

Sesión del Congreso : *Cultura y Opinión*
Cultura y propaganda exterior franquista: el caso de Suiza

Mari Carmen Rodríguez Rodríguez, doctoranda
Universidad de Oviedo (España) y Friburgo (Suiza)

La cultura desempeñó un papel importante en la movilización de la opinión extranjera a favor de Franco. Para forjar alianzas internacionales, el *Generalísimo* idea varias estrategias de acercamiento a corto y largo plazo. El caso helvético, al que la autora dedica su investigación doctoral, ofrece un microcosmo del despliegue propagandístico exterior del régimen. En ese marco, el uso político y ritualizado de la historia es un eje privilegiado de la memoria del franquismo.

Durante el «primer franquismo», los representantes del *Caudillo* difunden una visión histórica en la que se unen interpretaciones míticas del pasado, como la Hispanidad y el Imperio para legitimar su *Cruzada*. Ese «invento de la tradición», según la expresión de Eric Hobsbawm y Terence Ranger¹, no es monolítico, como se podría pensar, y dista, a veces, de la propaganda interior. Las modalidades y los contenidos de dicha exportación ideológica varían en función del contexto de recepción. Se analizarán la participación helvética masiva a las «rutas de la guerra» de la España «Nacional» y, en el territorio suizo, las conmemoraciones de las fiestas de la Raza y de la Victoria, así como la acción cultural y docente exterior del régimen, protagonizada principalmente por delegados falangistas. El «segundo franquismo» se caracteriza por una adaptabilidad propagandística para lograr la integración internacional.

A pesar de su estatuto oficial de neutralidad, Suiza estrechó lazos económicos y políticos duraderos con el bando franquista desde los primeros meses de la guerra civil². Por su parte, el gobierno nacional, mediante varios emisarios franquistas en el territorio helvético, buscó el respaldo de los empresarios y políticos suizos.

Ese acercamiento bilateral también se tradujo en el marco cultural, por un amplio abanico de iniciativas propagandísticas que intentaron plasmar, en la opinión helvética, una imagen del régimen acorde con la estrategia política del momento. A continuación, ofrecemos algunos ejemplos emblemáticos del despliegue cultural entre la España franquista y Suiza.

La operación «Turismo de guerra»

La primera muestra de despliegue cultural que presentamos se inicia durante la guerra civil en el territorio ibérico ocupado por los sublevados. En un contexto de propaganda competitiva, las autoridades del bando franquista organizaron, en plena contienda, una operación de

¹ Eric Hobsbawm y Terence Ranger, *The Invention of Tradition*, Cambridge, Syndicate of the Press of the University, 1983.

² Para mayor información sobre relaciones políticas y económicas hispano-suizas desde la guerra civil, véase Daniel Haener. *Die Anerkennung der Franco-Regierung durch die Schweiz im spanischen Bürgerkrieg*, (tesina inédita), Universidad de Basilea, 1982. Iris Nussbaum. *Die schweizerisch-spanischen Wirtschaftsbeziehungen während des Zweiten Weltkrieges und in der Nachkriegszeit bis 1949*, (tesina inédita), Universidad de Berna, 1995. Mari Carmen Rodríguez. 1936-1939 : *La Suisse face aux « deux Espagnes »*, (tesina inédita), Universidad de Lausanne, 2001. La recolección de artículos editada por Mauro Cerutti & al., *La Suisse et l'Espagne de la République à Franco*. Lausanne, Antipodes, 2001. Jörg Ruckstuhl, *Les relations financières entre la Suisse et l'Espagne (1945-1966) : de la fin de la Deuxième Guerre mondiale à la convention de double imposition hispano-suisse*. Tesina inédita, Universidad de Lausana, 2005. Sébastien Farré, *La Suisse et l'Espagne de Franco*, Lausanne, Antipodes, 2006.

atracción turística que invitaba «a los ciudadanos de todas las naciones civilizadas a recorrer sus Rutas de Guerra y a comprobar personalmente el orden, tranquilidad y prosperidad que reinan en las regiones recién conquistadas por las armas³». La iniciativa de relacionar el turismo con la guerra no era nueva. Se enmarcaba en una larga tradición de «turismo de campos de batalla» desarrollada desde el siglo XIX en Inglaterra a raíz de la victoria sobre las tropas napoleónicas en Waterloo⁴ y que se había convertido en turismo «de masas» durante los años treinta en Francia con motivo de la explotación de los lugares de memoria de la primera guerra mundial⁵. Sin embargo, el proyecto español era inédito porque se llevaba a cabo en pleno conflicto. Ambos bandos desarrollaron el «turismo de guerra» con el objetivo de competir en directo por la opinión pública internacional⁶. La operación franquista, además, mediante la acogida de un fuerte contingente de turistas en expediciones colectivas, intentó generar beneficios económicos directos para el esfuerzo de guerra, como la aportación de divisas libres a la zona nacional⁷.

El «turismo de guerra» en la zona nacional parece haberse gestado en 1937. La idea de explotar unos «itinerarios del heroísmo español» se expresó en abril, durante la Asamblea Nacional de Academias de Bellas Artes celebrada en Zaragoza. Otras voces como la de W. Brömme, un simpatizante alemán de los sublevados, solicitaron que se organizaran viajes colectivos de turismo y Brömme propuso difundir la propaganda necesaria a Suiza, Austria, Alemania y Francia⁸. La idea llega a la Junta Técnica del Estado en Burgos, en octubre de 1937, tras la caída del frente norte. La campaña «Visitad las rutas de la guerra en España» fue difundida en 1938 por el recién creado Servicio Nacional de Franco, dirigido por Luis Bolín y del cuñado falangista de Franco, Ramón Serrano Suñer, entonces Ministro del Interior. Bolín había desempeñado funciones directivas en el Patronato Nacional de Turismo durante la dictadura de Miguel Primo de Rivera y había sido desestimado por la República⁹. La propaganda se difundió en Francia, Inglaterra, Bélgica, Holanda, Alemania, Italia y Suiza y los primeros circuitos empezaron en julio de 1938. Los representantes diplomáticos franquistas en el exterior se encargaron de la selección de los turistas y de difundir la propaganda a los medios de prensa afines a la «causa nacional». En Suiza, Bernabé Toca y Pérez de la Lastra desempeñó la función representativa oficiosa de Franco en Berna desde el

³ *Notas sobre la Ruta de Guerra del Norte*, 1938, p. I. Archivo General de la Administración (AGA), Alcalá de Henares, fondo AA, EE, 54/11710 y artículo «Tourisme de Guerre en Espagne», *Journal de Genève*, 02.07.1938, p.1.

⁴ Sandie Holguin, «National Spain invites you: battelfield tourism during the Spanish civil war» in *The American Historical Review*, vol. 110, no 5, 2005. Véase A.V. Seaton, «War and Thanatourism: Waterloo, 1815-1914» in *Annals of Tourism Research* 26, No 1, 1999, p. 131.

⁵ Fuente (guía turística francesa de 1934): *Guide Michelin des champs de bataille (1914-1918)*, Verdun, Argonne, Clermont-Ferrand, Michelin & Cie, 1934. Véase también Antoine Prost, «Verdun, symbole de la Grande Guerre?», *Memorial Verdun*, 2002 y Antoine Prost y Jay Winter, *Penser la Grande Guerre, un essai d'historiographie*, Seuil, 2004.

⁶ Para mayor detalles acerca del turismo republicano, véase Hugo García, «El turismo político durante la Guerra Civil: viajeros británicos y técnicas de hospitalidad en la España republicana, 1936-1939», *AYER*, Madrid, ed. Marcial Pons, 2006, No 64, pp. 287-308. Véase también Beatriz Correyero y Rosa Cal, *Turismo, la mayor propaganda de Estado, España, desde sus inicios hasta 1951*, Madrid, Visionnet, 2008, pp. 230-237. En Suiza, la prensa también difunde la invitación al turismo de guerra republicano: «Le tourisme en Espagne rouge», *Le Journal de Genève*, 17.01.1937, p. 10.

⁷ Franco esperaba, además, que la operación turística aportase nuevas alianzas económicas, en un contexto marcado por la hegemonía del eje. Para entender ese contexto, véase Rafael García Pérez, *Franquismo y Tercer Reich. Las relaciones económicas hispano-alemanas durante la segunda guerra mundial*. Departamento de Historia Contemporánea de la Universidad Complutense. Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1994.

⁸ Carta reproducida en Beatriz Correyero y Rosa Cal, *op.cit.*, pp. 252-255.

⁹ Véase AGA, Cultura (3) 049 002, caja 12110 y 12112. Véase también Beatriz Correyero y Rosa Cal, *op.cit.*, pp. 293-313..

comienzo de la contienda y su papel de intermediario en la gestión del «turismo de guerra» fue clave. Toca contó con el apoyo del periódico ginebrino *Le Journal de Genève* que retomó incondicionalmente la propaganda de las Rutas franquistas¹⁰.

El personal del Servicio Nacional de Turismo intentó ejercer un control constante sobre los turistas, asegurándose que no se alejasen de la ruta oficial. Cada expedición permanecía bajo estrecha vigilancia y daba lugar a un informe detallado. Las visitas eran comentadas por guías oficiales, pertenecientes a la falange y al servicio del gobierno de Burgos, elegidos tras un concurso de selectividad de guías-intérpretes. Los aspirantes tenían que presentar un Certificado de lealtad al Glorioso Alzamiento Nacional, expedido por el Delegado de Orden Público del lugar de residencia del interesado y un Certificado acreditativo de pertenencia a la Falange Española Tradicionalista y de las J.O.N.S. En los exámenes, se controlaba el conocimiento histórico del concursante sobre el Alzamiento Nacional, el desarrollo de la guerra y su manejo de nociones elementales de Geografía, Arte e Historia de España¹¹.

En el ámbito ideológico, el «turismo de guerra» franquista pretendía difundir en la opinión pública un discurso propagandístico a favor de los sublevados. Como lo indica el siguiente fragmento publicitario de la «Ruta del Norte», su orientación, emblemática del contexto bélico, era triunfalista y rendía un necesario homenaje a la unificación de las fuerzas políticas interiores, una herramienta imprescindible para la imagen de Franco:

España se enorgullece de poder mostrar a propios y extraños las pruebas del heroísmo de sus soldados y de la pujanza y vitalidad de su pueblo, manifestada tanto en el espíritu que alienta sus organizaciones, unificadas en F.E.T. y de las J.O.N.S. como su capacidad reconstructiva, que impulsa las más diversas actividades, permitiéndole organizar y abrir rápidamente al público sus Rutas Nacionales de Guerra¹².

Las «rutas de la guerra» ofrecían un nuevo espacio publicitario para plasmar positivamente el «Espíritu de Cruzada» franquista. Se trataba de infundir un nuevo turismo de la memoria para legitimar las ambiciones políticas de la «Revolución Nacional». Cabe recordar que el uso público franquista de la historia se apoya en una mezcla de referencias ideológicas que configuran su bando (falangistas, tradicionalistas, monárquicos, católicos¹³). Se exaltaban los valores falangistas de «Nación, Unidad, Imperio¹⁴», así como los de Acción Católica, en particular la idea de «Defensa de la Hispanidad¹⁵», que abarcaba un enjambre de conceptos ambiguos como Raza, Patria, Tierra¹⁶.

La interpretación nacionalista de la historia explotaba principalmente tres periodos. El primero abarcaba la Edad Media y la Época contemporánea, alabando figuras míticas de Unidad y Catolicismo durante la Reconquista y el «Siglo de Oro» que representan el modelo

¹⁰ Carta de Bernabé Toca, Representante del Estado español, Berna al Ministro de Asuntos exteriores, Burgos, 04.07.1938. AGA, AA EE, 54-11710.

¹¹ Véase Concurso para la provisión de siete plazas de guías-intérpretes-auxiliares, San Sebastián, 5.11.1938. AGA, Cultura (3) 049 002, caja12025

¹² *Notas sobre la Ruta de Guerra del Norte*, 1938, p. III. Archivo General de la Administración (AGA), Alcalá de Henares, fondo AA, EE, 54/11710.

¹³ Enrique Moradiellos, op.cit., pp. 21-23.

¹⁴ Véase Norma programática del Movimiento. *Doctrina e historia de la Revolución Nacional Española*, Barcelona, Editora Nacional, 1939, p. 11.

¹⁵ Ramiro de Maeztu, *Defensa de la Hispanidad*, Madrid, Gráfica Universal, 1934, que incluye el discurso de Isidro Gomá y Tomás «Apología de la Hispanidad» pronunciado en Buenos Aires el 12.10.1934 y publicado en el número de noviembre de la revista *Acción Española*.

¹⁶ Eduardo González Calleja y Fredes Limón Nevado, *La Hispanidad como instrumento de combate. Raza e imperio en la prensa franquista durante la guerra civil española*. Madrid, CSIC, 1988 y Marie-Aline Barrachina, *Propagande et culture dans l'Espagne franquiste, 1936-1945*. Grenoble, éd. Ellug, 1998.

de pasado «auténticamente español». El segundo cubría los siglos XVIII y XIX, lamentando la decadencia de la «raza» debida al «contagio de ideas anti-españolas», en su mayoría europeas, que traían el ateísmo, el anarquismo y generaban el desastre anunciado de 1898. El tercer periodo se abría con la dictadura de Primo de Rivera, anunciando la deseada restauración del pasado imperial y vuelta a la España ideal que, tras el lamentable intermedio republicano, lograba imponerse por la lucha del «Glorioso Movimiento Nacional» frente al desorden, la persecución religiosa y la división política fomentados por los «rojos». El mito oficial de la guerra civil decía:

El 17 de julio de 1936, el Ejército, secundado por el pueblo y las milicias, se erigió en el sagrado deber de salvar a España contra un Gobierno anticonstitucional, tiránico y fraudulento que entregaba nuestra Patria al comunismo internacional.[...] La epopeya gloriosa de la Reconquista se inicia. [...] Estamos ante una guerra que reviste, cada día más, el carácter de cruzada, de grandiosidad histórica y de lucha trascendental de pueblos y civilizaciones. Una guerra que ha elegido a España, otra vez en la Historia, como campo de tragedia y honor, para resolver y traer la paz al mundo enloquecido hoy.¹⁷

La explotación de la memoria imperial de España, apelando esencialmente al mito¹⁸, para justificar la guerra convertía a los sublevados en una fuerza terapéutica que pretendía superar el sentimiento de inferioridad que había sufrido el país en 1898. El discurso volvía a «inventar» una continuidad entre los episodios históricos teñidos de gloria y el avance de los nacionales en la actualidad bélica. Los lugares de victoria pasados y presentes se magnifican, se conmemoran y se relacionan entre sí.

El «turismo de guerra» ofrece un observatorio idóneo de esa revisión política de la memoria del primer franquismo, que había de calificarse de nacional-católica. En esa operación propagandística, el territorio había de convertirse en escenario de elaboración de nuevos códigos memoriales. En el presente artículo ofrecemos tres ejemplos emblemáticos de esa dialéctica entre historia mítica y uso del territorio.

La «Ruta de la Guerra del Norte», primera en abrirse en julio de 1938, reflejaba la función legitimadora del mito de la guerra justa protagonizada por la lucha de los nacionales. El comentario difundido a los turistas no mencionaba el golpe de Estado y convertía la violencia franquista en defensa necesaria y legítima del país contra el «furor incendiario» de las «hordas rojas» o los «discípulos de Lenin¹⁹». El discurso oficial alardea la rapidez con la que los nacionales habían emprendido «con actividad increíble» la reconstrucción de las infraestructuras y vías de comunicación de los centros urbanos como Bilbao, que habían recobrado su intensidad productiva²⁰. Oviedo se convertía en «ciudad invicta, de cuyo heroísmo eran testimonio insuperable las huellas de la guerra conservadas cuidadosamente, para que los visitantes pudieran apreciar toda la magnitud de la lucha²¹. Tras honrar los escenarios donde los «valientes murieron por España, después de una «heróica y gloriosa resistencia», el tono propagandístico cambiaba radicalmente para dejar paso al mito pacificador franquista. Las zonas ocupadas por el ejército del *Caudillo* aparecían como un *locus amoenus* en contraste con la tormenta bélica. Al carácter plácido, ameno, «pintoresco» del paisaje, se agregaba la alabanza de la hospitalidad del régimen que ofrecía comodidad, seguridad y lujo a los que decidieran emprender el viaje. El *Journal de Genève* retomó

¹⁷ *Doctrina e Historia de la Revolución Nacional Española*, op.cit., p.69.

¹⁸ Julio Aróstegui y François Godicheau (eds.), *Guerra civil, mito y memoria*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2006.

¹⁹ Notas propagandística de las «Rutas de la guerra». AGA, AA EE, 54-11710 y 12.

²⁰ Esa propaganda contrasta con las estadísticas que apuntan a un retroceso dramático de los sectores productivos. Pablo Martín Aceña y Elena Martínez (eds.), *La economía española durante la guerra civil*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2006, pp. 22-26.

²¹ Nota sobre la Ruta de Guerra del Norte, 1938, p. I. AGA, AA EE 54/11710.

particularmente ese aspecto apolítico y acogedor de las «Rutas de la guerra» franquistas²². El turismo pretendía mostrar otro rostro del régimen que neutralizaba las críticas ofreciendo una garantía de seguridad económica, la vuelta al orden y el compromiso de paz política. Los turistas que vinieran a España podrían «contar de antemano con una bienvenida cordial y con el máximo deseo por nuestra parte de hacer grata e interesante su estancia²³».

El segundo ejemplo de manipulación de la información en el contexto de las «Rutas de la guerra» que presentamos se relaciona con el uso público del pasado. Como lo subraya Patrick Geary en su estudio sobre la constitución de las naciones, el objetivo es volver a interpretar el pasado distante con nuevos imaginarios para legitimar la prueba de su existencia en el tiempo largo²⁴. La selección de los itinerarios, la jerarquía de los monumentos y los comentarios elegidos cuidadosamente obedecían a la nueva ideología nacional. Cada muestra de patrimonio era un pretexto para reivindicar la asociación «España nacional/España republicana» con el binomio «verdadera España/Anti-España». Se trataba de resaltar el alto valor de la «auténtica civilización hispánica» reivindicada por los que defendían la «verdadera España». En esa dinámica, aparece el mito de la Reconquista que sirve de tela de fondo a la interpretación histórica franquista de la guerra civil. La explotación mítica de la fulminante «conquista árabe» de la península en el siglo VIII que habría configurado el espacio de Al Andalus y la consiguiente sublevación de los reinos cristianos del norte que iniciaron la Reconquista del territorio parece provenir de crónicas medievales posteriores²⁵. Ese imaginario colectivo de un enfrentamiento crónico entre Oriente y Occidente se afianzó o se redujo según las reelaboraciones nacionales de ese pasado que cobraron significados diferentes acorde con la orientación política (enfrentamiento Oriente-Occidente o convivencia pacífica). La batalla entre tradicionalistas católicos y tradicionalistas implicó una lucha en el campo cultural y docente que reiteró usos patrióticos competitivos de la historia²⁶. Esa «invención de la tradición» también alimentó, durante la guerra civil, el enfrentamiento ideológico. En el bando nacional, el recuerdo de las leyendas de la Reconquista cristiana contribuyó a legitimar el «Espíritu de Cruzada» de Franco. En «Rutas de la Guerra», la visita del Santuario de Covadonga, «*cuna de la Reconquista de España y escenario de una de las batallas de la Reconquista de Asturias*²⁷», es una oportunidad de reiterar la filiación entre el pasado y el presente, entre dos Reconquistas a más de mil años de distancia. Si la leyenda cristiana vincula el lugar con la aparición de la Virgen a Don Pelayo, *Caudillo* de la Reconquista de la península contra los «Moros», Franco retoma la explotación de la carga ideológica de ese «templo del milagro» a favor de su Reconquista de la España «roja». Al terminar la contienda, el Generalísimo otorgó a la Virgen de Covadonga los máximos honores militares²⁸ y, tras un épico secuestro, traslado a París y retorno de la «Santina» en junio de 1939, que dio lugares a procesiones y celebraciones en todo el norte de la península, Franco presidió la ceremonia de acogida en Covadonga, convertida en despliegue patriótico y religioso. La región asturiana, símbolo 1934, de las huelgas mineras reprimidas violentamente por el entonces joven Francisco Franco al servicio de la República, ya no se mentaba por su

²² «Tourisme de guerre en Espagne», *Journal de Genève*, 02.07.1938, pp. 1-2.

²³ Nota sobre la Ruta de Guerra del Norte, 1938, p. II. AGA, AA EE 54/11710.

²⁴ Patrick J. Geary, *Quand les nations refont l'histoire, l'invention des origines médiévales de l'Europe*, Paris, Aubier, 2004 [édition originale anglaise, 2002].

²⁵ Véase la polémica tesis de Ignacio Olagüe *La revolución islámica en Occidente*, Córdoba, Plurabelle, 2004 [1ª ed. 1974].

²⁶ Véase Carolyn P. Boyd, *Historia Patria, política, historia e identidad nacional en España : 1875-1975*, Barcelone, ed. Pomares-Corredor, 2000.

²⁷ Nota sobre la Ruta de Guerra del Norte, 1938, p. I. AGA, AA EE 54/11710.

²⁸ Giuliana di Febo, *Ritos de guerra y de victoria en la España franquista*, Bilbao, Desclée de Brouwer, Memoria del cristianismo, 2002, p. 40.

protagonismo en el movimiento obrero, sino por ser un Santuario de la España católica y unida bajo la protección del *Caudillo*. La memoria de la «Revolución de Asturias» de octubre 1934 quedaba sepultada bajo el peso de la «Revolución Nacional» de 1939.

En el segundo recorrido de la «Ruta del Norte», otro santuario cristiano medieval desempeña una función similar. Se trata de Santiago de Compostela. «*sin igual en el mundo, para proporcionar a nuestros amigos y hermanos de Portugal la ocasión de conocer a la vez las grandezas monumentales y épicas de esta España moderna, digna heredera de su pasado*²⁹». La leyenda del «Matamoros» también proyecta una encarnación de la Reconquista cristiana que abre paso a una España unificada e imperial. A menudo, se recurre al retrato de Santiago, espada y bandera en manos, erguido sobre su caballo blanco, contra los Sarracenos, en la supuesta batalla de Clavijo³⁰. El Generalísimo retomó esa iconografía en el mural alegórico de su Cruzada³¹, un retrato anacrónico de Franco en armadura de Cruzado medieval, espada en mano, rodeado de soldados de los diferentes grupos que componen su ejército y de un monje rezando a sus pies, con la figura tradicional de Santiago a caballo en el trasfondo celeste. El palimpsesto gráfico transpone el pasado «inventado» del Matamoros al mito contemporáneo de la Cruzada franquista, bajo la mirada aprobadora de la Iglesia. Así queda establecida la herencia entre los mitos de la Reconquista y la «Guerra Justa» nacional-católica.

Otra «Ruta de la guerra», la de Aragón, que se abrió en octubre 1938, ofrece el tercer ejemplo de dialéctica entre historia mítica y uso del territorio. El circuito incluye el paso por Zaragoza «*para venerar a la Virgen del Pilar, cuya fiesta se celebra el 12 de octubre, coincidiendo con el Día de la Hispanidad*³²». El mito de la Hispanidad se «inventó» en el periodo decimonónico. A raíz de la pérdida de las últimas colonias de ultramar, denominado el «desastre» de 1898, las élites intelectuales y políticas imaginaron una nueva identidad nacional, basada en una idea de imperio «espiritual». Mediante la sustitución de un imperio territorial por la noción de unión cultural, España trasladaba su influencia a otro plano, pero seguía desempeñando la función de Madre Patria para sus antiguas colonias. Los estados latinoamericanos adoptaron sorprendentemente el concepto de «mundo hispánico» que competía favorablemente contra el imperialismo anglosajón. Para arraigar ese impulso patriótico en la colectividad, se creó una conmemoración cada 12 de octubre, día de la llegada de Cristóbal Colón en el «Nuevo Mundo», que se denominó «Fiesta de la Raza». Como el mito sobre Al Andalus, la Hispanidad se convirtió en un paradigma cultural flexible que dió lugar a un amplio abanico de interpretaciones políticas progresistas o conservadoras entre las que destacaban las de Angel Ganivet, Miguel de Unamuno, Rafael Altamira, Marcelino Menéndez Pelayo, Eugenio d'Ors, etc. A principios del siglo XX, el día de la Raza se celebraba en Iberoamérica y en España y, en 1918, obtuvo el estatuto de fiesta nacional. Los usos políticos de ese concepto de «civilización hispana» también se enfrentaron durante los años treinta. Si la República siguió considerando la Hispanidad como un modelo de convivencia y de apertura hacia la diversidad, la oposición reaccionaria le confirió un significado católico e imperial que Franco parece haber interiorizado durante su carrera en su militar en África³³ y que se convirtió en soporte ideológico durante el enfrentamiento civil.

²⁹ Nota sobre la Ruta de Guerra del Norte, 1938, p. II. AGA, AA EE 54/11710.

³⁰ Como la obra del pintor Casado de Alisal ubicada en la iglesia San Francisco el Grande de Madrid.

³¹ Véase obra del pintor Reque Meruvia, Archivo histórico militar de Madrid.

³² Nota sobre la Ruta de Guerra del Norte, 1938, p. II. AGA, AA EE 54/11710.

³³ Enrique Moradiellos, *La España de Franco (1939-1975), Política y sociedad*, Madrid, ed. Síntesis, 2008, p. 28.

Los demás itinerarios siguieron las mismas pautas de memoria. La « Ruta de Madrid » comprendió la visita de escenarios de batallas como el Alcazar de Toledo, la Ciudad Universitaria, Brunete, etc. y monumentos útiles a la visión nacional-católica como Ávila (ciudad de Santa Teresa) y los itinerarios imperiales como El Escorial, mausoleo de los reyes de la España imperial. La « Ruta del Sur » recorría Andalucía e incluía una excursión a Marruecos, símbolo de la colonización Española que renacía y de la experiencia militar de Franco previa a la guerra civil. Por fin, en febrero de 1939, unas semanas antes del final de la contienda, el gobierno de Burgos abrió la « Ruta de Cataluña », para afirmar su fe en la victoria final de la « Nueva España »³⁴.

Esa operación inédita de propaganda parece haber atraído numerosos turistas suizos, teniendo en cuenta el contexto bélico. Según un informe de Bernabé Toca y Pérez de la Lastra, representante diplomático de Franco en Berna, 21'000 turistas suizos participaron a las expediciones³⁵. Las motivaciones de los viajeros eran variadas. Como lo escribió Bolín, «muchos vinieron para averiguar cómo iba la España de Franco; otros eran turistas genuinos, encantados de ver cosas buenas por poco dinero; algunos aspiraban a reunir datos auténticos destinados a respaldar relatos lóbregos sobre represión y hambre en la retaguardia³⁶». Pero también hay que añadir el caso de empresarios helvéticos que intentaron prospectar el mercado franquista, llevados por la ética del *business as usual* que orientó las relaciones internacionales suizas contemporáneas. La Oficina de Expansión comercial (OSEC) instaba a los industriales y empresarios suizos a que estudien *in situ* las oportunidades de negocios en el mercado español.

El secreto se resume en dos palabras : viajar y actuar. Los empresarios que hacen negocios desde sus sillones y no se atreven a gastar, se quedarán siempre atrás. Las empresas que van en busca de negocios son las que conocen éxito³⁷.

Además, la perspectiva de ver restablecerse un régimen autoritario en España les parecía atractiva. En 1931, la OSEC, se había lamentado del final de la dictadura de Primo de Rivera porque, en aquel entonces los negocios «*prosperan con tranquilidad y paz*³⁸». Así, en 1937, la OSEC proponía intercambios con la España de Franco³⁹. En esa perspectiva pragmática, las «Rutas de la guerra» representaron un medio de acercamiento directo a la zona nacional que algunos empresarios suizos aprovecharon desde los primeros momentos⁴⁰. La primera expedición contó efectivamente con la participación de la Sta. Balocchi y otra persona para la empresa Suchard, viajando con el cura Johan Joseph Schnewly, de Neuchâtel⁴¹. La prospección económica e ideológica helvéticas parecen haberse alistado de inmediato a la operación siguiendo el consejo de la OSEC : «viajar y actuar». De manera más indirecta, las « Rutas de la guerra » también significaron una oportunidad financiera para las

³⁴ Carta de M. A .E. Blanco, Ginebra a Domingo de las Bárcenas, Legación de España en Berna, 27.02.1939. AGA, AA EE 54/11712.

³⁵Informe de Bernabé Toca, 1939 y correspondencia entre Toca y agencias de viaje suizas, 1938-1939. AGA , AA EE, 54-11710 y 11712. La elaboración del contingente de turistas suizos que participaron a la operación no es definitiva. Hace parte de la labor doctoral que desempeña la autora del artículo en las Universidades de Friburgo (Suiza) y Oviedo (España) sobre los intermediarios del franquismo en Suiza desde la perspectiva inédita del turismo.

³⁶ Luis Antonio Bolín y Bidwell, *España, los años vitales*. Madrid, Espasa Calpe, 1967, p. 312. Citado por .Beatriz Correyero y Rosa Cal, *op.cit.*, p. 251.

³⁷ *Archives cantonales vaudoises (ACV)*, Fondo OSEC, topo PP 778-3-15, caja 13571, *informations confidentielles N° 10*, (1930), p. 2.

³⁸ ACV, *op. cit.*, caja 13572, *informations confidentielles N° 5*, p.1.

³⁹ ACV, *op.cit.*, caja 13578, *informations confidentielles 1937*.

⁴⁰ Véase cartas de empresarios a Bernabé Toca. AGA, AAEE, 54-11712.

⁴¹ AGA, Cultura (3) 049 002, caja 12029.

agencias de viaje suizas que recaudaban su comisión en tiempos poco gratos para el turismo en España y para la Sociedad de Banca Suiza que centralizó los depósitos⁴².

Aunque los resultados económicos de la operación sean difíciles de medir por la escasez de archivos, el «turismo de guerra» parece haber representado una fuente de ingresos directos interesante para el gobierno de Franco en tiempos adversos⁴³. El poder adquisitivo de los que tomaron parte en el turismo de guerra franquista solía ser alto, lo que significó un potencial notable para la economía en la zona nacional. Las estancias de ese turismo electivo se organizaban en paradores y lugares lujosos como el hotel Cristina en San Sebastián, el Carlton en Bilbao, el Real en Santander o en paradores nacionales, a pesar del contexto interior marcado por la penuria⁴⁴.

Tras la victoria franquista, la operación del turismo de la memoria se mantuvo bajo la denominación «Rutas nacionales de la guerra» y generó beneficios⁴⁵. Bolín fue nombrado Director General del Turismo y la función ideológica de las rutas se mantuvo fiel a sus inicios mientras la política exterior española se regía por el triunfo de las potencias del eje⁴⁶. Esa visión imperial de la historia convertía a Franco en heredero providencial de figuras mitificadas del pasado católico, unificador y expansivo han sido una clave de la educación y actos públicos del primer franquismo.

Al vislumbrarse el fracaso nazi, los cambios ministeriales intentaron seguir una línea menos belicista y la diplomacia cultural de Francisco Gómez Jordana se adaptó al cambio coyuntural. A partir de 1943, hubo cambios en el discurso turístico. La Dirección General de Turismo (DGT) intentó difundir la imagen de un país neutral que supo escapar a la contienda internacional⁴⁷. Al terminarse la segunda guerra mundial, el gobierno franquista tuvo que hacer frente al rechazo internacional y el turismo se fue convirtiendo en vector del desarrollo de relaciones económicas. Como en tiempos de la guerra civil, hubo personas que siguieron interesadas en conocer la situación personalmente y se alistaron a los circuitos oficiales y los turistas suizos siguieron formando parte de ese contingente⁴⁸. La reapertura de la frontera franco-española en 1948, la llegada oficial de la ayuda económica americana en 1949 y la progresiva reintegración de España a los organismos internacionales (OMS, 1952, UNESCO, 1953 y ONU, 1955) daría un nuevo impulso al desarrollo turístico, apoyado por la creación del Ministerio de Información y Turismo en 1951. Paralelamente, para completar la labor de los representantes diplomáticos, la DGT abrió Oficinas de Turismo en el exterior para captar directamente a los clientes. En Suiza, se inauguró una sucursal en Zúrich en 1949 y, en 1950, más de 15'000 turistas ya visitaban a España⁴⁹. Ese crecimiento también se tradujo, en el

⁴² AGA, AA EE, 54-11710.

⁴³ Beatriz Correyero y Rosa Cal (*op.cit.*, p. 288) apuntan que de 1938 a 1939, los ingresos a más de 1.5 millón de ptas. Sandie Holguín (*op.cit.*) menciona los datos del propio Bolín que los beneficios superaron 9 veces las inversiones iniciales (su estimación es de 7 millones de ptas).

⁴⁴ Notas propagandística de las « Rutas de la guerra ». AGA, AA EE, 54-11710 y 12.

⁴⁵ Para el caso suizo, véase la correspondencia entre representantes diplomáticos en Berna y el SNT de Madrid, 1939 à 1943. AGA, AA EE, 54-11712. Para el marco general, AGA, Sección Cultura (3) 049 002, caja 12026 y siguientes.

⁴⁶ Véase Rafael García Pérez, *Franquismo y Tercer Reich*, *op.cit.*

⁴⁷ Beatriz Correyero y Rosa Cal, *op. cit.*, p. 379.

⁴⁸ Carta del Subsecretario de la Legación de España en Berna, Domingo de las Bárcenas al Ministerio de AAEE, 25 de julio de 1939, Burgos. AGA, AAEE, 54-11714.

⁴⁹ Véase Fabio Bestazzoni. *La politique de promotion du tourisme espagnol en Suisse de 1949 à 1955 : entre propagande franquiste et intérêts helvétiques*, tesina inédita, Universidad de Neuchâtel, 2008, pp. 28-69. Según los archivos suizos, la Confederación helvética ocupa el 5º rango de turistas viajando a España tras Francia, Portugal, Inglaterra y EE UU. Fabio Bestazzoni, *op.cit.*, p. 29-30 (véase carta de Eugène Broye al director de la

campo de la «memoria histórica» por un cambio de imagen para mayor captación de turistas. Para lograr una «rehabilitación» internacional, la dictadura moldeó su discurso a la diversidad del mercado exterior. Conviene subrayar el aspecto externo del cambio ideológico que no se reflejó ostensiblemente en la política interior, marcada por el mantenimiento de una fuerte represión y un control económico de la población civil (recordemos por ejemplo que el racionamiento siguió en pie hasta 1952). En esa nueva configuración del «segundo franquismo», el turismo también siguió relacionándose estrechamente con la voluntad de controlar la información política. En 1953 se concibió el Plan Nacional de Turismo⁵⁰. Paulatinamente, se elaboraba entonces un nuevo espacio turístico en España, la estancia balnearia, que intentaba ampliar la oferta vacacional a familias en busca de descanso y sol. La playa, que pronto habría de convertirse en clave del éxito del «milagro español⁵¹» y en estereotipo de las vacaciones en España, iba inaugurando otra era, la del turismo de masas⁵². El proceso de reconversión también fue adoptado los primeros protagonistas de las «Rutas de la Guerra». Como otros empresarios y políticos, Luis Bolín y su familia levantaron su imperio en «*Costa del Sol*» explotando los beneficios del «oro azul» hasta 1971⁵³. Con el fenómeno del turismo de playa, el régimen pasaba de una forma de «neutralidad» política a lo que se podría llamar una «neutralización» política. En sintonía con la política de la memoria de la década del «desarrollismo», y para atajar el impacto de las movilizaciones estudiantiles de 1956, el régimen vuelve a reactivar el discurso de los «25 años de paz⁵⁴» a favor de otro mito, el de la reconciliación nacional. En el mismo impulso, para contrarrestar las críticas historiográficas exteriores⁵⁵ que ponían en tela de juicio la actuación de Franco desde la guerra civil, Ricardo de la Cierva había sido nombrado director de la Sección de Estudios sobre la Guerra de España del precisamente Ministerio de Información y Turismo, para redactar la historia oficial de la guerra, acorde con la visión franquista.⁵⁶ La memoria seguía siendo un campo de batalla abierto que introducía granos de arena en los engranajes demasiado ajustados de la transmisión nacionalista de la historia de España.

Conmemoraciones movilizadoras en el extranjero

El segundo ejemplo de despliegue cultural se centra en ceremonias movilizadoras del franquismo desde un país receptor como ha sido Suiza. Con el mismo trasfondo de uso político de la historia en el que se gestó el «turismo de guerra», los representantes

Oficina Nacional del Servicio de Turismo, 04.07.1950. Archivo Federal, Berna, 2200.38 Madrid 1968/148 Band 20, Dossier tourisme en Espagne, citado por el autor).

⁵⁰ Proyecto de plan Nacional de Turismo, 1953. AGA, Cultura (03 49.02, 22/62 caja 14417 citado in Fabio Bestazzoni, op. Cit., p. 25 y Beatriz Correyero y Rosa Cal, op. cit., p. 445.

⁵¹ Angel Palomino. *El milagro turístico*. Barcelona, Plaza & Janés, 1972.

⁵² Esther Sánchez. «Turismo, desarrollo e integración internacional de la España franquista», Barcelona, EBHA Annual Conference, 2004 y *Rumbo al sur, Francia y la España del desarrollo, 1958-1969*. Madrid, Consejo Superior de Invest. Científicas, Biblioteca de Historia, 2006.

⁵³ Miguel-Héctor Fernández Carrión, «Aproximación a la historia de los empresarios extranjeros en la Costa del Sol, durante el segundo tercio del siglo XX», AEHE, Universidad de Santiago de Compostela, 2006.

⁵⁴ Véase Paloma Aguilar Fernández, *Políticas de la memoria y memorias de la política*, Madrid, Alianza editorial, 2008, pp. 189-206.

⁵⁵ El encargo fue una respuesta al impacto del estudio crítico del inglés Herbert R. Southworth publicado por primera vez en 1964. Véase prólogo de Paul Preston a Herbert R. Southworth, *El mito de la Cruzada de Franco*, Barcelona, Random House Mondadori, 2008. Desde una decenia, la editorial del exilio en París, Ruedo Ibérico, difundía con éxito investigaciones de historiadores críticos que desagradaban al gobierno de Franco. Véase Juan Andrés Blanco Rodríguez. *El registro historiográfico de la guerra civil, 1936-2004*, in ARÓSTEGUI, Julio, GODICHEAU, François, (éds), *Guerra civil, mito y memoria*, Madrid, Marcial Pons, 2006.

⁵⁶ Ricardo de la Cierva, *Bibliografía general sobre la Guerra de España (1936-1939) y sus antecedentes históricos*, Madrid, Secretaría Técnica del Ministerio de Información y Turismo, 1968.

diplomáticos del Generalísimo y agentes de la falange exterior organizaron varios actos de propaganda política a favor de la España nacional, como el levantamiento del 18 de julio, «la fiesta de la Raza» y, en 1939, la celebración de la Victoria⁵⁷. Esas conmemoraciones reflejaban diacrónicamente la política franquista que no siempre correspondía con el despliegue interior⁵⁸.

La fiesta de la Victoria que se celebró en el territorio helvético en 1939 se organizó principalmente para la colonia española en Suiza, para grupos afines con la ideología de los sublevados o para personas deseosas de conocerla. En un contexto triunfalista, intentó transmitir una visión apologética de la España de Franco. En Suiza, la amplia red de diplomáticos franquistas en Berna, Zurich y Ginebra, representantes del Auxilio Español y la Sociedad Española de Beneficiencia de Zurich, con el apoyo de simpatizantes a la causa, organizaron una celebración importante. Los actos conmemorativos combinan una misa y un banquete que se anunció en la prensa suiza⁵⁹. El transporte fue organizado por el Auxilio Español para asegurar una audiencia numerosa⁶⁰. En Suiza, el Auxilio social también desempeñaba una función importante en la propaganda exterior de orientación falangista. Como lo subraya Carme Molinero, tras la intensa experiencia democratizadora emprendida por la República en los años treinta, la dictadura se vio obligada a desarrollar un discurso de justicia social que no necesariamente tenía que coincidir con las políticas desempeñadas⁶¹. La imagen que quería ofrecer el régimen se anclaba en una intensa acción de apoyo a los necesitados, en el que la sección femenina de la falange ejercía una función importante. Pero la estructura vertical de las organizaciones de asistencia supeditaba la gestión del auxilio a los intereses del gobierno. La centralización de la institución permitía controlar la acción social al servicio de la Patria y con ese fin, organismos concretos como el Auxilio Social también se convirtieron en instrumento de propaganda del «Estado Nuevo». El Auxilio Social se creó durante la guerra civil (a partir del ejemplo nazi de la *Winterhilfe*, según los consejos del agregado de propaganda, el general von Faupel; así se retomaban emblemas, insignias, huchas). La creación del Auxilio Social era una muestra más de la orientación fascista del régimen en construcción. La producción de propaganda de la obra social del régimen era abundante y contrastaba con la escasa práctica.

La celebración de la Victoria en la capital helvética era un ejemplo de ese despliegue propagandístico. Acudieron entre 400 a 500 personas según las fuentes⁶². Tras un *Te deum* imponente a favor de los caídos por la Patria, se organizó un aperitivo en la Legación de España y, para concluir, un banquete «*Plato único*» en el *Schweizerhof*. El «*Plato único*» era una práctica del Auxilio Social para recaudar dinero cuyo objetivo era la reconstrucción nacional en hermandad cristiana y falangista, de modo que todos los individuos debían

⁵⁷ Para Suiza, véase AGA, AA EE, 54-11712. Para otros países, véanse las estadísticas de propaganda exterior dedicada a la Hispanidad durante la guerra, Eduardo González Calleja y Fredes Limón Nevado, pp. 83-88.

⁵⁸ Véase la ausencia del culto a José Antonio Primo de Rivera en el extranjero por ejemplo. Mari Carmen Rodríguez, « Le rituel au service du franquisme », actas del *III^e cycle romand d'histoire moderne et contemporaine, Rituels et pouvoir à l'époque moderne et contemporaine*, editadas por Sébastien Farré y Françoise Briegel, organizado por Mauro Cerutti, Jean-François Fayet y Michel Porret, celebrado en las Universidades de Ginebra, Lausana, Friburgo y Neuchâtel en 2007, que se publicará próximamente.

⁵⁹ Voir par exemple l'annonce intitulée « La victoire espagnole », écrite du 5 avril 1939 dans le *Journal de Genève*, annonçant la messe en l'honneur des morts de la guerre et un *Te Deum*, pour le lundi 10 avril en l'église de la Sainte Trinité, à Berne.

⁶⁰ Lettre de Joaquín Casals de l'A.E., Zürich à Churruca, 05.04.1939. AGA, *ibid*.

⁶¹ Carme Molinero, *La captación de las masas, política social y propaganda en el régimen franquista*, Madrid, Cátedra, 2005.

⁶² Comunicación N° 93 del Ministro de España Pablo de Churruca, Berne al MAE, Burgos, 10.04.1939. AGA, AA.EE., 54-11712.

colaborar obligatoriamente. De ese modo, el registro de donativos también se convertía en control social⁶³.

El banquete representó una ocasión para el Ministro de España, de pronunciar un discurso apologético sobre Franco y el «Nuevo Estado».⁶⁴ La exposición retoma la retórica imperialista y triunfalista del primer franquismo. Los méritos del *Movimiento nacional* se atribuían al nuevo «Jefe de Estado». Se apelaba al patriotismo, a la «sangre española», al heroísmo de los soldados liderados por el *Caudillo*, elegido por los españoles por voz unánime y al que se debía la Gran Victoria. El Ministro entabló un discurso histórico acorde con la función terapéutica del protagonismo franquista vista previamente, que logró el renacer de la España imperial que había sido ocultada por el desastre colonial y la «*nefasta República*»:

[...] Con la férrea unidad hispana, obra de Franco, con nuestro programa y nuestro poderío, España se presenta ante el mundo dispuesta a que se le reconozca el rango que corresponde a su esfuerzo heroico. La disciplina ha de ser nuestro hábito de vida y la incondicional adhesión al Caudillo la primera y más esencial de nuestras obligaciones.

Y ahora, unidos todos en estrecho abrazo fraternal, bajo la Santa Bandera que nos preside, con el inmenso júbilo de la Victoria, gritemos entusiastas:

Arriba España, ¡Viva España Una! ¡España Libre! ¡España Grande! ¡Viva Franco!⁶⁵

La celebración se clausuró con aplausos y aclamaciones a España, a Suiza y al General Franco y con el himno de la falange que la asamblea cantó de pie⁶⁶.

La celebración de la Fiesta de la Raza, sin embargo, evidenciaba una matización respecto al modelo interior. Si bien hemos visto en las «Rutas de la guerra» que la Hispanidad era un elemento clave de la justificación imperialista franquista, visión que se manifestó en las celebraciones de la Fiesta de la Raza en España nacional desde 1936 hay que destacar las diferencias que caracterizaron su despliegue hacia el extranjero. Ese matiz interpretativo era el reflejo del mensaje de Franco desde Zaragoza en 1939 hacia América latina que expresaba su intención de forjar alianzas con las antiguas colonias de Ultramar⁶⁷.

En contraste con el amplio despliegue popular de la Victoria, la celebración de la Fiesta de la Raza en Suiza que se dirigió a la comunidad hispana se caracterizaba por un llamamiento a la *hermandad*. En un contexto de discreta diplomacia cultural⁶⁸ la celebración del día de la Hispanidad se desarrolló en el recinto de la legación de Berna y pretendía reflejar «un almuerzo de carácter familiar», en realidad una familia eminentemente selecta. Se trataba de altos cargos diplomáticos iberoamericanos, del representante de Portugal y del máximo representante de la Iglesia católica en la Confederación, el Nuncio Filippo Bernardini. Treinta y tres invitados acudieron a un homenaje *intramuros* a los que el Ministro de España brindó un banquete ostentoso⁶⁹.

El discurso del Ministro de España que presidía la celebración eludió el contenido imperialista de la Hispanidad y destacó los rasgos culturales comunes de la «gran familia hispana», idealizando el proceso de aculturación y resaltó los apoyos recibidos de los «*caritativos*

⁶³ Carme Molinero, *op.cit.*, p. 31.

⁶⁴ Discurso del Ministro de España Pablo Churrua, Marqués de Aycinena, Banquete de la Victoria, Berna, 10.04.1939. AGA, A.AEE., 54-11712.

⁶⁵ Discurso del Ministro, *op. cit.*, p.2.

⁶⁶ Fragmento del informe de la jornada, 13.04.1939, S.I.D., p. 3. AGA, AA EE, 54-11712.

⁶⁷ Véase Eduardo González Calleja y Fredes Limón Nevado, *op.cit.*, p 145.

⁶⁸ Ese modelo se siguió en varios países. Véase « En Londres, con motivo de la Fiesta de la Raza, el duque de Alba ofrece una comida al cuerpo diplomático», Londres, EFE, 1939. AGA., AA EE, 54-11712.

⁶⁹ Informe político del Ministro de España al MAE, N° 617 du 14.10.1939 y cuenta del Hôtel Bellevue Palace, Berna, 12.10.1939. AGA, AA EE, 54-11712.

corazones de América» por las «*víctimas del sectarismo rojo*». Sustentó su exposición con la lectura de un mensaje de afecto a la España de Franco, pronunciado por el Director de la Academia Española de la Lengua en Lima⁷⁰ y termina su presentación anunciando: «*el porvenir nos brinda espléndido y ancho campo para que en estrecha cooperación y con la mutua confianza familiar, el espíritu de hispanidad forme inexpugnable baluarte y generosa defensa contra ambiciones bastardas de hegemonías extrañas*⁷¹». La unión cultural y la lucha contra el comunismo configuran los nuevos matices de interpretación de la Hispanidad hacia Iberoamérica. El Ministro de Portugal al tomar la palabra también resaltó los sentimientos de estrecha cordialidad que unen a las dos naciones de la península ibérica y, por fin, el Nuncio añadió un homenaje a la Católica España y a sus « hijas de América ».

Esta conmemoración diplomática de la Hispanidad demuestra la adaptabilidad propagandística del régimen, capaz de moldear sus formas y contenidos al público que intentó captar y al paso del tiempo. De 1940 a 1942, bajo la era de Serrano Suñer, predominó en España el uso imperialista mediante el Consejo de la Hispanidad que intentó controlar la información, unificar la educación y las representaciones culturales⁷². Durante el mandato de Gómez Jordana, la diplomacia cultural, en busca de nuevas alianzas más neutrales, desarrolló la función integracional. En 1944, la Fiesta de la Hispanidad en Madrid contó además con la presencia del embajador de Estados Unidos⁷³. En 1947, el Consejo se disolvió a favor de la creación del Instituto de Cultura Hispánica⁷⁴, cuya política se orientó hacia una ampliación del diálogo cultural en el exterior. Se crearon sucursales en París, Washington, Los Ángeles y recuerda las actuaciones del actual Instituto Cervantes en el mundo.

Docencia y propaganda franquista en Suiza

El tercer ejemplo de despliegue cultural del franquismo en Suiza concierne la acción de un agente de la falange exterior que, además de tomar parte en la organización de las celebraciones de las Fiestas patrióticas arriba mencionadas y de sus actividades de informador político, desempeñó una labor docente importante en dos universidades de la Suiza francesa. Su larga presencia en la Universidad de Ginebra ofrece una muestra valiosa de la evolución de la propaganda cultural franquista a largo plazo en el territorio helvético⁷⁵. Angel Árbex Gusi parece haber residido en Suiza desde 1937 al servicio de la falange exterior⁷⁶, periodo que coincide con el plan falangista de expansión cultural en pleno conflicto civil. Trabajó en estrecha colaboración con Antonio Aunós, jefe de falange exterior en

⁷⁰ «Un saludo del Director de la Academia Española de la Lengua en Lima» El Excmo Sr. Don José de la Riva Agüero expone su profundo afecto a España, San Sebastián, 22.09.1939.

⁷¹ Discurso del Ministro de España en Berna, Pablo Churrua, Marqués de Aycinena a la delegación hispanoamericana, 12.10.1939, pp.1-2. AGA, AA EE, 54-11712.

⁷² Lorenzo Delgado Gómez-Escalonilla, *Diplomacia franquista y política cultural hacia Iberoamérica, 1939-1953*, Madrid, CSIC, Madrid, 1988.

⁷³ Véase « La fiesta de la Hispanidad en Madrid », *Semana*, No 243, Madrid, 17.12.1944

⁷⁴ BOE, 25.04.1947. Reproducido por Lorenzo Delgado Gómez-Escalonilla, *op. cit.*, p. 266-281. Véase también pp. 149-227

⁷⁵ Mari Carmen Rodríguez, « Usage politique du livre et diplomatie culturelle du franquisme. De l'impérialisme hispanique à l'intégration internationale » que se publicará próximamente bajo el título *Réseaux et circulation internationale du livre : diplomatie culturelle et propagande 1880-1980*, dirigido por Claude Hauser (Université de Fribourg), Thomas Loué (Centre d'histoire culturelle, Univ. de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines), Jean-Yves Mollier (Centre d'histoire culturelle, Univ. de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines) et François Vallotton (Université de Lausanne)

⁷⁶ Carta de Árbex, Ginebra a Domingo de las Bárcenas, Ministro de España en Berna, 25.11.1941. AGA, AAEE, 54/11712.

Barcelona y responsable de su extensión en regiones francófonas (Francia, Bélgica y Suiza), así como con los representantes diplomáticos del gobierno de Burgos.. Durante la guerra civil, intentó liderar una Cruzada cultural en el territorio helvético. Arbex contactó a la *Entente Internationale Anticomuniste* (EIA), una asociación de representantes políticos reaccionarios cuyas actividades eran conocidas en España desde la dictadura de Primo de Rivera y apreciadas por Franco⁷⁷. Arbex fue nombrado director del Secretariado especial para España de la EIA y, en 1939, la XIIIª Conferencia de la EIA en Suiza dedicó un puesto de honor a la propaganda de la España de Franco⁷⁸. Se organizó una exposición itinerante con folletos, libros y material fotográfico que presentaba una imagen del país caracterizada por el binomio « España/AntiEspaña » otorgando un papel central al Generalísimo y a sus «logros». La exposición de la EIA invitó además a dos conferenciantes madrileños de la institución anticomunista franquista «Centro de Estudios sociales», e incluía la proyección de la película anticomunista *La Peste Rouge*, patrocinada por el ex-Consejero Federal Jean-Marie Musy.

Al terminar la contienda, Angel Arbex Gusi intentó ocupar funciones más prestigiosas en Suiza y solicitó un destino académico⁷⁹. Los trámites para lograr un nombramiento en la facultad de letras de la Universidad de Ginebra se agilizaron gracias al apoyo del jefe del Departamento de Instrucción Pública, Adrien Lachenal, favorable al gobierno de Franco. En 1941, al abrirse la Escuela de Intérpretes de la dicha facultad, Angel Arbex Gusi obtuvo el puesto de Lector de español, a pesar de haber cursado estudios doctorales en Ciencias, bajo financiación del MAE español⁸⁰. Sus programas comprendían cursos de lengua, pero además, unas clases libres sobre « temas españoles » que le daban la oportunidad de elegir su contenido. En sus informes al MAE, Arbex reiteraba sus motivaciones en los siguientes términos:

Mi fervor por la Hispanidad cuya idea tiene par mí un contenido concreto y un sentido profundo;
El deseo de poner mi voluntad y mis esfuerzos al servicio de su expansión;
La convicción de que, hoy por hoy, donde mejor puedo servir, a es en este medio hostil de Ginebra que, desgraciadamente, sigue teniendo más alcance que el que corresponde a su radio local, y cuya turbia complejidad vengo procurando calar desde hace cinco años; [...]⁸¹

Durante el primer franquismo, las clases impartidas por Arbex siguieron las pautas oficiales y se rigieron por la visión imperial de la historia y cultura, que dedicaban una atención particular a la Hispanidad, al Siglo de Oro, a la historia literaria fiel a la interpretación nacionalista y católica de Menéndez Pelayo, con el objetivo de hacer hincapié en la « Grandeza de España ». Esa orientación se reflejó en el programa de sus cursos y en algunas conferencias públicas, como la que impartió en Ginebra en 1943, *El Hispanismo lingüístico de Cristóbal Colón*⁸², en el que podía expresar su « fervor por la Hispanidad ». Desde el semestre de verano de 1944, Arbex se hizo cargo casi todas las clases de historia y literatura de la Escuela de Intérpretes, dejando los cursos de iniciación y práctica de la lengua a su colega Antoine Velleman⁸³. De 1945 a 1947, Arbex Gusi también impartió clases de

⁷⁷ Franco era personalmente socio de la revista de la EIA desde 1934. Véase Michel Caillat, « L'Entente Internationale Anticomuniste (EIA) de Théodore Aubert face à la guerre civile espagnole ». In Mauro Cerutti & al., *La Suisse et l'Espagne de la République à Franco (1936-1946)*, Lausanne, Antipodes, 2001, p. 424-425.

⁷⁸ Exposición y conferencias de la EIA, Ginebra, 20-22.02.1939, AGA, AAEE, 54/11712.

⁷⁹ Nota de Arbex sobre el lectorado de español en Ginebra, 1941, AGA, AAEE, 54/11712.

⁸⁰ Carta de contratación de la Universidad de Ginebra, 25.10.1941 y programa de los cursos de invierno 1941-1942 de la Facultad de Letras. AGA, AAEE, 54/11712.

⁸¹ Carta de Angel Arbex a Domingo de las Bárcenas, *op.cit.*

⁸² Anuncio « La Vie intellectuelle, École d'Interprètes, jeudi 4 mars, à 20h.15, à l'Université (salle 30)... », *Journal de Genève*, 3 mars 1943, p. 4.

⁸³ Archivo de la Universidad de Ginebra (AUniGe), *Programme des cours du semestre d'été 1944*, Genève, Imprimerie Henri Studer, 1944, pp. 37-38.

lengua y literatura en la facultad de Letras de la Universidad de Lausana⁸⁴. Siguió la misma orientación (siglo de Oro, estudio del *Ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha* de Cervantes⁸⁵) en la que podía exaltar valores tradicionalistas como la honra y el honor, la patria, la familia y el heroísmo castizo), también dedicó cursos a la generación del 98 y a la literatura contemporánea.

En 1947 pero se volvió a centrar en Ginebra. Acorde con la perspectiva de integración internacional del régimen, Arbex adaptó su enseñanza agregando nuevas temáticas como América latina e Intercambios Internacionales⁸⁶. En 1950 añadió un curso de historia dedicado a la evolución política de la España contemporánea desde la Constitución de Cádiz y la independencia de las colonias. La variación de los contenidos demuestra el esfuerzo de cambiar la imagen del régimen con miras a su rehabilitación exterior. La línea progresista de la Hispanidad recuperó episodios democráticos y progresistas que habían sido descartados hasta entonces. Además, en los programas de la Escuela de Intérpretes de 1951, Arbex ya no figuraba de simple lector sino como representante de Relaciones culturales con Madrid. Ese cambio institucional se reforzó con un incremento de clases impartidas. Introdujo el estudio de la política económica española y latinoamericana, textos diplomáticos internacionales y, desde 1955, cuando España reintegró la ONU, impartió cursos sobre organismos de Naciones Unidas. Sin embargo, cabe señalar un matiz en esa dinámica de cambio. Se trata de un curso titulado *El país, la raza, la economía*⁸⁷ que indicaba ciertas persistencias de retórica imperial...

Pero esas excepciones no tuvieron trascendencia. El cambio se afianzó hasta llegar a la defensa de valores radicalmente opuestos al inicio de su acción docente. En 1957, por ejemplo, Arbex presidía una velada que homenajeaba a un poeta andaluz de los años treinta, Joaquín Romero Murube, inspirado por Federico García Lorca, cuya vida y obra habían sido truncadas por el primer franquismo. La ceremonia celebraba además la cultura de Al Andalus, en oposición con el mito de la Reconquista católica⁸⁸. Arbex siguió impartiendo cursos en la Universidad de Ginebra hasta 1970. Cual un camaleón, ha sido un fiel trasmisor de la evolución propagandística del franquismo en Suiza durante treinta años en el ámbito académico, un lugar privilegiado por el régimen para formar las élites futuras⁸⁹

Desde la operación «turismo de guerra» hasta el ámbito del hispanismo académico en Ginebra, los intermediarios de la España de Franco en Suiza intentaron forjar en la opinión pública una imagen del régimen que primero difundió la visión imperial «nacional-católica», se fue orientando progresivamente hacia la apertura y receptividad acorde con los cambios políticos internacionales hasta producirse un cambio radical de imagen que asumió la neutralización del primer franquismo. Como lo demuestra la labor de historiadores como

⁸⁴ Carta del Departamento de Relaciones Culturales del MAE, Madrid, confirmando el nombramiento de Arbex, al Ministro de España en Berna, 30.11.1944. AGA, AAEE, 54/11712, y programa de cursos de verano de la Universidad de Lausana, Archivo de la Universidad de Lausana: E 1945, E 1946, E 1947, cote BRA-doc, 3.1 Cours Université, Lausanne.

⁸⁵ Véase Luis Negró Acedo, *Discurso literario y discurso político del franquismo*. Madrid, Foca, 2008.

⁸⁶ 2h de *Temas históricos referentes a los países de habla española et documentación internacional*. AUniGe, *op.cit.*, 1948, p. 92.

⁸⁷ AUniGe, *op.cit.*, 1953, p. 109 et 1954, p. 107.

⁸⁸ « Rencontre Orient-Occident. Une heure de poésie et de musique espagnoles » (signé S.E.), *Journal de Genève*, 6 décembre 1957, p. 8.

⁸⁹ Véase Jordi Gracia, *Estado y cultura*, Barcelona, Anagrama, 2006.

Pierre Laborie⁹⁰ o Jesús Izquierdo Martín y Pablo Sánchez León⁹¹, el estudio de la opinión pública tiene que enfrentarse a silencios e imaginarios díscolos o ambiguos que enturbian el análisis histórico y suspenden el juicio del investigador. Por consiguiente, el presente artículo no pretende abarcar exhaustivamente la relación entre propaganda y opinión franquista en Suiza, mas intenta proporcionar algunos mecanismos propagandísticos que intentaron moldear las apariencias exteriores de un régimen de larga duración, que resistió el peso de las democracias occidentales hasta la muerte del dictador. La variación del repertorio de referencias culturales enarboladas por los representantes del discurso oficial no tuvo ciertamente el mismo impacto que los intereses económicos a la hora de mantener relaciones bilaterales, pero esa operación cosmética de la dictadura contribuyó tal vez a forjar nuevos imaginarios colectivos de España que sustentaron la complicidad exterior hacia un gobierno que seguía practicando la violencia política en su estrategia interior⁹².

⁹⁰ Pierre Laborie, *L'opinion française sous Vichy*, Paris, éd. Du Seuil, 2001.

⁹¹ Jesús Izquierdo Martín y Pablo Sánchez León, *La guerra que nos han contado, 1936 y nosotros*, Madrid, Alianza editorial, 2006.

⁹² Véase Javier Rodrigo, *Hasta la raíz. Violencia durante la guerra civil y la dictadura franquista*, Madrid, Alianza editorial, 2008.