

Els orígens del model turístic a Espanya: de l'autarquia a la necessitat

El turisme de masses dels 60 promogut pel règim franquista va trencar amb la visió d'un turisme més cosmopolita i modern promogut a Barcelona i Catalunya a finals del segle XIX i principis del XX



La platja de Portocristo (Mallorca) als anys 60, un dels punts d'atracció del primer turisme de masses. | Biblioteca de la Facultat d'Empresa i Gestió Pública de la Universitat de Saragossa | Flickr.

Una de les indústries principals a Catalunya i a Espanya és el turisme. Però de moment, atenent a la situació de pandèmia en què es troben, ens haurem de confirmar amb la frase de l'Emily Dickinson pel que fa als viatges llunyans: "No hi ha millor nau que un llibre per viatjar lluny, traduït de la seva frase "*to travel far, there is no better ship than a book*".

A banda d'aquesta reminiscència romàntica, si s'aprofundeix en els orígens d'aquesta indústria cal remuntar-se en primer lloc al període que comprèn els anys 1960 i 1974, en què l'economia espanyola es va veure afavorida pel desenvolupament econòmic internacional, gràcies al baix preu de l'energia, el treball barat, les remeses proporcionades per la població migrada i els turistes. Segons l'historiador nord-americà Pack, **els ingressos procedents del turisme estranger cobriren durant el període comprès entre 1950 i 1960 les dues terceres parts del dèficit comercial espanyol** (Pack, 2009), la qual cosa el convertí en el principal argument legitimador i de reforç del règim franquista tot generant una propaganda inversa. Aquí va començar l'època del turisme barat, de la construcció salvatge i del *Spain is Different*.

El turisme va tenir una gran capacitat per desactivar els aspectes més conflictius de la realitat. Com va dir Alexis de Tocqueville el 1835 a l'assaig "La democràcia a Amèrica", "una idea falsa, però clara i precisa, tindrà sempre més força en el món que una idea vertadera però complexa".

Pensem.

Així, **el règim franquista va trobar una beta en el turisme i va promoure les identitats regionals mitjançant el folklore**, com sosté Fuentes Vegas al llibre "Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura Visual del boom en España". L'autora indica que el règim volia oferir una imatge modernitzadora, però els estrangers buscaven l'ideal del bon salvatge. Només així s'expliquen les referències al ruc, el càntir, l'enllustrador o el nen esparracat. En aquests anys es promocionava el turisme hedonista, on consumir gastronomia i alcohol era barat per al ciutadà europeu mig. Així va ser com es va començar a **crear l'estereotip internacional d'Espanya, els bous i el flamenc que arriben fins als nostres dies i que trencà amb la visió d'un turisme més cosmopolita i modern de finals dels segle XIX i principis de segle XX a Catalunya**, fet que coincideix amb la recuperació de la identitat pròpia.



El règim franquista va promoure l'estereotip internacional d'Espanya basat en els bous i el flamenc amb el lema 'Spain is different'.

De fet, la idea de la promoció turística ja és anterior al franquisme: a principis del segle XX, les classes benestants del país no van romandre alienes al que ja es feia a d'altres estats europeus. D'aquesta manera, a Barcelona, l'any 1908 la burgesia i l'aristocràcia de la ciutat, veient l'èxit que va tenir l'Exposició Universal de 1888, crearen la **Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona** per fomentar i promoure el turisme de la ciutat de Barcelona. L'entitat va funcionar entre 1909 i 1939, amb l'objectiu de posar a disposició dels viatgers i turistes tota mena d'informació sobre la

capital i Catalunya. Durant aquest període va tenir lloc una altra gran Exposició Universal a Barcelona, la de 1929. Això de muntar grans esdeveniments ha estat un tema recurrent -i fins i tot d'èxit- per atreure visitants.

Un altre moment històric rellevant va ser la Segona República Espanyola: aquest nou sistema polític va **transferir la gestió del turisme a la Generalitat republicana**, que mitjançant la seva Oficina de Turisme va exercir una gran tasca en la difusió del país i el naixement d'una indústria turística cada cop més potent. Juntament amb aquesta, el transport va créixer amb el desenvolupament de les primeres infraestructures aeroportuàries i les primeres carreteres (Farreras, 1973).

Però el gran desenvolupament del turisme de masses el van dur a terme els guanyadors de la Guerra Civil. **Van estroncar el model turístic de l'atracció per la modernitat** i, com esmenta Pack, dues dècades més tard, l'estereotip de tota Espanya que es venia a l'estranger era aquest:

"Hi hagué ciutats sense cap tradició de cultura flamenca ni de toreig que s'afanyaren a construir places de bous i coves amb espectacles de flamenc"
(Pack, 2006)

La dictadura franquista va invertir al turisme d'una "missió apostòlica" i li va ser confiada la propagació d'una fe en què s'entremesclaven els valors nacionals, els components turístics i les inquietuds econòmiques. Així, durant el conflicte armat, el bàndol rebel creà l'any 1938 a Burgos el Servei Nacional de Turisme (SNT) com un element més del Ministerio de Prensa y Propaganda, enquadrat dins del Ministerio del Interior. Aquest SNT des del 1939 passaria a anomenar-se Dirección General de Turismo, que el 1951 assolí el rang de Ministerio de Información y Turismo.

Als anys 60, Catalunya entrà en un període de l'anomenat *fordisme* turístic o turisme de masses, en treure profit del creixement econòmic de molts dels països europeus de l'entorn i d'Espanya mateix, plasmat en l'augment de la renda de les classes treballadores. S'inicia una progressiva motorització de la població, els vols xàrters -coincidint amb una època de baixos costos energètics- i les vacances pagades de l'estat del benestar. La devaluació de la pesseta l'any 1959, conseqüent amb el pla d'estabilització que va dur a terme el ministre d'Hisenda Mariano Navarro Rubio, va ajudar al llançament d'aquesta nova indústria de masses i a la recuperació econòmica de l'Estat.

Aquí es podria entrar a valorar el franquisme sociològic, que arribà a la seva apoteosi amb Manuel Fraga Iribarne com a ministre de Informació i Turisme, l'1 d'abril de 1964, en què es van celebrar els XXV Anys de Pau i que la població en general no va acceptar malament. Ben cert és que les minories descontentes ho van renomenar com "*los veinticinco años de paciencia*", però entre la majoria de la població no va haver-hi ni rebuig ni entusiasme. És probable que tingués a veure amb què, **malgrat les barbaritats urbanístiques** -sobretot al litoral-, **la industrialització creixent i la plena ocupació del moment permetien a la gent augmentar el seu poder adquisitiu**, fer moltes hores extres i pagar la hipoteca del pis.

Bibliografia:

Arasa, D. (2008). *Historias Curiosas del Franquismo*. Barcelona: Ediciones Robin Book, S.L.

Farreras, A. (1973). *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936*. Barcelona. Barcelona: Pòrtic.
Fuentes Vegas, A. (2017). *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura Visual del boom en España*. Madrid: Cátedra.
Muntanyola, A. (1932). *Organització turística de Catalunya*. Barcelona: Arts Gràfiques L'Estampa.
Pack, S. (2009). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.
Poutet, H. (1995). *Images touristiques de l'Espagne. De la propagande politique à la promotion touristique*. Paris: L'Harmattan.

També et pot interessar:

[noticiadiariambautor]93/74[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/58[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/6[/noticiadiariambautor]