

## *Scripta Nova*

REVISTA ELECTRÓNICA DE GEOGRAFÍA  
Y CIENCIAS SOCIALES

Universidad de Barcelona.  
ISSN: 1138-9788  
Depósito Legal: B. 21.741-98  
Vol. XX, núm. 530  
15 de febrero de 2016



# Turismo y paisaje durante la guerra civil española, 1936-1939

Dolores Brandis

Universidad Complutense de Madrid  
dbrandis@ucm.es

Isabel del Río

Universidad Complutense de Madrid  
iriolafu@ucm.es

### **Turismo y paisaje durante la Guerra Civil Española, 1936-1939 (Resumen)**

El turismo de guerra o turismo político, por su inherente connotación ideológica y propagandística, se vincula con los lugares y paisajes donde acontecen en el presente acciones bélicas, y también con los sitios y la sociedad a los que la literatura, el arte, la propaganda o los relatos de las vivencias personales han convertido en símbolos de escenarios de guerras más lejanas. En España, los viajes a su pasado bélico se centran casi con exclusividad en los acontecimientos, lugares y paisajes vinculados de alguna manera con la guerra de 1936 a 1939. Parece interesante indagar en el significado cultural de la práctica viajera y en la promoción de lugares y paisajes durante la Guerra Civil Española, diferenciando los dos contextos y realidades turísticas que convivieron en el país durante los años de la contienda.

**Palabras clave:** paisajes en guerra, turismo político, turismo de guerra, Guerra Civil de España

### **Tourism and Landscape in the Spanish Civil War, 1936-1939 (Abstract)**

War tourism, or political tourism, due to its inherent connotations of ideology and propaganda, is bound to places and landscapes presently at war, and also to places and societies which literature, art, propaganda or accounts of personal experiences have made symbols of far off conflicts. In Spain, the voyages into a warlike past are almost always directed towards the events, places and landscapes connected, in one way or another, with the war of 1936-1939. Furthermore, it seems interesting to dig down into the cultural significance of "tourism" and the promotion of places and landscapes throughout the Spanish Civil War itself, marking the distinction between the different realities of tourism which co-existed in the country during the period.

**Key words:** landscapes in war, political tourism, war tourism, Spanish Civil War

Recibido: 15 de septiembre de 2014  
Devuelto para revisión: 17 de febrero de 2015  
Aceptado: 26 de febrero de 2015

La abundante literatura que genera el estudio del fenómeno turístico ha intentado sistematizar y tipificar las variadísimas formas que adopta en función, sobre todo, de la complejidad hasta ahora creciente de la demanda y de las posibilidades cada vez mayores de la oferta<sup>1</sup>. Así, junto al estudio consolidado de los diversos turismos según la actividad realizada, el transporte utilizado, la modalidad empleada en el desplazamiento o según el tipo de lugares visitados, que generalmente son sitios de la naturaleza y de la cultura de reconocido prestigio y alta consideración, en paralelo crece el interés por los “otros turismos” o los “turismos alternativos”, que se vinculan con el hecho de la “invención de lugares y las construcciones culturales”<sup>2</sup>. De entre ellos está el “turismo de guerra”, también llamado “turismo político” por su inherente connotación ideológica y propagandística, o “turismo negro”, enunciado así por las sensaciones dolorosas e impactantes que puede generar la visión o la evocación de los hechos y lugares en guerra, de ahí que resulte interesante indagar sobre las motivaciones que mueven a los turistas a visitar estos lugares<sup>3</sup>. A su vez, la práctica del turismo de guerra se vincula con los lugares donde acontecen en el presente, o en el pasado reciente, acciones bélicas, y también con los sitios y la sociedad a los que la literatura, el arte, la propaganda o los relatos de las vivencias personales han convertido en símbolos de escenarios de guerras más lejanas en el tiempo. Por esta segunda dimensión, al turismo de guerra se le relaciona con una interesante modalidad del turismo de memoria y, por lo tanto, se le inscribe en el más amplio apartado del turismo cultural, que contribuye como ningún otro tipo de turismo al proceso de construcción de identidades<sup>4</sup>.

Los paisajes arruinados de ciudades en guerra como El Líbano, Sarajevo, Beirut o la siria Deírez-Zor son objeto de atención de escritores, que suelen ser además corresponsales de guerra; de seminarios y encuentros científicos, donde se debate el ayer, el presente y el futuro de estas ciudades; y también son objeto de atención por parte de las instituciones públicas o privadas, que asumen la responsabilidad de mantener la memoria e identidad de la ciudad y sus paisajes anteriores a la contienda, analizando en qué medida los hechos bélicos han alterado o destruido las dimensiones físicas y simbólicas de su identidad. Este propósito está dando ocasión al diseño de los llamados “museos de memoria”<sup>5</sup>. También, la visita a los lugares de guerras superadas, pero muy presentes en la memoria colectiva, está siendo una actividad turístico-cultural en crecimiento, enmarcada en los llamados “viajes al pasado”. De entre ellos, destacan

---

<sup>1</sup>Este trabajo se ha realizado dentro del Proyecto de Investigación CSO2012-38425, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.

<sup>2</sup>Crouch, 1999; Williams, 2008.

<sup>3</sup>En el campo de la investigación sobre las motivaciones de los visitantes en destinos turísticos vinculados a guerras, la referida al estudio de las motivaciones para visitar la zona desmilitarizada de Corea destaca cinco factores, sobre la base de 38 motivaciones, que son: la oposición a un régimen político; el conocimiento por la historia, la cultura y la seguridad; la curiosidad y la aventura; las consecuencias de la guerra y el turismo de naturaleza (Bigley *et al.*, 2010).

<sup>4</sup>Blanco, 2009; Hertzog, 2012.

<sup>5</sup>Como ejemplo del interés que despiertan los lugares de guerra, pueden citarse a la escritora Maruja Torres, también corresponsal de guerra, que toma de Beirut la inspiración para su novela *La amante en guerra* (2007) o el seminario sobre *Las ciudades de Oriente Medio*, organizado en 2005 por el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, donde una de las mesas de debate se dedicó a “El Beirut de la posguerra. Reconstrucciones, memorias y esperanzas”. En la cuestión de “los museos de memoria”, puede señalarse el creado en 2010 por el grupo libanés de Hezbollah en la ciudad de Mlita y que se le conoce como el “Museo de la Resistencia”.

los viajes a los lugares simbólicos de la Primera<sup>6</sup> y Segunda Guerra Mundial, como las playas que fueron escenario del desembarco de Normandía; el Parque Conmemorativo de la Paz que acoge la Cúpula de la Bomba Atómica, declarada Patrimonio de la Humanidad en 1996; el Campo de Concentración de Auschwitz, declarado también Patrimonio de la Humanidad en 1979 y visitado por millones de personas cada año; o el Museo del Levantamiento en Varsovia, donde en una de sus salas se proyecta una película producida en 2010 que sobrevuela la ciudad destruida en 1945<sup>7</sup>.

En España, los viajes a su pasado bélico se centran casi con exclusividad en los acontecimientos, lugares y paisajes vinculados de alguna manera con la Guerra Civil de 1936 a 1939. Interés que se inicia con la instauración de la democracia en 1977 pero, sobre todo, en relación con la aprobación de la Ley de la Memoria Histórica en 2007 y con sus antecedentes directos y efectivos que se inician en 2002. El nuevo marco jurídico, además de despejar el camino para el estudio de toda la documentación referida a los hechos y lugares vinculados con el tiempo de referencia, “al propiciar políticas públicas dirigidas al conocimiento de nuestra historia y al fomento de la memoria democrática”<sup>8</sup>, se acompaña de una actividad intelectual vigorosa a través de la aparición de revistas y números de revistas especializados en el tema, publicaciones, encuentros y seminarios científicos y exposiciones, que irrumpen en el panorama cultural español en las dos últimas décadas<sup>9</sup>.

El texto que sigue indaga en el significado cultural y paisajístico de la práctica viajera durante la guerra civil española, diferenciando contextos y realidades turísticas que convivieron en el país durante los años de la contienda. En esos años, en la España democrática, el Ministerio de Cultura y el Patronato Oficial de Turismo intentaron mantener, aun con dificultades, las actividades turísticas con los fines con que fueron diseñadas durante la República. En la España sublevada, el Servicio Nacional de

---

<sup>6</sup>La conmemoración del centenario de la Primera Guerra Mundial ha servido para realizar nuevos textos interpretativos y para dar a conocer los territorios en conflicto, convertidos en lugares de peregrinación (Calatayud *et al.*, 2014).

<sup>7</sup>La película se ha realizado a partir de 1.600 fotografías aéreas realizadas por los aviones soviéticos en la primavera de 1945. En ella se aprecia el nivel de destrucción de una ciudad en la que el 86% de su caserío quedó destruido y sobrevivieron algunas decenas de miles de personas de los 1.3 millones que vivían en 1939. (En línea) <[www.abc.es/cultura](http://www.abc.es/cultura)> (15-04-2013).

<sup>8</sup>LEY 52/2007/ de 26 de diciembre, “por la que se reconocen y amplían derechos y se establecen medidas a favor de quienes padecieron persecución o violencia durante la guerra civil y la dictadura...”. Esta Ley descansa en la Declaración de la Comisión constituyente del Congreso de los Diputados, como órgano de representación de la ciudadanía, del 20 de noviembre de 2002, y en la condena del franquismo del Informe de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, firmado en París el 17 de marzo de 2006. *BOE*, nº 310, 27 de diciembre de 2007.

<sup>9</sup>Al respecto, destacan la revista *Pasado y memoria. Revista de Historia Contemporánea* de la Universidad de Alicante, cuyo primer número aparece en 2002; artículos y números monográficos dedicados al tema de referencia, que aparecen en las revistas *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, editada desde 1990 por la Asociación Española de Historia Contemporánea y Marcial Pons Editores, y *Abaco. Revista de Cultura y Ciencias Sociales*. Además, varias exposiciones recientes han tratado el tema como las organizadas por el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía sobre *Capa: Cara a cara. Fotografías de Robert Capa sobre la Guerra Civil Española*, celebrada entre el 2 de febrero y el 5 de abril de 1999; *La maleta mexicana. El redescubrimiento de los negativos de la Guerra Civil Española de Capa, Chim y Taro*, celebrada en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, de julio a septiembre de 2012; *Revistas y Guerra 1936-1939*, expuesta al público en el MNCARS entre el 16 de enero al 30 de abril de 2007 o *Visite España. La Memoria rescatada*, organizada por la Biblioteca Nacional de España y el Museo Nacional del Romanticismo y celebrada entre el 20 de febrero y el 18 de mayo de 2014. También son muchas las iniciativas para promover la visita de escenarios bélicos singulares, como la ofrecida por el CENEAM para realizar itinerarios guiados a los “Paisajes de guerra” en la sierra del Guadarrama.

Turismo y los Servicios de Prensa y Propaganda diseñaron una política cultural y turística acorde con los principios de un régimen totalitario, por lo que prensa, propaganda y turismo se consideraron instrumentos eficaces para justificar la sublevación y más tarde la implantación del régimen franquista. Al final de la contienda es abolido el cuño de cierta modernidad que acompañaba a la orientación y práctica turística del Patronato republicano, y la ideología nacional-catolicista de la administración franquista impregna la cultura y el turismo que se pone en práctica de 1937 a 1939, prolongándose dicha orientación en lo fundamental durante las dos décadas siguientes<sup>10</sup>.

Para este artículo, además de consultar la amplia bibliografía sobre la historia, la cultura, el turismo y la comunicación y propaganda turística durante la guerra civil española, se han utilizado documentos, textos y referencias procedentes de distintos organismos públicos, entidades sociales y personalidades vinculadas con el turismo, la cultura y las artes del momento.

### **Cultura, turismo y paisajes de guerra en la España republicana**

En la historiografía sobre la guerra civil española, el estudio de la propaganda política despierta un gran interés por ser reveladora de la complejidad de aspectos sociopolíticos que entran en juego en estas situaciones críticas, como son los aspectos políticos, militares, técnicos, económicos, culturales y hasta los artísticos en sus diferentes manifestaciones y soportes<sup>11</sup>, puestos en acción con un mismo objetivo final: ganar la guerra. De entre la propaganda política en tiempos de guerra, es fácil entender que el turismo, como práctica que permite poner en contacto al visitante con los lugares que considera de interés y crear y difundir una imagen de estos lugares utilizando técnicas adecuadas de promoción y comunicación, se convierta en un instrumento político eficaz para mostrar y dar a conocer territorios y paisajes que están, o bien castigados y destruidos por el enemigo, o mejorados y cuidados tras su reconquista. El turismo político es así una forma de turismo, la más desarrollada, en situaciones bélicas y su estudio da claves sobre las bases técnicas de manipulación de la realidad y del diferente entendimiento cultural y paisajístico del territorio en guerra.

Junto al turismo público de guerra está también el turismo llevado a cabo por individuos que, por motivos personales o profesionales, buscan tener experiencias directas con el conflicto bélico. Las narraciones de muchos de estos “turistas de guerra”, realizadas durante la visita a las zonas en conflicto o después del mismo, constituyen una fuente valiosa de información, entre otras cuestiones, sobre los lugares y los paisajes afectados por la contienda, a las que se unen también las descripciones directas y las interpretaciones simbólicas de espacios torturados realizadas por escritores y artistas locales pertenecientes a orientaciones políticas enfrentadas.

---

<sup>10</sup>Juan F. Fusi Aizpúrua señala que el nuevo régimen franquista recibe tres influencias que le caracterizan: las ideas fascistas de la Falange, el pensamiento social-conservador de la iglesia católica y los principios de orden, unidad nacional y autoridad de los militares, principios que van a mantenerse dentro de una economía nacionalista hasta 1957-1961 (Fusi, 1999, p. 24).

<sup>11</sup>Antonio C. Moreno Cantano estudia la propaganda de guerra y recoge una amplia bibliografía sobre el tema (Moreno, 2008).

Turismo público y turismo privado se ensayaron con bastante éxito en la guerra civil española por los dos bandos y, en ambos casos, el turismo político fue eminentemente propagandístico, dirigido a los españoles pero, sobre todo, al ámbito internacional, con el propósito de influir opiniones y dirigir acciones, como fueron las invitaciones hechas tanto por la España republicana como la nacional a personas significativas a venir a España y visitar lugares singulares del conflicto bélico<sup>12</sup>. No en vano, Largo Caballero crea en noviembre de 1936 el Ministerio de Propaganda que, más tarde, con el gobierno republicano instalado en Valencia, se convierte en Subsecretaría de Propaganda, dependiente del Ministerio de Estado. A su vez, los gobiernos republicanos autónomos, vasco y catalán, asumen también tareas de propaganda en la que destaca el papel relevante del Comisariado de Propaganda dirigido por el periodista Jaume Miravittles. De igual forma, el nuevo gobierno del bando sublevado, constituido en otoño de 1936, crea el Departamento de Intercambio y Propaganda Exterior. Con estas decisiones, los dos bandos en guerra elevan a los servicios de propaganda, y con ellos también a los del turismo, a los mayores niveles de cada administración del Estado.

En la España republicana, el Patronato Nacional de Turismo intentó continuar desarrollando, a pesar de las dificultades, parecidas tareas a las que venía desempeñando desde 1933. Eran éstas las de dar a conocer los valores culturales, patrimoniales y paisajísticos del país, así como la de modernizar las estructuras empresariales del turismo, inspirándose en esquemas utilizados por administraciones turísticas de otros países europeos<sup>13</sup>. Y a pesar de que, según Nicolás Ortega, con el Patronato descendió parte de la “altura intelectual” que había acompañado a la política turística de la Comisaría Regia (1911-1928) en las actividades relacionadas con el fomento de la cultura patrimonial y paisajística, a favor de un “crecimiento de la utilidad pública”<sup>14</sup>, durante los años de la guerra civil destaca la “altura intelectual” del turismo que desarrolla el Patronato en relación con la orientación nacional-catolicista de los organismos de propaganda y turismo del gobierno franquista.

La cultura creada por autores nacionales y extranjeros en el territorio republicano, durante los tres años de guerra, tuvo como objetivo principal resaltar la imagen de un país democrático, la de la España atacada por el fascismo, que hay que defender y recuperar. En este sentido, visitar, describir o fotografiar los lugares y paisajes que son escenarios de guerra era una forma de dar a conocer por primera vez un territorio, pero sobre todo era la forma de reescribir la imagen que ya se tenía de muchos lugares y paisajes de España alterados por la contienda. Ciertos textos y fotografías, muy apreciados por su calidad literaria y capacidad evocadora de la realidad, permitieron contrastar la imagen de ciertos lugares que había sido elaborada y difundida antes de 1936, como la de los entornos del Guadarrama, del valle del Ebro, de Bilbao, de Barcelona o de Madrid, con la que se ofrecía de los mismos en situación de guerra, consiguiendo con ello provocar sentimientos de reprobación hacia el enemigo y, en consecuencia, sentimientos a favor de la República.

De entre las obras literarias y artísticas que muestran lugares y paisajes en guerra, aquí se han elegido tres. La primera se corresponde con la serie fotográfica sobre la guerra civil española que realizó Robert Capa en varios frentes de guerra en el territorio republicano desde el verano de 1936 al de 1937, momento en el que marchó a París

---

<sup>12</sup>Pizarroso, 1990 y 2001.

<sup>13</sup>Brandis y Río, en prensa.

<sup>14</sup>Ortega, 2014.

como fotógrafo de plantilla para el periódico del Frente Popular *Ce Soir*. La segunda es el libro del periodista e intelectual británico George Orwell titulado *Homage to Catalonia*, que escribió a finales de 1937 en Inglaterra tras haber participado en el frente de Aragón como miliciano voluntario del Partido Obrero de Unificación Marxista (POUM), y donde hace descripciones de la sierra de Alcubierre y de la ciudad de Barcelona antes y después de haber sido bombardeada. Por último, reseñamos, dentro de la trilogía autobiográfica de Arturo Barea, el volumen tercero, *La Llama*, donde narra la huella de la guerra en escenarios de la ciudad de Madrid y sus alrededores, habiendo sido los tres volúmenes escritos en español e inglés y editados en Inglaterra por primera vez entre 1940 y 1945.

Robert Capa, reportero fotográfico enviado por la revista *Regards*, hace tomas en varios frentes de guerra, aquellos donde se libra a su entender combates decisivos para la evolución de la guerra. Está presente en el frente de Aragón y en distintos lugares de Madrid y de su provincia, como el puerto de Navacerrada, los sitios de la Moncloa y la Ciudad Universitaria y los barrios de Vallecas y Carabanchel. Y también se traslada a Córdoba, Málaga, Almería, Peñarroya, Bilbao, Teruel, Barcelona y Figueras<sup>15</sup>. Sus fotografías se publicaron entre 1936 y 1938 en varias revistas extranjeras, como *Picture Post*, *Vu*, *Regards* y *Ce Soir*, y el propio Capa publicó un libro con sus fotografías y las de Garda Taro, su compañera, titulado *Death in the Making*, obteniendo de inmediato un gran éxito. El historiador y biógrafo de Capa, Richard Whelan, recoge el hecho de que en diciembre de 1938, la revista británica *PicturePost* le define como “el mejor fotógrafo de guerra del mundo”, y añade en 1999 que “más de cuarenta años después de su muerte, nadie ha superado la fuerza extraordinaria de sus reportajes de cinco conflictos bélicos”<sup>16</sup>. Las imágenes de los paisajes urbanos en guerra destacan en el conjunto de su obra y, de entre ellas, las que obtiene de Madrid (figura 1).



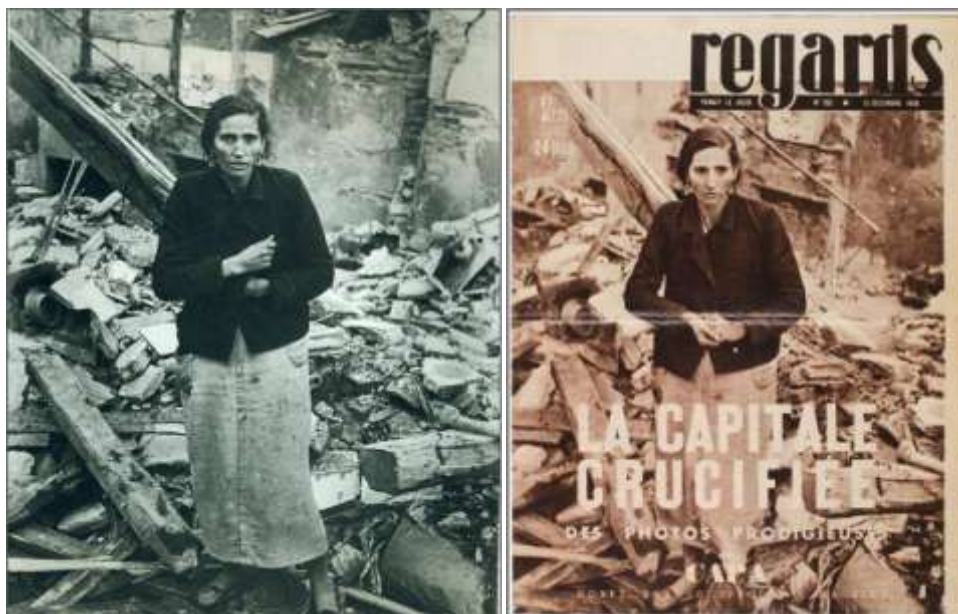
**Figura 1, Trincheras en el entorno del hospital Clínico de Madrid, Capa 1936**

Fuente, *Capa: cara a cara*, 1999

<sup>15</sup> Un relato detallado de la estancia de Capa la realiza Richard Whelan (Whelan, 1999).

<sup>16</sup>Whelan, 1999, p. 27.

Las escenas son tan reales como sobrecogedoras, muy lejos de los reportajes actuales de ciudades en ruinas sin vida o de las imágenes humanas impactantes de primer plano sin referencia geográfica. Las fotografías que Capa realizó sobre Madrid tuvieron gran éxito en París, de tal manera que la revista *Regards* dedicó varios números a difundirlas. Destaca la portada del número de diciembre de 1936 con el siguiente titular: “La capitale crucifiée. Des photos prodigieuses de Capa. Nuestro enviado especial en Madrid”<sup>17</sup> (figuras 2 y3)



**Figuras 2 y 3, Fotografía de guerra en el barrio de Vallecas (Madrid), utilizada en la portada del número de diciembre de 1936 de la revista *Regards***

Fuente, *Capa: cara a cara*, 1999

El libro de George Orwell, *Homage to Catalonia*, es considerado por Gabriel Jackson “una breve obra maestra” y “la historia personal más leída de un angloparlante que participó en la Guerra Civil Española”<sup>18</sup>. Orwell se muestra, entre otro tipo de consideraciones de carácter moral por lo que es universalmente reconocido, como un gran observador y descriptor de paisajes, que no sólo los contempla y describe sino que los vive y le acompañan emocionalmente en su papel de miliciano en el frente de Aragón y en la ciudad de Barcelona. Estuvo en España siete meses, de diciembre de 1936 a julio de 1937, de los cuales, la mayor parte del tiempo lo pasó en los campos y cerros en torno a la ciudad de Zaragoza. Entre narraciones minuciosas y, a veces, descarnadas sobre el discurrir de los días en el frente que se mueve de lugar, va describiendo relieves y vegetación, pueblos, caminos y formas de vida del campo de Aragón<sup>19</sup>. El primer arribo al llegar al frente de guerra fue la sierra de Alcubierre, que la describe así:

<sup>17</sup>Whelan, 1999, p. 35.

<sup>18</sup>Jackon, 2003.

<sup>19</sup>Los textos que siguen están tomados de Georges Orwell: *Homage to Catalonia*, 1938. (Orwell, 2003). Desde la primera edición en inglés, 1940-1945, el libro ha sido reiteradamente editado en inglés y alemán. La edición en castellano, de Ariel, apareció en 1970. A partir de 2000, las ediciones se han multiplicado: las de Virus de 2001 y 2008; las de Tusquets de 2003 y 2010; la de *El País* de 2003 y la de Debate de 2011.

“Cuando la carretera comenzó a internarse en la sierra, doblamos hacia la derecha y trepamos por un estrecho sendero de mulas que ascendía por la ladera de la montaña. En esa región de España las colinas tienen una formación curiosa, en forma de herradura, con cimas planas y laderas muy empinadas que descienden hacia inmensos barrancos. En los lugares más altos no crece nada, excepto brezos y arbustos achaparrados entre los que asoman los huesos blancos de la piedra caliza. Delante de la trinchera había alambradas, y luego la ladera descendía hacia un precipicio aparentemente sin fondo; más allá se levantaban colinas desnudas, en ciertos lugares meros peñascos abruptos, grises e invernales, sin vida alguna, ni siquiera un pájaro” (p.15).

Y también relata la vegetación que cubre la sierra, fundamental para la supervivencia en invierno:

“Nuestras búsquedas de leña nos transformaron en expertos botánicos. Clasificábamos, de acuerdo con sus posibilidades de combustión, las plantas que crecían en las laderas: las diversas clases de brezos y hierbas que servían para prender el fuego, pero ardían sólo unos pocos minutos; el romero silvestre y los pequeños arbustos de retama que ardían cuando el fuego estaba ya bien encendido; el roble enano, más pequeño que un arbusto de grosellas y prácticamente incombustible. Había un tipo de caña seca que resultaba muy útil para encender el fuego, pero sólo crecía en la colina situada a la izquierda de la posición y para conseguirla había que hacer frente a las balas” (p. 21).

La llegada de la primavera le recuerda el familiar paisaje inglés:

“No fue hasta mediados de abril que las noches se tornaron algo más cálidas. Allí arriba, en la meseta, los días de marzo se parecían en su mayoría a los de Inglaterra, con sus brillantes cielos azules y vientos continuos. En el lugar donde la línea del frente atravesaba huertos y jardines desiertos, la cebada de invierno ya tenía unos treinta centímetros de altura, capullos blancos se formaban en los cerezos y, buscando en las zanjas, se podían encontrar violetas y una especie de jacinto silvestre semejante a un ejemplar borde de campanilla azul, inmediatamente detrás de la línea corría un hermoso y burbujeante arroyito verde: era la primera agua transparente que había visto desde mi llegada” (p. 31).

De Barcelona, Orwell ofrece dos imágenes bien diferenciadas de la ciudad según su respuesta a los movimientos sociales revolucionarios que se desencadenan desde el inicio de la sublevación. Al llegar de Inglaterra, Orwell había visto una ciudad en pleno apogeo revolucionario:

“viniendo directamente de Inglaterra, el aspecto de Barcelona resultaba sorprendente e irresistible. Por primera vez en mi vida, me encontraba en una ciudad donde la clase trabajadora llevaba las riendas. Casi todos los edificios, cualquiera que fuera su tamaño, estaban en manos de los trabajadores y cubiertos con banderas rojas o con la bandera roja y negra de los anarquistas” (p. 5)

Unos meses después, la ciudad había cambiado y volvía a ser en apariencia una ciudad burguesa:

“Ahora las cosas estaban volviendo a sus cauces normales. Los mejores restaurantes y hoteles estaban llenos de gente rica que devoraba comida cara, (...). Mientras, los restaurantes y los hoteles no parecían tener ninguna dificultad en conseguir lo que quisieran; pero en los barrios obreros se hacían colas de cientos de metros para adquirir pan, aceite de oliva y otros artículos indispensables (...). Reaparecieron los espectáculos de cabaret y los prostíbulos de categoría, muchos de los cuales habían sido clausurados por las patrullas de trabajadores” (p. 58).



Como periodista y miliciano inglés, Orwell frecuentaba el paseo de las Ramblas, la plaza de Cataluña, los hoteles Colón, Falcón y Continental, el café Moka y el edificio del cine Poliorama, cuya cúpula le sirve de torre vigía durante los días de guerrilla urbana. Desde la altura describe el paisaje que se le ofrece de la gran ciudad:

“Desde las pequeñas ventanas del observatorio podía ver a varios kilómetros a la redonda edificios altos y esbeltos, cúpulas de cristal y fantásticos techos ondulados con brillantes tejas verdes y cobrizas; hacia el este, el centelleante mar azul pálido que veía por primera vez desde mi llegada a España. Y la enorme ciudad de un millón de personas había caído en una especie de violenta inercia, una pesadilla de ruido sin movimiento. Las calles soleadas continuaban desiertas. Lo único que ocurría era el raudal de balas que salían desde las barricadas y las ventanas protegidas con sacos de arena. No circulaba un solo vehículo y, a lo largo de las Ramblas, los tranvías permanecían inmóviles allí donde sus conductores los habían abandonado al oír el primer disparo” (p. 67).

Al comienzo del verano de 1937, Orwell estaba dando fin a su proyecto personal y moral que le impulsó a combatir en el bando republicano. Volvía a ser un periodista inglés que añoraba la imagen que se había formado de España y que la realidad de la guerra destruyó:

“Con mi certificado de licencia en el bolsillo me sentía de nuevo un ser humano, y también casi un turista. Por primera vez tuve plena conciencia de estar realmente en España, en el país que toda mi vida ansié conocer. En las tranquilas callejuelas apartadas de Lérida y Barbastro me pareció tener una visión fugaz, una especie de lejano rumor de la España que vive en la imaginación de todos. Sierras blancas, manadas de cabras, mazmorras de la Inquisición, palacios moriscos, hileras oscuras y ondulantes de mulas, verdes olivares, montes de limoneros, muchachas de mantillas negras, vinos de Málaga y Alicante, catedrales, cardenales, corridas de toros, gitanos, serenatas: en pocas palabras, España, el país de Europa que más había atraído mi imaginación” (p. 93).

El escritor Arturo Barea llevó a cabo una gran actividad cultural y propagandística en el Departamento de Prensa y Propaganda, dependiente del Comisariado General de Guerra, situado en el edificio Telefónica de Madrid. Desde su despacho narra con gran minuciosidad, casi día a día y hora tras hora, el discurrir de los dramáticos acontecimientos en la ciudad, y desde las ventanas y torreta del alto edificio describe la especial imagen de la Gran Vía en guerra, con los hoteles Gran Vía y Florida enfrente, sedes de famosos literatos, periodistas y reporteros extranjeros que con sus reportajes del momento y textos posteriores convirtieron este entorno urbano madrileño en símbolo de la resistencia republicana del país al levantamiento fascista<sup>20</sup>. Desde la torreta del edificio Telefónica y mirando en frente, Barea escribe lo que ve para unos supuestos observadores como él<sup>21</sup>:

“Desde la torreta, el frente parecía mucho más cercano que la calle al pie del edificio, (...), todo era paisaje y la guerra dentro de él se extendía delante de vuestros ojos como sobre el tablero de una mesa, como si pudierais alcanzarla y tocarla. Era desconcertante ver el frente tan cerca, dentro de la ciudad, mientras la ciudad permanecía intangible y sola bajo su caparazón de tejados y torres, gris, roja y blanca, cuarteada por el laberinto de grietas que eran sus calles” (p.236)

---

<sup>20</sup>John Dos Passos, Hans Kahle y Ernest Hemingway, que rodó en los frentes de batalla en torno a Madrid la película *The Spanish Earth*, son sólo tres de los muchos poetas, artistas y escritores, hombres y mujeres, que tuvieron en la Guerra Civil Española su inspiración. Para el caso menos conocido de las mujeres, véase Aránzazu Usandizaga (Usandizaga, 2000).

<sup>21</sup> Barea, 1977.

Tras los duros ataques a Madrid al comienzo de la guerra, y con el gobierno ya en Valencia, el 7 de octubre de 1936 Barea pasea por los barrios más afectados del oeste de la ciudad y describe la situación:

“Me marché Gran Vía abajo, hacia el barrio de Argüelles y el Paseo de Rosales, el barrio que había sido casi demolido por el bombardeo concentrado en los primeros días del sitio, cuando los tanques alemanes de los rebeldes se preparaban a trepar hasta la plaza de España. Toda la parte de Argüelles alrededor de la calle de Ferraz y del paseo de Rosales, que debía haber sido la brecha abierta en la muralla de defensa, estaba entonces evacuada y declarada zona de guerra, como parte del frente, que después se convierte en sitio” (p. 216).

Y más adelante, muestra al lector el panorama del entorno oeste madrileño, que acompañado por una reportera extranjera, ve desde el cerro de las Vistillas

“En lo alto de las Vistillas, al lado de un cañón emplazado hacia el frente, nos quedamos contemplando el panorama inmenso, desde el Viaducto, medio destruido a través de la calle de Segovia, hasta las márgenes del río y más allá, hasta los cerros de la Casa de Campo, donde estaba el enemigo. Me veía yo mismo, chiquitín, trotando lado a lado de mi madre, ella subiendo lentamente la cuesta, cargada de la fatiga de un día entero lavando en el río” (p. 290).

Por su puesto de trabajo como censor de crónicas de guerra para periódicos extranjeros, Barea se relaciona con muchos escritores y artistas, periodistas y reporteros, fotógrafos y cineastas afines a la República que, por necesidades de su trabajo, pueden considerarse como “visitantes de guerra”, diferentes a los propiamente “turistas de guerra” que llegan a Madrid por voluntad propia, aunque luego muchos de ellos a través de sus textos se conviertan en referentes de la Guerra Civil Española. Unas veces, a los periodistas extranjeros se les daba salvoconductos por parte de los “Servicios Especiales” para que visitaran algunos sectores del frente y, en otras ocasiones, el Comisariado de Guerra los acompañaba a los entornos de Madrid recién reconquistados. La afluencia de visitantes y turistas extranjeros aumentó con la toma de Guadalajara y coincidiendo con el Congreso Internacional de Escritores, celebrado en Valencia en 2007. A su llegada a Madrid y para satisfacer sus deseos, Barea organiza una excursión:

“ a través del barrio de obreros de Cuatro Caminos y Tetuán con sus casitas destrozadas, y el barrio de Argüelles, con sus ruinas vacías; una hojeada al frente desde algún sitio relativamente seguro; una visita al bombardeado palacio del duque de Alba; suben a un edificio alto y desde allí con el telémetro observan el emplazamiento de los cañones enemigos, las trincheras camufladas, los edificios blancos y rojos de la ciudad universitaria; las llamaradas y el humo de una batería disparando y el sitio donde caían sus granadas” (p. 295).

La experiencia de Barea como guía turístico de guerra se enmarca en la política propagandística de la República de los gobiernos central, catalán y vasco, que utilizaron la ayuda de la Comintern (la Internacional Comunista), para organizar viajes de personalidades extranjeras, preferentemente inglesas, con el fin de atraer a su causa la opinión internacional y darla a conocer a los gobiernos de sus países<sup>22</sup>. Siguiendo los trabajos del politólogo y sociólogo Hugo García, la primera delegación británica de parlamentarios laboristas llega a Madrid en septiembre de 1936 y le siguen otras delegaciones parlamentarias, de científicos, de escritores y artistas y de juristas durante los años siguientes. De la organización y cuestiones técnicas de las visitas se encargó la

---

<sup>22</sup> García, 2005 y 2006.

Oficina de Prensa Extranjera<sup>23</sup>, dependiente de la Dirección General de Seguridad y formada por representantes de los ministerios de Estado, Guerra y Propaganda<sup>24</sup>, con disponibilidad de abundantes recursos empleados para el hospedaje de los visitantes en hoteles de lujo y su transporte en avión o en lujosos coches. Así pasó con los asistentes extranjeros al II Congreso Internacional de Escritores para la Defensa de la Cultura, celebrado oportunamente a principios de julio de 1937 en Valencia.

Para el gobierno republicano, propaganda y turismo iban solidariamente unidos a cultura y su máximo interés era mostrar a los visitantes los principales museos, iglesias, monasterios, bibliotecas y archivos de la zona gubernamental, con lo que pretendían desmentir que “la revolución hubiera destruido la mayor parte del patrimonio español”<sup>25</sup>. La imagen que se pretende difundir de la España republicana, también de la España nacional, tuvo un gran apoyo en la obra comprometida de escritores y artistas a través de carteles, periódicos y revistas ilustradas que surgen en gran número durante la contienda<sup>26</sup>, “marcadas por su relación con los acontecimientos, las instituciones y las circunstancias que dominaban la vida cotidiana de las personas en el frente y en la retaguardia”<sup>27</sup>. En la España republicana, los centros de producción de publicaciones ilustradas estaban en Madrid, Valencia y, sobre todo, en Barcelona, donde la industria de la edición había alcanzado niveles altos de modernidad en contenido, técnicas y diseño. Era frecuente utilizar, por su fortaleza visual en el mensaje elegido, fotomontajes complejos realizados por fotógrafos y artistas de renombre, como el fotógrafo Pere Català-Pic y el ilustrador y director general de Bellas Artes Josep Renau, para la confección de carteles<sup>28</sup> e ilustrar portadas, contraportadas e interiores de las revistas de guerra inspirados en el desarrollo de la propaganda política soviética. Los editores de carteles y revistas eran fundamentalmente organizaciones políticas y culturales, sindicatos, ministerios y divisiones militares unidos con el mismo eslogan: ayudar a edificar una sociedad más libre y justa que se convirtiera en ejemplo de proyección internacional a través de la promoción de la cultura y la educación como armas contra el fascismo<sup>29</sup>. Entre los “carteles de guerra”, destaca el del Sindicato Único del Ramo de Alimentación con el lema “aumentando la producción aplastaremos el fascismo” o el editado por las Juntas Libertarias de Catalunya con la imagen del geógrafo Eliseo Reclús y su frase “la anarquía es la más alta expresión del orden” (figuras 4 y 5), o los dos que dibujan y pintan Gaya Nuño y Joan Miró para sensibilizar a la población española y extranjera (figuras 6 y 7). El historiador del arte Gaya Nuño dibuja en un cartel editado por el Patronato Nacional de Turismo una puerta románica

<sup>23</sup>Según Ignacio Martínez de Pisón, la documentación de la Oficina de Prensa Extranjera acabó perdiéndose y con ello una valiosísima información sobre esta cuestión (Martínez de Pisón, 2006).

<sup>24</sup>En noviembre de 1936 se crea el Ministerio de Propaganda, al que fue adscrito pocos días después el Patronato Nacional de Turismo. En 1937 el Patronato pasa a categoría de Subsecretaría de Propaganda, dependiente del Ministerio de Estado, integrando los servicios del Ministerio de Propaganda (Correyero, 2004 y Moreno, 2007).

<sup>25</sup>García, 2006, p. 30.

<sup>26</sup>Según Jordana Mendelson, en los tres años de guerra se editaron por los dos bandos entre 1.500 y 2.000 publicaciones periódicas, casi todas de nueva creación, aunque algunas existían antes del conflicto y siguieron editándose durante la guerra, como *ABC*, *Mundo Gráfico* o *La Vanguardia*.

<sup>27</sup>Mendelson, 2007, p. 22.

<sup>28</sup>Los carteles de guerra han sido estudiados y dados a conocer, una vez instaurada la democracia en España, por la fundación privada Centre d'Estudis d'Historia Contemporània a través de la exposición *Carteles de la República y de la Guerra Civil*, celebrada en 1978 en el Centro Cultural de la Villa de Madrid, de 23 de octubre al 17 de noviembre (*El País*, 24-09-1978), y en la publicación que dio lugar Jaume Miravittles, Josep Termes y Carles Fontserè: *Carteles de la República y de la Guerra Civil*

<sup>29</sup>Miravittles, Termes y Fontserè, 1978; Mendelsson, 2007.

en ruinas junto al texto, “el arte de España es un objetivo de la aviación fascista”, y el artista Joan Miró pinta un hombre con el puño en alto clamando: “aidez L’Espagne”



Figuras 4 y 5, Carteles de la propaganda republicana publicados por el Sindicato Único del Ramo de Alimentación y por las Juntas Libertarias de Catalunya  
Fuente, Miravittles, Termes y Fontserè, 1978



Figuras 6 y 7, Carteles realizados por el historiador del arte José Antonio Gaya Nuño y el pintor Joan Miró, editados por el Patronato Nacional de Turismo  
Fuente, Miravittles, Termes y Fontserè, 1978

Entre las revista de guerra con contenido literario y artístico, además del político y propagandístico, destacan *Nova Iberia*, dirigida por Pere Català-Pi y editada por el Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya en 1937 en inglés, francés, castellano y catalán, de gran formato y embajadora de la cultura catalana<sup>30</sup>, *Nueva*

<sup>30</sup>En la página web [www.magazinesandwar.com](http://www.magazinesandwar.com), pueden consultarse 30 números de las revistas de los fondos de la biblioteca del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y de la Rare Book Manuscript Library de la Universidad de Illinois, que fueron dados a conocer en la exposición *Revistas y guerra. La guerra civil española y la cultura impresa*, enero-abril 2007 (Museo Nacional Centro de Arte Reina

*Cultura. Información, Crítica y Orientación Intelectual*, revista antifascista editada en Valencia por la Alianza de Intelectuales para la Defensa de la Cultura entre 1935-1937 y dirigida por Josep Renau, que pasaría a Director de Propaganda Gráfica para el Comisariado General del Estado Mayor Central en 1938 (figuras 8 y 9), y *Visions de Guerre i de Reraguarda*, editada durante 1937 y 1938 por el Comissariat de Propaganda, con profusión de la fotografía como principal contenido de la revista, lo que permitió al Comissariat tener un gran fondo de fotografías de guerra que vendía dentro y fuera de Barcelona (figura 10).



Figuras 8 y 9, Portadas de las revistas republicanas *Nova Iberia*, nº 1, 1937 y *Nueva Cultura*, nº 4-5, 1937

Fuente, [www.magazinesandwar.com](http://www.magazinesandwar.com)



Figura 10, Portada de la revista republicana *Visions de Guerra i de Reraguarda*, nº 1, 1937

Fuente, [www.magazinesandwar.com](http://www.magazinesandwar.com)

Las revistas de guerra profusamente ilustradas alcanzaron gran éxito en la España republicana, también en la España nacional, y se convirtieron en representaciones

---

Sofía, 2007). Las referencias de las revistas de guerra que aquí se mencionan proceden de esta página web, consultada entre enero y mayo de 2014.

icónicas de la diferente cultura impresa que emanaba de los dos bandos enfrentados. Sin embargo, mientras que todas las revistas republicanas desaparecieron al final de la guerra, bastantes de las que nacen de la cultura propagandística franquista sobreviven varios años después. En el apartado siguiente se aborda las estrategias turísticas del gobierno nacional y se hacen algunas referencias a las revistas de guerra franquistas, que fueron también importantes instrumentos de propaganda y de difusión de la cultura defendida en este caso por los organismos del gobierno del bando sublevado.

### **Turismo, paisaje e identidad nacional en la España franquista**

Mientras que Barcelona fue el centro principal de producción de revistas ilustradas de la España republicana durante la Guerra Civil, San Sebastián lo fue para las publicaciones periódicas del bando insurgente. Las que se señalan como las más significativas por su calidad de diseño e importancia de los colaboradores, difusión y aceptación social son las editadas por Falange Española en sus centros productivos de San Sebastián y Barcelona. De entre ellas, destacan *Vértice. Revista Nacional de Falange Española Tradicionalista y de las JONS*; *Fotos. Semanario gráfico de reportajes*; y *La Ametralladora. Semanario de los Soldados*. De las tres, *Vértice*, dirigida a la clase media de la España nacional conquistada, se considera la revista más importante del bando insurgente. Permaneció de 1937 a 1946 con ediciones mensuales en castellano y resúmenes en francés, alemán, italiano e inglés y en ella participaron profesionales de relevancia como el que fue su director artístico, Antonio Lara (Tono) y, también, Víctor de la Serna, Manuel Albar y José María Alfaro que fueron sus directores generales. *Fotos*, con Manuel Fernández Cuesta como primer director, se editó entre 1937 y 1963 y fue una revista muy popular, donde se difunde con éxito tanto las campañas militares triunfantes de Franco como la nueva doctrina que define su política (figuras 11 y 12).



**Figuras 11 y 12, Portadas de las revistas ilustradas falangistas *Vértice*, nº1, 1937 y *Fotos*, nº 109, 1939**

Fuente, [www.magazinesandwar.com](http://www.magazinesandwar.com)

Por último, el semanario *La Ametralladora* era el periódico más leído por los soldados en los frentes de guerra nacionales, de ahí que su publicación se limitara a los años de la contienda, 1937-1939, y sus contenidos tuvieran una orientación poco agresiva, optimista y humorística de la realidad, conseguidos por el buen hacer de su director Miguel Mihura, y de muchos de sus escritores y dibujantes como Edgar Neville, Álvaro de la Iglesia o Antonio Lara (Tono) (figura 13).

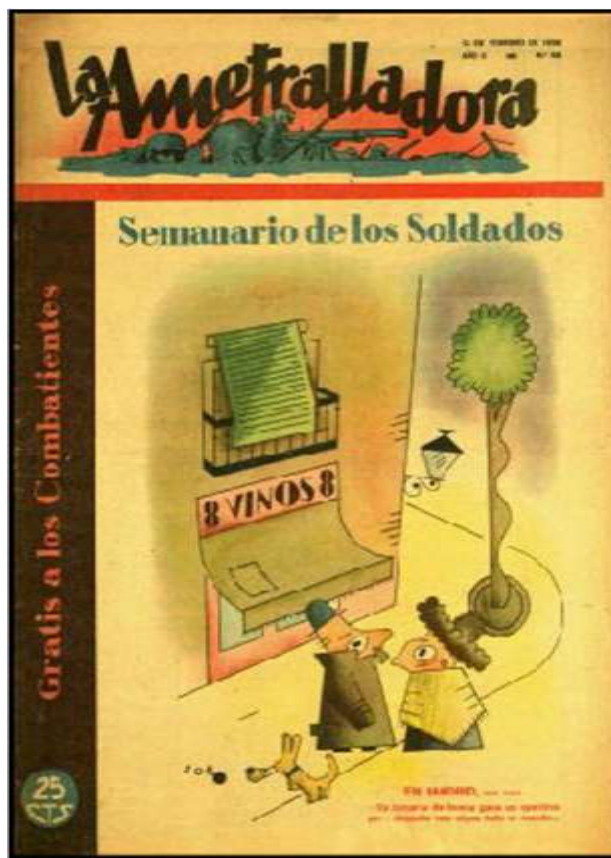


Figura 13, Portada de la revista *La Ametralladora*, 55, 1938 con dibujo de Tono  
Fuente, [www.magazinesandwar.com](http://www.magazinesandwar.com)

Estas tres revistas, entre otras muchas, junto con los periódicos de corte conservador, publicados antes, durante y después de la guerra, constituyen documentos valiosos para conocer la dimensión y el significado del aparato cultural del franquismo, que se diseña con instrumentos unificadores como el Plan Editorial de la Jefatura Nacional de Prensa y Propaganda. Sabedor el bando sublevado del poder estratégico que tiene el control de la prensa, de los medios de propaganda y de la cultura, antes de haber pasado un mes del levantamiento, el 5 de agosto de 1936, crea el Gabinete de Prensa de la Junta de Defensa Nacional<sup>31</sup> y veinte días después, el 25 de agosto, pasa a denominarse Oficina de Prensa y Propaganda, funciones que asume el 1 de octubre la Comisión de Cultura y Enseñanza de la Junta Técnica del Estado. Por lo tanto, nada más institucionalizarse la

<sup>31</sup>Para seguir el entramado institucional del gobierno franquista en torno a la prensa, propaganda y cultura se han consultado, Sevillano Calero, F. (1998): *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo*, Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante; Sevillano Calero, F. (2002): "Propaganda y dirigismo cultural en los inicios del Nuevo Estado", *Pasado y Memoria*, nº 1, pp. 81-110, y Pizarroso Quintero, A. (2005): "La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda", *El Argonauta Español*, nº 2. (En línea) <[www.argonauta.revues.org](http://www.argonauta.revues.org)>. (5 de enero de 2014).

dictadura, el 29 de septiembre de 1936, prensa, propaganda y cultura pasan a depender directamente del Estado bajo un único organismo, dado que desde el principio el nuevo gobierno contempla la conexión entre los tres campos. En enero de 1937, Prensa y Propaganda son asumidas por una de las Delegaciones del Estado y, tras la constitución del primer gobierno nacional de Franco, en enero de 1938, pasan ambas a ser consideradas como dos Delegaciones Nacionales dependientes del Ministerio del Interior: Delegación Nacional de Prensa y Delegación Nacional de Propaganda. Como director general de Propaganda se propuso al falangista Dionisio Ridruejo, que ya había participado junto con otros jóvenes compañeros en la creación de la revista *Vértice*, pieza testimonial de las iniciativas de propaganda del gobierno recién constituido; además, como ocurriera con Jaume Miravittles, jefe del Comisariado de Propaganda de la Generalitat de Catalunya y director de *Nova Iberia*, también Dionisio Ridruejo fue “ferviente defensor de la revistas literarias y artísticas” publicadas durante la guerra<sup>32</sup>.

Dada la relevancia de Dionisio Ridruejo y otros jóvenes intelectuales que le acompañaban, como Antonio Tovar, Rafael García Serrano, Gonzalo Torrente Ballester, Luis Rosales, Pedro Laín Entralgo y Luis Felipe Vivanco, la producción cultural y propagandística de la Falange, con su pensamiento anticapitalista y de confusa reforma social<sup>33</sup> y su revolucionario estilo y arte estético, adquirió una cierta significación en los dos últimos años de la contienda. El propio Dionisio Ridruejo, en el editorial, “A nuestros lectores”, del nº 1 de la revista *Vértice*, en relación a los escritores e intelectuales que le acompañan en la empresa editorial, señala: “con nosotros se presenta lo más florido de la intelectualidad española (...). Así, los incrédulos verán dentro de nuestro territorio, y los malintencionados en el extranjero, como del lado de acá, en la España Azul, todavía existen valores capaces de realizar trascendentales misiones culturales”<sup>34</sup>. La cultura y la propaganda de componente falangista y fascista, que cristalizó en el nacionalcatolicismo, fue elegida como la cultura oficial del nuevo Estado en formación y como tal se controló férreamente su elaboración y difusión, ya que el nuevo gobierno la consideró como “un instrumento del Estado y órgano decisivo en la formación de la cultura popular y de la conciencia colectiva”<sup>35</sup>. Para controlar de manera eficaz el proceso de creación y difusión de la cultura y la propaganda, el 22 de abril de 1938 el nuevo gobierno aprueba la Ley de Prensa, inspirada en la legislación fascista italiana.

Junto a la cultura y la propaganda, el franquismo cuidó con esmero el turismo, pues, como ya apuntara en 1995 Hervé Poutet en su libro *Images touristiques de l'Espagne*, “propagande politique” y “promotion touristique” van irremediabilmente unidas durante la primera mitad del siglo XX en España. Según Poutet, para el régimen franquista, preocupado por promover el patrimonio histórico y artístico de España con el fin de dotarse de una imagen cultural que justifique su existencia, “el turismo era un campo muy favorable para popularizar representaciones escogidas de la Historia y de la tradición para despertar la imaginación a través de los lugares, ritos y monumentos que simbolizan los valores que quiere difundir, tanto dentro como fuera de España, y en esta transmisión ideológica, el turismo es un instrumento nada despreciable”<sup>36</sup>. De ahí que la Ley de 30 de enero de 1938, por la que se sustituyen los órganos principales de la

<sup>32</sup>Mendelsson, 207, p. 163.

<sup>33</sup>Julia, 2002; Barciela, 2009.

<sup>34</sup>*Vértice*, nº 1, abril 1937, p.10. (En línea) <<http://www.magazinesandwar.com>> (20 de marzo de 2014)

<sup>35</sup>Sevillano Calero, 2002, p.38.

<sup>36</sup>Poutet, 1995, p. 40, traducido.



Administración Central del Estado, creados por Ley el 1 de octubre de 1936, estructure la Administración Central en Departamentos Ministeriales y crea los Servicios de Prensa, Propaganda y Turismo dentro del Ministerio del Interior<sup>37</sup>. De esta manera, queda constituido a principios de 1938 el Servicio Nacional del Turismo, que permanece como tal hasta agosto de 1939 en el que pasa a denominarse Dirección General de Turismo. Al Servicio Nacional de Turismo le corresponde: divulgar en todos sus aspectos el conocimiento de España, organizando de forma adecuada la propaganda de sus bellezas naturales, históricas y artísticas; facilitar al viajero información y guía; contribuir a la mejora de alojamientos, transportes y similares y ejercer cerca de los mismos funciones de inspección con el alcance y sanciones que se determinen; facilitar el turismo nacional y extranjero, tanto por medio de las organizaciones comerciales que a este efecto se establezcan dentro y fuera de España, como mediante la dirección y explotación de medios de transporte exclusivamente destinados al conocimiento turístico de España; fomentar los deportes, para dotar a los principales centros de atracción turística de los medios convenientes de esparcimiento y ejercicio; y en general, promover o fomentar cuantas iniciativas tiendan al desarrollo del turismo<sup>38</sup>.

Al frente del Servicio Nacional de Turismo se nombró a Luis Antonio Bolín Bidwell, que llevó a cabo una importante y singular gestión turística en guerra, acorde con los dictámenes del aparato de propaganda franquista. La figura de Bolín reunía las cualidades que se necesitaban para un cargo tan complejo. Por un lado, tenía experiencia en el campo de la información y la propaganda, herramientas importantes para orientar la promoción turística hacia los intereses del nuevo régimen, pues había sido Agregado de Prensa de la Embajada de España en Londres en los años anteriores a la guerra civil y, desde 1936, estuvo a cargo del Servicio de Prensa Internacional en el Cuartel General de Franco. Por otro lado, tenía contactos con grupos políticos afines ingleses, con los que se podría mantener y reforzar la actividad turística y con ello conseguir apoyo para legitimar el hecho de la sublevación y el nuevo gobierno en el exterior. Con su experiencia política y técnica, Bolín diseñó inmediatamente un plan integral de turismo nacional en los territorios conquistados. Comenzó recabando información a las Oficinas del Servicio Nacional de Turismo, que habían quedado en zona nacional, sobre personal empleado, naturaleza de los gastos y sobre la relación del material de propaganda turística que conservaban; sobre la situación de las carreteras y de las empresas de autobuses y sus trayectos; y del número y calidad de establecimientos de hospedaje disponibles<sup>39</sup>. Bolín reúne toda esta información como base para centralizar también la gestión turística, que alcanza su máxima expresión en el diseño de las Rutas Nacionales de Guerra, proyecto considerado por los especialistas como quizás el único ejemplo en la historia en que un gobierno organiza rutas turísticas comerciales guiadas a una zona en guerra activa<sup>40</sup>.

En la primavera de 1937 la prensa de la Falange difunde el mapa de la situación de la “España Azul” en ese momento (figura 14). En septiembre del mismo año, a este “espacio azul” se añaden los territorios conquistados del norte: Bilbao, Santander y

<sup>37</sup>El nuevo Ministerio del Interior comprendía los Servicios de Política Interior, Administración Local, Prensa, Propaganda, Turismo, Regiones Devastadas y Reparaciones, Beneficencia y Sanidad. A su cargo se nombra a Ramón Serrano Súñez, hombre de confianza del jefe del estado. (En línea) <[http://es.wikipedia.org/wiki/Primer\\_Gobierno\\_de\\_Francisco\\_Franco](http://es.wikipedia.org/wiki/Primer_Gobierno_de_Francisco_Franco)>, (10 de enero de 2014)

<sup>38</sup>Artículo 1º del Proyecto de Reglamento y Organización del Servicio Nacional de Turismo (9/05/1939), AGA, Sección Cultura, Caja 12.094. (Correyero, 2004, p. 58).

<sup>39</sup>Correyero, 2004.

<sup>40</sup>Moreno, 2007; Correyero y Cal, 2008; Pack, 2009.

Asturias, y sobre este conjunto “azul” se diseñan los itinerarios de las Rutas de Guerra unos meses más tarde. En junio de 1938, el ministro del Interior, Ramón Serrano Súñer, hace la presentación oficial de las Rutas de Guerra ante los representantes de la prensa extranjera y nacional, resaltando la capacidad creadora de la nueva España. En su exposición destaca el momento oportuno de su puesta en funcionamiento y los objetivos que mueven a llevarlas a cabo con estas palabras: “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 (...), e invita a todos los ciudadanos de los países civilizados a recorrer la del norte (...) para comprobar personalmente la tranquilidad y el orden que reinan en regiones recién conquistadas 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 Historia”<sup>41</sup>.



**Figura 14. Mapa de la “España Azul”. Territorio conquistado por el bando sublevado a principios de 1937**

Fuente, Revista *Vértice*, nº 1, abril 1937, <http://www.magazinesandwar.com>

El proyecto turístico, *Rutas de Guerra*, diseñaba cuatro itinerarios de diferente longitud y duración, de los cuales, el llamado “del Norte” fue el primero que se articuló y el único que, según informaciones consultadas, se puso en práctica durante el último año de la Guerra Civil. Los otros tres, de apertura sucesiva, dibujaban circuitos más o menos cerrados en Aragón, entornos de Madrid y centro de Andalucía. Los cuatro recorridos se apoyaban en destinos turísticos consolidados, utilizaban la infraestructura de acogida previa y se comercializan a través de folletos de propaganda y de cartografía específica, editados por el Servicio Nacional de Turismo. De entre ellos, destaca el mapa a doble cara y en blanco y negro de las *Rutas Turísticas*, elaborado con ocasión de la presentación de la del Norte<sup>42</sup>. Se trata de un documento de propaganda del turismo en guerra excepcional, donde la información escrita, gráfica y cartográfica, y hasta su

<sup>41</sup>El texto de Ramón Serrano Súñer en la presentación de las Rutas de Guerra en Burgos aparece en el diario tradicionalista *La Voz de España*, el 8 de junio de 1938. (En línea) <[www.forofundacionserranosuñer.es](http://www.forofundacionserranosuñer.es)> (12 de enero de 2014).

<sup>42</sup>Uno de los ejemplares del Mapa de las Rutas Turísticas del Servicio Nacional de Turismo, el aquí consultado y reproducido, se conserva en la Biblioteca Nacional, fondos Recoletos, Sala Goya, con referencia: MV/5 ESPAÑA. Rutas Turísticas /1938. Se señala en el mapa que es ejemplar gratuito y de venta prohibida.

diseño, donde se elige el orden geométrico en la distribución y tamaño de elementos, se complementan para reforzar el mensaje que se quiere difundir.

La *cara A* presenta los fundamentos del proyecto y sus directos responsables con el título *Paisajes y huellas de la guerra en España* (figura 15). Destaca la imagen de Franco y las de los seis generales encargados de los asedios en las zonas por las que discurre la ruta: García Vadillo, Yagüe, Dávila, Mola, Aranda y Solchaga. También aparece el texto donde se justifica el proyecto global, se detalla el recorrido de la Ruta del Norte y se describen los valores por los que se han seleccionado los lugares a visitar. Enmarcando la hoja, se incorporan fotografías representativas de los territorios recién conquistados en la batalla del Norte. El lenguaje empleado en la justificación del turismo en guerra es grandilocuente en la forma y el contenido. Es revelador el tono de los primeros párrafos: “Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa, donde la mera curiosidad del turista se eleva y muda en el homenaje que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos”, o en la referencia que se hace de algunos de estos lugares bélicos de peregrinación: “Así en las Termópolis, en Rocroy o en Waterloo. Así en las cotas, las trincheras, los paisajes del Somme o de Verdun que Francia conserva y todavía exhibe con legítimo orgullo”, o al ensalzar como hecho excepcional el proyecto turístico franquista: “La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que no han sido marco, sino elemento esencial en los combates cuyo eco ha recorrido al mundo”.



**Figura 15, Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra, 1938 (cara A),  
Servicio Nacional de Turismo, 1938**

Fuente, Biblioteca Nacional, Fondos Recoletos, Sala Goya, MV/5 ESPAÑA. Rutas Turísticas/1938

Por otro lado, abundan en el texto los más “amables” estereotipos regionalistas al subrayar las cualidades que acompañan a cada una de las provincias o lugares que recorre la ruta Norte.

“Guipúzcoa es la tierra sonriente donde la civilización ha extremado sus recursos y sus conquistas; Vizcaya destaca especialmente por sus riquezas mineras e industriales; Santander es la Naturaleza óptima. Su clima suave colabora al auge de la riqueza ganadera y tiende sobre sus montañas un dulce tapiz de césped siempre recién nacido; Asturias (la Suiza española) tiene, como Vizcaya minas broncas, y prados amenos, como Santander. En su paisaje bravío es imposible ahora no evocar las escenas de epopeya en que la guerra ha dado ocasión al heroísmo de sublimarse”.

El mismo tono se emplea al inducir al turista a utilizar la Ruta Norte a través de las bellezas que va a encontrar:

“El itinerario de la Ruta de Guerra del Norte tiene su más saliente personalidad en su belleza, variada en matices pero constante en su estructura, de su paisaje maravilloso. La carretera zigzaguea sin cesar entre hallazgos sorprendentes. Ya bordea el mar la larga cornisa admirable, ya se interna sobre montes abruptos, ya a puertos empinados, ya cruza valles hondos a través de mil pueblos que son otras tantas notas pintorescas”.

Destaca también, en el texto del mapa, el ensalzamiento que se hace de las cuatro capitales de provincia. Se refiere a Bilbao como la ciudad “que se ha llamado más rica del mundo”; a Santander la considera como “la plaza elegante donde los deportes, especialmente el golf y la pesca de salmón, así como la caza del rebeco, tienen un marco sin par; San Sebastián es “la playa cosmopolita y refinada” y Oviedo “que hoy es, antes que todo y después que todo, la ciudad invicta y heroica, con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España”. En el texto propagandístico se invita a visitar también “playas llenas de atractivos” y lugares turísticos como Altamira, Covadonga y Santillana del Mar”. Por último, las diez fotografías que completan la información del mapa, intentan mostrar “la vida serena” del norte de España, una vez conquistado, con escenas de tropas vencedoras caminando por los valles de los Picos de Europa, combatientes descansando o población asistiendo a una corrida de toros. También se aprovecha la ocasión para mostrar imágenes que intentan denunciar la capacidad destructiva del ejército republicano, como un puente derribado o las ruinas de la ciudad de Amorabieta, atribuido al fuego provocado por los rojos y no al bombardeo fascista al que fue sometida.

La información de la *cara B* del mapa de las Rutas de Guerra es sobre todo gráfica y cartográfica (figura 16), aunque son muy significativos también los “anuncios” y “llamadas” que se hacen a los turistas. Así en la parte superior se puede leer: “España Nacional os invita a visitar la Ruta de la Guerra en el Norte: San Sebastián, Bilbao, Santander, Gijón, Oviedo, el cinturón de hierro y las huellas, aún ardientes, de una epopeya inverosímil (...), compruebe usted por sí mismo la situación y circunstancias en la España Nacional (...), pida Informes en cualquier Agencia de Viajes”. El mapa principal corresponde al territorio del norte español por donde discurre la Ruta 1, de algo más de 1.000 km, que dura nueve días completos<sup>43</sup>. Este mapa principal se acompaña de otro que representa la península con la localización de las cuatro Rutas que conforman el proyecto turístico en guerra. Junto a la del Norte, se anuncian la Ruta 2, que recorre Pamplona, Huesca, Zaragoza, Belchite y Teruel; la Ruta 3, que visita Segovia, Ávila, El Escorial, Brunete y Toledo y la Ruta 4, que recorre Córdoba, Sevilla, Jerez, Cádiz, Algeciras, Málaga y Granada (figura 17). Completan la información 50

<sup>43</sup>El Archivo General de la Administración custodia documentación original sobre “Las Rutas de Guerra de España”. Se ha encontrado información de una Ruta de Guerra extraordinaria por el Norte, que desde San Sebastián llega hasta Lugo y Santiago de Compostela. Se detallan de manera minuciosa los lugares al paso y se indican los hoteles de hospedaje. AGA: *Rutas de Guerra de España*, Caja 12.025.

fotografías de diferente tamaño y variada temática, pertenecientes al Marqués de Santa María del Villar, a Marín, Noain, Delespro y al propio Servicio Nacional de Turismo. Abundan las imágenes del paisaje natural y de la arquitectura popular y artística más emblemática de la zona. También se incluyen imágenes de un arrogante gobierno militar, creedor en la futura victoria, y de ruinas provocadas por el ejército republicano como las del cuartel de Simancas en Gijón o el falso incendio de la ciudad de Guernica.

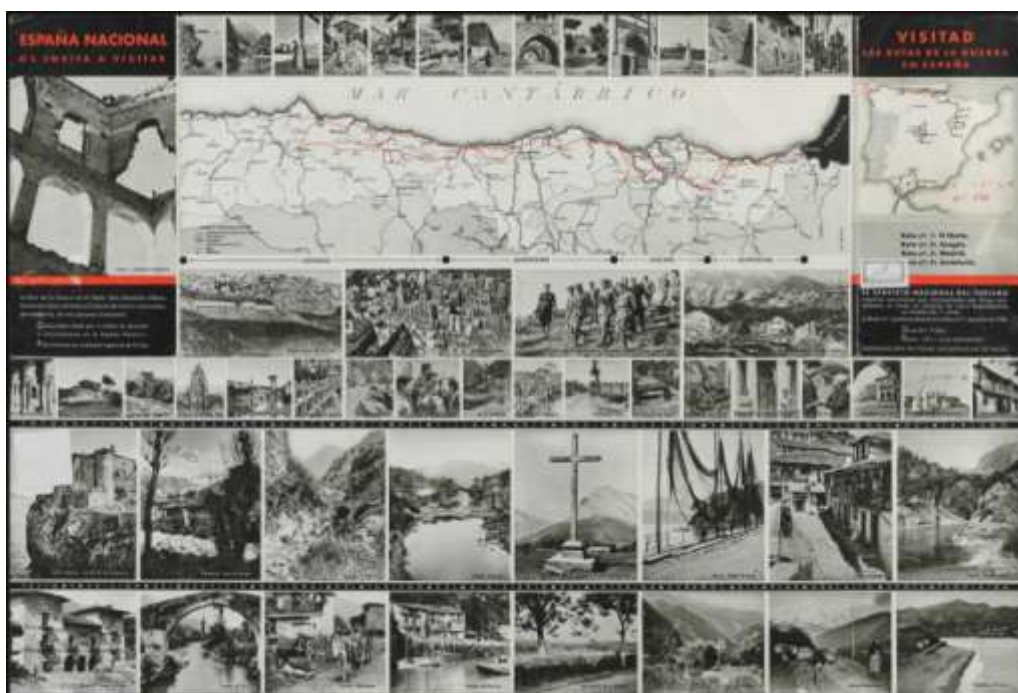


Figura 16, *Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra, 1938 (cara B)*, Servicio Nacional de Turismo, 1938

Fuente, Biblioteca Nacional, Fondos Recoletos, Sala Goya, MV/5 ESPAÑA. Rutas Turísticas/1938



Figura 17, *Detalle del Mapa de las Rutas Turísticas de Guerra, 1938 (cara B)*, con el recorrido de las cuatro rutas turísticas proyectadas por el Servicio Nacional de Turismo

Fuente, Biblioteca Nacional, Fondos Recoletos, Sala Goya, MV/5 ESPAÑA. Rutas Turísticas/1938

Las Rutas de Guerra se conciben por parte del gobierno franquista como un instrumento eficaz para conseguir varios objetivos que le interesaba ir alcanzado ante un previsible fin victorioso de la guerra. Uno de los objetivos era recuperar el turismo exterior, más el convencional o institucional, que el propiamente de guerra, y para estos turistas el Servicio Nacional de Turismo diseña una propaganda turística poco agresiva, evocando los destinos turísticos españoles consolidados y los paisajes naturales y culturales fácilmente reconocibles desde el exterior. Las imágenes responden a este criterio selectivo y son escasas las que muestran zonas destruidas. En definitiva, se quiere mostrar un territorio, el conquistado, en “calma”. Otro objetivo era conseguir rápidamente la legitimación de la sublevación y del gobierno nacional resultante por la mayor parte de países extranjeros y no solo la de sus aliados, Alemania e Italia, y el turismo exterior podría facilitarlos. Un tercer objetivo, sería el económico, considerando al turismo como un sector que aportaría rentas al país. Sin embargo, lo económico se vería como una consecución a medio y largo plazo, dada la difícil situación del posible turismo de interior, mientras que los otros dos objetivos, que van unidos, se consideran estratégicamente fundamentales, cuestión que en palabras de Fernández Fuster se resume así: “Las Rutas de Guerra formaban parte de las campañas de propaganda del Régimen hacia el exterior y, como tales, con ellas se pretendía intensificar las relaciones culturales con los países amigos, llevar a cabo misiones culturales-propagandísticas hacia los países hostiles o invitar a escritores e intelectuales de prestigio a visitar la zona franquista”<sup>44</sup>.

En definitiva, las Rutas de Guerra se diseñan, sobre todo, para el turismo exterior. Así, muchas de las informaciones se dirigen a los turistas extranjeros. Por ejemplo, se señala que el precio de la Ruta del Norte, que dura nueve días e incluye todos los gastos, es de ocho libras esterlinas o su equivalente al cambio del día en liras, marcos, francos, dólares, florines o francos suizos; de igual forma, se indica que los autobuses del Servicio recogerán a los turistas que entren a España en Irún y volverán a dejarlos, concluido el viaje, en la misma frontera. Especial atención reciben los turistas, periodistas y personalidades del “hermano” Portugal, que fueron invitados a participar en la Ruta de Guerra del Norte. Los portugueses entrarían a España por Tuy y coincidirían, tras pasar Santiago de Compostela y Lugo, con el tramo occidental de la Ruta de Guerra del Norte, Oviedo, y Santander. La primera y principal expedición de portugueses se formó en julio de 1938 con 22 personas del mundo de la política, de la empresa y de las comunicaciones, con grandes alabanzas hacia Galicia, que en 1938 es un paraíso, hacia el bastión del movimiento nacional que es Oviedo y hacia los paisajes sorprendentes de Santander<sup>45</sup>.

De la aceptación y resultados de las Rutas de Guerra no se encuentran demasiados datos, pero de éstos se desprende que su valoración en el exterior no fue desdeñable. La escasa información procede de las memorias del propio Bolín y de anotaciones varias encontradas en el Archivo General de la Administración, referidas a hechos situados ya en 1939. Por ejemplo, la petición de yates de recreo para poder atracar en los puertos de Barcelona, Bilbao, Mallorca, Sevilla, Valencia, Vigo, Las Palmas y San Sebastián; los 400 alemanes que quieren visitar Santillana del Mar y Burgos; las seis agencias francesas que en 1939 desean vender billetes para la Ruta Norte de Guerra o que hay periódicos franceses donde se publicitan las Rutas de Guerra<sup>46</sup>. El material promocional

---

<sup>44</sup>Correyero, 2004, p. 61.

<sup>45</sup>Correyero, 2001.

<sup>46</sup>Archivo General de la Administración, Caja: 12.041.

de las Rutas serán los folletos informativos y los carteles para ser exhibidos en las agencias. Para la ruta del Norte se realizaron versiones en seis idiomas: español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués<sup>47</sup>.

El proyecto turístico nacional, diseñado por la administración franquista en plena Guerra Civil, y cuyo producto más terminado fueron las Rutas Nacionales de Guerra, no termina con el fin de la contienda, sino que continúa en la década siguiente con idéntica estructura organizativa y los mismos objetivos a conseguir. A pesar de que el organismo encargado del turismo en guerra, el Servicio Nacional de Turismo, pase a denominarse Dirección General de Turismo y las Rutas Nacionales de Guerra pasen a llamarse a partir de 1939 Rutas Nacionales de España, la continuidad del proyecto se mantiene gracias a la permanencia como responsable de la nueva Dirección General de Luis Antonio Bolín que, junto con el resto del aparato franquista, va a considerar al turismo como un instrumento eficaz de política exterior, de legitimación del nuevo gobierno y de afianzamiento del sentimiento nacional.

### **Algunas consideraciones finales**

El texto aborda una cuestión de creciente interés relacionada con el estudio y la visita de los lugares que son escenarios o lo han sido de contiendas bélicas, que por su significado esencialmente emocional, son repetidamente aludidos, en el caso de guerras actuales, o perviven en el imaginario colectivo durante largo tiempo, reforzado este recuerdo con los actos que conmemoran su acontecimiento. En estos aniversarios, los lugares de guerra se evocan, analizan y se visitan. El actual aniversario de los 100 años del inicio de la Primera Guerra Mundial, que es motivo para llevar a cabo renovados análisis historiográficos, debates, encuentros, exposiciones y para diseñar y promocionar itinerarios para visitar los escenarios de guerra, es un buen ejemplo del interés que desde distintas perspectivas despiertan los acontecimientos bélicos<sup>48</sup>. De entre ellos, destaca la orientación turística, que ha definido a esta modalidad como “turismo de guerra” o “turismo político” por su inherente connotación ideológica y propagandística, o “turismo negro”, enunciado así por las sensaciones dolorosas e impactantes que puede generar la visión o la evocación de los hechos y lugares en guerra.

En este sentido, resulta interesante estudiar tanto la práctica del turismo de guerra que se vincula con los lugares donde acontecen en el presente acciones bélicas como el

---

<sup>47</sup>Concejal, 2014.

<sup>48</sup>Desde la triple perspectiva de este texto, cultural, turística y paisajística, se señala, entre los más de 2000 proyectos con el Sello del Centenario de la Primer Guerra Mundial, la exposición del fotógrafo Michael St. Maur Sheil titulada “Fields of Battle-Terres de Paix 14-18”, que retrata desde la actualidad los paisajes escenarios de la guerra (En línea) <[www.fieldsofbattle1418.org](http://www.fieldsofbattle1418.org)> (25 de junio de 2014); o la propuesta de rutas y guías turísticas como “La Guide des sites de la Première Guerre Mondiale de la Somme” o “Remembrance tourism in the Vosges”. (En línea) <<http://centenaire.org/en/en-france>> (25 de junio de, 2014).

turismo que tiene lugar en tiempo de paz y que se relaciona con los sitios y escenarios de guerras pasadas. Esta segunda modalidad turística se apoya en las huellas físicas que la contienda ha dejado en el paisaje actual y/o en su evocación realizada por la historia, la literatura o el arte que consiguen convertirlos en lugares de guerra simbólicos y, en consecuencia, dignos de ser visitados. Junto a los estudios que analizan estas dos modalidades actuales de turismo de guerra, están los trabajos históricos sobre la práctica turística, o la actividad viajera considerada en sentido amplio, realizada en zonas de conflictos bélicos del pasado reciente, como por ejemplo en las de las dos guerras mundiales del siglo XX. La bibliografía informa que a los escenarios de estas dos guerras van viajeros individuales, atraídos por el acontecimiento, expediciones turísticas, organizadas con fines propagandísticos, y artistas, periodistas y reporteros de guerra, cuyas obras, crónicas y textos hablan, entre otras consideraciones, de los paisajes alterados y destruidos por la guerra. Es en esta última perspectiva donde se inserta el presente trabajo, que analiza las formas viajeras y las estrategias turísticas, llevadas a cabo en los territorios gobernados por los dos bandos combatientes en la Guerra Civil española, y el contexto sociocultural que las acompaña.

El trabajo ha ido revelando algunas cuestiones que ayudan a entender como el hecho excepcional de la Guerra Civil consiguió crear un turismo y una cultura de guerra de gran significado y eficacia a los intereses de los dos bandos combatientes. Llama la atención, en primer lugar, la rapidez con la que pasa a considerarse al turismo como arma propagandística y como instrumento eficaz puesto al servicio de cada uno de los dos gobiernos, y lo mismo ocurre con el gran ámbito de la cultura y las artes. Así, el gobierno democrático crea en noviembre de 1936 el Ministerio de Propaganda y el nuevo gobierno del bando sublevado, en otoño del mismo año, crea el Departamento de Intercambio y Propaganda Exterior. En ambos casos, cultura y turismo son subsidiarios de los organismos de propaganda y orientarán sus acciones hacia fines políticos y militares, y lo harán con bastante éxito, ya que España había alcanzado en los años previos a la contienda cotas importantes en el desarrollo de un turismo y una cultura modernos e internacionales.

En segundo lugar, destaca la continúa modernización de las estructuras empresariales y las nuevas formas de gestión del turismo y la fecunda producción literaria, artística y periodística de guerra desarrollada por los dos bandos del país y por los visitantes exteriores que llegan a España durante la contienda. El texto se ha detenido principalmente en esta última consideración y ha intentado mostrar, a través de documentos oficiales y testimonios personales, dos sensibilidades diferentes ante la cultura, el turismo y el paisaje en guerra. Para describir la imagen del territorio republicano en guerra se ha utilizado la “visión” del fotógrafo Robert Capa y la de los escritores George Orwell y Arturo Barea y como muestra de la ingente labor cultural y propagandística de la República se ha seleccionado algunas publicaciones ilustradas con contenido político, pero también, literario y artístico. También la España franquista utilizó las revistas ilustradas como medio de difusión de la nueva cultura fascista y como denuncia de los lugares destruidos por el bando republicano. El trabajo recoge algunas de las revistas falangistas más relevantes del momento.

Por último, destaca en el periodo estudiado la desaparición radical de la orientación cultural contenida en la forma de diseñar el turismo por parte del Patronato Nacional de Turismo, heredero final del turismo moderno español iniciado a principios del siglo XX, y su sustitución por una nueva orientación turística, que desde principios de 1938



organiza el Servicio Nacional de Turismo para la España franquista “recuperada y pacificada”. Durante casi dos años se pone en funcionamiento, en la mitad de España, un turismo de guerra impregnado de propaganda de corte nacional-catolicista, que se reforzará al fin de la contienda y se ampliará a todo el país.

## Bibliografía

BARCIELA, C. Economía y Guerra Civil Española. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, nº 8, 2009, p. 13-34.

BAREA, A. *La forja de un rebelde, 3/La Llama*. Madrid: Editorial Turner, S.A., 1977.

BIGLEY, J. D. et al. Motivations for War-related Tourism: A Case of DMZ Visitors in Korea. *Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 2010, vol. 13, nº 3, p. 371-394.

BLANCO ARRANZ, F. J. Algunas reflexiones sobre identidad y actividad turística en tiempos de incertidumbre. *Estudios Turísticos*, 2009, nº 180, p. 7-20.

CALATAYUD, J. M.; BRAMBILLA, M.; HORQUIN, B. (2014): Viaje a tres frentes de guerra, *El País*, 16/01/2014.

*Capa: cara a cara. Fotografías de Robert Capa sobre la Guerra Civil Española*, Catálogo de la Exposición, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, 1999, 201 páginas.

CONCEJAL LÓPEZ, E. Las rutas de guerra del Servicio Nacional de Turismo (1938-1939). In *Visite España. La memoria rescatada*, Madrid, Biblioteca Nacional / Museo Nacional del Romanticismo, 2014, p. 259-273.

CORREYERO RUIZ, B. Las rutas de guerra y los periodistas portugueses. *Historia y Comunicación Social*, 2001, nº 6, p. 123-134.

CORREYERO RUIZ, B. La administración turística española entre 1936 y 1951. El turismo al servicio de la propaganda política. *Estudios Turísticos*, 2004, nº 163-164, p. 55-79.

CORREYERO, B. y CAL, R. *Turismo: la mayor propaganda de Estado. España: desde sus inicios hasta 1951*. Madrid: Editorial Visión Net, 2008.

CROUCH, D. (edited). *Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical*, London and New York: Routledge, 1999.

FERNÁNDEZ FÚSTER, L. *Historia General del Turismo de masas*. Madrid: Alianza Editorial. 1991.

FUSI AIZPURUA, J. F. La cultura del antifascismo. In *Capa: Cara a cara. Fotografías de Robert Capa sobre la Guerra Civil Española*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, 1999, p. 17-24. Exposición organizada por el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y celebrada del 2 de febrero al 5 de abril de 1999, Madrid, Madrid, pp. 17-24.

GARCIA, H. *Mentiras necesarias. La batalla por la opinión británica durante la Guerra Civil*. Madrid: Biblioteca Nueva. 2008.

GARCIA, H. El turismo político durante la Guerra Civil: viajeros británicos y técnicas de hospitalidad en la España republicana, 1936-1939. *Ayer*, 2006, vol. 64, nº 4, p. 387-308.

HERTZOG, A. Tourisme de mémoire et imaginaire touristique des champs de bataille, *Les imaginaires touristiques*, nº1, 2012, mis en ligne le 16 mars 2012. URL : <http://www.viatourismreview.net/Article6.php>.

JACKSON, G. Una breve obra maestra, *El País Archivo*. (En línea). <[http://www.elpais.com/diario/2003/09/26/cultura/1064527210\\_850215.htm](http://www.elpais.com/diario/2003/09/26/cultura/1064527210_850215.htm)> (25 de febrero de 2014).

JULIA, S. Falange liberal o intelectuales fascistas. *Claves de la Razón Práctica*, 2002, nº 121, p. 4-13. (En línea). <<http://www.santosjulia.com>>.

MARTINEZ DE PISÓN, I. Un ejército de poetas. In *Catálogo Virtual de la Exposición: Corresponsales en la Guerra de España*. Centro Virtual Cervantes. (En línea). <[www.cvcervantes.es/actcult/corresponsales/martinezdepison](http://www.cvcervantes.es/actcult/corresponsales/martinezdepison)> (18 de abril de 2014).

MENDELSON, J. Los laboratorios de la propaganda. Artistas y revistas durante la Guerra Civil española. In *Revistas y guerra 1936-1939*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2007, p. 15-247. Catálogo de la exposición, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía,

MIRAVITLLES, J.; TERMES, J. y FONTSERÈ, C. *Carteles de la República y de la Guerra Civil*. Barcelona: La Gaya Ciencia. 1978. Centre d'Estudis d'Historia Contemporania,

MORENO CANTANO, A. C. *Los servicios de prensa extranjera en el primer franquismo (1936-1945)*. Tesis doctoral dirigida por Feliciano Montero García. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares. (En línea). <<http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/tesis>> (20 de enero de 2014).

MORENO GARCIA, A. *Historia del turismo en España*. Madrid: Síntesis, 2007.

MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFIA. *Revistas y guerra, 1936-1938. La Guerra Civil Española y la cultura impresa*. Madrid. 2007. (En línea) <<http://www.magazinesandwar.com>> (25 de abril de 2014)

NORA, P. *Les lieux de mémoire, I, La République*. Paris: Gallimard, 1984.

ORTEGA CANTERO, N. Paisaje, patrimonio e identidad en la conformación de la primera política turística española. *Revista Ería*, 2014, p. 27-42.

ORWELL, G. *Homenaje a Cataluña, 1938*. Madrid: Virus Editorial Diario El País, 2003. (En línea) *Homage to Catalonia*. Traducción Virus Editorial, Madrid, Diario El País, S. L.

PACK, S. D. *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner Publicaciones, 2009.

PIZARROSO QUINTERO, A. *Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Madrid: Editorial Eudema, 1990.

PIZARROSO QUINTERO, A. Intervención extranjera y propaganda. La propaganda exterior de las dos Españas, *Historia y Comunicación Social*, 2001, nº 6, p. 63-96.

PIZARROSO QUINTERO, A. La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda, *El Argonauta Español*, 2005, nº 2. (En línea) <[www.argonauta.revues.org/1195](http://www.argonauta.revues.org/1195)> (13 de marzo de 2014).

POUTET, H. *Images touristiques de l'Espagne. De la propagande politique à la promotion touristique*. París: L' Harmattan, 1995.

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO. *Mapa de la Ruta del Norte*. Madrid. 1938.

SEVILLANO CALERO, F. *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 1998.

SEVILLANO CALERO, F. Propaganda y dirigismo cultural en los inicios del Nuevo Estado, *Pasado y Memoria*, 2002, nº 1, p. 81-110.

TORRES, M. *La amante en guerra*. Barcelona: Editorial Planeta, 2007.

USANDIZAGA, A. *Ve y cuenta lo que pasó en España. Mujeres extranjeras en la guerra civil: una antología*. Barcelona: Planeta, 2000.

WHELAN, R. Robert Capa en España. In *Capa: Cara a cara. Fotografías de Robert Capa sobre la Guerra Civil Española*, Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Ministerio de Educación y Ciencia, 1999, p. 27-41. Catálogo de la Exposición del mismo nombre.

WILLIAMS, S. *Tourism Geography*. New York: Reutledge, 1998.

© Copyright Dolores Brandis, 2016

© Copyright Isabel del Río, 2016

© Copyright *Scripta Nova*, 2016.

#### Ficha bibliográfica:

BRANDIS, Dolores y DEL RÍO, Isabel. Turismo y paisaje durante la Guerra Civil Española, 1936-1939. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de febrero de 2016, vol. XX, nº 530. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-530.pdf>>. ISSN: 1138-9788.