregada a la canción protesta, el movimiento *hippy* y unos *Beatles* recitando, como un mantra extraído de las enseñanzas de algún santón hindú, su *All you need is love*³³. Así lo remarcaba como digno hijo del espíritu de su tiempo un alumno que

31. *Ibidem*.

32. *Ibidem*.

33. Para un apasionante y divertido relato de la contracultura juvenil de los años sesenta y sus formas de actuación que, en no pocos casos, como en el de Estados Unidos acabaron volcándose en la lucha por los derechos civiles puede verse Ken Goffman, *La contracultura a través de los tiempos. De Abraban al Acid House*, Barcelona, Anagrama, 2005, pp. 330-365. Ni qué decir tiene que en España estos fenómenos aparecerían mucho más tarde, ya que la juventud española tuvo más que suficiente con encauzar su rebelión contra la dictadura. El protagonismo de la nueva generación de españoles ajenos a la guerra en la contestación cultural a la dictadura y su transcurso hacia el antifranquismo puesto en escena en los sucesos de 1956 en Shirley Mangini, *Rojos y rebeldes. La cultura de la disidencia durante el franquismo*, Barcelona, Anthropos, 1987. También resultan interesantes en este sentido los trabajos de Juan Francisco Marsal, *Pensar bajo el franquismo. Intelectuales y política en la generación de los años cincuenta*, Barcelona, Península, 1978 y Elías Díaz, *Pensamiento español en la era de Franco (1939-1975)*, Madrid, Tecnos, 1992, pp. 62-86. Dos trabajos que han abordado recientemente esta problemática son los de Jordi Gracia, *La resistencia silenciosa*, Barcelona, 2004, con dos alusiones concretas a la aparición de esta nueva generación que no ha vivido la guerra en p. 208 y 279 respectivamente y el de Santos Juliá, *Historias de las dos Españas*, Madrid, Taurus, 2004, pp. 409-462 y muy especialmente para lo referente al significado de la rebelión estudiantil en pp. 432-444. Por último, puede encontrarse una crónica sucinta de la revuelta universitaria de 1956 en Pablo Lizcano, *La generación del 56. La Universidad contra Franco*, Grijalbo, Barcelona, 1981. He tratado de retratar la protesta de algunos colectivos juveniles en España a partir de sus experiencias concretas en el mundo del trabajo y en la vida cotidiana del barrio en Roberto Germán Fandiño Pérez, *Historia del Movimiento Ciudadano e Historia Local. El ejemplo del barrio de Yagüe (1948-1975)*, Logroño, IER/Ayuntamiento de Logroño, 2005 y también su participación en el camino recorrido por la sociedad española hasta la transición democrática en “La importancia de la tripulación en el largo periplo hacia la democracia, 1968-1976” en



Lám. 8. Página de un trabajo de un alumno en el que ilustraba la confraternidad humana a la que debía conducir el turismo con una cierta inspiración en las entonces conocidas campañas del Domund.

firmaba su trabajo como perteneciente a séptimo y octavo grado, cuando afirmaba que:

“(...) Lo que si puede asegurarse, y esto para todos los turistas, sea cual fuere su nacionalidad y clase social, es que son el lazo de unión de pueblos y razas, pioneros de la convivencia internacional y, posiblemente, los cimientos sobre los que se construya la verdadera paz del planeta”³⁴.

Estaba claro que entre tanta bondad y optimismo, tan sincera entrega a la labor de edificar un planeta rebosante de amor llegaba a confundirse en el efervescente y caldeado imaginario de alguno de nuestros adolescentes mezclándose con las imágenes de aquellas mitológicas y despampanantes suecas que recorrían las playas del país embutidas en mínimos bikinis y deseosas de conocer el desmesurado comportamiento amatorio de los *latin lovers* hispanos. No existe de otro modo explicación lógica alguna para ejercicios como los del cuaderno de un alumno de catorce años del logro-

Sergio Andrés Cabello et al., *La transición a la democracia en La Rioja*, Logroño, Gobierno de La Rioja, 2001, pp. 147-230.

34. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”.



EJERCICIOS
Problemas

Un turista inglés vino a España a pasar 15 días. En el hotel paga 80 pts por comer 50 por cenar y 10 por desayunar. Por dormir paga la mitad ¿Cuántas libras esterlinas gastó en su estancia en el hotel de España?



EJERCICIOS
Problemas

Un matrimonio francés estuvo en un hotel de Barcelona 8 días. Pagaban diariamente 150 pts por su estancia en el hotel. ¿Cuántos francos tuvieron que pagar al marchar?

Láms. 9 y 10. Cuadernos de ejercicios con problemas sobre las divisas.



Lám. 11. Hasta qué punto era España el paraíso de Dios, que pudo comprobarlo el presidente Nixon quien se apuntó al repertorio de tópicos sobre clichés españoles haciéndose retratar de esta guisa. La fotografía fue recogida por un alumno en una publicación y pegada en su trabajo como muestra evidente del potencial turístico español³⁵.

ñés colegio Vuelo Madrid-Manila, que en su afán por afirmar la bondad natural del turismo y su naturaleza como puente entre civilizaciones, lazo de convivencia plural y de respeto afirmaba que:

“El turismo es como una cuerda tendida entre las distintas naciones. Esta unión va consolidándose día a día hasta que se logre la unión del género humano para poder emprender juntos las tareas más escabrosas”³⁵.

Sin duda alguna, para evitar estos peculiares equívocos y comprobar que todo los alumnos hubieran aprendido con aprovechamiento lo expuesto en las charlas de los maestros para mayor gloria de la empresa turística amparada por el Ministerio, se hacían necesarios ejercicios de repaso y balance en los que se combinaban los contenidos del curso sobre las más variadas asignaturas con aquellos factores más directamente relacionados con el turismo. Así lo ponían de manifiesto peculiares problemas matemá-

35. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”. Probablemente, el muchacho había oído en algún momento esa palabra y no quiso dejarla fuera de un texto en el que lucía sobremanera, a pesar de que su significado diera lugar a un divertido equívoco.

ticos rescatados de los cuadernos de actividades de alumnos como los de la escuela rural de Viniegra de Abajo, en los que se interrogaba a los estudiantes con enunciados como el siguiente:

“Un turista inglés vino a España a pasar 15 días. En el hotel paga 80 pesetas por comer, 50 por cenar y 10 por desayunar. Por dormir paga la mitad ¿Cuántas libras esterlinas gastó en su estancia en el hotel de España?”³⁶.

Si las matemáticas resultaban un elemento de primer orden para que lo aprendido no se olvidara, además de para manejar básicas nociones de conversión de divisas, imprescindibles para desenvolverse en un mundo en el que pronto haría falta conocer a cuanto ascendían los intercambios de nuestros cítricos con los productos de otros lugares que no había que menospreciar dijera lo que dijera Alfonso X, pues como bien recordaba otra muchacha del colegio nacional de Yagüe en la capital logroñesa:

“Dijo Alfonso X el Sabio que España era el paraíso de Dios pero por esto no debemos empequeñecer a otros países como Noruega, Suecia y Finlandia, porque si éstos no pueden cultivar frutales y hortalizas es porque son países fríos y de poco sol.

Nosotros en cambio tenemos mucho sol y les vendemos las naranjas, tomates, etc que nos sobran. A cambio ellos nos venden madera y pastas de madera para hacer papel. No siempre es posible de disponer de divisas. Las malas cosechas, las heladas pueden dar lugar a que un país agrícola no tenga mercancías para exportar y no poder comprar al extranjero”³⁷.

A pesar de que las ciencias exactas se revelaban como asignaturas imprescindibles con las que labrarse el futuro en aquella España del despegue turístico, no era menos importante la expresión escrita por medio de la cual podían alcanzarse las más trascendentales alturas geográficas y espirituales, como lo demostraba en su cuaderno otro alumno de Viniegra de Abajo en el Camero Riojano, cuya redacción reproducía una frase extraída del tema “El turismo en la montaña” en la que se afirmaba como la montaña “elevaba a Dios” lo cual quería decir que “estamos más cerca a Dios porque vemos animales, bosques, árboles, etc. no creado por el hombre”³⁹. Y es que así como en la antigüedad se decía que todos los caminos conducían a Roma, en la España del nacionalcatolicismo, incluso

36. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”. Explicaciones más detalladas y extensas sobre la importancia económica del turismo en la lectura “Las divisas de Robert” en *Cartilla Turística Escolar*, Publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. Dirección General de Promoción del Turismo, Editora Nacional, Madrid, 1968, p. 8.

37. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”.

38. Sabido es por todos, como ya demostró Luis García Berlanga, que las visitas de los presidentes americanos parecen despertar en nuestro país unas atávicas y desmedidas ansias de resucitar los viejos clichés y tópicos sobre la España cañí y de pandereta, como volvió a demostrarlo el lamentable espectáculo que pudimos presenciar el último verano con la visita de Michel Obama, en agosto de 2010.

39. A.H.P.L.R., E., 590, 3/ 4, “Turismo”.



Lám. 12. Ilustración de uno de los trabajos realizados por los alumnos que muestra una peculiar visión de la lidia, catalogada como uno de los potenciales atractivos turísticos patrios.

en su disfraz de modernidad desarrollista, todas las avenidas conducían a las amplias sendas de la gracia divina, incluso aquellas abiertas por el turismo, aunque a pesar de la indudable certeza de esta afirmación, era necesario redundar en que para que este nuevo camino abierto para la salvación patria desembocara en los arrabales del paraíso terrenal había sido necesaria la intervención del omnisciente *Caudillo* y, especialmente, de uno de sus ministros, como no dejaba de recordarnos una nueva redacción, donde podía leerse como:

“En este tiempo que nos toca vivir, son abundantes las muestras del progreso conseguido por la Humanidad que comprueban, cada vez más, la infinita providencia Divina al poner en manos de los hombres tantos y tan variados recursos para su bienestar... Fácilmente constataréis que estas gentes, además de constatar lo bonita que es España y hacernos propaganda, nos deparan ganancias con su estancia que revierten en el mejor desarrollo nacional...

Ya comprenderéis que los turistas, sobre todo los extranjeros vienen a nuestras tierras guiados, por la ilusión que el produce el saber que no solamente van a contemplar paisajes bonitos y documentos históricos de enorme belleza, sino, también confiados en que los españoles, vamos a portarnos con ellos de la manera más caballerosa a que estamos obligados por nuestra tradición e historia. Y por ello el gobierno español creó entre los Ministerios, uno de Información y Turismo del que depende la Dirección General de Promoción del Turismo, organismo éste sobre el que recae cuanto al fomento, control, vigilancia, información y publicaciones del movimiento turístico se refiere.

Además, en las principales poblaciones existen las oficinas de Información y Turismo, donde se facilita toda suerte de amabilidades, contestación e indicaciones a las consultas y preguntas que realizan los turistas, proporcionando también folletos, muy bien confeccionados, de las regiones, ciudades y centros tan numerosos en España, de interés para los turistas...

Mencionemos al Excmo. Sr. D. Manuel Fraga Iribarne, Ministro de Información y Turismo, y, sin duda, principal artífice de estos importantes logros⁴⁰.

Poco podía comentarse a las sabias palabras reproducidas por esta muchacha que apuntaban ya con total clarividencia el camino emprendido por nuestra nación eterna desde finales de los años sesenta y hasta el final de la dictadura. Aquella autopista vertiginosa, llena de dicha y bienestar que nos conducía a la velocidad de vértigo por el turismo hacia Dios con la venia y el impulso de Manuel Fraga Iribarne.

CONCLUSIONES

La dictadura franquista consideró desde la guerra civil las virtudes propagandísticas del turismo y las utilizó para difundir una imagen favorable de su régimen, tanto en el exterior como en el interior del país. Este uso propagandístico se acentuó durante la Guerra Fría, desarrollándose plenamente durante el desarrollismo, cuando este fenómeno se transformó en uno de los principales activos de la economía nacional.


La idea de que la existencia de una economía sana y en pleno período de expansión debida a las aportaciones del turismo era el fruto de la paz y la tranquilidad social garantizada por la dictadura se convirtió en el centro de una campaña escolar destinada a difundir entre los jóvenes estudiantes de primaria las bondades de la política del Ministerio de Información y Turismo, no sólo como principal responsable de la afluencia de visitantes a nuestro país, sino también como artífice del desarrollo de las infraestructuras necesarias para satisfacer a los más exigentes. La escuela se convertía una vez más en el canal adoctrinador de un régimen que se volcó en el objetivo de promocionar el turismo, llegando a implantar una “Cartilla Turística Escolar” que, presentada como material lúdico o “como un juguete más” prolongaba la carga propagandística de la educación escolar del momento más allá de lo puramente académico.

40. *Ibidem*.

Esta actividad fue la excusa para difundir entre los estudiantes más jóvenes una visión de la realidad española plagada de estereotipos, que se ajustaba a la perfección con aquella idea de la nación defendida por el credo franquista: la de una España de eterno sol, folklore y tardes de toros. Así queda reflejado en los trabajos escolares realizados por los muchachos, que no sólo muestran cuáles fueron los aspectos más tratados en las lecciones sobre el turismo, sino también hasta qué punto éstas fueron efectivas para difundir en el imaginario colectivo las afirmaciones propagandísticas del régimen.

Para corroborar este aspecto resultan de gran interés los dibujos realizados por los alumnos, ya que nos dejan ver mucho más claramente que los textos, casi siempre copiados o dictados por los maestros, la interpretación y recreación que los muchachos hacían de la campaña propagandística. De este modo, la imagen se muestra en no pocas ocasiones como una fuente a tener en cuenta para mostrarnos el retrato que de una época determinada hicieron quienes la vivieron.

“A mi profesora favorita. Turista incansable de las más variopintas aulas y disciplinas”.



QUIÉN ES UN... ?

Turista es toda persona que viaja a otros lugares, para conocerlos, descansar y gozar de su ambiente, al mismo tiempo que adquiere cultura y practica la convivencia social.

Según hasta donde se desplaza el turista, puede conocer su propia provincia (Turismo provincial) su propia nación (Turismo nacional) o puede viajar al extranjero en cuyo caso practica el turismo internacional.

El turista cuando sale de casa puede hacerlo con determinadas miras, que son distintas para cada individuo. Según sus aficiones y gustos. Pasándose del turista que sale de su país por razones profesionales y vocacionales y entonces su programa turístico se encamina a sus fines el turista medio, es decir la mayoría.

cuando se dirige a un país intenta aprovechar todo lo que el país tiene de diferente.

te al **Avila**, **El Escorial**, **Madrid**, **Toledo**, **Salamanca**, **Valladolid**, **Tordesillas**, **Burgos**, **Vitoria**, **Tolosa**, **Sebastian**, **Irún** que el país ofrece de diferente sergo, de "España es diferente".


y así el turista, se emociona lo artístico lo pintoresco, el paisaje, etc gusta del Folklore y costumbres populares por lo que tienen de distinto de las de su país, y al mismo tiempo descansa de su ocupación habitual, que al ritmo de la vida moderna es agotadora.

Aplicados estos conceptos al turismo en España, podemos decir sin miedo a exagerar que nuestro país es "el Paraíso del turista".

En España encuentra el turista todo lo que puede apetecer.

Tranquilidad en la sociedad del país, precios ventajosos al cambio de moneda, hoteles que pueden compararse con los de los países de mas alto nivel de vida.

Sol en sus playas, nieve en sus montañas, variedad en su clima.



Lám. 13. Ilustración y redacción de uno de los trabajos realizados por los alumnos en los que el muchacho nos ofrece la visión tópica del turista de la época, así como las principales atracciones españolas y ese su especial encanto que la hacía a todas luces "diferente".



BERCEO

159



9 770210 085500

00159



Gobierno de La Rioja
www.larioja.org



**Instituto
de Estudios
Riojanos**