

N.º 223

2022

Estudios Turísticos

NÚMERO MONOGRÁFICO

**EL TURISMO EN
ESPAÑA, 1951-1962**



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

Secretaría de Estado
de Turismo

Instituto de Turismo
de España

Subdirección General
de Conocimiento
y Estudios Turísticos

Estudios Turísticos

SUMARIO

– PRESENTACIÓN.....	7
ARTÍCULOS	
– <i>Turismo en España entre el primer y el segundo boom turístico, y cambio de modelo (1951-1962)</i> . Rafael Vallejo Pousada	21
– <i>La política gestora de la red de alojamientos turísticos de propiedad del Estado (1951-1962)</i> . María José Rodríguez Pérez.....	59
– <i>La organización turística española en el nivel provincial: Las Juntas Provinciales de Turismo, 1928-1962</i> . Rafael Vallejo Pousada y Saida Palou Rubio.....	93
– <i>El experimento franquista de turismo social: La Obra Sindical de Educación y Descanso de la posguerra al desarrollismo (1939-1962)</i> . Daniel Lanero Táboas..	141
– <i>Balnearios y política turística en España, 1940-1962</i> . Elvira Lindoso Tato	165
– <i>RENFE y los albores del boom turístico en España, 1941-1964</i> . Domingo Cuéllar, José Joaquín García Gómez y Andrés Sánchez Picón.....	191
– <i>Carreteras, automóviles y turismo durante los primeros tiempos de la masificación en España, 1950-1962</i> . Carmen Gil de Arriba	215
– <i>De los aeródromos a los aeropuertos: la transformación de la movilidad turística en España (1941-1964)</i> . José Joaquín García Gómez, Domingo Cuéllar y Andrés Sánchez Picón	245
– <i>La génesis del mercado de trabajo turístico de sol y playa en España, 1940-1962</i> . José Antonio García Barrero.....	273
– <i>La evolución de los centros de iniciativa y turismo entre 1951 y 1962. Los casos del Fomento del Turismo de Mallorca y el Sindicato de Iniciativa y Turismo de Tarragona</i> . Antoni Vives Reus.....	295

– <i>Soleil et exotisme à portée de tous. El turismo francés en España, 1951-1962.</i> Esther M. Sánchez Sánchez	315
– <i>Representaciones del espacio turístico peninsular en las guías de viaje, 1951-1962.</i> José Luis Sousa Soares de Oliveira Braga.....	339
– <i>Fiestas, grandes eventos religiosos y turismo en España, 1950-1962.</i> Xosé M. Santos.....	369
– BIBLIOGRAFÍA TEMÁTICA: EL TURISMO EN ESPAÑA, 1951-1962 (Centro de Documentación Turística de España).....	391

SOLEIL ET EXOTISME À PORTÉE DE TOUS. EL TURISMO FRANCÉS EN ESPAÑA, 1951-1962

Esther M. Sánchez Sánchez*

Resumen: En los años cincuenta, década del despertar del turismo de masas, los franceses lideraron las entradas de extranjeros en España. El propósito de este artículo es examinar los orígenes, particularidades y efectos de ese turismo francés entre 1951 y 1962. Aunque sus motivaciones a la hora de elegir España como destino vacacional fueron en gran parte comunes a las de otros contingentes nacionales, también existieron algunas características propias, como la mayor cercanía geográfica, la búsqueda de una imagen determinada del país y sus habitantes, el gusto por el viaje autónomo, la inversión inmobiliaria y las externalidades negativas para el turismo en Francia. Para estudiar estas cuestiones, nos basamos en fuentes de tipología diversa extraídas de archivos y centros de documentación franceses y españoles.

Palabras clave: Turismo francés en España, proximidad, exotismo, precios, inversión inmobiliaria.

Abstract: In the 1950s, years of the awakening of mass tourism, French tourists led the entry of foreigners to Spain. The aim of this article is to examine the origins, particularities, and effects of French tourism in Spain from 1951 to 1962. Although the French motivations when choosing Spain as a holiday destination were in part common to those of other national contingents, there was also significant own characteristics, such as major geographical proximity, the search for a specific image of the country and its people, the preference for the autonomous travel, real estate investment, and negative externalities for tourism in France. To study these questions, we rely on a wide variety of sources coming from French and Spanish archives and information centers.

Key words: French tourism in Spain, proximity, exoticism, prices, real estate investment.

I. INTRODUCCIÓN

En los albores de los años cincuenta, con Europa occidental finalizando su proceso de reconstrucción y adentrándose en la senda del crecimiento económico, el turismo se convirtió en un claro símbolo de desarrollo. Provistas como nunca antes de dinero y tiempo libre, las sociedades del norte y centro de Europa pusieron sus ojos en el litoral mediterráneo, y enseguida descubrieron

que España reunía una serie de condiciones ideales como destino vacacional: su proximidad relativa, sus bajos precios y el halo de misterio que generaba el haber permanecido cerrada al exterior. Hasta entonces, el turismo había constituido en España una actividad minoritaria, muy ligada a sectores de alto poder adquisitivo y a las zonas balnearias y termales de la cornisa cantábrica. Los números de visitantes e ingresos queda-

* Universidad de Salamanca. esther.sanchez@usal.es. Doctora en Historia por las Universidades de Salamanca y Sorbona-Paris IV, y Profesora Titular de Historia Económica en la USAL. Sus investigaciones se han centrado en la historia de las relaciones económicas y empresariales entre España y Francia, así como en el papel de la asistencia exterior en el proceso de desarrollo y modernización de España en el siglo XX. En la actualidad, lidera la Unidad de Investigación Consolidada Historia de la Industria y los Sistemas de Ciencia y Tecnología (HISCYT) y es editora asociada de las revistas *Revista de Historia Industrial-Industrial History Review* y *Revue Française d'Histoire Économique*. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8986-9911>. Researcher ID: L-1837-2014.

ban aún muy lejos de los de Italia, Alemania, Suiza, Austria o Francia.

Lastrada por la Guerra Civil y la política autárquica del primer franquismo, la economía española se incorporó tarde al crecimiento occidental. En los años cuarenta, las visitas de extranjeros se mantuvieron forzosamente limitadas. Pero en los cincuenta, al compás de la rehabilitación internacional del régimen, el turismo creció proporcionalmente más rápido en España que en ningún otro país, superando las previsiones más optimistas. En 1955 se rebasó el primer millón de visitantes “entrados con pasaporte”, y los incrementos anuales fueron muy deprisa: 2,8 millones en 1959, 6,3 en 1962 y 11 en 1965. Era el origen del turismo de masas. Francia se mantuvo como el principal centro emisor. Año tras año, sus turistas encabezaron las estadísticas de entradas y aportaron una cantidad significativa de ingresos a la balanza española de pagos.

El tema del turismo extranjero con destino a España ha generado una amplísima bibliografía. Disponemos de obras que analizan, desde frentes académicos muy distintos, sus efectos en la economía, la política, la sociología y las relaciones internacionales. Los trabajos históricos se han centrado en la segunda mitad del siglo XX, especialmente en la década de los sesenta (ver la recopilación bibliográfica incluida en el reciente libro de Vallejo, 2021b), aunque los antecedentes de aquel turismo de masas también han sido bien estudiados (Pellejero, 1999; Alonso, Vilar y Lindoso, 2012; Vallejo y Larrinaga, 2019; Vallejo, 2019, 2021a y 2021b, entre otros). No obstante, no disponemos apenas de publicaciones que

desagreguen las nacionalidades, más allá de algunas referencias en trabajos generales. El problema radica en que las fuentes, y en particular los datos estadísticos, son parciales, heterogéneos y a menudo contradictorios, aparte de que el acceso a las instituciones y fondos no siempre resulta sencillo. Lo demuestra el caso de Francia. El Ministerio español de Información y Turismo especificó las entradas por países desde 1951, pero sus cifras no siempre coinciden con las de la estadística pública francesa, puesto que en las categorías “Francia” o “franceses” unas veces se siguieron criterios de residencia y otras de nacionalidad, y no siempre se diferenciaron los turistas provistos de pasaporte de los pasajeros con un permiso de estancia de 24 horas (en su mayoría para efectuar compras o excursiones), los viajeros en tránsito hacia otros países (Portugal y los del norte de África, fundamentalmente), o los españoles residentes en Francia. Además, los turistas franceses que atravesaban España para llegar a Portugal o Marruecos solían computarse dos veces, en la frontera francesa y en la portuguesa o marroquí.

Las estadísticas hoteleras españolas, publicadas con cierto rigor desde 1947 por el Servicio de Estadística del Sindicato Nacional de Hostelería, tampoco reflejan la importancia del turismo francés, que solía recurrir a alojamientos extrahoteleros más difíciles de contabilizar (apartamentos, campings, segundas residencias). Por otro lado, solo una minoría de franceses realizó consultas en las Oficinas de Información de la Dirección General de Turismo y pernoctó en la red de Paradores y Albergues, que iniciaron sus registros sistemáticos en 1951. El recurso a fuentes complementarias de tipo

cualitativo resulta por tanto obligado en el estudio del turismo francés en la España de aquellos años.

El propósito de este artículo es examinar los orígenes, particularidades y efectos del turismo francés en España durante el tiempo en que Gabriel Arias-Salgado dirigió el recién creado Ministerio de Información y Turismo (1951-1962), en un escenario de cambios relevantes por la ruptura del cerco internacional al franquismo y la reorientación de la política económica española. Después de trazar una panorámica del contexto bilateral y multilateral, nos detendremos en examinar las características propias del turista francés y, a continuación, los efectos que el turismo de franceses en España generó tanto en el país receptor como en el emisor. Las fuentes utilizadas irán apareciendo a lo largo del escrito.

II. UN CONTEXTO FAVORABLE: ACERCAMIENTO BILATERAL Y DESPEGUE DEL TURISMO DE MASAS

II.1. La normalización de las relaciones franco-españolas

Los años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial fueron años de tensión en las relaciones franco-españolas. Francia había jugado un papel destacado en la condena internacional al régimen de Franco, instando a sus aliados occidentales a aplicar sanciones y decretando unilateralmente el cierre de los Pirineos entre 1946 y 1948, con el objetivo de cortar todo intercambio entre ambos países, incluyendo el tráfico

turístico (1). Pero este boicot duró poco tiempo, al provocar efectos contrarios a los esperados: Franco no abandonó el poder y Gran Bretaña y Estados Unidos, más tibios en sus críticas a la dictadura, ampliaron sus posiciones económicas y culturales en España en detrimento de Francia. Tras la reapertura fronteriza, los gobiernos español y francés lograron firmar, no sin complicaciones, sucesivos acuerdos bilaterales, comenzando por un convenio comercial de renovación anual y varios compromisos de asistencia financiera y científico-técnica. Estos acuerdos se materializaron en operaciones de envergadura, como la concesión del Tesoro francés al gobierno español de un crédito de 15.000 millones de francos (4 millones de dólares), junto al suministro de varios equipos hidroeléctricos y electromecánicos (Compagnie Générale d'Électricité, Alstom, Neyrpic), que ayudaron a renovar las maltrechas instalaciones industriales españolas (2).

En los años cincuenta, todas las naciones occidentales acabaron por aceptar la continuidad del régimen de Franco. Al principio, como un mal menor o una circunstancia inevitable ante la ausencia de alternativas políticas; después, como un aliado esencial en el nuevo escenario de Guerra Fría. De esta forma, España accedió progresivamente a buena parte de los organismos internacionales creados al término de la Segunda Guerra Mundial con fines de reconstrucción, reconciliación y modernización. El ingreso en la ONU tuvo un notable valor simbólico. Pero mucho más trascendental para el futuro del país fue la entrada en las instituciones económicas (la OECE, el FMI y el Banco Mundial, fundamentalmente), cuyas recomenda-

ciones y apoyo financiero, unidas al fracaso de las recetas autárquicas, iban a conjugarse para alumbrar las medidas que articularon el Plan de Estabilización de 1959. Con algunas reticencias iniciales (en su mayoría procedentes de los sectores más a la izquierda del abanico político), el gobierno francés apoyó el ingreso de España en estas organizaciones, como también el cambio de rumbo de la política económica, convencido de que acarrearían efectos beneficiosos para la economía francesa.

Pese a la normalización de las relaciones bilaterales y la rehabilitación internacional de España, el interés político mutuo era entonces limitado. Francia miraba hacia las grandes potencias mundiales y hacia su imperio colonial, al tiempo que España colocaba el foco diplomático en Washington. Además, la presencia en Francia de un importante contingente de exiliados republicanos (unos 120.000 en 1951 (3)) enturbiaba a menudo los contactos, aunque el gobierno francés hubiese restringido, en nombre del orden público, muchas de sus actividades. Por otro lado, la distancia en el grado de desarrollo de ambos países era notable. En España, los niveles de renta media por habitante registrados en 1951 no habían superado aún los de antes de la Guerra Civil, según cifras de Prados (2003). Con la política autárquica y el intervencionismo extremo, el grado de apertura y la competitividad exterior de la economía española cayeron hasta niveles bajísimos. La exportación, básicamente de productos del sector primario, apenas alcanzó el 4-5% de la renta nacional, originando un déficit constante en la balanza comercial. Francia, sin embargo, había iniciado a finales de los años cuarenta sus

“Treinta Gloriosos” (en expresión afortunada de Jean Fourastié) (4), y registraba un crecimiento sin precedentes de su producción, inversión exterior y exportación, sobre todo de bienes de equipo. El crecimiento se reflejaba también en la elevación generalizada, aunque desigual, del nivel de vida de la población francesa, perceptible, entre otros indicadores, en el aumento de los ingresos anuales, el incremento del consumo y la ampliación de las prestaciones sociales. En 1951 Francia ocupó el primer puesto como destino turístico mundial, con 3,5 millones de visitantes, mientras que a España solo llegaron 676.255 extranjeros provistos de pasaporte (Figura 1).

A medida que avanzaban los años cincuenta, los intercambios económicos se multiplicaron y las reticencias ideológicas quedaron definitivamente relegadas a un segundo plano. Francia se convirtió en uno de los grandes socios comerciales, financieros y tecnológicos de España, a la vez que recuperó parcelas de influencia cultural. El acercamiento se intensificó a raíz de la cooperación militar bilateral en el norte de África (1957) y, sobre todo, tras la llegada del general Charles De Gaulle a la presidencia de la V República francesa (1958): se multiplicaron las visitas de personalidades, los viajes de estudios y las misiones comerciales, se crearon instituciones bilaterales generales y especializadas por sectores y regiones, y se fomentó la formación y especialización profesional en Francia del capital humano español (5). Como resultado, los Pirineos se volvieron cada vez más permeables al comercio, la inversión, las transferencias tecnológicas, las ideas y la circulación de personas (emigrantes españoles con destino

a Francia y, más aún, turistas franceses con destino a España), tendencias que se intensificarían en el transcurso de la década siguiente.

II.2. El despertar del turismo de masas

Al inicio de los años cincuenta, aliviadas las condiciones más duras de la guerra y la posguerra, el turismo se estaba convirtiendo en una actividad cada vez más significativa a nivel mundial. Dejaba de ser un hábito restringido a sectores acomodados y se popularizaba entre las clases medias y trabajadoras, animado desde distintos frentes: el aumento del nivel de vida en los países industrializados del centro y norte de Europa, fruto de los incrementos salariales, la reducción de la jornada laboral y la generalización de las vacaciones pagadas (cuatro semanas en Francia en 1959); los avances experimentados en los transportes, con la expansión del automóvil y el tráfico aéreo; la progresiva disminución de los controles para el cruce de fronteras; las campañas de propaganda emprendidas por agentes públicos y privados; y, en fin, las ansias de recreo de unas poblaciones que no veían el momento de dejar atrás las privaciones de la guerra y poder disfrutar de los placeres de aquella recién inaugurada edad de oro del capitalismo (6).

España se estaba configurando, en tal escenario, como una magnífica opción vacacional. Atrás quedaban los estrangulamientos más duros de la autarquía y el aislamiento, y se daban los primeros pasos para la organización y el fomento de un sector cuya potencialidad como fuente de divisas y

legitimación política no pasaba desapercibida a sus dirigentes. En efecto, los sucesivos gobiernos del régimen de Franco vislumbraron muy pronto los efectos beneficiosos que, en materia de divisas y proyección exterior, podría brindarles el turismo. Se dieron así los primeros pasos para su regulación y promoción a gran escala. En 1951 se creó el Ministerio de Información y Turismo, dirigido por Gabriel Arias-Salgado y dotado de varias antenas regionales y provinciales. El turismo dejaba de depender del Ministerio de Gobernación y se encuadraba dentro de una estructura ministerial propia, aunque la parte "Turismo" se subordinaba a la parte "Información" (tareas de propaganda y censura) (7). En 1953, ante la necesidad urgente de responder al aumento sostenido de la demanda, mayoritariamente extranjera, se concretó el primer Plan Nacional de Turismo y se diseñaron otros planes parciales (8). Paralelamente, se simplificaron o eliminaron los trámites aduaneros, se amplió la oferta de infraestructuras (hoteles, paradores, agencias de viajes, transportes, etc.), y se suscribieron numerosos convenios internacionales. España ingresó muy pronto, antes incluso de ser admitida en la ONU y en los organismos de Bretton Woods, en las instituciones multilaterales creadas para la reconstrucción del turismo internacional, como la European Travel Commission, que inició su andadura en 1948 en el marco del I Congreso de la International Union of Official Travel Organisations (IUOTO).

La política iniciada para encauzar el flujo turístico se convirtió en una pieza más de la política exterior del régimen de Franco, al compartir ambas el objetivo de promocionar la "marca España" fuera de sus fronte-

ras (9). El turismo aportó al franquismo un valioso argumento de legitimación, consiguiendo que los atractivos de esa España diferente se impusiesen a la condición dictatorial (10). Así, prácticamente todos los eventos internacionales que se organizaron en aquellos años, bilaterales y multilaterales, incluyeron desplazamientos a enclaves turísticos de interés, mostrando la cara más amable (y también tradicional y pintoresca) del país y sus habitantes.

Efecto combinado del menor nivel de desarrollo y el control gubernamental, los precios españoles resultaban sensiblemente inferiores a los de otros destinos turísticos. En 1955 seguían en vigor los precios fijos de 1948; pese a que el IPC se había incrementado en un 83%. La intervención de precios en la hostelería lastró algunas iniciativas empresariales y alentó el recurso a procedimientos irregulares, como el añadido de suplementos en la factura o la omisión de servicios obligatorios en función de la categoría del hotel (11). Ahora bien, esta política de bajos precios logró también desmarcar las playas españolas de sus competidoras mediterráneas, en particular Francia e Italia. En 1963, tras el informe del Banco Mundial del año anterior, el Ministerio de Información y Turismo aprobó por fin una cierta flexibilización de los precios hoteleros (12).

A lo largo de los años cincuenta, las cifras de visitantes crecieron hasta superar las previsiones más optimistas. De los 456.000 turistas extranjeros recibidos en 1950 (cuyos ingresos aportaron el 0,4% del PIB), se pasó a 2,8 millones en 1959 (1,7% del PIB), 4,3 millones en 1960 (3,9% del PIB) y más

de 20 millones en 1969. Si en 1950 la participación de España en el mercado turístico mundial apenas alcanzaba el 1,8% del total de viajeros, en 1960 había llegado al 6,2%. La carretera se mantuvo como vía principal de acceso a España. Según las estadísticas del Ministerio de Información y Turismo, 392.244 turistas, es decir el 58% del total, entraron por carretera en 1951 (27% utilizaron el ferrocarril, 7,8% el barco y 7,2% el avión). En 1962 los porcentajes fueron de 73% de entradas por carretera (4,6 millones de turistas), 11,8% por vía férrea, 12,6% por vía aérea y 2,6% por vía marítima (13).

Aunque el número de visitantes creció de manera exponencial, no ocurrió lo mismo con los ingresos, que según las estadísticas oficiales disminuyeron durante la segunda mitad de los años cincuenta. La razón estriba en el empeño del gobierno franquista por mantener una divisa sobrevalorada, lo que alimentó un mercado ilegal de compra-venta de pesetas al que los turistas accedieron sin mayor traba. El tipo de cambio turístico preferente (39,65 pts/dólar frente a las 10,95 pts/dólar del cambio oficial en 1951) y la devaluación acordada en 1957 (42 pts./dólar) no eliminaron la práctica de adquirir pesetas fuera de España. Por ello, mientras que el número de turistas aumentaba, los ingresos por turismo se reducían de forma alarmante, contribuyendo a la situación insostenible que alentó la aprobación *in extremis* del Plan de Estabilización de 1959. Con la liberalización económica, se fijó un cambio más realista de la peseta (60 pts/dólar), consiguiéndose abaratar el coste de las vacaciones y que la adquisición de pesetas volviese a los cauces legales. De esta manera, en los registros públicos el número de

turistas y la entrada de divisas se multiplicaron en proporciones muy similares.

El turismo constituía ya en la década de los cincuenta la principal fuente de divisas de la balanza española de pagos, y por tanto un elemento clave de la recuperación económica. Sufragó una parte sustancial del déficit comercial (el 77,6% entre 1950 y 1954, el 63,8% entre 1955 y 1959 y el 94,8% entre 1960 y 1964), y ayudó a financiar importaciones imprescindibles para garantizar el éxito del proceso industrializador (14). La balanza turística mantuvo un saldo positivo a favor de España durante toda la década, dado que el turismo receptivo superó con creces al emisor, tanto en número de entradas como en poder adquisitivo. Esta circunstancia se intensificaría en la década siguiente, en que las divisas turísticas se mantuvieron como la principal partida compensatoria de la balanza de pagos, por delante de las remesas de los emigrantes y las inversiones extranjeras a largo plazo (en 1960-75 financiaron, por sí solas, el 71,5% del déficit comercial).

Al calor de las entradas de visitantes y divisas, proliferaron en los organismos gubernamentales y los medios de comunicación los discursos triunfalistas, a menudo reducidos a meros recuentos de cifras en los que las cuestiones relativas a la calidad brillaban por su ausencia (15). La transformación paisajística y humana, con un claro sesgo geográfico (el litoral) y temporal (los meses de julio y agosto), era ya perceptible en aquellos años cincuenta. Pero el concepto de desarrollo turístico sostenible no había entrado aún en el léxico de sus promotores y reguladores.

III. PARTICULARIDADES DEL TURISMO FRANCÉS

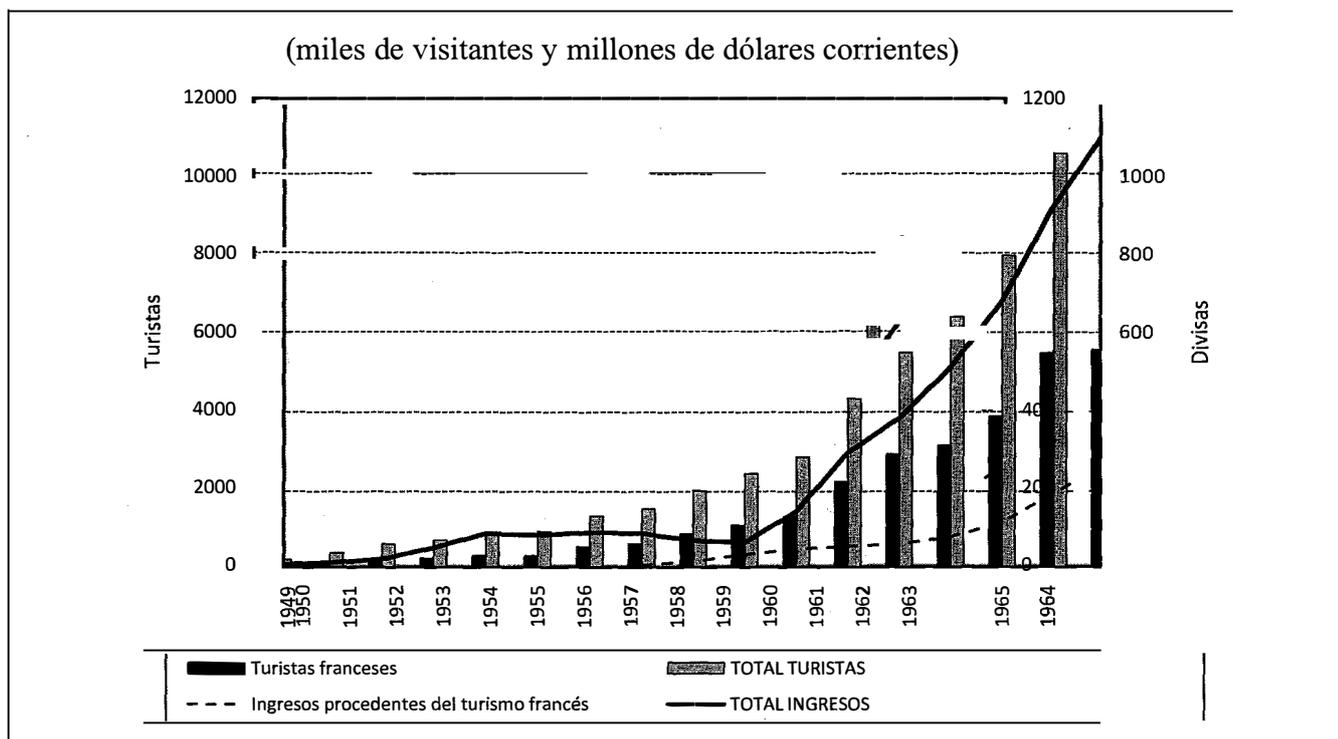
La condena internacional al franquismo y el cierre de los Pirineos redujeron los viajes de turistas franceses a España a su mínima expresión (37.339 entradas en 1948). Reabierto la frontera, los desplazamientos se retomaron lentamente, en un contexto de comunicaciones deficientes, controles aduaneros y vigilancia policial. A principios de 1950 todavía se exigía a los turistas franceses dos tipos de documentos: el "tríptico", para demostrar que carecían de antecedentes policiales, y un pasaporte con visado consular emitido para un máximo de tres meses y tres viajes. En la práctica, no obstante, las disposiciones no se aplicaron a rajatabla y existieron numerosas excepciones. Así, comerciantes, peregrinos, estudiantes menores de 21 años, congresistas, habitantes de regiones fronterizas y otros grupos no estrictamente turísticos pudieron cruzar los Pirineos en una y otra dirección con simples pases temporales. A modo de ejemplo: en 1951 la localidad francesa de Fos, en los Pirineos centrales, contabilizó 2.806 entradas de españoles con pasaporte frente a 217.033 pases temporales y 326 permisos permanentes (16).

En aquellos primeros años, las autoridades francesas promocionaron el turismo a España de sus ciudadanos para cumplir los compromisos del comercio bilateral. Había que garantizar que el país vecino disponía de divisas suficientes para comprar productos (industriales) a Francia, sobre todo desde que el producto estrella de la exportación española (los cítricos) redujese su peso relativo al entrar en competencia con la pro-

ducción del norte de África (17). Las autoridades españolas realizaron también gestos tempranos en favor del turismo francés, como reinaugurar, en 1948, la Oficina de Turismo en París, que dos años más tarde se trasladaría a un enclave privilegiado cerca de los Campos Elíseos (29, Avenida George V), espacio en el que permanecería hasta 1965 (18). La prensa española, guiada por la voluntad de impulsar el reconocimiento internacional, solía magnificar cada visita de turistas de la que tenía constancia (19).

A medida que avanzaba la década de los cincuenta se redujeron los controles para cruzar los Pirineos, de manera que en 1956 el visado consular ya era válido por un año y por un número ilimitado de viajes, y desde 1959 solo se exigió el pasaporte (20). La supresión del visado consular fue objeto de largas y complejas negociaciones. Las autoridades francesas aceptaron la medida sin apenas reservas, dispuestas, según sus propias declaraciones, a seguir el espíritu de liberalismo que predominaba en Europa occi-

Figura 1
Entradas de turistas e ingresos por turismo en España, 1949-1963



FUENTE: Elaboración propia, a partir de: Balance des paiements entre la France et l'extérieur: Espagne del Banco de Francia (1950-1970), Estadísticas de turismo del Ministerio de Información y Turismo (1949-1965), Carreras y Tafunell (2005), CAEF y AMAE-F.

*Solo turistas extranjeros provistos de pasaporte. No se incluyen por tanto los visitantes autorizados por 24 horas ni los españoles residentes fuera de España.

dental, a la vez que dispensar al personal de los Consulados de una carga cada vez más tediosa (21). El gobierno español, sin embargo, tardó años en aplicar de manera efectiva esta disposición, presionado desde dos frentes: por un lado, la Dirección General de Seguridad, a la que preocupaba el posible regreso a España de los “elementos subversivos” refugiados en Francia (22); y por otro lado, los Consulados, reticentes a prescindir de la “preciada fuente de ingresos extra” que suponía la emisión del visado (23). La eliminación de las cartillas de racionamiento, en 1952, liberalizó la adquisición de gasolina, que además se pagaba a un precio mucho más moderado que en Francia.

Francia se situó pronto a la cabeza del turismo internacional con destino a España, muy por delante de Gran Bretaña, el siguiente mercado emisor. Según las estadísticas del Banco de Francia, en torno al 44% del total de las entradas registradas entre 1950 y 1958, y más del 50% en 1959-1962 correspondieron a Francia (a Gran Bretaña el 11,7% y el 11,6%, respectivamente). Si añadiésemos a los “turistas con pasaporte” los viajeros provistos de un permiso de estancia de 24 horas y los españoles residentes en Francia, habría que incrementar las entradas en un 20%. De 1950 a 1965 los turistas franceses generaron una media del 20,1% del total de las divisas por concepto turismo ingresadas en la balanza española de pagos (Figura 1).

III.1. Exotismo al otro lado de los Pirineos

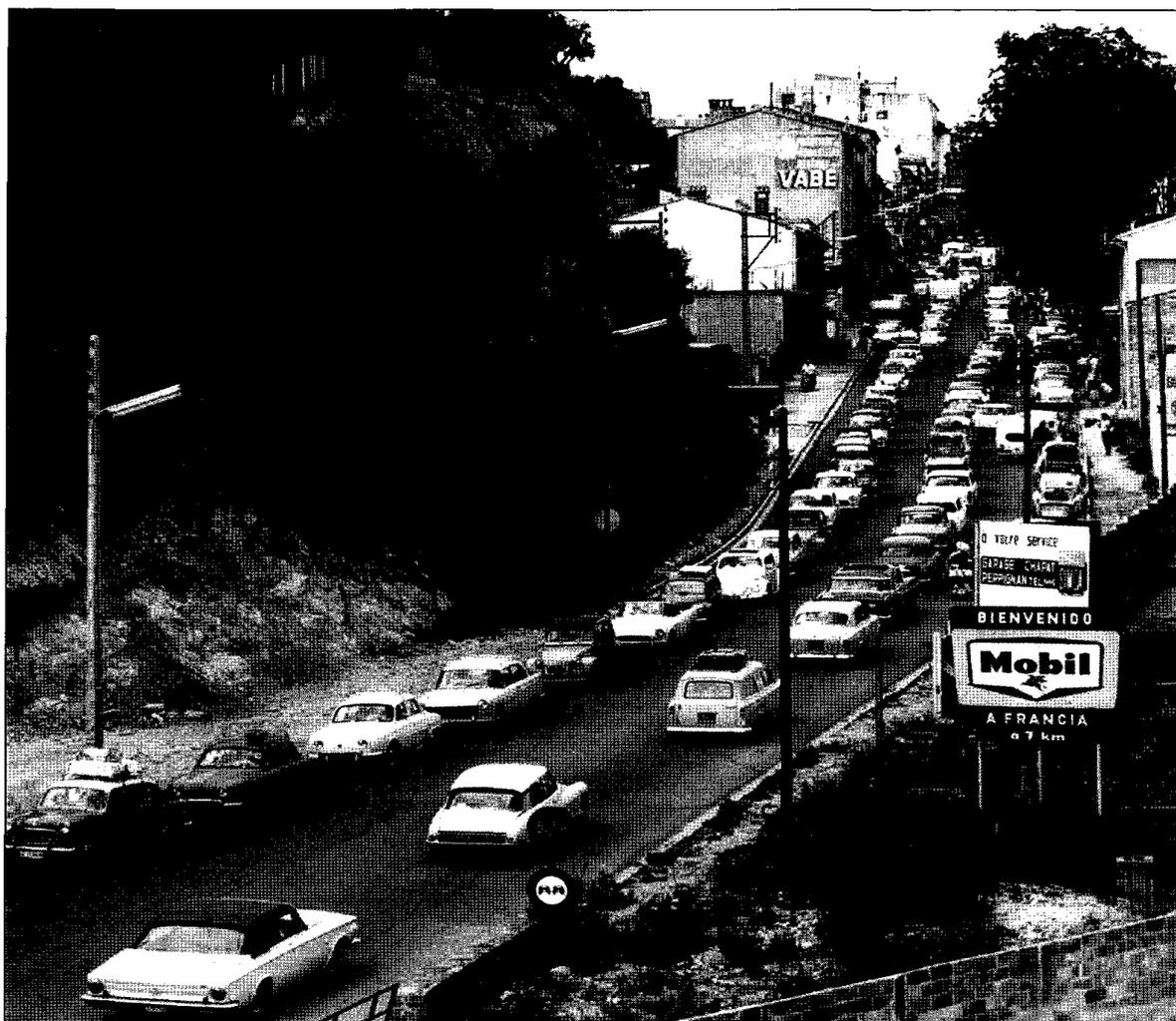
¿Qué atractivos ofrecía al turista francés la España de los años cincuenta? Se trataba,

en buena medida, de incentivos comunes al resto de los turistas occidentales: el buen clima, la amplitud del litoral y los bajos precios. A ellos se sumaban la proximidad, reforzada por la generalización del automóvil y la reducción de los controles fronterizos, y la búsqueda de una idea de exotismo muy anclada en el imaginario colectivo por las obras literarias del Romanticismo y las noticias generadas a propósito de la Guerra Civil.

El factor proximidad explica el uso prioritario del vehículo particular para cruzar la frontera, especialmente utilitarios de pequeño tamaño que, como el 4 CV Renault o el Citroën 2 CV, habían alcanzado una gran popularidad en Francia. También explica la predilección por Cataluña y la Costa Brava, con alguna proyección hacia Baleares y el resto de las costas del norte y levante peninsular. En los primeros años sesenta, los puestos fronterizos de La Junquera, Le Perthus, Irun-Hendaya y Cerbère-Port-Bou registraron en temporada alta el paso a España de unos 10.000 vehículos diarios (24). Provocaban colas de varios kilómetros tan desesperantes para los turistas como provechosas para la propaganda franquista (Figura 2).

En su mayoría, los franceses se desplazaron a España en familia o grupos de amigos, eligiendo para pernoctar los apartamentos, campings, hoteles y alojamiento en casas particulares (por este orden) (25). Por edades, predominó el intervalo 20-40 años, y por categorías socio-profesionales, las profesiones liberales y los obreros industriales (26). No hay estadísticas sobre su procedencia regional, si bien numerosos testimonios

Figura 2
Imagen del pueblo fronterizo de Le Perthus, 1960



FUENTE: Fototeca Agencia EFE

subrayan más o menos implícitamente la hegemonía de París y l'Île de France: "(...) *Le nombre des voitures étrangères rencontrées est énorme. Les voitures françaises, principalement de la région parisienne, repré-*

sentaient 60% de la circulation" (27). En su mayoría, los veraneantes permanecían en los sitios de costa y raramente visitaban las ciudades y pueblos del interior, con la salvedad, quizás, de Barcelona y Madrid. Hubo

poblaciones en las que, al cabo de pocos años, se formaron colonias de franceses que generaron un potente efecto llamada. Sirvan de ejemplo algunos pueblos de la Costa Brava (Cadaquès, Tossa de Mar, Pals), junto a localidades que conservaban la tradición turística de principios de siglo (Laredo, en Santander) (28) y asentamientos formados por circunstancias políticas, como Alicante, que recibió un contingente de unos 30.000 franceses tras la independencia de Argelia (29).

Al contrario de lo que sucedió con otras nacionalidades, como alemanes, británicos o escandinavos, sólo unos pocos franceses recurrieron a los touroperadores y a sus fórmulas del viaje organizado “todo incluido”, que comprendía transporte (generalmente en vuelo chárter y autobús), alojamiento (sobre todo en hoteles y apartamentos de su propiedad) y una amplia gama de servicios para el esparcimiento de sus clientes. Este menor interés de los franceses se explica, básicamente, por la combinación de cercanía geográfica y cultura del viaje autónomo (30). Existieron, no obstante, excepciones significativas, como la representada por el Club Méditerranée, que instaló su primera villa de vacaciones en Alcudia (Mallorca) en 1950. Fundado ese mismo año por Gérard Blitz, empresario y deportista de origen belga afincado en Francia, el Club Méditerranée (o Club Med, como se le conoció después) introdujo en Francia el concepto del *tout compris*, entendiéndolo como una condición obligada para llevar a la práctica su ideal de vacaciones: una combinación de naturaleza, deporte y hedonismo sin preocupaciones (31). También se implantaron en España en aquellos años conocidas cadenas

hoteleras de origen francés, como Relais & Châteaux o Mer du Nord-Méditerranée (32).

Los estereotipos constituyeron una fuerte motivación del viaje y la estancia en España. A las instantáneas difundidas por los autores románticos (33) y el recuerdo de la Guerra Civil (34), muy presentes en la sociedad francesa, se agregó la imagen de un Eldorado mediterráneo lleno de ocio y placeres: el sol, la playa, la comida, la fiesta, la pasión, las tradiciones, “*ce sont les choses les plus évidentes de l’Espagne, ce pays si proche de nous, et si lointain pourtant, si différent*” (35). Una simple ojeada a las guías de viaje más populares (*Bleu-Hachette*, *Fodor*, *Michelin*), los reportajes publicados en revistas de corte divulgativo (*Actualités françaises*) y los documentales emitidos en la televisión (*Voyage sans passeport*) demuestra la preeminencia absoluta de estos clichés. Desde el lado sur de los Pirineos, las campañas promocionales tanto de la Dirección General de Turismo como de las empresas de transporte y hostelería reforzaron esa imagen estereotipada, editando material en el que se identificaba a España con Andalucía y se repetían una y otra vez los mismos tópicos, fácilmente reconocibles en el exterior y capaces de hacer olvidar que el país seguía estando gobernado por una dictadura (36).

“*Il ne faut pas se fier aux impressions touristiques pour sonder et connaître la réalité de l’Espagne de 1960*”, escribió Max Gallo en 1969 en su *Histoire de l’Espagne franquiste* (37). Efectivamente, el turismo en España representó para los franceses ante

Figura 2
Imagen del pueblo fronterizo de Le Perthus, 1960



FUENTE: Fototeca Agencia EFE

subrayan más o menos implícitamente la hegemonía de París y l'Île de France: "(...) *Le nombre des voitures étrangères rencontrées est énorme. Les voitures françaises, principalement de la région parisienne, repré-*

sentaient 60% de la circulation" (27). En su mayoría, los veraneantes permanecían en los sitios de costa y raramente visitaban las ciudades y pueblos del interior, con la salvedad, quizás, de Barcelona y Madrid. Hubo

poblaciones en las que, al cabo de pocos años, se formaron colonias de franceses que generaron un potente efecto llamada. Sirvan de ejemplo algunos pueblos de la Costa Brava (Cadaquès, Tossa de Mar, Pals), junto a localidades que conservaban la tradición turística de principios de siglo (Laredo, en Santander) (28) y asentamientos formados por circunstancias políticas, como Alicante, que recibió un contingente de unos 30.000 franceses tras la independencia de Argelia (29).

Al contrario de lo que sucedió con otras nacionalidades, como alemanes, británicos o escandinavos, sólo unos pocos franceses recurrieron a los touroperadores y a sus fórmulas del viaje organizado "todo incluido", que comprendía transporte (generalmente en vuelo chárter y autobús), alojamiento (sobre todo en hoteles y apartamentos de su propiedad) y una amplia gama de servicios para el esparcimiento de sus clientes. Este menor interés de los franceses se explica, básicamente, por la combinación de cercanía geográfica y cultura del viaje autónomo (30). Existieron, no obstante, excepciones significativas, como la representada por el Club Méditerranée, que instaló su primera villa de vacaciones en Alcudia (Mallorca) en 1950. Fundado ese mismo año por Gérard Blitz, empresario y deportista de origen belga afincado en Francia, el Club Méditerranée (o Club Med, como se le conoció después) introdujo en Francia el concepto del *tout compris*, entendiéndolo como una condición obligada para llevar a la práctica su ideal de vacaciones: una combinación de naturaleza, deporte y hedonismo sin preocupaciones (31). También se implantaron en España en aquellos años conocidas cadenas

hoteleras de origen francés, como Relais & Châteaux o Mer du Nord-Méditerranée (32).

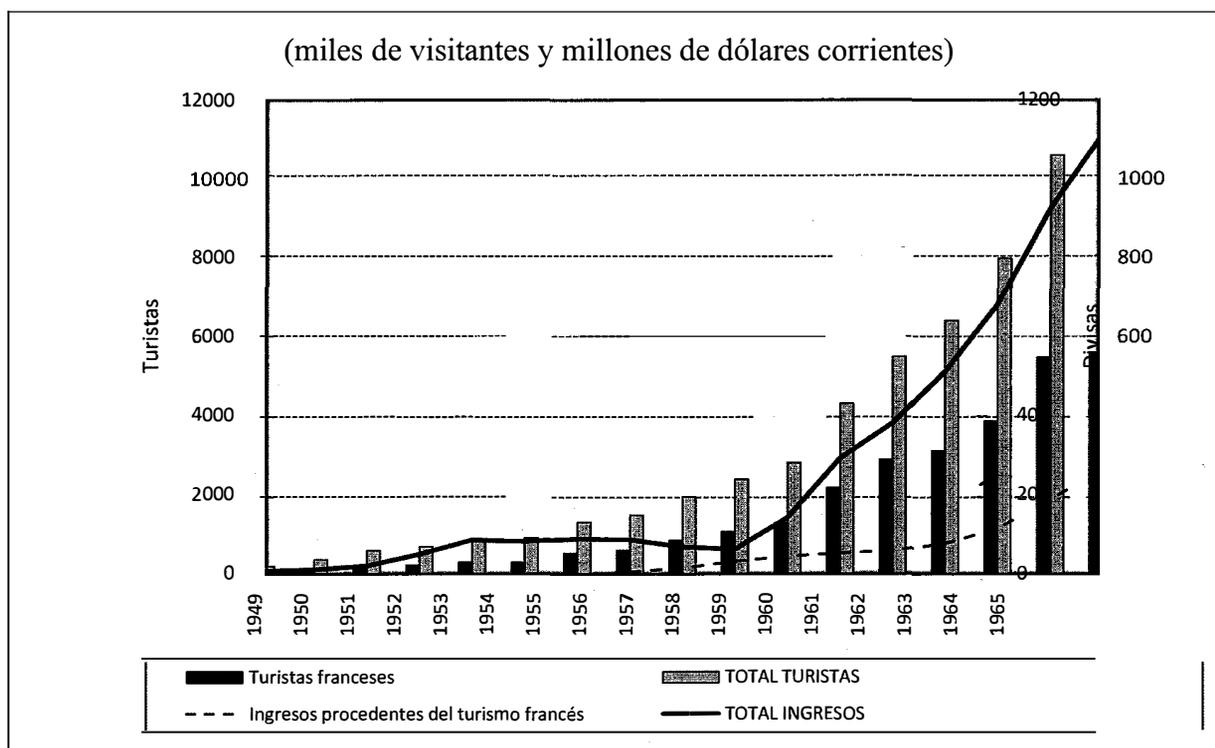
Los estereotipos constituyeron una fuerte motivación del viaje y la estancia en España. A las instantáneas difundidas por los autores románticos (33) y el recuerdo de la Guerra Civil (34), muy presentes en la sociedad francesa, se agregó la imagen de un Eldorado mediterráneo lleno de ocio y placeres: el sol, la playa, la comida, la fiesta, la pasión, las tradiciones, "*ce sont les choses les plus évidentes de l'Espagne, ce pays si proche de nous, et si lointain pourtant, si différent*" (35). Una simple ojeada a las guías de viaje más populares (*Bleu-Hachette*, *Fodor*, *Michelin*), los reportajes publicados en revistas de corte divulgativo (*Actualités françaises*) y los documentales emitidos en la televisión (*Voyage sans passeport*) demuestra la preeminencia absoluta de estos clichés. Desde el lado sur de los Pirineos, las campañas promocionales tanto de la Dirección General de Turismo como de las empresas de transporte y hostelería reforzaron esa imagen estereotipada, editando material en el que se identificaba a España con Andalucía y se repetían una y otra vez los mismos tópicos, fácilmente reconocibles en el exterior y capaces de hacer olvidar que el país seguía estando gobernado por una dictadura (36).

"*Il ne faut pas se fier aux impressions touristiques pour sonder et connaître la réalité de l'Espagne de 1960*", escribió Max Gallo en 1969 en su *Histoire de l'Espagne franquiste* (37). Efectivamente, el turismo en España representó para los franceses ante

ducción del norte de África (17). Las autoridades españolas realizaron también gestos tempranos en favor del turismo francés, como reinaugar, en 1948, la Oficina de Turismo en París, que dos años más tarde se trasladaría a un enclave privilegiado cerca de los Campos Elíseos (29, Avenida George V), espacio en el que permanecería hasta 1965 (18). La prensa española, guiada por la voluntad de impulsar el reconocimiento internacional, solía magnificar cada visita de turistas de la que tenía constancia (19).

A medida que avanzaba la década de los cincuenta se redujeron los controles para cruzar los Pirineos, de manera que en 1956 el visado consular ya era válido por un año y por un número ilimitado de viajes, y desde 1959 solo se exigió el pasaporte (20). La supresión del visado consular fue objeto de largas y complejas negociaciones. Las autoridades francesas aceptaron la medida sin apenas reservas, dispuestas, según sus propias declaraciones, a seguir el espíritu de liberalismo que predominaba en Europa occi-

Figura 1
Entradas de turistas e ingresos por turismo en España, 1949-1963



FUENTE: Elaboración propia, a partir de: Balance des paiements entre la France et l'extérieur: Espagne del Banco de Francia (1950-1970), Estadísticas de turismo del Ministerio de Información y Turismo (1949-1965), Carreras y Tafunell (2005), CAEF y AMAE-F.

*Solo turistas extranjeros provistos de pasaporte. No se incluyen por tanto los visitantes autorizados por 24 horas ni los españoles residentes fuera de España.

dental, a la vez que dispensar al personal de los Consulados de una carga cada vez más tediosa (21). El gobierno español, sin embargo, tardó años en aplicar de manera efectiva esta disposición, presionado desde dos frentes: por un lado, la Dirección General de Seguridad, a la que preocupaba el posible regreso a España de los “elementos subversivos” refugiados en Francia (22); y por otro lado, los Consulados, reticentes a prescindir de la “preciada fuente de ingresos extra” que suponía la emisión del visado (23). La eliminación de las cartillas de racionamiento, en 1952, liberalizó la adquisición de gasolina, que además se pagaba a un precio mucho más moderado que en Francia.

Francia se situó pronto a la cabeza del turismo internacional con destino a España, muy por delante de Gran Bretaña, el siguiente mercado emisor. Según las estadísticas del Banco de Francia, en torno al 44% del total de las entradas registradas entre 1950 y 1958, y más del 50% en 1959-1962 correspondieron a Francia (a Gran Bretaña el 11,7% y el 11,6%, respectivamente). Si añadiésemos a los “turistas con pasaporte” los viajeros provistos de un permiso de estancia de 24 horas y los españoles residentes en Francia, habría que incrementar las entradas en un 20%. De 1950 a 1965 los turistas franceses generaron una media del 20,1% del total de las divisas por concepto turismo ingresadas en la balanza española de pagos (Figura 1).

III.1. Exotismo al otro lado de los Pirineos

¿Qué atractivos ofrecía al turista francés la España de los años cincuenta? Se trataba,

en buena medida, de incentivos comunes al resto de los turistas occidentales: el buen clima, la amplitud del litoral y los bajos precios. A ellos se sumaban la proximidad, reforzada por la generalización del automóvil y la reducción de los controles fronterizos, y la búsqueda de una idea de exotismo muy anclada en el imaginario colectivo por las obras literarias del Romanticismo y las noticias generadas a propósito de la Guerra Civil.

El factor proximidad explica el uso prioritario del vehículo particular para cruzar la frontera, especialmente utilitarios de pequeño tamaño que, como el 4 CV Renault o el Citroën 2 CV, habían alcanzado una gran popularidad en Francia. También explica la predilección por Cataluña y la Costa Brava, con alguna proyección hacia Baleares y el resto de las costas del norte y levante peninsular. En los primeros años sesenta, los puestos fronterizos de La Junquera, Le Perthus, Irun-Hendaya y Cerbère-Port-Bou registraron en temporada alta el paso a España de unos 10.000 vehículos diarios (24). Provocaban colas de varios kilómetros tan desesperantes para los turistas como provechosas para la propaganda franquista (Figura 2).

En su mayoría, los franceses se desplazaron a España en familia o grupos de amigos, eligiendo para pernoctar los apartamentos, campings, hoteles y alojamiento en casas particulares (por este orden) (25). Por edades, predominó el intervalo 20-40 años, y por categorías socio-profesionales, las profesiones liberales y los obreros industriales (26). No hay estadísticas sobre su procedencia regional, si bien numerosos testimonios

todo un turismo de evasión, un turismo poco exigente y de curiosidad superficial. En su mayoría, los visitantes desconocían el rico patrimonio histórico-cultural y la diversidad de paisajes del país, e hicieron poco o nada por remediarlo. Tampoco eran frecuentes sus críticas hacia la dictadura, salvo algún episodio aislado de jóvenes que se burlaban de las costumbres más puritanas, o militantes de izquierda que reprochaban a sus compatriotas estar aprovechándose de la miseria de los españoles (38).

Ya a principios de los años sesenta, el Ministerio de Información y Turismo envió a sus Oficinas en Francia propaganda para potenciar la diversidad temática y regional de España, en el intento de promover el turismo por el interior del país y fuera de temporada (39). Paralelamente, en Francia, algunos especialistas denunciaron la masificación del litoral (*“certaines plages sont méconnaissables tant il a été construit d’immeubles”* (40)) y animaron a explorar el interior, al tiempo que diversas guías de viaje y medios de comunicación comenzaron a comunicar cambios: *“Les coutumes espagnoles [...] sont, depuis quelques années, en train d’évoluer. On s’américanise”* (41); *“Les enfants mendiants appartiennent déjà à l’imaginaire populaire [...] les Marie-Carmen et les José de 20 ans portent des blue-jeans et boivent des Coca-colas”* (42). Pero fueron pocos los franceses que lograron ver más allá de las sombrillas y bikinis en las playas, los toreros y cantaores flamencos, y los burros por las calles. A la postre, el turismo reforzó la imagen estereotipada que ya de por sí dominaba en Francia. La

sociedad francesa apenas percibió la evolución socio-económica que experimentó España desde los años cincuenta, por lo que a muchos les sorprendería la forma relativamente rápida y pacífica en que transcurrió el proceso de transición a la democracia (43).

III.2. Precios y negocios

Los bajos precios constituyeron, al igual que para otros contingentes nacionales, un importante reclamo turístico: *“En Espagne, on a l’impression de vivre en seigneurs”* (44). De 1951 a 1962 la tasa de cambio peseta-franco se mantuvo favorable al turista francés, a pesar de la inflación y las devaluaciones monetarias decretadas en uno y otro país (1958 en Francia (45), 1957 y 1959 en España (46)). El tema de la *allocation touristique* (cantidad de divisas asignada a cada turista) generó al principio gran controversia, básicamente por la generalización de operaciones que escapaban de los registros oficiales. En 1953 cada turista francés podía introducir en España el contravalor en pesetas de hasta 50.000 francos, cantidad que se amplió progresivamente a lo largo de los años cincuenta, y de manera mucho más rápida tras la incorporación de España a la OEEC. Las autoridades francesas se opusieron, eso sí, a la liberalización completa, en el intento de evitar salidas masivas de divisas para la compra de propiedades inmobiliarias en el país vecino. La entrada de enseres personales no solía estar controlada, pese a la sospecha de operaciones de importación encubierta (vehículos, equipos de radiodifusión) (47).

Por lo general, el gasto medio del turista francés fue inferior al de otros extranjeros, en particular británicos, alemanes, escandinavos y norteamericanos, pero su superioridad numérica determinó un volumen de divisas que llegó a duplicar el de los grupos nacionales anteriores. Evaluar con precisión el gasto del turista francés en España no resulta un trabajo sencillo. Los cálculos se enfrentan a diversos obstáculos: adquisición de pesetas fuera de los cauces oficiales del Instituto Español de Moneda Extranjera-IEME (en Francia, para beneficiarse de un cambio más favorable), pagos directos en francos franceses (transportes y viajes organizados, fundamentalmente), utilización de cheques-viaje emitidos por bancos extranjeros, y uso del trueque y otros mecanismos de compensación entre turistas y residentes. Los informes de los agregados financieros estiman que los gastos anuales de los franceses se situarían a principios de los años sesenta entre 250 y 300 millones de dólares (de un total de 500 millones ingresados en la balanza española de pagos). Las estadísticas oficiales solo registraron unos 60-70 millones (de un total de 250-300). No le faltaba razón al agregado financiero al afirmar que, *“les sommes indiquées par la Banque de France ne correspondent même pas un 1/3 de la dépense minimum que nos compatriotes auraient pu faire dans ce pays”* (48).

A lo largo de los años cincuenta creció también el interés del turista francés por la compra de propiedades inmobiliarias en España, bien como segundas residencias (o primeras tras la jubilación), bien para el alquiler o la reventa, que generaron grandes

beneficios a corto plazo. Dado que los terrenos, el material de construcción, la mano de obra y los impuestos eran baratos en términos relativos, las nuevas viviendas (apartamentos, chalets y bungalows dotados de todas las comodidades) se adquirirían a menos de la mitad del precio que se pagaba en Francia (Figura 3).

Al compás de la demanda, varios grupos inversores se lanzaron a la compra de terrenos para construir grandes complejos residenciales. Fundaron filiales, crearon empresas mixtas, o contaron al menos con socios españoles que facilitaron las gestiones a cambio de comisiones o un porcentaje de los beneficios. Las agencias encargadas de la promoción y comercialización de estos inmuebles se extendieron por toda la geografía francesa, especialmente en las grandes ciudades, y su publicidad inundó periódicos y buzones. Solían jugar con el significado literal y figurado de la expresión *“bâtir des châteaux en Espagne”*, para concluir que “construir castillos en España” ya no designaba, como decía la enciclopedia, una utopía o quimera, sino una realidad al alcance de cualquier francés. Además de ofrecer condiciones ventajosas de financiación, estas empresas acostumbraban a regalar un viaje en avión y una estancia en España a todo comprador potencial, que una vez tomaba la decisión regresaba a Francia para concluir los pormenores de la operación. Las autoridades españolas apenas ejercieron ningún control: *“L’Espagne ne semble faire aucune difficulté aux achats. On apporte des devises, elle les prend”* (49).

Aunque no existen estadísticas que desagreguen estas partidas, en la documentación

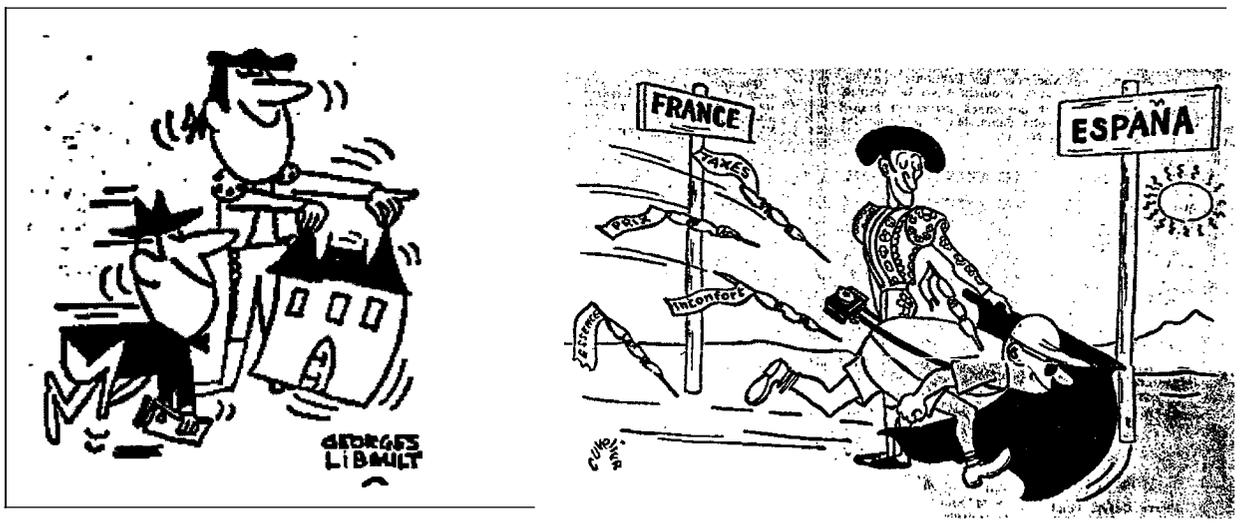
de archivo se aventuran cifras de inversión de unos 70 millones de francos al año (850 millones de pesetas, 14 millones de dólares) (50). En teoría, las transferencias se realizaban a través de bancos designados a tal efecto, pero en práctica no se pudo controlar la salida de divisas ni disponer de datos fiables.

En efecto, hubo mucha picaresca en torno a estas operaciones inmobiliarias. Parte de los apartamentos se edificaron fuera de la normativa, sin previa autorización administrativa, y se vendieron y revendieron hasta tres o cuatro veces antes de que finalizase su construcción. La búsqueda del beneficio fácil y a corto plazo llevó a algunas empresas a protagonizar sonados escándalos por fraude (v.g. Elysée et Ponthieu Immobilière de París) (51) y a muchos particulares a eva-

dir impuestos. En 1963 se firmó el convenio franco-español de doble imposición, que permitía declarar solo en un país, preferentemente en aquel donde el inmueble estaba situado, pero las irregularidades continuaron.

Este proceso de urbanización no resultaba aún preocupante en los años cincuenta, por lo reducido de sus dimensiones, pero el germen de sus efectos desastrosos ya estaba ahí. La falta de planificación urbanística y la especulación generarían, inevitablemente, la saturación de los servicios básicos y un deterioro medioambiental y paisajístico a menudo irreversible. Las autoridades franquistas dejaron hacer, indiferentes, incompetentes, y a la vez partícipes del desaguisado (52).

Figura 3
Viñetas humorísticas publicadas en la prensa francesa, 1964



FUENTE: *Le Figaro*, 9/9/1964 (izquierda) y *L'Aurore*, 2/9/1964 (derecha).

IV. EFECTOS NEGATIVOS PARA EL TURISMO FRANCÉS

Las autoridades francesas percibieron pronto que el turismo en España jugaba en contra de Francia, que desde finales de los años cincuenta registró un fuerte declive tanto de las entradas de extranjeros como de los desplazamientos de nacionales por el interior del país. Los saldos positivos generados por el turismo en 1960 en la balanza francesa (unos 236 millones de dólares) se transformaron en déficit a partir de 1965 (29 millones de dólares), año este último en que España registró un ingreso neto de 993 millones de dólares. El turismo constituía entonces la primera fuente de divisas en España y la tercera en Francia, después del automóvil y la industria siderúrgica (53).

El saldo negativo de la balanza bilateral persistió, pues los desplazamientos de españoles aumentaron por el interior del país, pero no en el extranjero. En 1955, por ejemplo, entraron en España 614.146 turistas franceses, frente a los pocos miles de españoles que visitaron Francia, la mayoría por motivos profesionales, familiares o religiosos (peregrinaciones a Lourdes). Ese año los franceses dejaron en España alrededor de 2,7 millones de dólares de la época (el 60% del total), mientras que los españoles apenas aportaron al país vecino unos 9.000 dólares (54).

Cada vez eran más los franceses que reemplazaban la Costa Azul, otrora epicentro del turismo mundial, por la Costa Brava. Jugaban en contra del turismo en Francia el alto nivel de precios, la insuficiencia y envejecimiento de las instalaciones hoteleras

y la falta de cordialidad del personal (55). Ello provocaba que no solo los extranjeros, sino también los propios franceses, eligiesen cada vez menos este país como destino vacacional. En efecto, el turismo en Francia era el más caro de Europa, en gran medida debido a los impuestos que gravaban la hostelería, la restauración y los carburantes. De ahí que las campañas de propaganda de las agencias de viajes del norte de Europa incitaran a no atravesar Francia para ahorrar dinero. La situación era ciertamente preocupante:

“Si en dehors de la côte d’Azur, il est difficile à notre pays de concurrencer le soleil de la péninsule ibérique, il est certain que la France pourrait, de son côté, faire un effort sérieux en matière d’hôtellerie (confort et prix) [...] si nous nous réjouissons pour l’Espagne de cette nouvelle source de richesse que constitue le tourisme, nous ne pouvons que déplorer qu’elle entraîne en contrepartie pour notre pays plus qu’un manque à gagner appréciable: une véritable saignée annuelle de devises” (57).

Alarmadas por la deriva hacia España de una corriente turística de la que hasta entonces habían obtenido grandes beneficios, las autoridades galas emprendieron, en el marco de su planificación indicativa, una serie de acciones para tratar de revertir la situación. La Secretaría de Estado de Turismo y el Comisariado de Turismo centraron sus esfuerzos, en primer lugar, en la modernización del equipamiento hotelero, aprovechando el poco tiempo que quedaba —a su entender— hasta que los precios españoles se nivelasen con los franceses, resultado inevitable del

desarrollo económico. Además, obligaron a los restaurantes franceses a ofertar un menú turístico cerrado y con todos los extras incluidos en el precio, a fin de evitar sorpresas en la cuenta. Puede que la gastronomía francesa fuese la mejor del mundo –indicaban–, pero lo que buscaban los turistas era comer bien a precios razonables (58).

Por otro lado, el gobierno francés trató de aprovechar el auge de la Costa Brava para potenciar las costas cercanas de Languedoc y Roussillon, mediante la coordinación de servicios, la emisión de propaganda conjunta y el desarrollo de las infraestructuras transpirenaicas. Comenzaron así los trabajos de ampliación y modernización de la red de carreteras transfronterizas (Perpignan-Barcelona, Figueras-Port Bou, Bilbao-Behovie), que se intensificarían en los años sesenta. En pleno *boom* turístico, se abrieron también nuevas líneas aéreas (como Barcelona-Burdeos y Barcelona-Toulouse, gestionadas por Iberia y Air France) y se logró que la ruta ferroviaria Madrid-París no implicase, como hasta entonces, cambiar de tren en la frontera: la empresa española Patentes Talgo S.A. fabricó un sistema de ejes intercambiables que se adaptaban de forma automática a los diferentes anchos de las vías españolas y francesas (1,67 m. en España vs 1,43 m. en Francia). Estos trabajos contaron con la implicación directa de las Cámaras de Comercio e Industria de las regiones fronterizas y la participación de destacadas empresas francesas, entre ellas las constructoras BEC y Bouygues, y las sociedades de ingeniería Technip y Sofreraail.

El gobierno francés emprendió también algunas medidas de “contra-propaganda”

que irritaron a los diplomáticos españoles, como reducir el número de permisos concedidos a los autocares no franceses en tránsito hacia el sur, o exigir a los autobuses extranjeros de camino a España que se quedasen en Francia un mínimo de dos noches, aunque el viaje solo requiriera una (59). Algunos medios de comunicación emprendieron campañas complementarias poniendo de relieve aspectos negativos del turismo en España: el calor extremo, el ruido a todas horas, el hacinamiento de las costas, el recato exagerado, el mal estado de las carreteras secundarias, la destrucción paisajística, la vigilancia policial, e incluso “un extraño virus que circula por España y contra el que los viajeros deben protegerse” (60). Estas medidas no lograron revertir la tendencia: España continuaría liderando el turismo receptor en la década siguiente, en gran parte gracias a esos millones de franceses que llegaban cada verano.

V. CONCLUSIÓN

Desde los años cincuenta, el turismo extranjero brindó a España una mayor capacidad de compra y una imagen más respetable ante la comunidad internacional. El desarrollo socio-económico de los países del bloque occidental, unido a los bajos precios y la amplia oferta de sol y playa del territorio español, espolearon el turismo con destino a España hasta niveles de liderazgo mundial. El régimen franquista arrinconó pronto sus prejuicios políticos y morales, y dejó espacio, en su agenda económica y de política exterior, al fomento y regulación de un sector que parecía guardar un gran potencial lucrativo y diplomático. A ello respondió

la creación del Ministerio de Información y Turismo, dirigido inicialmente por Gabriel Arias-Salgado, ministro cuyo papel en la historiografía y la memoria colectiva ha pasado desapercibido ante el empuje arrollador de su sucesor, Manuel Fraga Iribarne. En aquellos años cincuenta se implantó el germen del turismo de masas que caracterizaría la década siguiente, con sus ventajas (fuente de divisas, motor de integración internacional) y sus inconvenientes (concentración geográfica y temporal, baja calidad, poca planificación y profesionalización, especulación, dependencia y degradación medioambiental).

El número de franceses que visitaron España creció de manera ininterrumpida y relativamente uniforme entre 1951 y 1962. Representaron en torno a la mitad de los turistas extranjeros y aportaron un volumen importante de divisas, cifras de difícil precisión por la irregularidad de las fuentes y la ilegalidad (permitida) de muchos negocios y operaciones. Los franceses también se dejaron seducir, como otros extranjeros, por el buen clima, la extensión del litoral, los precios moderados y el abanico de tópicos, muchos de origen andaluz, que ofrecía España. Pero en su caso destacaron también como fuertes motivaciones la proximidad geográfica y la búsqueda de una *certaine idée de l'Espagne* difundida por los autores románticos y la Guerra Civil, que se tradujeron en distintivos nacionales como el mayor uso de la carretera y el automóvil particular, y el gusto por el viaje autónomo libre de tourperadores. No obstante, a la postre, y salvo excepciones, los franceses dejaron el coche aparcado en la costa y consumieron el mismo “exotismo de pega” que el resto de los turistas foráneos.

El turismo funcionó, ya en los años cincuenta, como una ventana al exterior y, de ahí, un agente de cambio interior. Los españoles no interactuaron demasiado con los visitantes, pero les observaron con detenimiento desde la barrera. Acostumbrados a la censura y con pocas posibilidades de viajar al extranjero, conocieron de primera mano unos niveles de renta y bienestar, y una tolerancia y libertades que, si al principio les sorprendieron, a medida que pasaba el tiempo les generaron deseos de emulación. Se revelaban así las contradicciones de una sociedad mucho menos satisfecha consigo misma de lo que pretendía mostrar la propaganda franquista. Aquella idea de España como “bastión moral de Occidente”, alérgica al exterior y a la modernidad, había empezado a quedar obsoleta.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO ÁLVAREZ, L., VILAR RODRÍGUEZ, M. y LINDOSO TATO, E. (2012): El agua bienhechora. El turismo terminal en España, 1700-1936, Alhama de Granada: Observatorio del Termalismo.
- ANGOUSTURES, A. (1987): *L'opinion publique française et l'Espagne, 1945-1975*, Tesis Doctoral, Institut d'Études Politiques de Paris.
- ANGOUSTURES A. (1990): *L'opinion publique française et l'Espagne, 1945-1975*. *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, nº 37, pp. 672-686.
- ARESPACOHAGA, Juan de (1967): La especulación del suelo en las zonas turísticas. *Economía Financiera Española*, nº 13-14, pp. 39-50.
- BANQUE DE FRANCE (1950-1970): *Balance des paiements entre la France et l'extérieur: Espagne*, Paris: Banque de France, varios tomos.
- BARBAZA, Y. (1966): *Le paysage humain de la Costa Brava*, Paris: Armand Colin.

- BATTILANI, P. y LARRINAGA RODRÍGUEZ, C. (2021): Coastal Tourism in Southern Europe in the XXth century. New economy and material culture, Berlín: Peter Lang.
- BAYÓN MARINÉ, F. (1999): 50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural, Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- BERTHIER, N. (1996): *Espagne folklorique et Espagne éternelle: l'irrésistible ascension de l'espagnolade*. Bulletin d'Histoire Contemporaine de l'Espagne, nº 24, pp. 245-254.
- BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCION Y DESARROLLO-BIRD (1962): El desarrollo económico de España, Madrid: BIRD.
- BRAY, R. y RAITZ, V. (2001): Flight to the Sun. The Story of the Holiday Revolution, London: Continuum.
- BRUNDU, P. (1984): Ostracismo e Realpolitik: Gli Alleati e la Spagna franchista negli anni del dopoguerra, Cagliari: CELT.
- BUADES, J. (2004): On brilla el sol. Turismo a Balears abans el boom, Ibiza: Res Publica Edicions.
- BUSTURIA, D., ed. (1994): Del reencuentro a la convergencia: Historia de las relaciones bilaterales hispano-francesas, Madrid: Fundación Diálogo.
- CALS GÜELL, J. (1974): Turismo y política turística en España: una aproximación, Barcelona: Ariel.
- CARRERAS ODRIÓZOLA, A. y TAFUNELL SAMBOLA, X., coords. (2005): Estadísticas históricas de España, siglos XIX y XX, Bilbao: Fundación BBVA.
- CORBIN, A. (1995): L'avènement des loisirs, 1850-1960, Paris: Aubier.
- CORREYERO RUIZ, B. (2003): *La propaganda turística española en los años del aislamiento internacional*. Historia y Comunicación Social, nº 8, pp. 47-61.
- DELAUNAY J.-M. (1994): L'Espagne dans la politique générale française au XX^e siècle. Images et influences de l'Espagne dans la France contemporaine (SAGNES, J.; ed.), Béziers: Presses Universitaires de Perpignan, pp. 34-54.
- DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, L. (2004): *L'Espagne franquista au miroir de la France: de l'ostracisme à l'ouverture internationale*. Siècles monográfico Représentations de l'autre et relations internationales France-Espagne, XIXe-XXe siècles, Nº 20, pp. 117-133.
- DULPHY, A. (2002): La politique de la France à l'égard de l'Espagne de 1945 à 1955: Entre idéologie et réalisme, Paris: Ministère des Affaires Étrangères.
- ECK, J.-F. (2009): Histoire de l'économie française: de la crise de 1929 à l'euro, Paris: Armand Colin.
- EDITUR (1962): *Anuario español de la industria turística, 1961/62*, Barcelona: EDITUR.
- ÉNTIENVRE, J.-P. y URQUIJO GOITIA, J. R., eds. (1989): España, Francia y la Comunidad Europea, Madrid: Casa de Velázquez/CSIC.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L. (1991): Historia general del turismo de masas, Madrid: Alianza.
- FODOR, E (1957): L'Espagne et le Portugal. Les Guides Modernes Fodor, Paris: Pallas.
- FOURASTIÉ, J. (1979): Les Trente Glorieuses (ou la révolution invisible de 1946 à 1975), Paris: Fayard.
- FUENTES VEGA, A. (2017): Bienvenido Mr. Turismo, Madrid: Cátedra.
- GALANT, I. (2021) : ¿Bueno, bonito y barato ? El turismo francés en España. Italia e Spagna nel turismo del secondo dopoguerra. Società, politiche, istituzioni (BERRINO, A. y LARRINAGA, C.; coords.), Milano: Franco Angeli, pp. 135-152.
- GALLO, M. (1969): Histoire de l'Espagne franquiste de 1951 à aujourd'hui, Vervier : Marabout Université, tomo 2.
- GAVIRIA LABARTA, M. (1974): España a gogo. Turismo charter y neocolonialismo del espacio, Madrid: Turner.

- GUINARD, P. (1963): L'Espagne, Paris: Presses Universitaires de France.
- GUINGOIS, G. (1966): *Alicante dit pour quelle raison 8 millions de Français vont passer leurs vacances en Espagne*. Transmondia, n° 144, pp. 28-32.
- HOLLIER, R. A. (1956): L'Espagne et les problèmes du tourisme, Genève: Institut International de Recherches Touristiques.
- HUALDE, X. (2016): El "cerco" aliado: Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia frente a la dictadura franquista (1945-1953), Bilbao: Universidad del País Vasco.
- JURDAO ARRONES, F. (1990): España en venta, Madrid: Endymion.
- JURDAO ARRONES, F., coord. (1992): Los mitos del turismo, Madrid: Endymion.
- LÉVY-LEBOYER, M., dir. (2006): *L'économie française dans la compétition internationale au XX^e siècle*, Paris: Comité pour l'Histoire Économique et Financière de la France.
- MARTÍNEZ LILLO, P. A. (1985): Una introducción al estudio de las relaciones hispano-francesas (1945-1951), Madrid, Fundación Juan March.
- MARTÍNEZ RUIZ, E. (2003): El sector exterior durante la autarquía. Una reconstrucción de las balanzas de pagos de España (1940-1958), Madrid: Banco de España.
- MINISTERIO DE INFORMACIÓN Y TURISMO (1966): Estadísticas de Turismo Año 1965, Madrid: Ministerio de Información y Turismo.
- MORENO GARRIDO, A. (2007), Historia del turismo en España en el siglo XX, Madrid: Síntesis.
- MUNDET CERDAN, L. (2000): *De l'estiueig dels forasters a la invasió dels visitants*. Revista de Girona, n° 200, pp. 107-116.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS-OCDE (1972): *Tourisme internationale et politique du tourisme dans les pays de l'OCDE*, Paris: OCDE.
- PACK, S. D. (2009): La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco, Madrid: Turner.
- PAWIN, R. (2013): Histoire du bonheur en France depuis 1945, Paris: Robert Laffont.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, C., dir. (1999): Historia de la economía del turismo en España, Madrid: Civitas.
- PELLEJERO MARTÍNEZ, C. (2002): *La política turística en la España del siglo XX: una visión general*. Historia Contemporánea, monográfico Turismo y nueva sociedad, n° 25, pp. 233-265.
- PELLISTRANDI, B. (2001): La imagen de España en Francia en el siglo XX. Las claves de España en el siglo XX (MORALES MOYA, A.; coord.), Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio, pp. 91-104.
- PEYRE, C. y RAYNOUARD, Y. (1971): Histoire et légendes du Club Méditerranée, Paris: Seuil.
- PORTERO RODRÍGUEZ, F. (1989): Franco aislado: la cuestión española (1945-1950), Madrid: Aguilar.
- POUTET, H. (1995): Images touristiques de l'Espagne. De la propagande politique à la promotion touristique, Paris: L'Harmattan.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, L. (2003): El progreso económico de España (1850-2000), Bilbao: Fundación BBVA.
- PUCHE-RUIZ, M. C. (2021): *Adoctrinamiento turístico de los españoles en el primer franquismo: la "españolada" cinematográfica y la "diferencia" nacional asociadas a Andalucía (1940-1959)*. Investigaciones Turísticas, n° 22, pp. 327-353.
- RÉAU, B. (2018): *Une utopie « réalisée » ? Éléments pour une analyse des rapports sociaux dans les clubs Méditerranée des années 1950*. Diacronie. Studi di Storia Contemporanea, n° 36, <https://journals.openedition.org/diacronie/9893>
- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, E. M. (2002): *Le tourisme des années 1960 à destination de l'Espagne. Le cas des Français*. Histoire, Économie et Société, n° 21, pp. 413-430.

- SÁNCHEZ SÁNCHEZ, E. M. (2006): Rumbo al Sur. Francia y la España del desarrollo, 1958-1969, Madrid: CSIC.
- SEGRETO, L., MANERA URBINA, C. y POHL, M., eds. (2009): Europe at the Seaside. The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean, New York: Berghahn Books.
- VALLEJO POUSADA, R. (2013): *Turismo y desarrollo económico en España durante el franquismo, 1939-1975*. Revista de Historia de la Economía y de la Empresa, nº 7, pp. 423-452.
- VALLEJO POUSADA, R. (2015): *¿Bendición del cielo o plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975*. Cuadernos de Historia Contemporánea, nº 37, pp. 89-113.
- VALLEJO POUSADA, R. (2019): *Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: la conformación de un sistema turístico*. Ayer, nº 114, pp. 175-211.
- VALLEJO POUSADA, R. (2021a): *La consolidación de España como potencia turística entre 1986 y 1995: grandes eventos y éxito europeo*. Estudios Turísticos, nº 222, pp. 9-43.
- VALLEJO POSADA, R. (2021b): *Historia del turismo en España, 1928-1962*. Economía, política y administración turística, Madrid: Sílex.
- VALLEJO POUSADA, R. y LARRINAGA RODRÍGUEZ, C. (2019): *Los orígenes del turismo moderno en España: El nacimiento de un país turístico 1900-1939*, Madrid: Sílex.
- VERCLYTTE, V. (2018): *La société française depuis 1945*, Malakoff: Armand Colin.
- VILA FRADERA, J. (1997): *La gran aventura del turismo en España*, Barcelona: EDITUR.
- VV.AA. (1960): *El turismo en el comercio exterior de España*. Información Comercial Española, nº monográfico 322, pp. 100-113.
- VV.AA. (1999): *50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural*, Madrid, Fundación Ramón Areces.

NOTAS

Esta publicación se ha realizado en el marco del proyecto de I+D+i PGC 2018-093896-B-I00 *¿Capitalismo mediterráneo?: Éxitos y fracasos del desarrollo industrial en España, 1720-2020*, financiado por el Ministerio de Ciencia e Investigación/Agencia Estatal de Investigación/DOI 10.13039/501100011033; y por FEDER-UE “Una manera de hacer Europa”.

(1) Las relaciones franco-españolas en la inmediata posguerra, y en particular el *affaire* fronterizo, pueden seguirse en Brundu (1984), Étienvre y Urquijo (1989), Portero (1989), Martínez Lillo (1985), Busturia (1994), Dulphy (2002) y Hualde (2016).

(2) “Crédit extraordinaire français de 15 milliards de francs”, nota al ministro de Economía y Finanzas, Paris, 25/5/1957, Centre des Archives Économiques et Financières (en adelante CAEF), B43847.

(3) Según datos del Institut National de la Statistique et des Études Économiques-INSEE, 1952.

(4) Fourastié (1979). La expresión *Trente Glorieuses*, que aparecía por primera vez en esta obra, fue después adoptada por muchos especialistas para hacer referencia a los treinta años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial. Para una síntesis de la expansión económica de Francia durante los Treinta Gloriosos, remitimos a Lévy-Leboyer (2006), Eck (2009), Pawin (2013) y Verclytte (2018).

(5) Véanse Dulphy (2002) y Sánchez (2006).

(6) Corbin (1995) y Bray y Raitz (2001).

(7) Moreno (2007), p. 222.

(8) Vallejo (2021b), pp. 369-376.

(9) Sobre la utilización del turismo como “arma de seducción masiva”, Pack (2009).

(10) Buades (2004), p. 184.

(11) Hollier (1956), p. 31.

(12) Pack (2009), pp. 126-128 y 159-163, y Vallejo (2021b), pp. 297-298 y 574-577.

(13) Ministerio de Información y Turismo-Subsecretaría General de Turismo (1966), p. 410.

(14) Vallejo (2021b), p. 206. Más detalles en Carreras y Tafunell (2005) y Martínez Ruíz (2003).

(15) El vaciado de los diarios *ABC*, *Pueblo* y *Ya* realizado por Poutet (1995) muestra la profusión de estos discursos triunfalistas, en los que solo se abordaba la calidad, si acaso, con el objetivo de continuar incrementando las cifras de visitantes.

(16) Dulphy (2002), p. 584.

(17) “Relations commerciales franco-espagnoles”, informe de la Direction des Affaires Économiques et Financières, Paris 16/10/1959, Archivo del Ministerio francés de Asuntos Exteriores (en adelante AMAE-F), Europe, Espagne, 1956-60, vol. 234.

(18) En 1965 venció el contrato de alquiler firmado en 1950 entre la Dirección General de Turismo y la Sociedad “Hôtel George V” (4,5 millones de francos -antiguos- al año). Las autoridades españolas, que no estaban dispuestas a prescindir de unas instalaciones en las que habían invertido mucho tiempo y dinero, llevaron a juicio a sus interlocutores, pero no consiguieron que se resolviese en su favor.

(19) “Cruzan la frontera por primera vez después de la guerra de liberación un grupo compuesto por 30 turistas franceses que serán atendidos por la Dirección General de Turismo”, *El Alcázar*, 17/3/1950.

(20) “Espagne. Accord par échange de lettres relatif à la suppression des visas de court séjour”, Madrid, 13/4/1959, AMAE-F, Europe, Espagne, 1956-60, vol. 234.

(21) Centre des Archives Contemporaines-Fontainebleau (en adelante CAC), Ministère de l’Intérieur, dossier 890519/34.

(22) Solo entre febrero y septiembre de 1951 se contabilizaron 1.083 entradas clandestinas, CAC, Ministère de l’Intérieur, dossier 880502/38.

(23) “Négociations franco-espagnoles concernant la suppression de l’obligation du passeport dans les relations entre la France et l’Espagne: évolution successive de cette affaire”, nota del Service de la

Circulation Transfrontière de l’Immigration et de la Nationalité, Paris, 22/5/1964, AMAE-F, Europe, Espagne, 1961-70, vol. 381; y carta del embajador Robert de Boissesson al ministro Castiella, Madrid, 4/5/1966, Archivo del Ministerio español de Asuntos Exteriores (AMAE-E), R-8370/29.

(24) “Saison touristique en Espagne”, carta del agregado financiero de la Embajada de Francia en España, Madrid, 1/9/1962, CAEF, B10840.

(25) Carta del agregado financiero, Madrid, 2/10/1962, CAEF, B10840. La demanda francesa influyó sin duda en la espectacular proliferación de alojamientos en las costas catalanas, que en 1962 concentraban en torno al 70% de los campings construidos en el conjunto del litoral español y el 23% de las pernoctaciones hoteleras del país. Jiménez (1963), p. 127, y Escorihuela (1963), p. 35.

(26) “Rapport sur la saison touristique en Espagne”, informe del agregado financiero, Madrid, 1/9/1962, CAEF, B10840.

(27) Impresiones del agregado financiero en carta al ministro de Finanzas y Asuntos Económicos, Madrid, 1/9/1962, CAEF, B10840.

(28) Carta del presidente de la Amicale des Estivants Français à Laredo, Laredo, 6/11/1962, CAEF, B10840.

(29) Véase Guingois (1966).

(30) Barbaza (1966), Sánchez (2002, 2006) y Galant (2021).

(31) El proyecto de Alcudia no prosperó por el enfrentamiento entre sus promotores y las autoridades locales, que acusaron a los veraneantes de ir contra las buenas costumbres y la moralidad de los residentes. El Club Med no instalaría su segunda *ville de vacances* en España hasta 1963 (en Cadaqués, Girona). Su historia, expansión geográfica y valores en Peyre y Raynouard (1971), Réau (2018) y los boletines periódicos *Trident* y *Le Nouveau Trident*.

(32) Editur (1962), pp. 403-406.

(33) Son ejemplos destacados las obras siguientes, que insistían en la imagen de un pueblo pasional y orgulloso, y un país plagado de leyendas y luga-

res misteriosos: *Voyage en Espagne* de T. Gautier (1843); *Terre d'Espagne* de R. Bazin (1896); *Sur les vieilles routes d'Espagne* de J.J. Achille (1931); *En Espagne* de M. Legendre (1951); *Images d'Espagne* de J. Sermet (1955); y *L'itinéraire espagnol* d'A. T'Serstevens (1963).

(33) Las referencias a la Guerra Civil española eran constantes en la opinión pública francesa, por la vecindad, la carga moral de la no intervención y su significado como antesala de la Segunda Guerra Mundial. Como afirma Delaunay (1994, p. 41), “*la guerre civile espagnole fut sans aucune doute la période la plus espagnole de l'opinion publique française*”.

(35) *Le Nouveau Trident. Revue du Club Méditerranée*, verano 1963, p. 28.

(36) Sobre esa imagen estereotipada de España en Francia, remitimos a Delaunay (1994), Poutet (1995), Berthier (1996), Pellistrandi (2002), Correyero (2003), Fuentes (2017) y Puche-Ruiz (2021), entre otros.

(37) Gallo (1969), tomo 2, pp. 326-327.

(38) Galant (2021), p. 140.

(39) A la Oficina de Turismo de España en París llegaron los siguientes folletos informativos (editados en español y en francés): *Calendario Turístico Anual, Costa Mediterránea, Ciudades Andaluzas, Ciudades del Norte de España, Madrid y El Escorial, Ruta del Románico, Ruta de Santa Teresa, Camino de la Plata, Balnearios y aguas minerales de España, Plazas de España, Jardines de España, Cuevas prehistóricas del Norte de España, Monasterios de España, España para Usted, Paradores y Albergues, Camino de Santiago, La casa popular en España, Deportes de España, Playas de España, Cocina y restaurantes típicos y Mapa de Carreteras*, Archivo General de la Administración (en adelante AGA), Cultura, caja 52250.

(40) “Saison touristique en Espagne”, informe del agregado financiero, Madrid, 1/9/1962, CAEF, B10840, y Guinard (1963), p. 190.

(41) Fodor (1957), pp. 36-37.

(42) “Ce qui vous attend cette année en Espagne”, *Le Journal du Dimanche*, 21/6/1965.

(43) Es la tesis de Angoustures (1987, 1990).

(44) “La France a perdu la bataille des vacances”, *L'Aurore*, reportaje publicado en varias entregas en septiembre 1964.

(45) En el marco del Plan Rueff-Pinay, se decretó una devaluación del 17,5% y la creación de una nueva unidad monetaria, el “nuevo franco” (equivalente a 100 francos antiguos).

(46) La peseta se había devaluado antes de manera encubierta en el marco del sistema de cambios múltiples.

(47) “Note sur l'acquisition par des Français des biens immobiliers en Espagne”, Madrid, 10/9/1963, sin firma, AGA, Cultura, caja 19740.

(48) Informe del agregado financiero de la Embajada de Francia en España, Madrid, 2/10/1960, CAEF, B10640.

(49) Carta del presidente de l'Amicale des Estivants Français à Laredo al Embajador de Francia en España, 6/11/1962, CAEF, B10840.

(50) “Note sur l'acquisition par des Français des biens immobiliers en Espagne”, Madrid, 10/9/1963, sin firma, AGA, Cultura, caja 19740.

(51) Carta del agregado financiero al Ministerio de Finanzas y Asuntos Económicos, Madrid, 30/10/1961, CAEF, B43847.

(52) Vallejo (2015), p. 107. Sobre la especulación del suelo en zonas turísticas, ver también Arespacochaga, (1967), Cals (1974), Gaviria (1974), Jurdao (1990) y Vila (1997). Para la Costa Brava, Barbaza (1966) y Mundet (2000).

(53) Banque de France (1950-1970)

(54) Banque de France (1950-1970) y *Statistiques du Commissariat Général au Tourisme de l'OCDE*, 1965, CAEF, B10840.

(55) “Rapport sur l'Espagne”, reuniones consulares de 4 y 5 de diciembre de 1961, Madrid, 21/12/61, CAEF, B43864.

(56) A. Reche, "Où en est notre tourisme?", *Sud-Ouest*, Bordeaux, 5/5/1964.

(57) "Rapport sur l'Espagne", reuniones consulares de 4 y 5 de diciembre de 1961, Madrid, 21/12/61, CAEF, B43864.

(58) "La France a perdu la bataille des vacances", *L'Aurore*, septiembre 1964.

(59) Pack (2009), p. 151.

(60) *Íbidem*.