

**TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO ECONÓMICO A TRAVÉS DE
LAS DENOMINACIONES GEOTURÍSTICAS EN EL FRANQUISMO**

Jesús Nicolás Torres Camacho

Cultura, Patrimonio, Geografía, Historia; Arte y Antropología.

Universidad de Oviedo

C/Teniente Alfonso Martínez s/n. 33011, Oviedo.

Tlf. 985 10 44 76

torresjesus@uniovi.es

TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO ECONÓMICO A TRAVÉS DE LAS DENOMINACIONES GEOTURÍSTICAS EN EL FRANQUISMO

RESUMEN: El régimen de Franco (1939-1975) determina un periodo de enorme relevancia para el estudio del turismo en nuestro país, ya que será durante esta etapa cuando alcance unos niveles de desarrollo que permitieron que la nación se convirtiera en uno de los destinos turísticos más importantes de Europa.

La administración desarrolló diversas medidas encaminadas a la promoción del turismo. En esta comunicación y en el contexto de investigación de la Tesis Doctoral en curso, analizaremos el *Registro de Denominaciones Geoturísticas* y su vinculación con la promoción de diversos espacios y la rentabilización de diferentes intervenciones de enorme importancia en relación con la actividad turística en España.

Palabras Clave: turismo, patrimonio, desarrollo, Dictadura de Franco, denominaciones geoturísticas.

ABSTRACT: Franco's regime (1939-1975) was a period of great relevance for tourism's study in our country, as during this time tourism reached the development levels that allowed the nation became one of the European's most important tourist destination.

Administration carried out many measures looking for tourism ordinance, promotion, etc. of the tourism. In this communication and in the context of the Doctoral Thesis in process, we will analyze the *Registro de Denominaciones Geoturísticas* and its connection with different spaces' promotion and the profitability of important interventions for tourism.

Keys Board: tourism, heritage, development, Franco's dictatorship, denominaciones geoturísticas.

1. INTRODUCCIÓN

La Dictadura de Franco ha suscitado, en las últimas décadas, un gran interés para estudiosos e investigadores de toda índole. Su cercanía en el tiempo y las múltiples

consecuencias derivadas de la Guerra Civil española y su posterior gobierno así lo han propiciado.

Uno de los temas más interesantes de estudio en este periodo es la turística dado el protagonismo que alcanzó esta actividad en la economía española. Son numerosas las investigaciones que a partir de diversos enfoques lo han analizado desde su evolución, auge, consecuencias, relaciones, etc. En este particular caso nos acercaremos a la investigación del turismo desde un enfoque multidisciplinar¹ que nos permite vincular las relaciones existentes entre los diversos proyectos de intervención² en el patrimonio desarrollados por la administración, y su relación directa con la explotación económica de éste a través del turismo, atendiendo a su promoción a partir de una figura concreta, las *Denominaciones Geoturísticas*.

En España, la Guerra Civil y sus devastadoras consecuencias afectaron de lleno a diversos conjuntos y monumentos allí donde se desarrolló más activamente la contienda. El Estado realizó una intensa labor de reconstrucción y restauración del patrimonio monumental afectado no solo por los daños derivados de la contienda, sino también por el abandono y desidia de siglos en que estuvieron muchos edificios de valor histórico y artístico (Arrillaga, 2005: 66-67). En estas circunstancias se encontraban carentes de las correspondientes operaciones de mantenimiento o con usos no adecuados, que bajo la perspectiva de la dinamización económica mediante el turismo potenció la necesidad de recuperar edificios y conjuntos monumentales (Almarcha, 2012: 303). Las reconstrucciones y restauraciones llevadas a cabo por el régimen fueron de enorme interés y han repercutido directamente en la concepción actual de numerosos edificios y conjuntos monumentales. Éstos fueron utilizados como «objetos» de propaganda política e ideológica, y a su vez se convirtieron en el escenario de la concepción del turismo de masas.

Superadas las consecuencias materiales del conflicto, y especialmente a partir de los años sesenta del pasado siglo XX, la administración intensificó sus iniciativas en

¹ Trabajo desarrollado por el Proyecto de Investigación del Plan Nacional de I+D+i *Restauración monumental en el Desarrollismo 1959-1975* (HAR2011-23918) que tiene como finalidad contribuir a cubrir la deficiencia historiográfica patente en el conocimiento de la actividad conservadora, reconstructora y restauradora de los monumentos bajo el franquismo, desde la culminación de los años cincuenta y a lo largo de las décadas de los sesenta y mediados de los setenta. I. P. M^a Pilar García Cuetos (Universidad de Oviedo). <<https://restauracionyreconstruccion.wordpress.com>>

² Entiéndase por proyectos de intervención, de forma genérica, los proyectos de restauración, de ordenación, de obras, etc., sobre diversos monumentos o conjuntos monumentales por parte de la administración del Régimen.

materia turística para buscar del desarrollo económico del país. Entre las diferentes acciones emprendidas destacaremos el registro y la declaración de Denominaciones Geoturísticas, como «marca», «producto» de propaganda turística basada en intereses comerciales. Entre los motivos que impulsaron la creación de estas denominaciones, fueron claves los caracteres geográficos del espacio seleccionado en la atracción del visitante y junto a éstos entraron en escena otros tan variopintos como motivos literarios, fantásticos... cuya única finalidad era la atracción del turista. Detrás de estas denominaciones se mezclaban intereses públicos basados en la promoción turística de un territorio concreto junto con otros privados, que tras la misma apariencia derivaron en ocasiones en procesos de especulación urbanística con graves consecuencias para el patrimonio natural y cultural.

La declaración de Denominaciones Geoturísticas en espacios donde la administración intervino restaurando el patrimonio monumental genera interesantes relaciones en las que se mezclan los criterios de intervención en el patrimonio con la atracción de las corrientes turísticas. El territorio, el patrimonio (material e inmaterial) y el paisaje constituyen las piezas clave que muestran los cambios experimentados en dicho periodo.

2. TURISMO, PATRIMONIO Y DESARROLLO

“En los últimos años del siglo XIX y durante los primeros del siglo XX aparecen los primeros signos de los que, a partir de los años cincuenta, será el turismo de masas” (Velasco, 2004: 107), un fenómeno económico, social, político, etc., que aparecerá casi de forma simultánea en los países occidentales. En el caso de España, las relaciones entre la administración y el turismo se remontan a los comienzos del siglo XX, a través de diversas instituciones como la *Comisión Nacional del Turismo* (1905-1911), la *Comisaría Regia de Turismo y de la Cultura Artística* (1911-1928) o el *Patronato Nacional del Turismo* (1928-1939); organismos que trabajaron con múltiples limitaciones, principalmente económicas, reflejadas en el alcance de sus acciones, aunque éstas son fundamentales para comprender la historia del turismo de nuestro país. A pesar de la dramática situación generada por la Guerra Civil española, el bando nacional puso en marcha el *Servicio Nacional de Turismo* (1938-1939) que actuaba en

los terrenos «reconquistados» mostrando los avances en el campo de batalla a través de Rutas de Guerra (Correyero, 2001), mientras que en el territorio republicano, aún se mantenía el citado Patronato. Durante los años de la posguerra, periodo de penuria, aislamiento e intervencionismo extremo, el turismo fue controlado por la *Dirección General de Turismo* (1939-1951). No será hasta finales de la década de los años cincuenta y durante la década de los años sesenta del siglo XX cuando el turismo alcanzó una gradual notabilidad afectando a todos los ámbitos de la vida del país y, se convirtiera en «motor» de desarrollo económico, en fuente de divisas esencial en la balanza de pagos, en definitiva, en una de las industrias prioritarias de la nación. Conscientes de su importancia, el gobierno de Franco, controlará todas sus actividades a través del complejo Ministerio de Información y Turismo (1951-1977). En definitiva, la administración turística estuvo supervisada “hasta la Guerra Civil, dependiente directamente de Presidencia o del Consejo de Ministros” y “durante la guerra y el franquismo, vinculado a propaganda o información (Ministerio de Gobernación y, posteriormente, de Información y Turismo)” (Moreno, 2011: 6).



Figura 1. Carteles turísticos. Izquierda, la Dirección General de Turismo, 1944?. Derecha, Ministerio de Información y Turismo, 1963. Fuente: *Instituto de Estudios Turísticos*.

El periodo del Ministerio de Información y Turismo fue el más prolífico en cuanto a medidas y acciones cuyos objetivos eran conseguir que el país fuera el mejor destino vacacional de Europa, una nación concebida como un museo al aire libre, donde era

fácil asombrar al viajero “con la soleada y serena belleza de sus playas, con el contraste de sus paisajes, con su riqueza monumental y con tantos otros valores de nuestro patrimonio turístico, principalmente con la bondad de su clima y la proverbial hospitalidad e hidalguía de sus gentes”³.

2.1. Entre las intervenciones en el patrimonio monumental y el turismo

El levantamiento de las sanciones económicas internacionales⁴ supuso la aceptación implícita del régimen, así como su apertura al resto de potencias. El turismo fue utilizado como una herramienta que facilitó la «readmisión» del país, y el movimiento de personas, no solo implicó la llegada de capital extranjero, sino que también permitió consolidar la imagen de una nación en continuo desarrollo y progreso.

Especialmente a partir de la década de los sesenta, el turismo de masas, representado mayoritariamente por el «sol y playa» invadirá las costas españolas. De forma paralela, aunque muy moderadamente “la propaganda oficial optó por la promoción del patrimonio histórico-monumental, testigo de tiempos gloriosos, y por el fomento de actividades que, como la caza y la pesca, estuviesen orientadas a la captación de minorías acomodadas” (Sánchez, 2001: 203), por lo que se incentivaba también un turismo de interior de carácter cultural, dónde el principal factor de atracción será el patrimonio cultural, contribuyendo a descongestionar las áreas costeras y así hacer llegar hacia las áreas que quedaban más apartadas de las playas los beneficios económicos del turismo.

Esta modalidad turística entronca con los gustos del turismo de élite del primer tercio del siglo XX donde los monumentos y sus ruinas cobraban especial protagonismo. La visita a castillos y palacios señoriales pueden servir de ejemplo, y más cuando éstos formaron parte de la decisión de ser usados como alojamientos turísticos. Una iniciativa llevada a cabo por el Patronato Nacional del Turismo a través de la Red de Paradores Nacionales y Albergues de Turismo, que ilustra una de las principales relaciones entre el turismo y la intervención en el patrimonio, al emprender la reutilización y adaptación de edificios históricos para usos turísticos (Cupeiro, 2011: 611), proceso iniciado “con la adaptación hotelera del convento de Jesús en Mérida (1929-1933), aunque el primer

³ Anteproyecto de Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional. AGA (03) 049.007.

⁴ La ONU interpuso la condena hasta el 4 de noviembre de 1950.

parador histórico en inaugurarse fue el de Oropesa de Toledo ubicado en el Palacio de los Duques de Frías (1929-1930)” (Rodríguez, 2013: 3).

Las relaciones entre el turismo y el patrimonio han caminado unidas desde los inicios de los primeros viajes, contribuyendo a propiciar cierta dependencia mutua y compleja, que en la actualidad permite desde el punto de vista del primero disponer de una serie de recursos que serán consumidos y, desde el segundo, la contribución a su conservación (aunque un exceso y una mala planificación del primero conlleva todo lo contrario). En este contexto es fácil entender que en más de una ocasión las técnicas de restauración hayan sido promovidas e incluso supeditadas “por la industria turística para la creación de destinos aparentemente antiguos” (Cócola, 2012: 3), reconvirtiéndose ciertos recursos turísticos en reproducciones de “aquello que quieren representar y a adecuarse de manera tendencial y permanente a la imagen idealizada que de ellos tienen los propios turistas” (Vera, et al., 2011: 266). Por lo tanto detrás de diversas reconstrucciones de monumentos antiguos ha existido “una clara motivación, la de atraer visitantes, un proceso que no sólo es excluido de la actual sociedad de consumo” (Cócola, 2012: 3) y que se viene fraguando desde los inicios del pasado siglo. Esta situación nos traslada al enmarañado debate de su autenticidad, una autenticidad que no solo es asociada al elemento arquitectónico, sino que ahora es trasladada al ámbito cultural (García, 2009), y que adquiere posiciones encontradas entre la demanda de experiencias auténticas solicitadas por el turista y la visita de restos del pasado que no siempre son originales (MacCannell, 2003: 30).



Figura 2. Izquierda, turistas en las Rutas Turísticas del Patrimonio Nacional el Palacio Real de Madrid. NODO, n. 1040A, 10-12-1962. Derecha, Turista mirando souvenirs. NODO, n. 1129B, 24-08-964.

Durante el franquismo en diferentes conjuntos, monumentos y sitios se realizaron “intervenciones historicistas, grandilocuentes, folkloristas y ordenaciones escenográficas”, con una marcada tendencia “por convertir identidades locales en identidades turísticas” (Hernández y Castro, 2013: 7). Éstas se producían al tiempo que se multiplicaban las llegadas de turistas a España y pretendían consumir junto al turismo de sol y playa, el patrimonio, concebido en esos años como un “tesoro de arte – excepcional en el mundo– si sabemos defenderlo y cuidar su presentación puede constituir una fuente inagotable de ingresos por la vía del turismo” (VV.AA., 2001)⁵.

Para ello la administración, a parte de interesantes campañas publicitarias aprobó «figuras» que permitieran la ordenación y promoción de los destinos turísticos, bien sea el caso de la *Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional*, que reivindicaba la existencia de “amplias zonas dotadas de suficientes atractivos naturales para convertirse en turísticas cuyas posibilidades no están suficientemente desarrolladas, por (...) la ausencia de una política de fomento que ordene, estimule o supla la iniciativa privada de una manera eficaz y facilite su adecuada explotación turística”⁶; el *Registro de Denominaciones Geoturísticas*, que analizaremos más adelante, o las *Fiestas de Interés Turístico Nacional*, que suponían “uno de los atractivos de mayor raigambre y realce que ofrece España a los extranjeros que la visitan, así como de los nacionales, lo forma el amplio panorama de fiestas, de variada índole, que se desarrolla en nuestro suelo a lo largo del año”⁷.

Con el apoyo de estas figuras se fomentaba la promoción de los espacios declarados, así como de sus recursos, de un «patrimonio turístico», que no siempre se encontraba en las mejores condiciones y que debía ser dispuesto lo mejor posible para el disfrute del turista. En este sentido cobró un especial interés la restauración y la integración de los monumentos histórico-artísticos en la vida social y económica del país, al dejar atrás la considerada «era de los monumentos inútiles», identificados como «cargas económicas» que podían ser aprovechados y rentabilizados, a través de la oportunidad brindada por el fenómeno turístico (Silva, 1970). No hay que olvidar que el propio Ministerio de Información y Turismo estuvo detrás de la financiación de muchas de las intervenciones

⁵ Texto aparecido en el catálogo de la exposición *Veinte años de Restauración Monumental en España*, de 1958.

⁶ *BOE*, 31-12-1963.

⁷ *BOE*, 19-10-1964.

emprendidas, lo que demuestra el interés que había por parte de la gobierno para que los recursos turísticos se encontraran en las mejores condiciones para el «consumo» del turismo extranjero y nacional.

3. LA PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO: EL CASO DE LAS DENOMINACIONES GEOTURÍSTICAS

El *Registro de Denominaciones Geoturísticas* fue creado por Orden de 31 de marzo de 1964 en la Subsecretaría de Turismo, en la Sección de Recursos Turísticos. Su función consistía en delimitar aquellos espacios “independientes y diferentes de la propia geografía y puramente comercial que se emplee específicamente en los diversos medios de propaganda turística”, es decir, atendiendo a su valor divulgativo y descriptivo geográfico-turístico exigiendo su “delimitación territorial para evitar que puedan darse idénticos nombres a sectores diferentes, con perjuicio de la información⁸”. Con el objetivo de “definir, fijar y delimitar la extensión territorial de aquellos lugares, pueblos, villas, ciudades, centros, zonas, costas, sierras, comarcas o regiones turísticas de cuyas denominaciones se realice divulgación publicitaria, oficial o particular, interna o hacia el exterior”⁹; se buscaba la disposición del territorio y de todos sus componentes como recursos turísticos. Las utilización de las palabras *comercial* y *propaganda turística* en su definición nos muestran la clave de esta iniciativa, servir de soporte informativo a un turismo de masas en el juego de la oferta-demanda. La Denominación Geoturística se convirtió en una *herramienta publicitaria*, en una *clase especial de distintivos* para conseguir la difusión y el conocimiento de los destinos turísticos españoles.

Una Denominación Geoturística podía ser registrada y utilizada a partir de cualquier designación sin que fue necesario que la misma tuviera en una base objetiva, pero si un carácter diferenciador, que la distinguiera de cualquiera que ya estuviera inscrita. La posibilidad de utilizar vocablos de idiomas o dialectos diferentes al castellano en las Denominaciones Geoturísticas creará controversia, al chocar con los ideales nacionalistas que el Nuevo Estado había dictado en sus inicios, toda “una serie de

⁸ Orden de 31 de marzo de 1964 por la que se crea en la Subsecretaría de Turismo el «Registro de Denominaciones Geoturísticas». *BOE* 10-04-1964.

⁹ *Ibidem*.

Órdenes Ministeriales (...) en las cuales se restringía el uso de idiomas extranjeros o dialectos en la composición de razones o denominaciones comerciales, y, generalmente, en las diversas actividades y medios de publicidad o propaganda industrial” (Giménez, 1973: 17), el progresivo aperturismo del régimen, y la entrada en escena del posible interés turístico que conllevaba la diversidad cultural del país, permitió el empleo de otras lenguas o dialectos (catalán, gallego, vasco, valenciano...) en la propaganda publicitaria extranjera (Giménez, 1973: 18).



Figura 3. Izquierda, folleto (1966) de la Denominación Geoturística, *Costa del Sol*. Derecha, cartel (1972) de la Denominación Geoturística, *Sigüenza, ciudad del Doncel*. Fuente: Instituto de Estudios Turísticos.

Las Denominaciones Geoturísticas más populares son las representadas por costas como la *Costa Brava*, la *Costa del Sol*, las Rías Bajas Gallegas, etc., o playas como *Playa de las Teresitas* en Santa Cruz de Tenerife, la *Playa de Matalascañas* en Almonte (Huelva) o las *Playa del Oro*, en Sitges (Barcelona), etc. La inscripción en el registro fue realizada a través de dos principales vías, la administración pública o del sector privado. En el primer caso eran los alcaldes, presidentes de las diputaciones provinciales, gobernadores civiles o la propia Subsecretaría de Turismo los que podían solicitar la declaración, y sus intereses estaban claramente vinculados al desarrollo y a la promoción turística de la localidad, paraje o territorio que gestionaban o regían, como las denominaciones *Isla Blanca* para Ibiza por parte del Gobernador Civil de Baleares; *Mar de Castilla* para el pantano de Entrepeñas por la Diputación provincial de

Guadalajara o *Tomelloso Manantial del Vino* para la ciudad y su núcleo por el Alcalde-Presidente de dicho Ayuntamiento.

En el segundo caso entraban en escena particulares o empresas con intereses económicos, como por ejemplo las denominaciones geoturísticas de *Vallpineda*, registrada por Diego Casanova Muñoz y Miguel Amirola Abad para una finca localizada en los términos municipales de Sitges y S. Pedro de Ribas, en Barcelona de 26.6321 ha.; *Cerro de Guisando* en el término municipal El Tiemblo (Ávila) por Inmaculada Peláez y de la Puente, Condesa de Casa Loja o *Eldorado Playa* para una urbanización-ciudad de vacaciones en el término municipal de Cambrils (Tarragona) registrada por Máximo Blasco y Font de Rubinar, en nombre y representación de la Sociedad «Playas del Sur de Cambrils S.A.». Esta situación era alentada por la administración, pues la colaboración con la iniciativa privada era fundamental en el desarrollo del turismo.

Aunque como se ha podido ver la inscripción en el registro podía ser realizada tanto por un ente público como privado, ello no implicaba la titularidad de uso, pues una vez inscrita la denominación “podía ser utilizada por todos aquellos que quisieran realizar propaganda turística en el ámbito territorial delimitado por la denominación” (Gómez, 2000: 703).

Entre el amplio conjunto de espacios registrados podemos encontrar diferentes modalidades en función del carácter o el motivo (geográficas, literarias, comerciales, de fantasía, etc., por el cual fueron registrados. Las características del medio físico serán utilizadas como factor de atracción de la denominación, hecho que podemos observar en la Denominación Geoturística de *Bastión Ibérico*, para el Moncayo y su ciudad-montaña, en Tarazona, o en la del *Alto Tajo* (Guadalajara, Cuenca y Teruel). A los elementos del medio físico se unían los humanos que han modificado el territorio configurando un paisaje con ciertos componentes que lo hacen atractivo, como por ejemplo las obras públicas de carácter hidráulico, embalses y pantanos, que los convertirán en nuevos recursos turísticos propicios para los deportes acuáticos en los denominados “mares interiores”, es el caso de la *Costa de Madrid* para el pantano de San Juan en San Martín de Valdeiglesias, Madrid.

Más allá de las famosas costas y de los territorios singularizados por sus características geográficas, se encuentran registradas denominaciones de diverso signo. El territorio

quedó relegado a un segundo plano cuando se consideraba que éste no contaba con unos valores naturales suficientemente atrayentes o lo eran más otros. Este tipo de denominaciones podía estar compuesto por apelativos *literarios*, *comerciales*, de *fantasía*... utilizados como eslóganes junto al lugar geográfico escogido haciéndose referencia a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimiento, denominaciones de origen y denominaciones sociales (Gómez, 2000: 700). En el tipo de denominaciones *comerciales* sobresalieron aquellas vinculadas con los intereses económicos de particulares y de empresas, algo que fácilmente podemos interpolar a aquellas Denominaciones Geoturísticas que surgen de un interés inmobiliario como fue *Puntamar*, en Punta Umbría, Huelva, registrada por Manuel de Mora López, Director Gerente de la Inmobiliaria «Gran Vía, S.A.» o *Selva Brava* finca en los términos municipales de Llagostera y Tossa de Mar, Gerona, registrada por Don Jaime Fontanals Ardiaca. En el caso de los eslóganes de fantasía añadidos al destino geográfico destacan *Teruel Mudéjar*, *Ciudad de los amantes*; *Isla blanca y azul* para Menorca, *Sigüenza*, *ciudad del Doncel* o *Perla de Arosa* para Villagarcía de Arosa en Pontevedra. Para argumentar esta utilización se justificó que la finalidad pública de establecer una delimitación territorial no se veía alterada por este motivo, y que tal y como establece la orden de su creación, la principal finalidad era la de hacer propaganda turística.

Nos encontramos ante una figura creada por el régimen que permitió la promoción y difusión de los recursos turísticos del territorio español indistintamente de su naturaleza, y que no estuvo exento de problemas y operatividad. El Registro de Denominaciones Geoturísticas perdió su funcionalidad con el traspaso de competencias a las Comunidades Autónomas, aunque no se encuentra derogado. En la actualidad solo la Región de Murcia y la de Castilla y León asumieron esa competencia, aunque con características propias (Gómez, 2000: 696).

5. A MODO DE RECOPIACIÓN

La administración del régimen llevó a cabo una intensa labor turística principalmente durante las décadas de los sesenta y setenta del siglo XX con el fin de dinamizar económicamente España, no solo a través del turismo de masas de «sol y playas» sino también por medio de la promoción de la cultura y del patrimonio. Para ello se

promulgaron múltiples medidas, figuras, iniciativas... que, como el registro de Denominaciones Geoturísticas, nos permite asistir al juego de intereses entre el turismo y el patrimonio.

Las Denominaciones Geoturísticas permitieron la difusión de aquellos lugares registrados poniendo de manifiesto sus valores naturales y culturales. Recursos consumidos por el turismo, que concedieron protagonismo a diversos territorios, que ya habían sido foco de atención por parte de la administración al comenzar a «embellecer» y «adecuar» su patrimonio con diversos proyectos de intervención y contribuir con ello a publicitar un territorio como idóneo, y por consonancia aumentar la afluencia de capital extranjero, turismo e inversiones. Estas relaciones están siendo analizadas en el contexto de la Tesis Doctoral en curso y del trabajo del Proyecto de Investigación del Plan Nacional de I+D+i *Restauración monumental en el Desarrollismo 1959-1975* (HAR2011-23918).

6. BIBLIOGRAFÍA

- ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR (2012): “Veinticinco años de las vidrieras de la catedral de Toledo”, en GARCÍA CUETOS, M. P., ALMARCHA NÚÑEZ-HERRADOR, M. E. y HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, A. (Coord.): *Historia, restauración y reconstrucción monumental en la posguerra española*. Madrid, ABADA Editores, 133-156.
- ARRILLAGA SÁNCHEZ, José Ignacio de (2005): “Primeras experiencias”, en BAYÓN MARINÉ, F. (dir.): *50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces, S. A., pp. 47-48
- CÓCOLA GANT, Agustín (2012): “La fabricación de monumentos antiguos en la Era del turismo de masas”. *E-rph. Revista de patrimonio*. Nº 11: pp. 1-20.
- CORREYERO RUÍZ, Beatriz (2001): “Las rutas de guerra y los periodistas portugueses”. *Historia y Comunicación Social*. Nº 6: pp. 123-134.
- CUPEIRO LÓPEZ, Patricia (2011): “La influencia del turismo en el patrimonio construido. Un caso paradigmático: la red de paradores de turismo”. *IV Jornadas*

- de Investigación en Turismo. Turismo y desarrollo económico. Sevilla 19 y 20 de mayo de 2011.* Sevilla, pp. 609-623.
- FALCÓN RODRIGUEZ, Ramón (Coord.) (1976): *Patrimonio monumental de España. Exposición sobre su conservación y revitalización.* Madrid. Servicio de Publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia.
 - GARCÍA CUETOS, María Pilar (2009): *Humilde condición. El patrimonio cultural y la conservación de su autenticidad.* Trea. Gijón.
 - GIMÉNEZ SÁNCHEZ, Guillermo (1973): *El régimen jurídico de las denominaciones geoturísticas en el derecho positivo español.* Sevilla. Mecanografiado.
 - GÓMEZ LOZANO, María del Mar (2000): “La denominación geoturística como herramienta estratégica de la promoción de los destinos turísticos en España”. *Revista de derecho mercantil.* Nº 236: pp. 695-716.
 - HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Ascensión. y CASTRO FERNÁNDEZ, Belén (2013): “Patrimonio monumental y turismo. La ordenación de conjuntos monumentales en Aragón: el caso de Sos del rey Católico (Zaragoza)”. *E-rph. Revista de patrimonio.* Nº 13: pp. 1-39.
 - MACCANNEL, Dean (2003): *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa.* Barcelona. Editorial Melusina, S.L.
 - MORENO GARRIDO, Ana (2011): “Fuentes para una historia del turismo español. Fondos documentales del Archivo General de la Administración”. *X Congreso Internacional de la AEHE.* Sevilla. Universidad Pablo Olavide, pp. 1-17.
 - RODRÍGUEZ PÉREZ, María José (2013): *La rehabilitación de construcciones militares para uso hotelero: la Red de Paradores de Turismo (1928-2012).* Madrid. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Madrid.
 - SÁNCHEZ SÁNCHEZ, Esther M. (2001): “El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta”. *Arbor.* Vol. 170. Nº 669: pp. 201-224.

- SILVA PORTO, Jesús (1970): “Reconstrucción de los monumentos histórico-artísticos, su importancia para el turismo y su aplicación a fines turísticos”. *Estudios Turísticos*. Nº 27: pp. 5-23.
- VELASCO GONZÁLEZ, María (2004): *La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004)*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- VERA REBOLLO, J. Fernando et. al. (2011): *Análisis territorial y planificación de destinos turísticos*. Tirant lo Blanch. Valencia.
- VV.AA. (2001): *Veinte años de Restauración Monumental en España: catálogo de la exposición*. Madrid, Dirección General de la Vivienda, la Arquitectura y el Urbanismo.