

El terrorismo de ETA y su incidencia en el turismo: la singularidad de la campaña Ven y cuéntalo

ETA terrorism and its impact on tourism: the singularity of the Ven y cuéntalo campaign

Miriam Menchero Sánchez

Universidad Rey Juan Carlos, España
miriam.menchero@urjc.es

Jerónimo Ríos Sierra 

Universidad Complutense de Madrid, España
jeronimo.rios@ucm.es

Artículo: recibido el 20 de mayo de 2025 y aprobado el 2 de junio de 2025

Cómo citar este artículo:

Menchero Sánchez, M & Ríos Sierra, J. (2025) El terrorismo de ETA y su incidencia en el turismo: la singularidad de la campaña Ven y cuéntalo. *Reflexión Política* 27 (55), pp. 127-141. doi: <https://doi.org/10.29375/01240781.5394>

Resumen

Este trabajo problematiza el impacto que el terrorismo proyecta sobre el sector turístico. En concreto, se muestra la manera en que ello tuvo lugar en el caso español con el accionar violento del grupo terrorista ETA. Tras una discusión con la literatura más relevante y una revelación de lo sucedido en otras latitudes, se muestra la incidencia del grupo terrorista sobre la actividad turística española y vasca. Al respecto, el principal objetivo y análisis se centra en mostrar algunas de las respuestas que, a modo de campañas y otras estrategias, buscaron sobreponerse a la afectación negativa de la actividad terrorista. En concreto, se estudia el caso de la campaña "Ven y cuéntalo", impulsada por el gobierno vasco (1991-1998) y, en concreto, por su consejera competente en materia de turismo, Rosa Díez. El trabajo se enriquece de relatos provenientes de entrevistas realizadas a personalidades políticas que, directa o indirectamente, estuvieron relacionadas con la actividad turística vasca durante la década de los ochenta y los noventa.

Palabras clave: ETA, terrorismo, turismo, Ven y cuéntalo.

Abstract

This paper examines the impact of terrorism on the tourism sector. Specifically, it shows how this occurred in Spain with the violent actions of the terrorist group ETA. After a discussion of the most relevant literature and a review of what happened in other parts of the world, the impact of the terrorist group on tourism in Spain and the Basque Country is shown. In this regard, the main objective and analysis focuses on showing some of the responses, in the form of campaigns and other strategies, that sought to overcome the negative impact of terrorist activity. Specifically, it studies the case of the 'Ven y cuéntalo' campaign promoted by the Basque government (1991-1998) and by its political responsible for tourism, Rosa Díez. The work is enriched by accounts from interviews with political figures who were directly or indirectly involved in Basque tourism during the 1980s and 1990s.

Keywords: ETA, terrorism, tourism, Ven y cuéntalo

Introducción

El turismo, como actividad socioeconómica, es altamente vulnerable frente a los episodios de violencia política que puedan tener lugar al interior de un destino dado. Su impacto en el sector afecta al imaginario y la percepción que se tiene sobre un lugar, de manera que las agencias gubernamentales y su arquitectura institucional deben siempre optimizar la respuesta más urgente y adecuada posible. Al respecto, el siguiente trabajo intenta problematizar lo anterior y aproximarse al estudio de cómo el terrorismo de ETA (*Euskadi ta Askatasuna*) repercutió en la actividad turística española y vasca y, en concreto, cuáles fueron las estrategias de confrontación con el fin de proteger y promover la actividad turística. Específicamente, se aborda el caso de la campaña *Ven y cuéntalo*. Una campaña que más bien fue una política pública de disputa narrativa al terrorismo de ETA y cuyo interés reposa en ser la primera con tal cometido, en un momento de gran agitación y violencia política. Esto tiene lugar a lo largo del cuarto gobierno consecutivo de José Antonio Arlanza, de coalición entre Partido Nacionalista Vasco (PNV) y Partido Socialista de Euskadi (PSE), con la entonces socialista Rosa Díez al frente de la Consejería de Comercio, Consumo y Turismo.

El objetivo no es otro que el de analizar el tipo de respuesta que provino de parte de las autoridades políticas competentes en la cartera de turismo vasco, con la intención de intentar sobreponerse a una realidad profundamente negativa, producto de la violencia terrorista desplegada por ETA a comienzos de la década de los noventa. Tal aspecto, implica, por extensión y previamente, contextualizar cuál había sido el impacto de este tipo de violencia en la región vasca y cómo, en concreto, había repercutido en su agenda turística. Al respecto, no se puede pasar por alto cómo las tres provincias de esta comunidad autónoma -Álava, Vizcaya y Guipúzcoa- concentraron, desde el comienzo el grueso de la violencia desplegada por ETA desde inicios de los sesenta y hasta bien entrado el siglo XXI (Fernández-Soldevilla, 2021).

Aun cuando es cierto que el terrorismo de ETA, desde 1979 y a lo largo de tres décadas, trata de impactar en el turismo de manera directa, producto de una notable serie de atentados sobre infraestructuras turísticas de toda la geografía española, coincidentes con periodos estivales o navideños, según las principales estadísticas de movilidad turística, su impacto a nivel nacional va a ser reducido (Vallejo, 2022). Nada que ver en cuanto a su afectación al turismo realizado en el País Vasco, en donde sí que impactará de forma más incisiva, al alimentar una imagen negativa, de inseguridad y agitación, sobre todo, en el turismo internacional (Menchero, 2024).

El trabajo se organiza en cinco partes claramente diferenciadas. Primero, y desde un planteamiento lógico-deductivo, que va de lo más teórico a lo más empírico y, asimismo, de lo más general a lo más particular, se discute con la literatura más prominente sobre cómo la actividad terrorista ha repercutido muy negativamente en el turismo, tanto en España como en otras latitudes. En segundo lugar, se describe cuál fue el accionar terrorista de ETA para, con ello, entender la magnitud, su alcance y particular significado, en el caso del País Vasco. Lo anterior, con el propósito de concretar las coordenadas espaciotemporales que comprende este análisis, y que intenta poner en valor la singularidad y excepcionalidad con respecto al pasado, pero también en el momento de vigencia de la referida iniciativa *Ven y cuéntalo*, la cual, por primera vez, de una manera firme y decidida, intenta contener y revertir los efectos negativos del terrorismo en la actividad turística vasca. Finalmente, las conclusiones tratan de ilustrar y poner en valor algunos de los hallazgos más importantes obtenidos, así como identificar nuevos horizontes de investigación sobre un objeto de estudio que ha crecido de forma notable en las últimas dos décadas, pero que, en España, arroja escasos resultados académicos.

En términos metodológicos, el trabajo se sirve de dos tipos de fuentes. Primeramente, algunas estadísticas con relación a la actividad terrorista de ETA, las cuales provienen de la revisión exhaustiva de bases de datos contrastadas, tales como el Centro Memorial de Víctimas del Terrorismo, el Mapa del Terror del Colectivo de Víctimas del Terrorismo o las cifras recogidas por el *Global Terrorism Database*. En segundo lugar, se ilustran buena parte de las argumentaciones esgrimidas con relatos inéditos de personalidades políticas que, relacionadas directa o indirectamente con la actividad turística vasca, desempeñaban cargos de responsabilidad en la década de los noventa, objeto de estudio. Adicionalmente, se consultaron muchos de los elementos que conformaron, política, económica o mediáticamente la campaña *Ven y cuéntalo*.

Tabla 1. Listado de entrevistados

Rosa Díez	Madrid, 4 de diciembre de 2023	Consejera de Comercio, Consumo y Turismo del Gobierno Vasco (1991-1998).
Jaime Mayor Oreja	Madrid, 1 de febrero de 2024	Consejero de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno Vasco (1979-1980). Ministro del Interior (1996-2001).
Fernando Maura	Madrid, 4 de abril de 2024	Concejal de Bilbao (1983-1987) y parlamentario vasco (1994-2007).
Ernesto Gasco	San Sebastián, 5 de abril de 2024	Concejal de San Sebastián (1995-2020).
Carlos Urquijo	Bilbao, 11 de abril de 2024	Concejal de Llodio (1987-2011) y parlamentario vasco (1994-2004; 2005-2012).
Nicolás Gutiérrez	Bilbao, 15 de abril de 2024	Concejal de Miravalles (1991-2007). Asesor de la Consejería de Comercio, Consumo y Turismo del Gobierno Vasco (1991-1998).

Fuente: elaboración propia

El terrorismo y su impacto en la actividad turística

Sobre el impacto que el terrorismo o, más ampliamente, cualquier expresión de violencia política puede generar en el turismo, es un tema ampliamente tratado por la literatura especializada (Pizam, 2002; Pizam y Mansfeld, 2006; Tarlow, 2006; Schluter, 2008; Menchero, 2018, 2020). En algunos casos, como en las guerras o los conflictos armados, la afectación se relaciona con la prolongación, generalmente mayor, de este tipo de fenómenos, toda vez que el terrorismo, en sentido estricto, genera consecuencias mucho más intensas en el inmediato y corto plazo, aun cuando estas, cuestión aparte, puedan sostenerse un largo tiempo (Cavlek, 2002; Pizam y Mansfeld, 2006). Del mismo modo, lo anterior depende de la capacidad de respuesta y los tiempos desde los que se reanudan y recuperan las condiciones turísticas previas al ejercicio de la violencia (Sönmez y Graefe, 1998).

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1996), el terrorismo, unido al crimen organizado, son de las últimas amenazas reales para un turista, si bien son de los primeros elementos que un mismo turista considera para cancelar o replantear un posible viaje. Esto se debe a la importancia de la percepción de seguridad que demanda una actividad turística que, ya de por sí, suele entrañar una labor de descubrimiento de lo desconocido para quien viaja, y que, de acuerdo con Fuchs y Pizam (2011), igualmente ha de comprender otros terceros actores, turísticos o no.

El terrorismo, como revela la Tabla 2, puede condicionar la mayoría de los elementos de la estructura turística, ya sean materiales, relacionados con la infraestructura y la oferta turística, o inmateriales como el consumo y el gasto turístico. Estos últimos, a su vez, se relacionan con el alojamiento, el transporte o la restauración, e inciden en los datos de generación de empleo o de riqueza de un destino dado. Además, tal afectación puede transcurrir antes o durante la actividad turística, ocasionando multitud de consecuencias, desde la cancelación de viajes hasta la creación de soluciones alternativas en forma de paquetes o rutas diferentes a las inicialmente consideradas. Un impacto como el del terrorismo, no con dificultad, puede incidir negativamente en inversiones que, inclusive, afecten a otros emplazamientos inicialmente no afectados por el despliegue de la violencia.

Tabla 2. Principales consecuencias del terrorismo en el turismo

Inseguridad percibida y destino	Incremento controles seguridad Vetos temporales o permanentes nacionales / internacionales Cancelación de reservas y viajes (inmediato y corto/largo plazo)
Infraestructura turística o no turísticas del destino	Daños físicos directos (reconstrucción) Costes económicos (no programación de paquetes, suspensión de rutas, incrementos seguros de viajes...) Proyectos de inversiones turísticas paralizados o cancelados
Otros efectos del destino	Aportación PIB y empleo disminuida Mala reputación destino (posible sustitución) Efecto contagio a destinos cercanos o relacionados

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con Baumert et al. (2016), los turistas, sobre todo los extranjeros, junto con la infraestructura son los principales destinatarios de la violencia terrorista. Esto, no solo por su condición de vulnerabilidad, sino porque integran un fuerte elemento simbólico sobre otras condiciones, como las tensiones Norte/Sur u Oriente/ Occidente -como pude desprenderse fácilmente en muchas de las acciones imputables al terrorismo yihadista-. En otras ocasiones son un blanco sencillo por su fácil identificación o por el tipo de escenarios que frecuentan, ayudando a que los posibles perpetradores pasen desapercibidos y resulte más difícil su identificación. También, porque simplemente, cuando un acto afecta a turistas internacionales, dependiendo del caso, puede ofrecer un mayor eco mediático internacional (Moral, 2016).

Frente a lo anterior, entre las recomendaciones de la OMT (1996: 32) a enclaves o destinos turísticos que pueden sufrir de acciones terroristas destaca la necesidad, con carácter preventivo, de protocolos de comunicación en crisis y planes de seguridad que, al menos, primen cuatro áreas en concreto: 1) entorno humano e institucional fuera del sector turístico, 2) entorno turístico y sectores comerciales relacionados, 3) el viajero individual y 4) otros riesgos, ambientales, epidemiológicos, entre otros.

Cuando estamos ante destinos en donde la amenaza terrorista es elevada, la inversión en seguridad y mejoramiento de su percepción se suele relacionar con mayor presencia policial u otras herramientas de disuasión, pese a que, como sugiere Tarlow (2014), estar seguro poco tiene que ver con sentirse seguro. Propio de una cuestión más puramente preventiva, se ha de añadir un elemento centra que guarda relación con la intensidad de campañas turísticas e iniciativas de marketing (Xiao, 2018), y la importancia de afianzar en el plano simbólico la confianza del turista -ya sea en forma de recuperación de la imagen tras un acto de terrorismo, o de mantenimiento de esta a pesar de la coexistencia con dicho fenómeno (Durán, 2017)-. Sea como fuere, y como advierten Tarlow y Muehsam (1996), al margen de toda acción o estrategia de promoción turística y afianzamiento de la seguridad, la última palabra la tiene el turista y su convicción con respecto a cuándo entiende que es seguro visitar un destino. Razón esta por la que un pormenorizado análisis de los condicionantes personales y sus motivaciones resulta central para afrontar y superar cualquier crisis turística derivada de un acto terrorista.

Destinos turísticos y terrorismo

Aunque no existe un registro de los turistas que han sido asesinados por ataques terroristas, un lugar común en el abordaje científico, de acuerdo con Fernández (2002), inicia con los atentados sobre un emplazamiento hotelero de Jerusalén en 1964. Hecho por el cual, paulatinamente, la presencia turística, como afirma este mismo autor, se fue constriñendo, primero, en un 16% entre 1973 y 1975, y después, hasta en un 23%, debido al nuevo ciclo de violencia política acontecido entre 1991 y 1992.

Otros países de la cuenca del Mediterráneo también han sufrido en las últimas décadas el impacto del terrorismo en su actividad turística, tal es el caso de Egipto y Turquía y, más recientemente, Túnez (Moral, 2017). Egipto, desde finales de los ochenta venía experimentando un ciclo creciente de turismo, de manera que, en 1992, de acuerdo con los datos de la OMT, superaba los tres millones de turistas. A finales de ese año tuvo lugar un atentado en un autobús turístico del Alto Egipto que dejó consigo la muerte de una ciudadana británica. Un año después, diferentes atentados sucedieron en El Cairo, ocasionando la muerte violenta de varios turistas de Estados Unidos, Francia, Suecia y Turquía (Baumert, 2016); con el tiempo continuaron otras acciones violentas que, un año después, terminaron con la vida de varios turistas de España y Alemania.

Sin embargo, el mayor impacto derivó de dos atentados producidos en 1996 y 1997 los cuales produjeron, primero, la muerte de 18 turistas griegos tiroteados a la puerta del Hotel Europa; y, después, de 72 asesinatos -de los cuales 58 eran turistas internacionales- causados por un atentado en el templo de *Hatshepsut*, en Luxor. Ambas acciones hicieron decaer el turismo en Egipto en un 25%, provocando que el gobierno de Hosni Mubarak tuviera que incrementar sustancialmente la seguridad turística. Empero, a pesar de los esfuerzos, no pudo evitar que semejantes sucesos se repitieran, tal y como sucedió con los atentados de 2004 y 2005 en Taba y Sharm El Sheij, y que dejaron 38 y 90 víctimas mortales, respectivamente (Baumert, 2016).

Otro país fuertemente afectado por el terrorismo ha sido Turquía, especialmente a partir de 1991, año en el que se desarrollan varios ataques terroristas en emplazamientos turísticos del país. El más importante de todos tuvo lugar en 2015, cuando murieron más de 100 personas por un atentado acontecido en la estación de tren más importante de Ankara. Solo un año después, diferentes coches bomba provocaron otras 66 muertes, las cuales se suman a otros tantos actos de terrorismo en lugares centrales de Estambul, como la plaza de *Sultanahmet* o la turística calle *Istiklal*, en donde se contabilizarían 26 muertos y 12 heridos que también eran turistas internacionales. Igual que sucedería en Egipto, el gobierno de Tayyip Erdogan aceleró un plan de estímulo

y protección de una industria turística que sufrió numerosas cancelaciones y el retiro de varias navieras en sus rutas como cruceros por el Mediterráneo.

Después de las primaveras árabes de 2011, un enclave que ha sufrido el terrorismo en varios de sus sectores de mayor prominencia turística ha sido Túnez. Recuérdese cómo, en 2015, la irrupción de varios terroristas fundamentalistas en el Museo del Bardó ocasionó la muerte de una veintena de personas, la mayor parte turistas europeos (Bueno, 2016). De hecho, ese mismo año, otro terrorista abrió fuego en un hotel de la playa de Susa, en donde fueron asesinadas 38 personas, de las cuales 30 eran de origen británico. Por esta razón, las autoridades del Reino Unido recomendaron públicamente no viajar al país, de manera que las pernoctaciones decayeron a la mitad ese mismo año (López Gómez, 2017). Nuevamente, en este caso, el gobierno bajo la presidencia de Béji Caïd Essebi, impulsaría varias campañas de promoción que enfatizaban en la mejora de la seguridad, a la par que tuvo que enfrentar una crisis diplomática después de que Marruecos culpaba a Túnez de la caída de turistas en el país. Un Marruecos que, en 2011, también sufrió un ataque bomba en Marrakech que causó la muerte de 17 turistas, 10 de ellos franceses, lo cual contribuyó a que el turismo de Francia, en el transcurso de la década, decayese hasta en un 10%.

Como puede observarse, buena parte de la afectación de este tipo de terrorismo es de inspiración yihadista radical, y ha terminado por afectar también a países europeos. Merece la pena recordar lo sucedido en Niza en el 2016, cuando, durante la festividad del día de la Bastilla, se produjo un atentado que cobró la vida de 84 personas, el cual dejó al menos otras 100 heridas. En las navidades de ese mismo año, en un mercadillo navideño, se produjo un atentado terrorista que causó una docena de muertes, la gran mayoría turistas internacionales. En el 2017, en Londres, se produjo el atropello de una veintena de peatones en el Puente de Londres, además del posterior apuñalamiento a varias personas en el mercado cercano de *Borough Market*, dejando consigo ocho muertes. En términos muy similares se desarrollaron los atentados de Cataluña, en agosto de 2017, cuando una furgoneta cometió un atropello masivo en plena rambla de Barcelona, causando la muerte de 15 personas y dejando 130 heridos, gran parte de ellos turistas estivales. Finalmente, en términos idénticos, en 2018, en la ciudad francesa de Estrasburgo, y también en otro mercado navideño, tuvo lugar un atentado terrorista en el que murieron cinco personas. Todos estos ejemplos, y otros igualmente acaecidos en los últimos años, explican algunos cambios en los flujos turísticos. De acuerdo con Durán (2017), el 5% de los turistas residentes en la Unión Europea han cambiado sus planes de viaje debido a ataques terroristas, y el 8% de los turistas españoles renunció a pasar sus vacaciones de verano en los destinos preseleccionados por temor a sufrir un atentado.

En los últimos años es habitual que en las ciudades centroeuropeas, en tiempos de navidad, se adopten medidas para disuadir acciones terroristas sobre lo que se define como *objetivos blandos*. Esto es, de acuerdo con Sánchez (2023: 6), aquellos objetivos que, como los turistas, tal y como se apuntaba con anterioridad, son más fáciles de atacar por disponer de menos medidas de seguridad, haciendo que

los atentados contra intereses turísticos ofrezcan diversas ventajas en relación con la planificación y ejecución de los mismos, estando entre las mismas: la existencia de aglomeraciones de gente que se generan en algunos eventos turísticos, la relativa facilidad para acceder a las zonas en las que se desarrollan actividades turísticas, la gran repercusión mediática y propagandística de estas acciones y las repercusiones directas e indirectas de este tipo de acciones.

En cualquier caso, el ejemplo de ETA, sobre el que versan las siguientes páginas, guarda más relación con lo sucedido en Irlanda del Norte y el impacto que allí ocasionó la actividad terrorista del IRA (*Irish Republican Army*). Según Geoffrey Wall (1996), la comparativa entre esta zona y el resto del territorio irlandés, llevó a la conclusión de que el desarrollo turístico del primero había sido seriamente afectado como resultado de décadas de violencia política. No puede pasarse por alto que Irlanda del Norte ha tenido una alta dependencia respecto de la presencia de turistas ingleses e irlandeses (70-85% de su demanda total), de modo que el terrorismo incidió notablemente en su mercado turístico internacional. Mientras que, en 1967, un millón de turistas visitaban Irlanda del Norte, nueve años más tarde, en plena ebullición de *The Troubles*, apenas se contabilizaban 300.000. Tal retroceso se explica por la sucesión de diferentes actos violentos protagonizados o relacionados con el IRA, como es el caso del *Domingo Sangriento* (30 de enero de 1972), el atentado en el restaurante *Abercorn* (4 de marzo de 1972), el atentado en Donegal Street (20 de marzo de 1972), el Viernes Sangriento (21 de julio de 1972) o los atentados en Dublín y Monaghan (17 de mayo de 1974). De acuerdo con Menchero (2024), si se comparan los datos turísticos de este periodo con la República de Irlanda, a la cual llegaron más de millón y medio de turistas internacionales, cabe evidenciar mejor aún el impacto sobre el Ulster que sostuvo la violencia del IRA.

Evolución del terrorismo de ETA

La entrada de España en un proceso de crecimiento exponencial de recepción de turistas, lo cual se conoce como vulgarmente como el *boom turístico español*, se desarrolla en la década de los sesenta y setenta, siendo ocasionada, en buena medida, por las reformas tecnocráticas que se impulsan en 1957 (Vallejo, 2022). De esta manera se promueve un turismo de impronta fordista, especializado en el sol y playa y cuya oferta se concentra en Canarias, Baleares y la costa del Mediterráneo.

Este turismo de masas poco tiene que ver, en rasgos y ubicación, con los primeros compases del turismo español, mayormente ubicado en la costa cántabra y muy especialmente, a tenor de su transformación industrial, en la región vasca (Larrinaga, 2002). En un litoral de “playas frías”, ciudades como San Sebastián gozarán de especial protagonismo, junto con otros enclaves como Cestona o Mondragón, en buena parte, por sus importantes fuentes termales (Brandis y del Río, 2015). Cuestión aparte, San Sebastián disfrutaba de renombre por ser destino turístico de realeza y nobleza, lo que estimulaba una oferta turística de alto nivel (Vallejo, 2022). Así, se construyen algunos de los hoteles más emblemáticos de la ciudad, como el hotel María Cristina, a la par que se desarrolla la infraestructura hotelera de otros municipios del litoral guipuzcoano como Deva, Zumaya o Zarautz y, más tarde, Fuenterrabía. Por otro lado, en lo que respecta a Vizcaya, el desarrollo turístico a finales del siglo XIX se concentrará en Portugalete, Algorta y Las Arenas; en Getxo, tras la Guerra Civil española (1936-1939), comienza a cambiar el centro de la actividad turística, especialmente a partir de la segunda década de los cincuenta, motivado por nuevas prácticas y destinos con un clima más agradable.

En paralelo, al proceso recién descrito, se van gestando los primeros compases que darán lugar a ETA. Este grupo terrorista surge a finales de julio de 1959 (De Pablo, 2019), y lo hace a partir de una conjunción de ideas culturalistas, marxistas-leninistas y de liberación nacional que se inspiraban en realidades de contestación social y política, como las de Israel, Chipre o Argelia, y en nombres como el Che Guevara o Franz Fanon (Gago y Ríos, 2021). Tras un periodo de relativa “baja intensidad”, entre 1959 y 1968 (Ríos, 2021; Fernández-Soldevilla y De Pablo, 2024), en el que las acciones de ETA no dejan víctimas mortales bajo la prioridad de afianzar bases de apoyo y depurar principios ideológico-organizativos, se produce un punto de inflexión en la escalada de la violencia. Tras el convulso mayo del 68 parisino, surgirán multitud de expresiones terroristas, como las Brigadas Rojas, el IRA Provisional, o la *Baader Mainhof* (Avilés *et al.*, 2019), y en ETA llegan los primeros asesinatos. En junio y agosto de 1968 son asesinados el guardia civil José Antonio Pardines, y el jefe de la Brigada Político-Social, Melitón Manzanas, respectivamente. Dos hechos que conectan, de acuerdo con Mahoney (2018), en una oleada creciente que deja hasta 1973 un total de 54 actos de violencia y 44 muertes.

El despegue y la consolidación de España como destino de “sol y playa” en la década de los setenta también conviviría con un cambio abrupto de régimen político. Inscrito en las coordenadas de los que Samuel Huntington (1991) denomina como *tercera ola democratizadora*, la muerte del dictador Francisco Franco en noviembre de 1975, y los aires de un cambio democrático que comparte la sociedad y buena parte de las élites políticas, desemboca en un cambio de escenario que no mitiga el terrorismo de ETA. Este, en realidad, de acuerdo con Fernández-Soldevilla (2021), no existía tanto por su condición antifranquista, más bien por su obstinada aspiración de romper con la idea nacional de España. De hecho, a pesar de los profundos avances democráticos, entre 1976 y 1982, se contabilizaron, según *Global Terrorism Database*, un total de 684 acciones violentas y 892 víctimas, de las cuales 344 fueron mortales.

Estos años, conocidos vulgarmente como “los años de plomo” (Fernández-Soldevilla y Jiménez, 2020), transcurren a la vez que se acrecientan los apoyos y recursos de ETA, en tanto que sus integrantes, en 1982, se habían triplicado con respecto a 1976 (Llera *et al.*, 1993), y el brazo político del grupo terrorista llega a su cénit de movilización (Sullivan, 1988). Dicho lo anterior, toda actividad turística en la región vasca, por ende, se veía obligada a convivir con unos niveles de violencia política y agitación social que, aparte, si bien no tan acuciantes, terminarán siendo más que relevantes hasta entrada la década de los noventa. Conforme a las cifras recogidas en *Global Terrorism Database*, entre 1983 y 1992 se contabilizan 866 acciones violentas que, entre heridos y muertos, elevan el número de víctimas a 1282; la mayoría miembros de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, de manera que, solo entre 1982 y 1988, ETA asesinó hasta 257 de sus integrantes.

Estos repertorios de violencia comienzan a cambiar debido a que la profesionalización policial española se suma a un marco de colaboración mucho más eficaz con las autoridades francesas (Ríos y Gago, 2025). Una prueba de ello es cómo el 29 de marzo de 1992, en un operativo conjunto, se logra detener a la cúpula dirigente de ETA formada por Francisco Múgica Garmendia, *Pakito*; José Luis Álvarez Santacristina, *Txelis*, y Joseba Arregi Erostarbe, *Fitipaldi*. Estos se encontraban en una vivienda en la localidad francesa de Bidart, a 20 kilómetros de la frontera.

Este golpe policial obliga a una difícil recomposición y a un cambio en los repertorios de la violencia terrorista a cargo de Mikel Antza, de manera tal que, si bien operativamente, el debilitamiento de ETA se traduce en menos recursos y capacidades, por otro lado, se intensifica la acción violenta contra sectores de la sociedad más allá de la fuerza pública, en lo que se denominará como “socialización del sufrimiento” (Ríos, 2021). Entre 1995 y 2005 se contabilizan hasta 86 muertes por terrorismo (50 de ellas en el País Vasco), lo que evidencia una lógica decreciente, muy afectada por el mayor y mejor grado de especialización y respuesta policial y judicial, pero también por la oposición cada vez más frontal que representa el terrorismo de ETA en las calles y la sociedad vasca (Gago, 2017; Gago y Ríos, 2024), la afectación de acontecimientos como el 11-S y el 11-M (Ríos, 2022) y la fractura que el apoyo de la violencia genera, incluso, al interior de la propia izquierda abertzale (Rodríguez Aizpeolea, 2013).

En todo caso, el impacto que supuso la violencia de ETA en el País Vasco queda fuera de toda duda. Si se utiliza, por ejemplo, la herramienta cartográfica del Mapa del Terror del Colectivo de Víctimas del Terrorismo, de los 847 casos registrados para ETA, 564 transcurrieron en el País Vasco—312 en Guipúzcoa, 207 en Vizcaya y 45 en Álava—, siendo especialmente virulenta la década de los ochenta y en menor medida de los noventa, en donde se recogen 407 víctimas mortales (330 en el País Vasco) y 164 víctimas mortales (83 en el País Vasco), respectivamente.

ETA frente a los objetivos turísticos

La actividad terrorista de ETA sobre el sector turístico ha sido contabilizada por Merino (2018), de manera que se registraron al menos 225 acciones armadas durante la vigencia de su accionar armado. Estas fueron contra terminales de transporte, aeropuertos y estaciones de tren o autopistas; contra alojamientos turísticos, especialmente hoteles, y contra otros espacios no turísticos ubicados en importantes destinos del país. En términos temporales, la mayor parte de esa actividad transcurrió, intencionalmente, en periodos de alta estacionalidad, como vacaciones estivales o navidades.

Por ilustrar algunos ejemplos, en atentados de ETA contra la infraestructura aeroportuaria y ferroviaria cabe mencionar la activación de tres bombas en diferentes terminales de Madrid, el 29 de julio de 1979. Estas terminaron siendo activadas, primero, en uno de los vestíbulos ubicado en la planta de llegadas nacionales del aeropuerto de Barajas; más tarde, en la zona de espera de la céntrica estación de Chamartín; y, por último, en las consignas de la estación de Atocha. Un triple atentado que ocasionó cientos de heridos y ocho muertes -una de ellas, una turista danesa- causando un gran estruendo mediático, nacional e internacional. El mismo aeropuerto de Barajas sufriría otros atentados de ETA, como el del 6 de enero de 1997, cuando un comando lanzó varias granadas sobre una de las pistas accesorias del aeropuerto. Igualmente, el 27 de agosto de 2001 se explosionaría un coche-bomba, si bien, el más conocido será el transcurrido el 30 de diciembre de 2006, cuando en pleno marco de negociaciones con el gobierno de Rodríguez Zapatero, ETA explosionó un vehículo aparcado en la Terminal 4 que produjo la muerte de dos ciudadanos (Ríos, 2022). Entre otros atentados, fuera de Madrid, podría destacarse el perpetrado por el comando “Ibarla”, el 29 de julio de 1995, en el aeropuerto alicantino de El Altet -desactivado por la Guardia Civil-, o el realizado en el aeropuerto de Reus, el 20 de julio de 1996, y que ocasionó una treintena de heridos -muchos de ellos, de nacionalidad británica-. También hubo atentados terroristas que afectaron a la infraestructura turística, contra estaciones de autobuses (Almuñécar), ferris (Denia) u otras vías de transporte terrestre (autopista A-7) o ferroviaria (Ciudad Real o La Roda).

En lo que guarda relación con alojamientos turísticos, entre 1979 y 2009, ETA atentó sobre un total de 28 objetivos, principalmente hoteles y apartamentos, pero también Paradores Nacionales, como Jaén, El Saler, Baiona y Jávea. Asimismo, hubo acciones terroristas contra diferentes emplazamientos asociados a la actividad turística, como fue el caso de oficinas de turismo (Peñíscola), campos de golf (Mijas), parques acuáticos (Almuñécar), restaurantes (Torrevieja) o clubes náuticos y puertos deportivos o turísticos (Jávea, Altea, Denia, Sanxenxo, Baiona, Llanes o Torremolinos). Lo anterior, sin obviar atractivos naturales como las playas de Benidorm, Santa Pola, Málaga, Noja o Laredo; u otros atractivos culturales, más minoritarios y vinculados a destinos del norte, como la Plaza de Alfonso XII en Santander, el Paseo Pereda de Gijón, la Iglesia de Santa Susana en Santiago de Compostela, o la Alhambra de Granada.

Casi siempre, enclaves del Mediterráneo, desde Cataluña hasta Andalucía, y en momentos concretos de las vacaciones estivales, lo cual, de parte de muchos medios de comunicación, popularizó lo que se conoció como “la campaña de verano de ETA”. De forma sistemática, el grupo terrorista actuaba cada año bajo una lógica por la cual “desplazar varios comandos a la costa mediterránea era un recurso relativamente sencillo para mantener el nivel de presión sobre las autoridades (manteniendo) escaso riesgo propio” (Díaz Morlán, 2018). Por lo general, eran

artefactos de carga leve que eran detonados previo aviso telefónico, permitiendo, en la mayor parte de los casos, su desactivación por parte de las autoridades. En relación con la intensidad de las acciones, el mayor número de atentados contra la industria turística tuvo lugar entre 1985 y 1986, con 17 atentados, y entre 1995 y 1996, con otros 15 y, por último, los años 2002 y 2004, con 8 atentados, respectivamente.

A tal efecto, y relacionado con lo anterior, fueron muy escasas las acciones terroristas de ETA dirigidas *ex profeso* contra el sector turístico vasco. Una excepción tuvo lugar con motivo, en octubre de 1997, de la inauguración del Museo Guggenheim -a su vez inserto en un proyecto más amplio de renovación urbana y cultural llamado *Bilbao Ría 2000*-. La semana previa a la misma, el gobierno del Partido Popular, liderado por José María Aznar, desplegó un importante dispositivo de seguridad, previendo que la ocasión podía motivar un atentado de ETA. Así, en uno de los controles rutinarios de aquellos días sería asesinado el *ertzaina* José María Aguirre Larraona (Hernández, 2022).

Aun cuando el interés de ETA por atentar contra el sector turístico nacional fue evidente, puede afirmarse, a la luz de la revisión de datos y fuentes realizada, que ello no afectó a la actividad turística del conjunto de España. Ello no impidió a que se registrasen un total de 37 víctimas mortales, equivalentes a menos del 5% del total de perpetradas por el grupo terrorista (De la Calle y Sánchez-Cuenca, 2004). Tampoco fueron notorios los daños materiales, como apunta Domínguez Iribaren (2021: 111), en tanto que el objetivo era mayormente simbólico, centrado en dañar la imagen turística de España, a partir de la

posibilidad de modificar el comportamiento de los turistas y provocar cambios de destino". Algo que no tuvo lugar en tanto que "un efecto secundario, no buscado por ETA fue que en las negociaciones de precios que anualmente mantienen hoteleros y turoperadores internacionales, éstos últimos se aprovechasen de las circunstancias para negociar condiciones más ventajosas.

Esto es, en lugar de desestabilizar el turismo, contribuyó a acrecentar el número de turistas al ofrecer paquetes turísticos más baratos. Una realidad sobre la que coinciden numerosos trabajos (Menchero, 2024), señalando la excepción que supuso la campaña de ETA en el verano de 1979, en uno de los momentos de mayor activismo armado del grupo (Fernández Soldevilla, 2021), y que hicieron reducir los ingresos provenientes del turismo en un 30%, especialmente en la Costa del Sol (Janke, 1992).

Acciones contra el terrorismo: la singularidad de Ven y cuéntalo

Es difícil identificar cuáles han sido, en términos de alcance y significado, las principales iniciativas desplegadas por los diferentes gobiernos nacionales y autonómicos españoles para revertir o superar el impacto negativo ocasionado por la actividad terrorista de ETA. En los años previos a la llegada de la democracia, todo lo relacionado con política turística se encontraba centralizado en el entonces Ministerio de Información y Turismo (Pellejero, 2002); creado en 1951, en plena dictadura, y tal como sucederá hasta el cambio de régimen, su principal orientación no será otra que la de captar mercados internacionales y posicionar un producto turístico masivo, igualmente, sin planificación (Vallejo, 2015). Con la llegada de la democracia a España, tiene lugar una traslación hacia un modelo de competencia que albergó una concepción de promoción turística gestionada en dos niveles, el estatal y el autonómico. Así, la Secretaría de Estado de Turismo, heredera del desaparecido Ministerio de Turismo, sería la encargada de empezar a planificar el turismo, sobre todo, desde inicios de los años noventa, enfatizando en tres aspectos: competitividad, calidad y sostenibilidad (Pellejero, 2002). Así, y aun cuando se promueve una diversificación de productos, se mantendrá la posición preferente del producto de "sol y playa".

En lo que respecta al nivel autonómico, desde 1979, bajo el entonces Consejo de Gobierno, se establece por primera vez la creación de una consejería exclusiva para el área de Turismo, bajo la dirección de Jaime Mayor Oreja, y que, desde 1980, se incluirá en el área de Comercio. Sin embargo, durante este tiempo ni siquiera los principales destinos del País Vasco, como San Sebastián, llegaban al 60% de su ocupación hotelera (Angulo, 1981). Lo más destacado que había era una tímida promoción del turismo interno, apenas sostenido por acciones promocionales como *Veranea en Euskadi* (Ferrerías, 2018). Al respecto véanse las siguientes palabras de Jaime Mayor Oreja, al ser entrevistado:

Cuando llegué (a la Consejería) fueron años en los que la imagen del País Vasco está destrozada. Los hoteles están casi vacíos. La situación del Hotel María Cristina era tan mala, con unos niveles de ocupación tan bajos, que ocupábamos media planta del hotel. Es el hotel más bonito de San Sebastián. Imaginemos que un hotel de

esa categoría pudiera dedicar cuatro grandes suites al despacho de una consejería de gobierno (...) Aun cuando era un momento muy difícil, por las muertes que generaba ETA y los disturbios que se ocasionaban, trabajamos siempre con profesionales del turismo. Con la máxima ilusión, pero de mínimos. (Jaime Mayor Oreja, entrevista personal, 1 de febrero de 2024).

Ya en la década de los ochenta se consiguió recuperar paulatinamente algunos destinos de la costa guipuzcoana como la propia San Sebastián, Zarauz, Fuenterrabía, y otros enclaves de la costa vizcaína e incluso, más incipientemente, de La Rioja Alavesa. Se intentó desarrollar un producto turístico que era heterogéneo, basado en festivales, fiestas, gastronomía o turismo de playa asociado a los campings, como destacaba el entonces consejero de Turismo, Carlos Blasco de Imaz:

Durante los últimos años (los turistas) han ido a otros lugares donde acaso no se han visto bien tratados, han comido mal, han pasado exceso de calor o han sufrido las incomodidades de la masificación turística. Esta circunstancia, unida al hecho innegable de que en los últimos meses se ha producido en Euskadi una relativa estabilidad política, podría haberles incitado a regresar a nuestra tierra. Tampoco hay que olvidar el eco que ha tenido entre los vascos, como se ha demostrado este año, el lema “Veranee en Euskadi” (El País, 1981, s.p.).

Durante esta década existió un compromiso por recuperar la buena imagen de Euskadi para el turismo español y extranjero, lo cual se tradujo en una fuerte inversión en promoción turística, especialmente, por parte del gobierno socialista presidido por Felipe González, pero también por la labor que, desde la Consejería de Comercio, Consumo y Turismo, lleva a cabo su responsable, la entonces socialista Rosa Díez. Esta va a impulsar una campaña turística que bajo el referido lema *Ven y cuéntalo* que, desde 1991, va a fortalecer la promoción del País Vasco, apostando por un sector, el turístico, que hasta ese momento no era ni mucho menos estratégico:

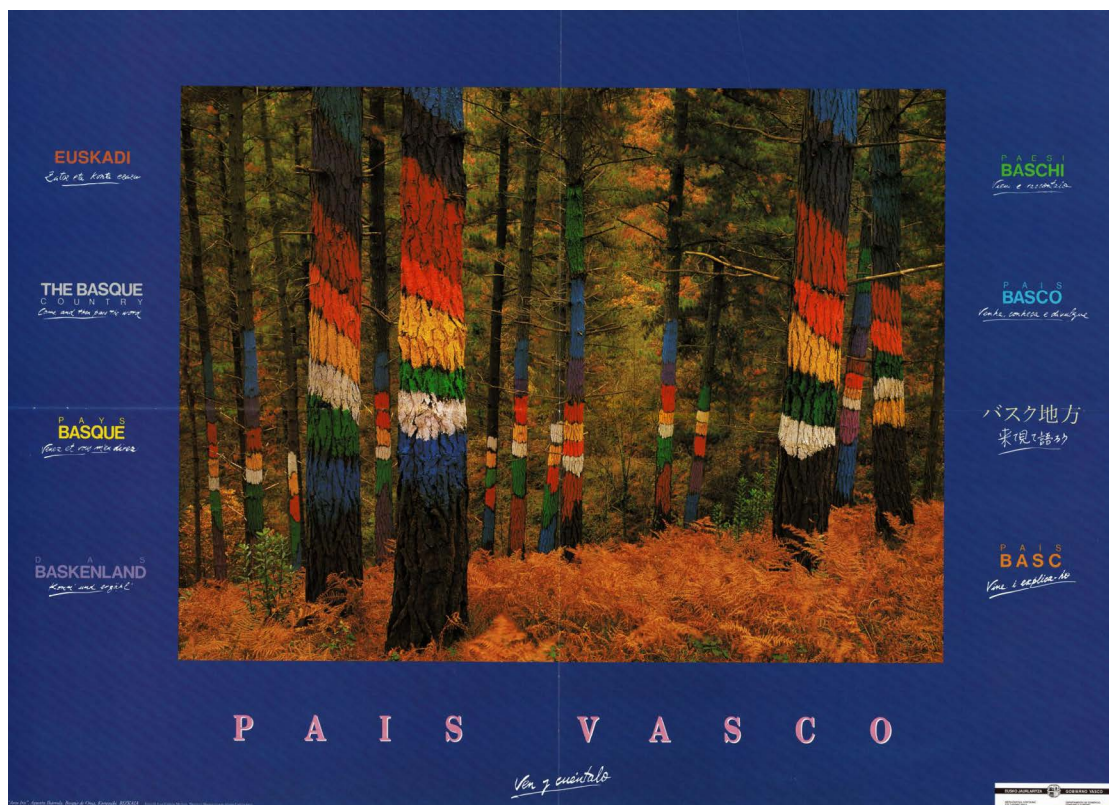
En el País Vasco nunca se había apostado por la actividad turística como una actividad de carácter económico hasta que yo llegué a la Consejería, en 1991. La única campaña que se había hecho era “Veranea en Euskadi”, destinada a que los vascos veraneasen en Euskadi. La imagen estaba muy deteriorada por el terrorismo, a lo que se sumaba que no se invertía nada en cuanto a promoción. La innovación fue incluir el turismo en comercio y no en cultura. Dejar de verlo como algo folclórico y darle contenido económico a partir de un argumento: en el País Vasco había muchas más cosas que terrorismo. De ahí surge “Ven y cuéntalo”. Fue un eslogan con mucho éxito. Se trataba de mandar un mensaje de confianza en nosotros mismos. Estábamos seguros de que vas a venir, lo vas a conocer y cuando lo cuentes, lo que cuentes va a ser bueno. (Rosa Díez, entrevista personal, 4 de diciembre de 2023).

Esta campaña, como se ha podido advertir con anterioridad es impulsada en un momento en que la violencia de ETA aún presenta una gran notoriedad, en tanto que se trata del segundo grupo terrorista más activo después del IRA en todo el mundo occidental. *Ven y cuéntalo* se trataba de tres palabras que evocaban un mensaje directo, atrevido y profundamente disruptivo, cuya principal intención era romper con el estereotipo que había contribuido a construir el terrorismo de ETA, y que igualmente afectaba a la posición compartida, opuesta al turismo foráneo, que evocaba el PNV. Tanto fue así que, entre otras, la respuesta de su máximo responsable, Xavier Arzalluz, fue la de manifestar desprecio, con las siguientes palabras: “¿Qué queremos? ¿un país de camareros?”¹ En relación con todo ello son significativas las siguientes palabras de Nicolás Gutiérrez:

“Ven y cuéntalo” fue todo un invento porque en esa época no había nada sobre turismo en el País Vasco. La gente que venía llegaba y se iba corriendo. La imagen que se tenía del exterior era por las páginas de periódicos con fotos y datos de la violencia de ETA y, por supuesto, nadie viaja con una situación política así. Cuando Rosa Díez entra en la Consejería y encuentra ese panorama, yo no recuerdo los datos, pero el turismo representaría en el PIB del País Vasco entre poco y nada. Como mucho, turismo de negocios y ferias de muestras, del resto nada. Aquello fue usar una marca que no era solo publicitaria, sino que trasladaba al exterior el reto de buscar y tener aliados afuera. Recuerdo que, del gobierno, el poco dinero que teníamos para promocionar el turismo, casi todo, lo gastábamos en la presentación de Madrid. Con “Ven y cuéntalo” se trataba de generar una marca en la que el cliente final, esa opinión del turista viajero, fuese entendida como la de un aliado. En un momento absolutamente complicado, aunque ya se atisbaba que, entre comillas, la guerra la ganábamos los buenos. (Nicolás Gutiérrez, entrevista personal, 15 de abril de 2024).

1. Véase: <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2018/01/14/5a5b2b19468aeb765a8b468d.html>

Imagen 1. Cartel promocional de “Ven y cuéntalo”



Fuente: Consejería de Comercio, Consumo y Turismo del País Vasco

Esta campaña, como se ha podido ver anterior, en buena medida, reposaba, por la concepción generalizada en buena parte de la región vasca, de un turismo que era un sector económico de escasa enjundia, sobre todo frente al papel predominante de la industria. Sin embargo, los resultados que dejó consigo *Ven y cuéntalo* iban a marcar un cambio de tendencia desde el cuarto gobierno del nacionalista José Antonio Ardanza, quien, a pesar de las discrepancias internas, optaría por impulsar la actividad turística como un sector pujante y en alza. En otras palabras, el turismo pasaba a ser una apuesta económica y política especialmente atractiva por su capacidad de interrelacionarse con otros extremos de la economía, el comercio y la propia imagen de la Comunidad Autónoma. En buena medida y, como reconoce Ernesto Gasco, esto termina siendo muy importante porque

A inicios de los noventa, en materia de turismo, estábamos muy débiles. El turismo estaba muy resentido por la violencia, aunque Rosa Díez en la Consejería y Iosu Ruiz, en San Sebastián, intentan centrarse en un turismo más nacional y menos tradicional. También se trataba de apostar, como nunca, en el turismo internacional, pues éramos un turismo de tránsito francés muy vinculado a Biarritz y a Las Landas, que es la segunda región turística de camping de todo Francia, pero se trataba de diversificar y abrir decididamente nuevos mercados

Entre las prioridades del plan de actuación había una intención clara de promoción y atracción a conocer la oferta cultural, natural y gastronómica vasca tratando de evocar la huida hacia el simplismo y el reduccionismo que alimentaba el terrorismo. De otra parte, *Ven y cuéntalo* se sirvió de una gran notoriedad mediática, apareciendo en medios de radiodifusión y prensa de todo el país, y también en Europa, con el propósito de evocar imágenes del País Vasco, como sus playas o montañas, con las que se transmitió una sensación de atracción e interés, siempre enfatizando en un mensaje positivo de tranquilidad, pluralidad y tolerancia. De hecho, la propia Díez, en aras de promocionar el País Vasco, viajaría a países como China, México, Cuba, Chile, República Checa, Italia y Hungría. En tercer lugar, esta estrategia dispuso de otras herramientas, como paquetes promocionales, estimulando y subvencionando viajes y estancias al País Vasco, fortalecidas por la presencia activa en ferias y exposiciones turísticas nacionales e internacionales con las que incidir en la transformación directa de la imagen estereotipada de la región. Asimismo, se intentó vincular la campaña con numerosas personalidades populares de la cultura, la música o el deporte, con el fin de utilizar sus experiencias como transmisores, efectivamente, de una realidad que merecía la pena ser vivida. Los datos hablarían por sí solos, pues en apenas seis años los turistas dispuestos a conocer el País Vasco habrían pasado de 850.000 a 1.500.000 (Eustat, s.f.). Sobre ese punto de inflexión de *Ven y cuéntalo* se posiciona Nicolás Gutiérrez cuando afirma:

Si hay que buscar un punto de inflexión en el turismo que se realiza en el País Vasco, este tiene que ver, por supuesto, con el inicio del fin de ETA, el “Ven y cuéntalo”, que traslada una alianza funcional con los turistas del resto de España y la llegada del Guggenheim. Joseba Arregi acertó con la idea del Guggenheim porque pasamos de una sociedad nitidamente industrial, de ver quién hacía la máquina más grande, a fuerza de talonario, a ser una sociedad de servicios y encontrar el turismo. (Nicolás Gutiérrez, entrevista personal, 15 de abril de 2024).

En cualquier caso, una campaña como esta tuvo que enfrentar diferentes críticas, no solo las provenientes del nacionalismo más *abertzale*, sino también del lado puramente conservador, que consideraba que no podía aceptarse como experiencia grata el viajar a un lugar en el que, por terrorismo, por ejemplo, serían asesinadas 13 personas en 1994 y 18 personas en 1995 (Fernández-Soldevilla, 2021). Este escepticismo se puede encontrar en algunas destacadas voces del Partido Popular, como Carlos Urquijo o Fernando Maura:

“Ven y cuéntalo” era una campaña bienintencionada. En un momento en los años en lo que Rosa Díez era consejera, que si bien no eran los años de plomo si había una actividad terrorista importante. Se intentaba mejorar la imagen del País Vasco en España y también en el exterior, pero era muy complicado. Perfectamente podías venir y lo que contases fuera peor, porque tu visita coincidiera con un atentado, una detención o un altercado en las calles de Bilbao o San Sebastián. El turista también contaba su experiencia en ese sentido porque las imágenes de violencia tienen mucho más impacto en los medios que las campañas en positivo (Carlos Urquijo, entrevista personal, 11 de abril de 2024).

El turismo quiere un espacio agradable, que no le de sorpresas. Imagina que vas al casco viejo de San Sebastián, que estás ahí, tomándote un pintxo y te encuentras con una movilización con policías y golpes, o con algo peor. Si eso es lo que ve y cuenta el turista, el resultado no es bueno (...) sin embargo, también es cierto que la campaña liderada por Rosa Díez, “Ven y cuéntalo” trataba otras cosas importantes, como una especie de ruptura de lo que el País Vasco podía suponer, como especie de cerrazón, para el conocimiento del resto de España, y eso sí que se fue abriendo camino, desde entonces, con el paso del tiempo (Fernando Maura, entrevista personal, 4 de abril de 2024).

Un discurso evocado en una viñeta de uno de los más afamados caricaturistas españoles, Antonio Mingote, quien en el diario conservador ABC, el 1 de junio de 1994, publicaría una viñeta haciendo referencia a la campaña liderada por Rosa Díez, con el cuerpo herido de Resurrección Basarrate, víctima no mortal de un atentado perpetrado por ETA dos días antes. En realidad, y como se refleja en la imagen, un sector político amplio, mayormente conservador, recelaba, más allá de lo intencional, de la verdadera capacidad transformadora en *Ven y cuéntalo*:

Impulsar cualquier medida en el País Vasco, en términos de marketing, era realmente imposible. Ahí está la campaña de Rosa Díez a la que le hizo una broma Mingote porque, en realidad, transcurría sobre una realidad imposible. (Jaime Mayor Oreja, entrevista personal, 1 de febrero de 2024).

Imagen 2. Viñeta publicada por Antonio Mingote en junio de 1994



Fuente: ABC

Fuente: ABC

Dicha viñeta motivaría la demanda civil de la misma Rosa Díez a Mingote, y que sería secundada por víctimas y asociaciones por entender que se trataba de una “agresión contra la Comunidad Autónoma, negligencia e imprudencia”, arguyendo, la propia Díez, que la viñeta contravenía el espíritu mismo de *Ven y cuéntalo*:

No quiero olvidar que los que causan el daño y el dolor y los que tienen la estrategia contra el pueblo vasco y el conjunto del pueblo español son los terroristas, no voy a matar al mensajero, pero ABC es un gran periódico que vende muchos ejemplares y tenía que haber tenido la sensibilidad suficiente para haberse dado cuenta de que publicar ese dibujo nos hacía mucho daño a la mayoría de los ciudadanos vascos, que somos gente democrática, y hacía el juego al terrorismo².

En cualquier caso, la causa asumida por el propio gobierno vasco contra la editorial de ABC ascendería a casi 140 millones de pesetas, siendo desestimada el 15 de noviembre de 1996 con la correspondiente condena al pago de costas por parte del gobierno vasco. En todo caso, este hecho no ensombrecería a una apuesta que, en realidad, aparte de intentar trabajar por mejorar la imagen del País Vasco, animaba a otros sectores de la economía y la sociedad vasca con los que el turismo se encontraba interrelacionado con aspectos como el comercio o la innovación (Ferrerías, 2018). Esta iniciativa tuvo un mensaje directo para ETA, tal y como lo verbalizó en su momento Rosa Díez:

Hasta los países más pobres tienen turismo, hasta los que se encuentran en guerra. (...) Hicimos frente a ETA y buscamos la complicidad en todos los ámbitos (...) era cuestión de explicar al resto de España y del mundo que, a pesar de todo, en Euskadi se podía vivir y era una tierra magnífica. Que vinieran y lo trasladaran después” (Azumendi, 2020, s.p.) (...) Lo lamentable en ese momento es que el País Vasco no era concebido como destino para los de fuera, pero tampoco para los de dentro. Yo empecé con un cambio de paradigma pues en las encuestas que preguntábamos a los turistas, lo que más les gustaba era la gente. No porque fuésemos algo extraordinario sino porque la expectativa era muy baja y no se correspondía con la realidad. (Rosa Díez, entrevista personal, 4 de diciembre de 2023).

A un eslogan contundente y bastante exitoso no exento de polémicas, le siguieron otros igualmente centrados en la mejora de la imagen del País Vasco y la captación de un turismo que fue más allá de lo interno, como sucede con los casos de *Euskadi con mucho gusto* o *Made in Euskadi*. El primero provocó cierto malestar en el Departamento de Turismo del gobierno vasco, dado que consideraban que el eslogan de 1991 seguía vigente. Sin embargo, a finales de la década de los noventa es cuando el País Vasco apostó por diferenciarse de la cornisa cantábrica, en aras de mostrar un producto turístico de mayor precio y calidad, centrado en la gastronomía (Menchero, 2024).

Hasta 1991 no había interés en promocionar el País Vasco como destino turístico de parte de las instituciones. Si a eso le sumas el terrorismo, la ecuación no podía ser más negativa. Euskadi no aparecía en el mapa como destino turístico de nadie. Se podía venir a hacer congresos industriales o económicos, pero era venir y marchar, no como destino. Tras esta campaña se cambia el rumbo y la mentalidad. El turismo empieza a funcionar como sector reconocido y es impulsado y protegido. Ese se desarrolla de forma muy transversal, estimulando otros mercados y posibilidades, desde el *boom* del agroturismo, que hasta entonces funcionaba en Asturias, pero no en el País Vasco, y hasta el gran hito que supone el Guggenheim. Uno y otro hacen parte de la misma transformación y dirección (Rosa Díez, entrevista personal, 4 de diciembre de 2023)

De esta manera, la inversión en una nueva campaña turística incidía sobre un periodo de mayor estabilidad política, por la cual se buscaba que el visitante encontrara “una sociedad cada vez más estabilizada y esperanzada ante el proceso de paz” (Gorospa, 2020, s.p.). Al respecto, no puede obviarse la importancia que para ello representó la apuesta por iniciativas que impactaban directo en la imagen turística del País Vasco, tal y como lo menciona quien fuera concejal de Turismo en San Sebastián, Ernesto Gasco:

En los noventa van a suceder cosas muy importantes, sobre todo, después del programa “Ven y cuéntalo” que impulsó Rosa Díez como consejera. Fue vital la relación entre el gobierno vasco de coalición, PNV-PSE, y el gobierno socialista nacional. Se había logrado mantener el Festival de Cine de San Sebastián, se impulsa el proyecto del Palacio de Congresos, que podía servir de encuentro cultural y social, pero también desde el punto de vista económico, con un edificio de Moneo de impacto mundial. Luego, lo mismo, estaba el Guggenheim,

1. Véase: https://elpais.com/diario/1994/06/02/espana/770508002_850215.html

también financiado por el gobierno de España con la intención de superar la situación de terror que había en Euskadi y hacer que la economía vasca mirase hacia otros dinamismos y sectores como el turismo. En esa misma línea, más tarde, llegaría el aeropuerto internacional, diseñado por Calatrava, ubicando a Euskadi en la ruta de vuelos internacionales. Todo eso hizo que, junto a otros vectores de prestigio, como el turismo gastronómico de las estrellas Michelin fuese cambiando drásticamente. (Ernesto Gasco, entrevista personal, 5 de abril de 2024).

El final de la violencia terrorista a partir de 2011 sería de gran importancia en materia turística para el País Vasco, tal y como lo reconocía hace un par de años la viceconsejera de Turismo, Isabel Muela: “fue el balón de oxígeno que necesitaba Euskadi, porque si hay algo que desean los turistas es un destino seguro” (Gorospa, 2020, s.p.). De acuerdo con la responsable turística, el impacto de ETA supuso un “retraso de 30 o 35 años con el resto de España en Turismo”. Es decir, si en España esta actividad llega a representar el 12,5% del PIB, en el País Vasco hoy supone un 6,1%, de acuerdo con los datos actuales y aun cuando el número de llegadas nacionales e internacionales se han incrementado sustancialmente. También señalaba la misma Isabel Muela cómo desde el gobierno vasco se “orquestó toda una fiesta de bienvenida para los visitantes con la campaña *Euskadi saboréala*, invitando a todos los ciudadanos de todo el mundo a saborear la gastronomía, la naturaleza y la gente (Gorospa, 2020, s.p.). Hasta el propio gabinete del entonces lehendakari, Patxi López, señalaría que tras el anuncio del cese de ETA sería posible una “promoción al País Vasco sin tener que explicar que a pesar de los terroristas somos un gran país” (Hosteltur, 2011).

Conclusiones

A partir de estas páginas es que se ha logrado mostrar de qué modo, ETA, tal y como ha sucedido en otras latitudes, intentó afectar al sector turístico español, aunque con un éxito muy relativo. Nada que ver a lo sucedido en el País Vasco, en donde, aun cuando nunca hubo “campañas de verano” ni afectaciones directas contra la estructura turística, sí que se consiguió instaurar una imagen de zozobra e inseguridad generalizada sobre la región.

Apenas existen trabajos que hayan realizado de manera pormenorizada un análisis exhaustivo de cómo el terrorismo de ETA afectó directa e indirectamente al sector turístico vasco y a España. Asimismo, igual sucede con las políticas de contestación de parte de las autoridades gubernamentales, lo que justifica una necesaria atención académica que enriquezca de qué manera, diferentes campañas o medidas políticas se destinaron con el objetivo de mitigar y superar la afectación de la violencia terrorista al sector turístico.

Al respecto, de una manera exploratoria y eminentemente cualitativa, centrada en recoger relatos de actores políticos destacados del momento, este trabajo ha intentado reivindicar la importancia que, sobre las coordenadas teóricas y espaciotemporales que lo comprenden, representó la campaña *Ven y cuéntalo*. Una campaña directa, disruptiva, y hasta cierto punto, valiente, que emergía con un mensaje claro y directo, dirigido a enfrentar prejuicios e imágenes estereotipadas copadas de violencia y percepciones negativas sobre el País Vasco que, a pesar de las dificultades, marcaron un punto de inflexión.

Es cierto que todavía, desde su impulso, quedarían dos décadas de terrorismo (cada vez más debilitado) a cargo de ETA. También es cierto que buena parte de lo anterior, solo se entiende profundizando en elementos políticos, policiales, judiciales y sociales de mayor complejidad y alcance, pero no se puede negar que *Ven y cuéntalo* es uno de esos hitos que terminará marcando un punto de ruptura con respecto a la realidad de su momento. Ello, gracias a una imagen de propaganda, posicionamiento, inversión y gran atención sobre aspectos simbólicos y no materiales que, años después, sigue quedando muy presente en el imaginario colectivo, en la voz de sus responsables, pero también, entre muchos de sus otros contradictores.

La ausencia de investigaciones de rigor que establezcan relación entre ETA y el turismo español dificulta ofrecer una visión más holística que la aquí propuesta. Por ejemplo, apenas se conocen datos del accionar terrorista de ETA para el despliegue de estas acciones, sobre todo, en lo que concierne a motivaciones, selección y criterios de actuación. Asimismo, se hace necesario sistematizar los niveles de respuesta a nivel gubernamental más allá de los estrictamente turísticos para ver cómo afectaron o se relacionaron en la respuesta frente al impacto del terrorismo en el sector. Igualmente puede ser muy interesante cómo los turoperadores y las agencias de viajes gestionaron los viajes a España durante el ciclo de violencia de ETA, atendiendo al impacto de las acciones terroristas en los destinos con respecto a los principales mercados emisores. Mención aparte guarda el interés con respecto a la potencialidad turística vasca en la actualidad, sin ETA, pero también de acuerdo con iniciativas relacionadas a un turismo de memoria en el que el significado de la violencia de ETA y su derrota definitiva puede suponer un elemento de atracción o motivación de visitas. Todos son trabajos perfectamente complementarios a una aproximación exploratoria y limitada, pero que encuentra en el intrincado binomio terrorismo/turismo, un objeto de estudio con posibilidades, aún hoy, inconmensurables.

Bibliografía

- Angulo, J. (1981). El milagro de la recuperación turística en el País Vasco. *El País*, https://elpais.com/diario/1981/08/23/espana/367365603_850215.html
- Avilés, J. et al. (2019): *Después del 68: la deriva terrorista en Occidente*. Madrid, Sílex.
- Azumendi, E. (2020). Turismo en Euskadi, del “Ven y cuéntalo” al “Quedate y cuéntalo”. *El Diario*, https://www.eldiario.es/euskadi/politica/turismo-euskadi-ven-cuentalo-quedate-cuentalo_1_6096839.html
- Baumert, T. (2016). Terrorismo y turismo: una revisión de la literatura acerca de la repercusión de los atentados sobre el sector turístico. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, vol. 893, pp. 51-70. doi: <https://doi.org/10.32796/ice.2016.893.1891>
- Baumert, T. et al. (2016). How does the terrorist experience alter consumer behaviour? An analysis of the Spanish case. *Journal of Business Research*, vol. 115, pp. 357-364. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.085>
- Brandis, D. y Del Río, M. (2015). Paisaje y cultura en la oferta y promoción del turismo en España (1875-1936). *Ería*, vol. 96, pp. 77-96. doi: <https://doi.org/10.17811/er.96.2015.77-96>
- Bueno, A. (2016). Aproximación a la naturaleza de Daesh en Túnez: de El Bardo a Ben Gardane, un año de terror. *Revista Unisci*, vol. 41, pp. 163-180. doi: https://doi.org/10.5209/rev_RUNI.2016.n41.52676
- Cavlek, N. (2002). Tour Operators and Destination Safety. *Annals of Tourism Research*, vol. 29(2), pp. 478-496. doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00067-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00067-6)
- De la Calle, L. y Sánchez-Cuenca, I. (2004). La selección de víctimas en ETA. *Revista Española de Ciencia Política*, vol. 10, pp. 53-79.
- Díaz Morlán, P. (2018). ETA militar y la extorsión a los empresarios. En Ugarte, J. (Coord.). *La bolsa y la vida*. (pp. 77-110). Madrid, La Esfera de los Libros.
- Domínguez, F. (2021). *ETA: Estrategia organizativa y actuaciones (1978-1992)*. Bilbao, UPV/EHU.
- Durán, A. (2017). *El turista y la percepción del riesgo*. Tesis Doctoral. Buenos Aires, Universidad Nacional de La Plata.
- Fernández-Soldevilla, G. (2021): *El terrorismo en España. De ETA al Daesh*. Madrid, Crítica. doi: <https://doi.org/10.5944/hdp.37.2021.40516>
- Fernández Soldevilla, G. y Jiménez, M. (2020). 1980. *El terrorismo contra la Transición*. Madrid: Tecnos.
- Fernández-Soldevilla, G. y De Pablo, S. (2024). *Las raíces de un cáncer. Historia y memoria de la primera ETA (1959-1973)*. Madrid, Tecnos.
- Ferreras, B. (2018). Y el turismo vasco se hizo industria. *El Mundo*, <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2018/01/14/5a5b2b19468aeb765a8b468d.html>
- Fuchs, G. y Pizam, A. (2011). The importance of safety and security for tourism destination. En Wang, Y. y Pizam, A. (Eds.). *Destination Marketing and Management. Theories and Applications* (pp. 300 – 311). Oxfordshire, CABI. doi: <https://doi.org/10.1079/9781845937621.0300>
- Gago, E. (2017). *La contribución social a la paz en Euskadi*. Madrid, Catarata.
- Gago, E. y Ríos, J. (2021). *La lucha hablada. Conversaciones con ETA*. Madrid, Altamarea.
- Gago, E. y Ríos, J. (2024). *La lucha hablada. Conversaciones con víctimas de ETA*. Madrid, Altamarea.
- Global Terrorism Database (s.f.). Estadísticas sobre terrorismo. <https://www.start.umd.edu/gtd/>
- Gorope, P. (2020). Euskadi, nueve años de una economía sin miedo. *El País*. <https://elpais.com/economia/2020-07-24/euskadi-nueve-anos-de-una-economia-sin-miedo.html>
- Hernández, J. (2022). El ertzaina que evitó una catástrofe en el Guggenheim: Chema tenía un sexto sentido. *El Correo*. <https://www.elcorreo.com/politica/memoria-del-terrorismo/victimas-de-eta/txema-aguirre-ertzaina-asesinado-eta-guggenheim-20221012213739-nt.html>
- Hosteltur. (2011). Euskadi: el turismo inicia una nueva era tras el fin de la violencia de ETA. https://www.hosteltur.com/141730_euskadi-turismo-inicia-nueva-era-fin-violencia-eta.html
- Huntington, S. (1991). *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*. Norman, University of Oklahoma Press.
- Janke, P. (1992). *Terrorism and democracy: some contemporary cases*. Londres, Palgrave Macmillan. doi: <https://doi.org/10.1007/978-1-349-12452-7>
- Larrinaga, C. (2002). El turismo en la España del siglo XIX. *Historia Contemporánea*, vol. 25, pp. 157-179.
- Llera, F. et al. (1993). ETA: From Secret Army to Social Movement – The Post-Franco Schism of the Basque Nationalist Movement. *Terrorism and Political Violence*, vol. 5(3), pp. 106-134. doi: <https://doi.org/10.1080/0954659308427222>
- López Gómez, I. (2017). *Los impactos de los atentados sobre el turismo: comparativa Mallorca y Túnez*. Mallorca, UIB.
- Mahoney, C. (2018). End of the cycle: assessing ETA's strategies of terrorism. *Small Wars & Insurgencies*, vol. 29(5-6), 916-940. doi: <https://doi.org/10.1080/09592318.2018.1519300>
- Menchero, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria*, vol. 39(1), pp. 415-438. doi: <https://doi.org/10.12795/araucaria.2018.i39.20>
- Menchero, M. (2020). Inestabilidad, violencia y turismo en Perú: una aproximación desde el papel del Estado. *Araucaria*, vol. 22(43), pp. 100-118.

- Menchero, M. Terrorismo y turismo: una aproximación al caso de eta en España y sus implicaciones sociales. En Ríos, J. et al. (Eds.). *Las víctimas frente al terrorismo de ETA: narrativas, movilización y perspectiva comparada* (pp. 151-174). Madrid, Dykinson.
- Merino, F. (2018). ETA militar y la extorsión a los empresarios. En Ugarte, J. (Coord.). *La bolsa y la vida*. (pp. 77-110). Madrid, La Esfera de los Libros.
- Moral, P. (2016). *El impacto del terrorismo internacional en la industria del turismo: balance y perspectivas en el Mediterráneo*. Madrid, IEEE.
- OMT (1996). *Tourism safety and security: practical measures for destinations*. Madrid, OMT.
- Pellejero, C. (2002). La política turística en la España del Siglo XX: una visión general. *Historia Contemporánea*, vol. 25, pp. 233-265. doi: <https://doi.org/10.1387/hc.5936>
- Pizam, A. (2002). Editorial: Tourism and terrorism. *International Journal of Hospitality Management*, 21, 1-3. doi: [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(01\)00037-8](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(01)00037-8)
- Pizam, A. y Mansfeld, Y. (2006). *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*. Burlington, Elsevier. doi: <https://doi.org/10.4324/9780080458335>
- Ríos, J. (2021). Terrorismo, Legitimidad y Militancia: Un Análisis Discursivo sobre ETA. DADOS. *Revista de Ciencias Sociais*, vol. 64(4), pp. 1-33. doi: <https://doi.org/10.1590/dados.2021.64.4.246>
- Ríos, J. (2022). Crónica de una muerte anunciada: el discurso de eta frente a los atentados del 11-M (2004) y la negociación política con el Partido Socialista Obrero Español (2005-2006). *Historia Crítica*, vol. 83(1), pp. 77-97. doi: <https://doi.org/10.7440/histcrit83.2022.04>
- Ríos, J. y Gago, E. (2025). *El terrorismo de Estado en España. Conversaciones a propósito de los GAL*. Gijón, TREA.
- Rodríguez Aizpeolea, L. (2013). *Los entresijos del fin de ETA. Un intento de recuperar una historia manipulada*. Madrid, Catarata.
- Sánchez, V. (2023). Los intereses turísticos como objetivo del terrorismo yihadista. *Documento de Opinión del IEEE*, 71, pp. 1-14.
- Schulter, R. (2008). *Turismo: una versión integradora*. Buenos Aires, CIET.
- Sönmez, S. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, vol. 25, pp. 416-456. doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00093-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00093-5)
- Sönmez, S. y Graefe, A. (1998). Influence of Terrorism Risk on foreign Tourism Decisions. *Annals of Tourism Research*, vol. 25(1), pp. 112-144. doi: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00072-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00072-8)
- Sullivan, J. (1988). *ETA and Basque Nationalism: The Fight for Euskadi, 1890-1986*. Nueva York, Routledge.
- Tarlow, P. (2006). Crime and tourism. En Wilks, J. et al. (Eds.) *Tourism in Turbulent times: Toward Safe Experiences for visitors* (pp. 94-105). Oxford, Butterworth-Heinemann. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044666-0.50015-4>
- Tarlow, P. y Muerhsam, M. (1996). Theoretical aspects of crime as they impact the tourism industry. En Pizam, A. y Mansfeld, Y. (Eds.). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Nueva York, Wiley.
- Tarlow, P. (2014). *Tourism Security: Strategies for Effectively Managing Travel Risk and Safety*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
- Vallejo, R. (2015). ¿Bendición del cielo o plaga? El turismo en la España franquista, 1939-1975. *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 37, 89-113. doi: https://doi.org/10.5209/rev_CHCO.2015.v37.50988
- Vallejo, R. (2022). Turismo en España entre el primer y el segundo boom turístico, y cambio de modelo (1951-1962). *Estudios Turísticos*, vol. 223, pp. 21-57. doi: <https://doi.org/10.61520/et.2232022.23>
- Wall, G. (1996). Terrorism and tourism: an overview and an Irish example. En Pizam, A. y Mansfeld, Y. (Eds.) *Tourism, crime and international security issues*. Nueva York, Wiley.
- Xiao, B. (2018). *Consecuencias económicas de la violencia de ETA. Evolución de la economía del País Vasco desde el cese definitivo de ETA anunciado en 2011*. Madrid, Universidad Comillas.



9. SERIE ANÁLISIS DE SUELO

Pintura sobre raíz de piopo

70x140cm

2024