

Artículo

Los orígenes históricos del *turista* y del *turismo* en España: La demanda turística en el siglo XIX[☆]

Rafael Vallejo Pousada^{a,*}, Elvira Lindoso-Tato^b y Margarita Vilar-Rodríguez^b

^a Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Fundamentos de Análisis Económico e Historia e Instituciones Económicas, Universidad de Vigo, As Lagoas Marcosende, s/n, 36310, Vigo, Pontevedra, España

^b Facultad de Economía y Empresa, Departamento de Economía, Grupo de Estudios de Historia de la Empresa, Universidad de A Coruña, Campus de Elviña s/n, 15071, A Coruña, España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 5 de diciembre de 2017

Aceptado el 7 de marzo de 2018

Códigos JEL:

N74

L83

O16

Palabras clave:

España

Siglo XIX

Demanda

Turismo

RESUMEN

El trabajo ofrece una primera aproximación a la evolución del turismo desde la perspectiva de la demanda en España durante el siglo XIX. Pese a la escasez de información estadística, se realiza un primer ensayo acerca del estudio de la figura del turista y sus prácticas turísticas en el Ochocientos a través de la recopilación de información recogida en la prensa y en diferentes publicaciones de la época tales como las guías de turistas. De este modo, se constata que el país se sumó de manera modesta a las tendencias turísticas que iniciaron otros países europeos más avanzados en el proceso de industrialización. El estudio del término turista con sus distintas formulaciones recogidas a lo largo del siglo XIX resulta sintomático de las distintas modalidades turísticas que encontrábamos en la península. Primero, viajeros; luego, bañistas, usuarios de baños termales y baños de mar, y por último veraneantes y excursionistas ponen en evidencia la progresión turística del país a pesar de su todavía limitada integración en el flujo turístico internacional.

© 2018 Asociación Española de Historia Económica.

The historical origins of *tourist* and *tourism* in Spain: Tourist demand in the nineteenth century

ABSTRACT

This article attempts to offer a first overview to the evolution of tourism from the perspective of demand in Spain during the 19th century. Despite the scarcity of statistical material, a first approach is made about the tourists and their tourist practices in this century based on heterogeneous information collected in the press and different sources, such as tourist guides. In this way, it is noted that the country modestly added to the tourism trends that started in the more advanced European countries. The study of the term tourist in a broad sense, collected throughout the 19th century, is a good representation of the different tourist modalities in Spain. First, travellers, then bathers, users of thermal baths and sea baths, and finally, summer vacationers, and hikers attest to the country's tourism progression despite its still limited integration into the international tourist flow.

© 2018 Asociación Española de Historia Económica.

JEL classification:

N74

L83

O16

Keywords:

Spain

19th century

Tourism

Demand

[☆] Este trabajo forma parte de una investigación más amplia realizada en el marco del proyecto «Historia del Turismo en Galicia. Orígenes y Desarrollo en el siglo XX», Ref. HAR2014-52023-C2-2-P.

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: vallejo@uvigo.es (R. Vallejo Pousada).

1. Introducción

El turismo es una práctica social y es también, o puede ser, una actividad económica. Es decir, nace como práctica social, con la afición al viaje y el ejercicio y disfrute del mismo. No obstante, en la medida en que quien viaja, llámese viajero o turista, solicita bienes y servicios para satisfacer las necesidades de este viaje y aparecen individuos o empresas orientados a suministrar esos productos demandados, dicho hábito social se convierte en una actividad económica. Llegados a este punto, estamos ante un mercado turístico. Cuando ese mercado de bienes turísticos se profundiza y sobre todo se estandariza, el turismo se convierte en una actividad industrial, la «industria del viaje», proceso a dilucidar en el estudio histórico-económico del turismo de cualquier país.

En el mercado turístico, como en todo mercado, hay oferentes (productores) y demandantes (consumidores); unos desean obtener beneficios económicos; otros, satisfacciones derivadas de la experiencia turística. La oferta nos conduce al turismo como «organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes» turísticos. La demanda nos enfrenta a la «afición a viajar por el gusto de recorrer un país», esto es, a las personas que viajan, llámense turistas o viajeros. Esta doble vertiente del turismo, junto con el término turista, aparece recogida por primera vez en el Diccionario de la Real Academia Española en 1925¹. El hecho es que los términos turismo y turista habían enraizado en el lenguaje cotidiano desde hacía años.

Por tanto, el estudio del turismo en España desde la perspectiva de la demanda exige primero aclarar algunas cuestiones en torno a los individuos que la componen y que son reconocidos como turistas. ¿Cuándo aparece en la realidad española el turista como tipo social? ¿Cuándo se convierte el tradicional viajero en turista? ¿Cuándo es identificado como un consumidor, es decir, como parte de un mercado turístico o sujeto al que se le pretenden vender productos, destinos y experiencias turísticas? ¿Quiénes son esos turistas? ¿De dónde proceden? ¿Son nacionales, son extranjeros o son, de forma indefinida, «forasteros»? ¿Cuántos son? ¿Cómo viajan? ¿Dónde se alojan? ¿Qué buscan y qué hacen en sus destinos? ¿Qué compran? ¿Cuánto gastan?

En consecuencia, el estudio histórico-económico de la demanda turística plantea muchos interrogantes y no pocas dificultades de partida. Todas ellas tienen que ver con la propia definición, con su naturaleza, con sus motivaciones, con sus modalidades, con sus respuestas como turistas-consumidores ante los precios, las variaciones de renta y las diferentes alternativas de viajes. Estas cuestiones resultan relativamente fáciles de solventar en las fases avanzadas de desarrollo de la industria turística en las que contamos con estadísticas y estudios de mercado. La tarea resulta mucho más compleja en el periodo objeto de este trabajo, el siglo XIX, donde el turismo como fenómeno social y económico se encuentra en una fase primigenia: los turistas constituyen tipos sociales emergentes en la realidad del país y el movimiento turístico va generando una amplia y diversa geografía turística.

La historia económica del turismo desde la demanda está prácticamente huérfana de aportaciones para el siglo XIX. Sí encontramos algunas aproximaciones fragmentarias en estudios locales que aluden a los flujos, modas y usos turísticos y a sus protagonistas, y algunas más directas en estudios sectoriales como los elaborados sobre los balnearios². Sin embargo, falta un trabajo de conjunto y estadísticas que permitan abordarlo. Siendo conscientes de tales limitaciones, la carencia de cifras se ha suplido con la elaboración de series cuantitativas a partir de las búsquedas de palabras

clave («turista», «turismo», «bañista», «veraneante», entre otras) en dos grandes hemerotecas digitales: la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica del Ministerio de Cultura y la hemeroteca digital de *La Vanguardia*. Con ello hemos construido lo que se considera en la práctica índices de intensidad mediática de tipos sociológicos y de prácticas sociales, que nos servirán de aproximación al fenómeno objeto de estudio. En paralelo, empleamos publicaciones de la época, útiles en la aportación de datos cuantitativos sobre turistas y prácticas turísticas en el siglo XIX, tales como la excelente *Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en las provincias del Norte de España y el Mediodía de Francia (1872)*. Hemos recurrido también a las guías de turismo y a las bibliotecas y repositorios documentales, como *Archive.org*, una excelente biblioteca digital de las universidades norteamericanas. No pretendemos obtener resultados definitivos, pero sí una primera aproximación fundamentada en sólidas bases documentales; de ahí la modestia del planteamiento.

Bajo estas premisas, en la primera parte del trabajo abordamos los orígenes históricos de la figura del turista y del turismo como fenómeno sociológico a través de un repaso de la literatura internacional; a continuación nos ocupamos del nacimiento de los términos *turista* y *turismo* para el caso español, y de cómo ambos se aplicaron, en principio, al viajero extranjero. En la segunda parte, nos acercamos al turismo de los residentes: los tipos de turistas y las modalidades turísticas, con las evidencias que nos proporcionan las fuentes empleadas. De esta manera, observamos la incorporación de España en el siglo XIX a las tendencias turísticas iniciadas por los países avanzados, en especial en el último cuarto de la centuria, cuando se intensificaron los flujos y las modas turísticas. El texto se cierra con las correspondientes conclusiones.

2. Los orígenes históricos del turista y del turismo. La identificación del viajero como turista extranjero

Los manuales sobre turismo, sean de economía, sociología, antropología o «teoría y técnica del turismo»³, dedican tradicionalmente uno o varios capítulos introductorios a explicar el origen de los términos turista y turismo, la evolución de estos conceptos, su definición precisa, los tipos de turismo, los factores explicativos del mismo, sus sujetos sociales y la geografía turística que se dibuja como consecuencia de las corrientes turísticas. Además, los libros de técnica y/o economía del turismo abordan su medida a partir de sus diversas manifestaciones. Respetemos la tradición. Así, comenzaremos por los conceptos y seguiremos por su materialización en la realidad histórica, esto es, por la configuración de corrientes turísticas que se expresarán territorialmente en geografías turísticas, en turistas y en modalidades turísticas, ciñéndonos al caso español y sin perder de vista el entorno internacional en el que se desarrolla y en buena medida se explica.

La literatura que contextualiza el marco internacional del origen del turista, en general a partir de la figura del viajero, resulta extraordinariamente voluminosa y con tantos enfoques como disciplinas se han acercado al mismo. *Norval (1936)* se aproxima desde la economía y tuvo seguidores en *Lickorish y Kershaw (1958)* y *Lickorish y Carson (1997)*⁴; *Hans J. Knebel (1974)*, *George Young (1973)*, *Louis Turner y John Ash (1975)*, *Dean Maccannell (1976)* y *Jean-Didier Urbain (2002)* lo estudiaron desde la sociología y la antropología del turismo; el excelente *J.A.R. Pimlott (1947)*, desde la historia social, al igual que lo haría *Marc Boyer (1972)* o, desde la historia y la teoría del turismo, *Fernández Fuster (1967, 1991)* y *Luis Lavour (1974)*.

¹ Los entrecorillados corresponden al Diccionario de la RAE de 1925.

² *Alonso (2013)*, *Alonso et al. (2011, 2012)*, *Pascual Artiaga et al. (2012)*, entre otros.

³ Así se denomina uno de los clásicos españoles (*Fernández Fuster, 1967*).

⁴ *Lickorish y Jenkins (1997)*.

Con distintos acentos y perspectivas nacionales, explican las etapas históricas (empezando por una prehistoria turística) que conducen al turismo de masas del siglo xx. Relatan que el turismo mantenía un precedente muy claro en la época del Imperio romano, con sus desplazamientos estacionales, como «éxodo, durante los meses de verano, desde el bullicio y calor de las ciudades hasta los resorts litorales y las villas rurales»⁵, y que, en general, los grandes viajes —inicialmente actividades propias de héroes y exploradores (p.ej., Alejandro Magno o James Cook)— se convirtieron más tarde en el objetivo de un grupo socialmente organizado (cruzados, peregrinos, colonos, etc.), en la marca de prestigio de una clase social (*Grand Tour* del *gentleman* británico) y en el descubrimiento del ocio por parte de la burguesía en el tránsito del siglo xviii al xix, cuando aparecen precisamente los términos *turista* y *turismo* como tipo sociológico y como fenómeno al principio socialmente restringido, hasta finalmente convertirse en una experiencia universal en el siglo xx.

Así, el viaje origina el desarrollo y la organización del turismo que «representan una de las manifestaciones originales de nuestra época», según opinaba Pierre Clerget en 1935. Ese tradicional viaje, con desigual intensidad histórica, daba lugar a algo nuevo: su explotación industrial, «el viaje considerado como un negocio» según la fórmula ideada por Thomas Cook (1841). Este, identificado como el padre del turismo industrial, no descubrió ninguna forma nueva de turismo sino que lo convirtió en realizable para un mayor número de personas a través de los viajes organizados⁶, lo que sí resultaba una novedad, y lo transformó en una necesidad para capas cada vez más amplias de la sociedad a partir del ejemplo británico. Antes de la Segunda Guerra Mundial el turismo ya no constituía una suerte de monopolio inglés, pues el fenómeno se había extendido internacionalmente a través de territorios turísticos emisores y receptores, en forma de flujos paralelos a los del comercio de bienes o a las corrientes de mano de obra, aunque no siempre en el mismo sentido geográfico o con idéntica intensidad. Detrás de este proceso encontramos alteraciones profundas en los hábitos de vida, en la renta de la población y en los progresos tecnológicos, en especial del transporte⁷.

A la sombra del progreso, el aventurero sin apenas información y recursos se transformó en un viajero de mente abierta con ganas de descubrir paisajes, culturas y costumbres, tierras de promisión, colonias y mercados, o simplemente disfrutar del ocio y la diversión que siempre acompañaron al viaje, aunque estos últimos se identifiquen más como estímulos del turista protagonista del turismo de masas. La senda general resulta bien conocida. ¿Y España? Aquí se ha demostrado que los ciclos turísticos durante el primer tercio del siglo xx acompañaron los ciclos turísticos internacionales, aunque el turismo como fenómeno económico, como industria, sea algo más tardío⁸. ¿Y en el Ochocientos?

En Gran Bretaña, las palabras «turista» y «turismo» aparecieron en 1800 y 1811, en alusión a quien viajaba por recreación, placer o cultura visitando diversos lugares y a la teoría y práctica del turismo⁹. En Francia, el término «turista» resulta anterior al de «turismo». El sujeto antecede al fenómeno: se incorpora al idioma en 1816, mientras que el turismo lo hace en 1841, tres años después de que Sthendal publicara sus *Memoires d'un touriste*¹⁰. En España, ambos términos entraron simultáneamente en el Diccionario de

Tabla 1

Guías turísticas de España publicadas en Gran Bretaña, 1810-1843

Año	Publicación
1806	Henry Swinburne, <i>Picturesque Tour through Spain</i> , London
1835-1837	Thomas Roscoe, <i>The Tourist in Spain</i> , London
1838	Thomas Roscoe, <i>The Tourist in Spain and Morocco</i> , London
1839	William Henry Harrison, <i>The Tourist in Portugal</i> , London
1843	Marchiones of Londonderry, <i>A journal of three months' tour in Portugal, Spain, Africa...</i> , London

Fuente: Fernández Fuster (1967, I, p. 22) y Explore the British Library.

la Academia en 1925. Sin embargo, forman parte del lenguaje cotidiano mucho antes, al menos desde 1912. Con relación a España, los términos *tour* y *tourist* surgen en fecha temprana en varios libros sobre viajes y turismo publicados en el Reino Unido durante las primeras décadas del siglo xix (tabla 1). El turista al que se referían sería un forastero que viajaba por España. De esta manera, la forma de turismo que recogen estas primeras monografías se encuadra en lo que en la actualidad se definiría como turismo receptor —el efectuado por los no residentes o extranjeros en el país de referencia—. En esta época los forasteros-viajeros constituían los principales destinatarios de las primeras guías o libros de viajes publicados en el extranjero. España se introdujo en las afamadas Guías rojas para viajeros editadas por John Murray en Londres desde 1838. Así, Richard Ford elaboró la guía española en 1845, con posterioridad a las guías de Murray de Italia Central (1843) y Francia (1844)¹¹.

La Península entró en la órbita del viajero en la primera mitad del siglo xix con el renacimiento de los viajes propiciado por el ferrocarril y los primeros barcos de vapor que facilitaban el viaje internacional de larga distancia¹². Pero ello no significa que se generasen flujos masivos de extranjeros hacia nuestro país durante la segunda mitad del siglo xix, a diferencia de lo que sucedió en Suiza, Francia o Italia. Por ello, se ha mantenido la figura del «turista» por España como un viajero romántico francés y, sobre todo, británico, que realiza estancias prolongadas en determinados destinos: enclaves y antiguos enclaves coloniales, industriales o comerciales, británicos, belgas y alemanes (Gibraltar, Cádiz, Algeciras, Málaga, Huelva, Palma de Mallorca, Tenerife y Las Palmas); grandes ciudades mediterráneas (Barcelona y Valencia), y grandes ciudades andaluzas (Sevilla, Granada y Córdoba) que atesoran el legado artístico y monumental hispano-árabe.

¿Por qué el escaso desarrollo del turismo internacional en España en el siglo xix? Se han destacado varios factores explicativos, incluida la barrera idiomática: la carencia de medios de comunicación terrestres rápidos y cómodos (tardía construcción ferroviaria), la pobreza del alojamiento, la calidad de las comidas, las enfermedades epidémicas y la seguridad sanitaria y física. La inseguridad procedía del bandolerismo en determinadas regiones y de la inestabilidad política, con continuados «pronunciamientos» e incluso contiendas intestinas, no superadas definitivamente hasta

⁵ Norval (1936, p. 17), siguiendo a Friedlaender, «Touring under the Empire», en *Roman Life and Manners under the Early Empire* (Friedlaender, 1908).

⁶ Díaz y Martínez (2002, p. 74).

⁷ Lindoso y Vilar (2015).

⁸ Vallejo et al. (2016).

⁹ Según *The Shorter Oxford English Dictionary* (Little et al., 1950). El término «*tourist*» se observa en un relato de John Byng, de 1792, citado en Heilbronner (1971, p. 57).

¹⁰ Urbain (2002, p. 41).

¹¹ En el *hand-book* de Ford sobre España se utiliza el término *tourist* solo una vez en el tomo I (p. 100) y solo 2 en el tomo II (pp. 976 y 983). *Traveller* y *tourist* se usan ya en los años 1840, casi indistintamente. En las guías rojas de Murray se anuncian *Black's Guide-Books, and Map for Tourists*, si bien ese «turista» al que van dirigidas es más bien el interno, como lo son los destinos descritos.

¹² Norval (1936, p. 40).

Tabla 2

Indicadores de demanda turística: intensidades mediáticas (IM), concurrencia a balnearios y viajeros en ferrocarril, 1850-1899

	IMBañista	IMExcursionista	IMVeraneante	IMTurista	IMBalneario	Balnearios (demanda estimada)	Viajeros en ferrocarril
1850-1874	12,8	—	—	0,3	22,9	0,7	
1874-1882	2,7	—	—	11,4	18,4	6,9	5,7
1882-1899	6,1	16,7	24,1	8,2	11,2	-0,2	2,7

Tasas de crecimiento anual acumulado.

Fuentes: Elaboración propia a partir de Biblioteca Virtual de Prensa Histórica. Ministerio de Cultura (junio 2017), Alonso (2013) y Estadísticas Históricas de España (Carreras y Tafunell, 2005).

el último cuarto del siglo XIX con los últimos episodios de las guerras carlistas. También es posible que la diferencia de ancho de vía desincentivase el viaje europeo hacia España, pues había acarreado «dificultades para el tráfico e incomodidades para los viajeros», a juicio de Valentí Almirall (1886)¹³. Avanzado el siglo XIX, «Europa ignora aún a España» y «está muy difundida la creencia de que un viaje a nuestro país presenta las mayores dificultades, incluso peligros», y se había creado, en la literatura de viajes sobre el país, la imagen de una «España fantástica que inventan para divertir a sus lectores», de una «España convencional, inventada por los turistas», muy distinta de la «España real», que «ofrece un aspecto muy semejante al de cualquier país» de Europa, pese al atraso cierto y a la decrepitud moral de su sistema político (Almirall, 1886).

Aunque la presencia de turistas extranjeros fue reducida en términos relativos, no implica que fuese irrelevante o que esa irrelevancia permaneciese durante toda la centuria. Con la Restauración borbónica, el clima de mayor estabilidad social e institucional debió favorecer el viaje transfronterizo hacia España. A partir de la década de 1880 se constata una mayor afluencia del turismo foráneo. Varios indicadores apuntan en este sentido. El primero es el aumento de la voz *turista* en la prensa diaria (Hemeroteca digital del Ministerio de Cultura)¹⁴. En las décadas de 1850 y 1860 esta palabra apareció poco y de manera irregular, mientras que durante el último cuarto del siglo XIX se intensificó su presencia (fig. 1a,b; tabla 2), asociada en general al viajero forastero, cuya llegada se ansiaba al constatar el efecto benéfico que generaba regionalmente (divisas) en países de nuestro entorno. Por el contrario, el término *turismo* se presentó ocasionalmente desde 1851, por ejemplo en 1863 y 1871, y de forma regular desde 1893. De hecho, en *La Vanguardia* la voz *turista* se encuentra desde 1881, y *turismo*, a partir de 1905.

Un segundo indicador de la llegada de «turistas» extranjeros en el último cuarto del siglo XIX está constituido por la multiplicación de las guías turísticas en inglés o las reediciones de las existentes. La *O'Shea's Guide to Spain and Portugal* (1865) conoció su undécima edición en 1899 y actualizó los datos referentes a transportes (ferrocarriles) y toda aquella información considerada útil al turista. Estas ediciones revelan que la percepción de España y lo español había mejorado a partir de la década de 1870. John Lomas, el editor de la guía, lo sintetizó en 1889:

Tengo que volver a registrar mi convicción de que la Península tiene un gran futuro ante sí, no solo política y comercialmente, sino como uno de los destinos europeos predilectos. El rostro del país está cambiando rápidamente, con la extensión de su sistema de ferrocarriles, su desarrollo comercial y la benéfica influencia de un Gobierno estable; y casi todos los lugares y objetos de interés pueden ahora ser visitados con seguridad y confort¹⁵.

En 1898, cuando escribía el prefacio a la undécima edición, Lomas —un enamorado de España— se ratificaba en su apreciación, pues a pesar de las graves circunstancias históricas que vivía el país por la derrota del 98, afirmaba: «no he visto ningún retroceso en el camino de mejora y consolidación por el que España entró con su actual dinastía gobernante»¹⁶. Este turista extranjero no buscaba en la España finisecular una modernidad que no existía: el atractivo recae en una España exótica, monumental y artística, en particular sus grandes ciudades (en especial Madrid) y las citadas ciudades andaluzas, donde encuentra tipos singulares, arte y monumentalidad herencia del período hispano-árabe sin parangón en sus países de origen. La citada *O'Shea's Guide to Spain and Portugal* (1889) recogía los planos de Barcelona, Cádiz, Granada, Madrid, Málaga, Sevilla, Valencia y Lisboa, y los *Ground-Plans* de la catedral de Burgos, El Escorial, la Alhambra y el Museo del Prado¹⁷. Esas ciudades reflejaban también la reconocida hospitalidad española. Debido a ese «trato amable de sus moradores», sostenía Valentí Almirall (1886), «los extranjeros se encuentran muy a gusto en ellas, y cuando se marchan, van encantados. Sevilla es un buen ejemplo de todo esto»¹⁸.

No obstante, persistían otras imágenes menos favorables que parecían influir más que los avances constatables en el atractivo de España para el «turista extranjero»: la idea de que, cuando abandonaban los centros urbanos, se adentraban en barrios pobres, en pueblos faltos de instrucción, de trabajo, de previsión y seriedad, donde la pobreza se expresaba en miseria. Bien es cierto que hubo progresos, sobre todo después de 1895, en «favor de aquellos que aman la comodidad y las facilidades generales del viaje»¹⁹.

En conjunto, el turismo decimonónico en España hay que verlo como un fenómeno asociado al turista del país más que al visitante procedente del extranjero. Tal y como apuntamos al inicio del texto, resulta complicado, por no decir imposible, evaluar el peso de cada forma turística en el conjunto del incipiente turismo español decimonónico ante la carencia de series estadísticas²⁰. Centramos de manera exclusiva en el turismo receptor y en su figura central, el viajero, implica marginar el turismo interno y el emisor (el efectuado por los residentes dentro y fuera del país de referencia, respectivamente). Tal y como apuntan las fuentes documentales, probablemente estos fuesen más habituales que los flujos de extranjeros hacia nuestro país. En consecuencia, trataremos de aproximarnos al incipiente turismo interno español. ¿Cuándo nace este? ¿Quiénes protagonizaron el turismo nacional?

¹³ Almirall (1883, p. 67).¹⁴ En la undécima edición, los planos se habían ampliado con los de las catedrales de León y Toledo, junto con los planos de Gibraltar y siete ciudades más: Bilbao, Córdoba, Salamanca, San Sebastián, Toledo, Valladolid y Zaragoza.¹⁵ Almirall (1883, p. 197).¹⁶ Lomas (1899, p. iv).¹⁷ Según la estimación de Vallejo et al. (2016), a comienzos de la década de 1930 el turismo interno sería mayoritario en España, mientras que el turismo receptor oscilaría entre el 10 y 17% del total, y el turismo emisor, entre el 11 y el 19%.¹³ Almirall (1883, p. 67).¹⁴ Consultada en junio de 2017.¹⁵ Lomas (1889).

3. Turistas y prácticas turísticas en España durante el siglo XIX: un fenómeno nacional

Los indicios de despegue del turismo español resultan perceptibles desde la década de 1840 en el marco de la superación de la depresión de la posguerra de la Independencia y la consolidación del régimen político liberal tras el fin de la primera guerra carlista (Valero, 1991a, 1991b; Poutet, 1995). Al iniciarse el segundo tercio del siglo XIX, con cierto retraso y menor intensidad que en otros países europeos con mayor renta per cápita y mayor densidad de población, emergen formas de ocio asociadas a los viajes que hoy consideramos turísticos y algunas iniciativas o proyectos empresariales para satisfacer las necesidades de los primeros turistas contemporáneos.

Por un lado, se constatan los preludios de un turismo marítimo. Cerchiello (2017) identifica el «éxito popular de los paseos marítimos», una primera fórmula de excursionismo por mar en unos vapores especializados en viajes de placer de breve duración, en los experiencias pioneras del «viaje de recreo a las Islas Baleares» desde el puerto de Barcelona en el vapor Ebro (1854), del «viaje de recreo a Sitges y Villanueva» (1855) o del «viaje de recreo a la Isla de Cabrera» desde Palma de Mallorca (1856).

Por otro lado, autores nacionales comenzaron a publicar durante esos años algunas guías de forasteros y explícitamente para «viajeros», que se multiplicaron a medida que las líneas ferroviarias se extendían por el país desde mediados de la centuria. Fue muy celebrada la *Guía del viajero en España* de Francisco de Paula Mellado (1842), con sucesivas reediciones que la convirtieron en un éxito de ventas. Aunque contenía mucha «noticia geográfica, estadística e histórica», por ella desfilaban los «teatros y diversiones públicas», los «jardines y paseos», «todas las noticias relativas a comunicación y transporte», así como las fondas y mesones, las posadas y hosterías —con indicaciones de calidad—, además de un amplio inventario de los establecimientos de «baños y aguas minerales», con y sin «facultativos» dotados por el gobierno, indicando sus propiedades y la temporada de apertura. En paralelo, se hace eco de los «baños de mar», otra práctica turística en ciernes, al referirse a la villa litoral de Lequeitio, donde «la temporada de baños de mar es muy concurrida desde julio a octubre», a los baños de Saturrarán (Vizcaya) y a Santander, poseedora de una «magnífica casa de baños, liceo y teatro». Por tanto, aquí figuran dos de las principales manifestaciones turísticas más tempranas, con sus practicantes, y las primeras iniciativas empresariales para satisfacer a quienes buscan la cura y el reposo en las aguas minero-termales y marinas. Agua y salud, como móvil; litorales y ambientes o paisajes rurales, como espacios en que las aguas minero-medicinales fluyen; y bañistas, como agentes, constituyeron el trípode fundamental de estas primeras manifestaciones turísticas. Hacia 1840, imitando los modelos ingleses, alemanes, holandeses y franceses, aparecieron en España tratados sobre las indicaciones de los baños y los métodos de cura²¹ y, simultáneamente, se abrió un elevado número de balnearios con certificado oficial y servicio médico en la temporada estival, dotados de las técnicas e instalaciones más avanzadas.

La geografía balnearia del país y la geografía litoral, sobre todo las villas con entidad urbana y las grandes ciudades que —particularmente en la cornisa cantábrica— aspiraban a convertirse en *resorts* veraniegos, conocieron la progresiva constitución de establecimientos para baños y de infraestructuras de transporte, de ocio y de alojamiento. Mediada la década de 1850, esos equipamientos iban modelando espacios turísticos. Carmen Gil (1992) identifica este fenómeno en Santander; Rafael

Aguirre (1995), Carlos Larrinaga (2002, 2014), Beascochea (2002) y Walton y Smith (1996), para las provincias vascas; Elvira Lindoso y Margarita Vilar (2015), para la ciudad de A Coruña; Juan Carlos De la Madrid (2011), para Asturias; Juan José Molina Villar (2004), para Cataluña, y María Pepa Lara García (2003), para Málaga, entre otros. Por ejemplo, en la última ciudad, además de baños de agua dulce se inauguraron baños marítimos: el Diana (1843) y La Estrella (1859). Desde 1864, con estas instalaciones vino la progresiva urbanización de la Malagueta, donde se creó una compleja infraestructura urbana, con su parque y sus vías de transporte, así como las «viviendas, hoteles, pensiones donde se hospedaban los forasteros que acudían a *tomar las aguas*»²².

Hasta los años 1870, estos sujetos se identificaban por lo general como *bañistas*; apenas se aludía a veraneantes, excursionistas o turistas, si tenemos en cuenta la presencia mediática de estas palabras. El término *bañistas* aludía a los concurrentes a los balnearios en busca de curas de salud y/o los que efectuaban baños de mar. Por ejemplo, ambas prácticas, con sus correspondientes destinos, estaban bien asentadas en las provincias vascas en torno a 1870. En 1872, Zumaya (Guipúzcoa) se calificaba como una villa «renombrada por la limpieza de sus calles y casas, y el paseo preferido de los bañistas de Cestona, a donde de ordinario vienen a instalarse después del tratamiento mineral, para tomar algunos baños de mar»²³. Aunque el bañista termal se presentaba como un turista estante, algunos balnearios ofrecían excursiones a pueblos cercanos durante su estancia. En 1870, la recién inaugurada instalación de Urberuaga de Ubilla (Marquina, Vizcaya) ponía «a disposición de los bañistas carruajes de alquiler a precio módico para excursiones a los alegres puertos de Ondarroa, Motrico, Deva, etc., y el magnífico establecimiento para baños de mar de Saturrarán, distante tres cuartos de hora, y en donde se reúne en el verano la más escogida sociedad de Madrid y otros puntos de España»²⁴.

En la segunda mitad de los setenta, los *bañistas* siguieron ocupando un lugar destacado en las publicaciones periódicas de la época, pero los términos *excursionista* y *veraneante* eclosionaron desde mediados de los años setenta y ochenta, respectivamente. En torno al ecuador de la década de 1890 se confirmó el mayor peso sociológico de excursionistas y veraneantes frente a los primeros. A este respecto, ya constituían tipos sociales más comunes que los *turistas*, atendiendo a su presencia mediática y a las tasas de crecimiento anuales calculadas a partir de dicha frecuencia (fig. 1 y tabla 2).

Con la extensión de las líneas ferroviarias, el excursionismo y el veraneo como modalidades de ocio turístico ampliaron su presencia social. En 1893, la compañía de Caminos de Hierro del Norte establecía «desde el día 2 de julio al 12 de septiembre próximo, viajes diarios económicos a San Sebastián, Irún, Bilbao, Santander, Gijón, Santander, La Coruña, Pontevedra y Vigo, o en su lugar Salvatierra, Caldelas o Porriño», es decir «trenes baratos» para el veraneo a los puertos y playas del Norte²⁵. Así, los citados enclaves cantábricos y atlánticos se reconocían como destinos turísticos y el viaje como un producto a potenciar por parte de los principales operadores, las compañías ferroviarias²⁶. De hecho, los índices de intensidad mediática de los términos *excursionista*-*excursionismo* y *veraneante*-*veraneo*-*veranear* revelan un notable crecimiento desde 1893 (fig. 3). Esto parece indicar una relación directa entre el abaratamiento de los billetes de tren en temporada y el aumento

²² Lara (2003, p. 150).

²³ *Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en la provincia del Norte de España y el Mediodía de Francia*, Madrid, 1872, p. 6.

²⁴ «Nuevo establecimiento balneario en Vizcaya», *El Imparcial*, 31 de mayo de 1870, p. 4. La práctica tenía tradición; véase Madrazo (1849, p. 29).

²⁵ *El Correo Gallego* (El Ferrol), 5 de julio de 1893, p. 1.

²⁶ Para la relación entre ferrocarril y configuración de destinos turísticos, véase Aguirre (1995), Barquín (2013) y Larrinaga (2014).

²¹ Alonso et al. (2012).

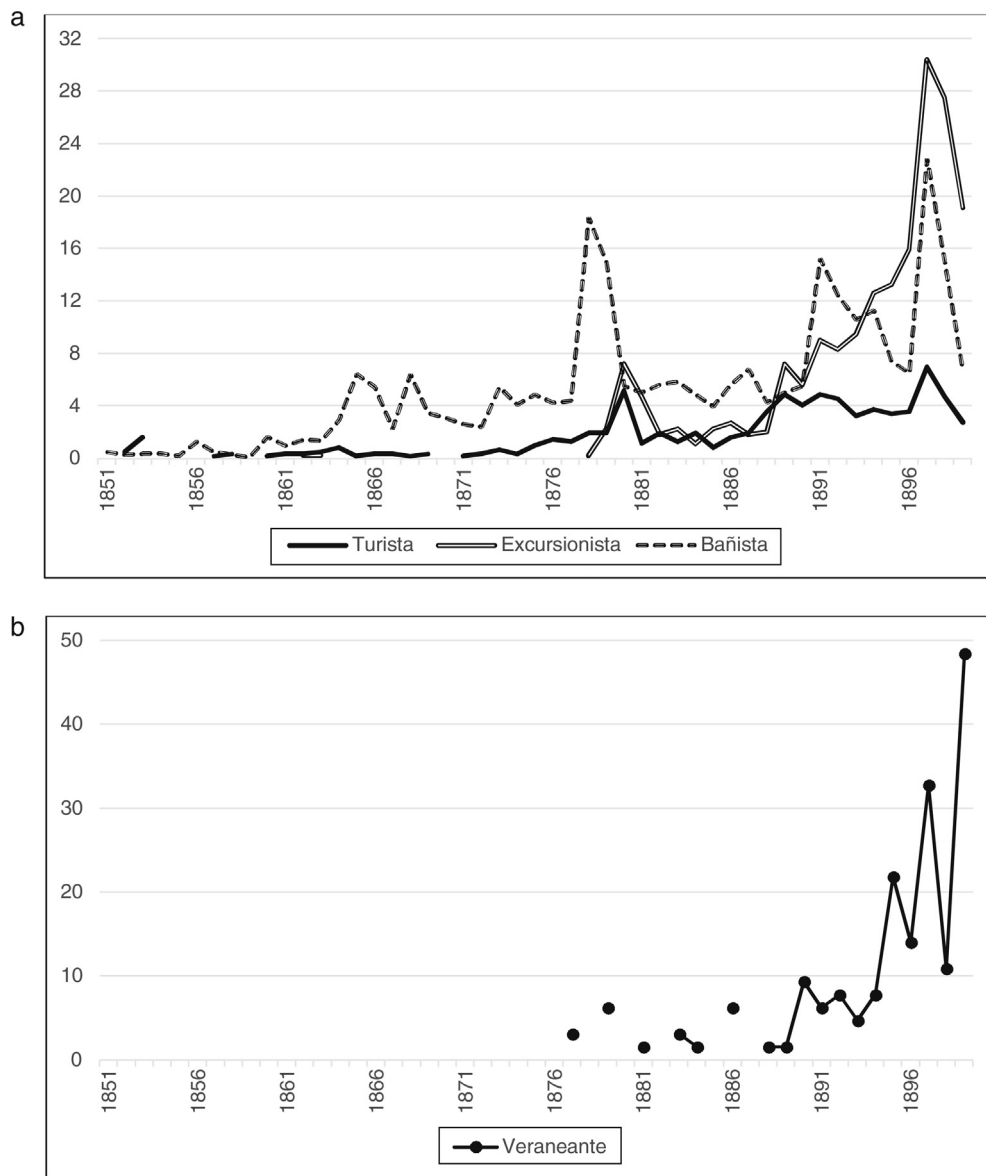


Figura 1. a) Índice de intensidad mediática de tipos turísticos: bañistas, excursionistas y turistas, 1851-1899 (1913 = 100). b) Índice de intensidad mediática de tipos turísticos: veraneantes, 1851-1899 (1913 = 100).

Fuente: elaboración propia a partir de Biblioteca Virtual de Prensa Histórica, Ministerio de Cultura (junio 2017).

de las prácticas turísticas de veraneantes y excursionistas recogidas en la prensa. Las cifras de la [tabla 2](#) sugieren que los viajes turísticos crecieron a tasas superiores a la de los viajes totales en ferrocarril entre 1882 y 1899. Posteriormente, a principios del siglo xx, la movilidad interna debió verse potenciada con los nuevos medios de transporte: las bicicletas y, en especial, el automóvil. La turistificación del territorio avanzaba a medida que los medios de transporte de la primera revolución industrial (trenes y tranvías) y de la segunda reducían tiempos de viaje e incrementaban su comodidad ([fig. 2](#)).

La geografía turística del país se había ampliado durante el último cuarto del siglo xix. El citado proceso de progresiva turistificación se extendía desde las ciudades hacia las montañas, los pueblos inmediatos, las pequeñas villas o aldeas costeras con buenas playas y paisajes, o también de unas ciudades a otras, de las populosas del interior hacia las animadas del litoral, desde las del litoral hacia los pueblos inmediatos, o desde las próximas de los países vecinos (Francia y Portugal), a lo que contribuían los nuevos medios e infraestructuras de transporte y comunicaciones. Los

ejemplos son múltiples: Barcelona, Valencia, Alicante²⁷, Asturias, las rías gallegas y las provincias vascas, con villas y ciudades que constituyen destinos turísticos con anterioridad a 1875. Durante el Ochocientos, varias ciudades litorales españolas apostaron por convertirse en centros de atracción turística²⁸, mientras simultáneamente sus clases pudientes y medias migraban estacionalmente hacia segundas viviendas o viviendas de alquiler en sus áreas de influencia. Los casos de Carril y Vilagarcía (ría de Pontevedra), con comunicación ferroviaria con Santiago desde 1878, ejemplifican este aspecto²⁹. Los tiempos de los temores al mar y la ignorancia de las playas como lugares de esparcimiento veraniego habían comenzado a quedar atrás. Los lugareños de los primeros *resorts*

²⁷ Para la costa de la Comunidad Valenciana encontramos varios trabajos en [Pascual Artiaga et al. \(2012\)](#).

²⁸ [Lindoso y Vilar \(2016\)](#), para el caso de A Coruña; [Fernández Fuster \(1991\)](#) y [Aguirre \(1995\)](#) para Santander y San Sebastián.

²⁹ [Vallejo \(2017\)](#); [Lindoso et al. \(2017\)](#).

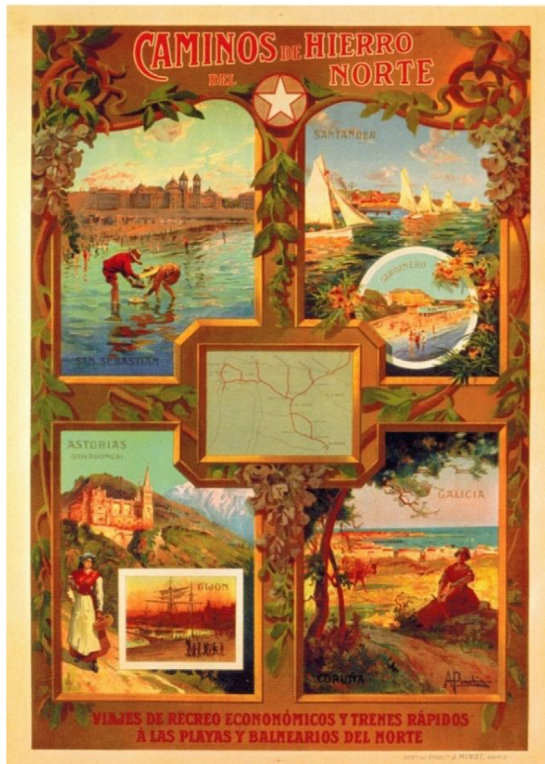


Figura 2. Cartel publicitario de la Compañía Norte, de A. Ponchín, 1900.

turísticos empezaron a convivir cada año con huéspedes inéditos, una población flotante que incluso hacia 1870 era, por temporada, tanta o más que la local en San Sebastián, Deva y las estaciones termales de Cestona y, sobre todo, Alzola y Santa Águeda (tabla 3).

Las autoridades locales fueron creando para esos huéspedes atracciones específicas. Así, enfatizaron sus festividades tradicionales —con música diaria, campeonatos deportivos, verbenas y fuegos de luces, etc.—, mejoraron los equipamientos físicos, las alamedas, los paseos, para hacer más placentera la estancia, y regularon los

Tabla 3
Bañistas (turistas) en Guipúzcoa y Navarra, 1872

	Habitantes	Bañistas	Bañistas/ población (%)
<i>Localidades litorales con baños de mar</i>			
San Sebastián	15.000	25.000	166,7
Deva	3.500	2.500	71,4
Zarauz	1.300	300	23,1
Fuenterrabía	3.200	200	6,3
Zumaya	1.700	200	11,8
Guetaria	—	—	—
<i>Total destinos litorales</i>	24.700	28.200	114,2
<i>Estaciones balnearias</i>			
Alzola (Urberoaga de Alzola)	200	1.800	900,0
Cestona	1.500	1.600	106,7
Santa Águeda (Mondragón)	132	1.500	1.136,4
Escoriaza	1.900	800	42,1
Betelu ^a	675	670	99,3
Azcoitia	5.000	600	12,0
Ormaiztegui	1.200	250	20,8
Gaviria	—	—	—
Arechavaleta	1.212	220	18,2
Otálara	—	—	—
<i>Total estaciones balnearias</i>	11.819	7.440	62,9

^a Única estación balnearia navarra.

Fuente: *Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en las provincias del Norte de España y el Mediodía de Francia*, Madrid, 1872, pp. 1-7.

usos en los espacios de baño separando a niños, mujeres y hombres en aras de la «moral pública». Estas iniciativas locales buscaban integrarse o intensificar su integración en las corrientes turísticas interiores. A su lado, afloraron diversas iniciativas empresariales, en forma de cafés, de teatros, de embarcaciones a motor para las excursiones por mar y de hostelería específica. Este proceso corrió parejo en los núcleos termales y en las villas o ciudades litorales, aunque la balanza se fue inclinando a favor de estas últimas a medida que nos aproximamos al fin de siglo. Emilia Pardo Bazán lo describió con su agudeza tradicional para Galicia en 1891³⁰. El discurso de la «estación invernal» y la «climatoterapia» fue ganando peso desde la década de 1880; con él la geografía de los destinos litorales y los baños de mar se acrecentó e irrumpió en la costa mediterránea y sus «residencias de invierno», equiparadas con las propiedades terapéuticas e higiénicas del clima y de las aguas marinas³¹: Alicante como «Una residencia de invierno» (1881) y «Estación sanitaria» (1889), Valencia como «Estación invernal» (1898), «Málaga, estación de invierno» (1894) y Barcelona (1909) y primera campaña turística la identificó como «ciudad de invierno» en los carteles de John Hasall, el ganador del concurso, y Carlos Verger³² (fig. 4).

Recordemos también que los consumidores de ocio decimonónicos demandaban alojamiento tanto formal como informal. La última oferta, tanto en destinos termales como litorales, mantuvo en aquellos tiempos tanta o incluso más importancia que la formal. Desde la década de 1850 podemos encontrar en la prensa gallega varios anuncios de viviendas y habitaciones de alquiler para estos huéspedes temporales. Por ejemplo, *La Oliva* de Vigo publicaba que «durante la presente temporada de baños se alquila una habitación, decentemente amueblada, en la calle de la Cruz Verde núm. 1.^o», y que «se alquila una casa de campo completamente amueblada en el lugar de las Traviesas: reúne las ventajas de hallarse situada en la carretera que va de esta ciudad a Bayona y próxima a la mar»³³. Esta dualidad se podría explicar, entre otras razones, por la escasa persistencia y profundidad de los flujos de turistas en estas fases iniciales de la formación turística, algo necesario para garantizar una inversión significativa en hostelería formal; otras explicaciones podrían radicar en la carencia de experiencia profesional del hostelero.

Con todo, no faltaron ejemplos de hostelería y restauración profesional. Los balnearios fueron pioneros en ello. Durante las décadas de 1850 a 1880 se asistió a una primera fase de inversión y modernización en estos establecimientos inducida por «las exigencias» que «el gusto moderno hace de estos establecimientos, en Alemania, Francia, y algo ya en España, durante la calurosa temporada del estío» y, en consecuencia, cierta extensión de una demanda social tal y como se constata en 1876: «Los enfermos acuden a estos lugares en busca de la perdida salud», aunque «no es la moda el aliciente menos poderoso para llevar la gente de mundo a gastar sus caudales a un punto que, bajo un pretexto sanitario, convierten en *rendez-vous* de ameno recreo y pasatiempo en medio de la libertad que ofrece el campo»³⁴. De hecho, fuera de las grandes ciudades, los servicios de hostelería moderna y los primeros grandes hoteles surgieron en villas termales de la categoría de Cestona en Guipúzcoa (1895) y Mondariz en Pontevedra (1898)³⁵.

³⁰ Pardo Bazán, «Galicia en verano», *La Correspondencia Gallega*, 27 de julio de 1891, pp. 1-2.

³¹ Barona y Micó (2012).

³² Véase la bibliografía referida por Barona y Micó (2012) para la comunidad valenciana, León (1894) y Pellejero (2016) para Málaga y, para Barcelona, Palou i Rubio (2012, p. 89) y Palou i Rubio (2016).

³³ *La Oliva. Periódico de política, literatura e intereses materiales*, I, 55, 9 de agosto de 1856, p. 4.

³⁴ «En los Baños de Cortegada» (Galicia), *El Heraldo Gallego. Semanario de ciencias, artes y literatura*, III, 155, 5 de julio de 1876, pp. 12-13.

³⁵ Larrinaga (2013, 2014), Alonso et al. (2011).

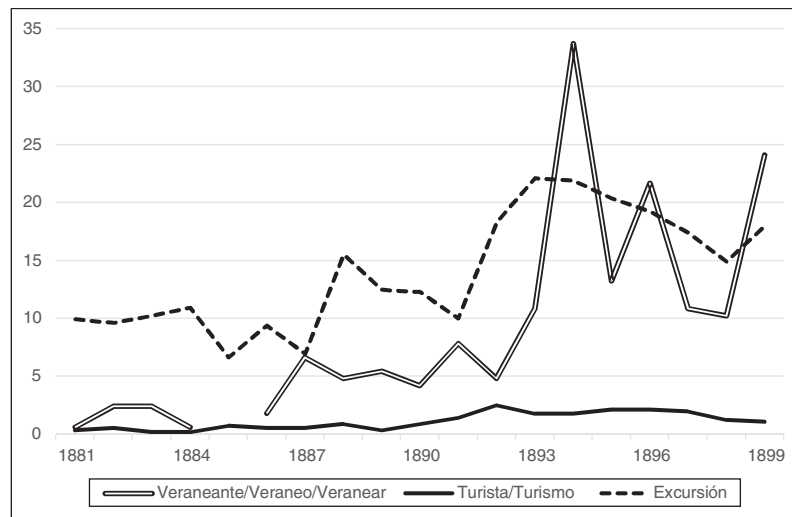


Figura 3. Intensidad mediática de los términos veraneante/veraneo, turista/turismo y excursión, 1881-1899 (1913 = 100). Fuente: *La Vanguardia*. Hemeroteca digital.



Figura 4. Carteles publicitarios de John Hassall y Carlos Verger, 1909.

En resumen, *bañistas* y *viajeros*, dentro y fuera del país. Pero también *veraneantes* y *excursionistas*. Como veíamos arriba, en el último cuarto del siglo XIX se produjo la eclosión del excursionismo con distintas modalidades, motivaciones y resultados. Por una parte, el factor tecnológico facilitaba el desarrollo del mismo (nuevos medios de transporte). Por otra parte, la atmósfera cultural, que arranca en último extremo de la Ilustración, conduce desde la identificación, la comunión y la sublimación de la naturaleza y de los paisajes, al interés por la cultura propia y los vestigios arqueológicos, monumentales y artísticos de ciudades, villas y pueblos.

Mientras que el bañista se organizaba individualmente y, en general, se traslada con la familia, el excursionista finisecular muestra un comportamiento colectivo: se traslada con pares, colegas y allegados que comparten las mismas aficiones e intereses culturales y políticos. La Renaixença en Cataluña y el Rexurdimento en Galicia, con sus correspondientes regionalismos políticos y culturales, estimularon el conocimiento del «país» propio y sirvieron de caldo de cultivo a estas prácticas excursionistas; en el conjunto de España, este papel lo representaba el regeneracionismo finisecular que se alimenta, o cree, en la fuerza redentora de la vitalidad de lo local. Por ello, el excursionista de este momento poseía cierta ilustración y trataba de ejercerla, fomentando una práctica organizada por medio de asociaciones creadas con este fin junto a sociedades geográficas, arqueológicas y artísticas, entre las que debemos

citar a la Institución Libre de Enseñanza (1878), Sociedad para Estudios del Guadarrama (1888) o Sociedad Española de Excursiones (1893), que contribuyeron a la «completa valoración [...] paisajística, científica, pedagógica, vital, estética y excursionista, plasmada desde 1883 y activa hasta los años treinta del siglo XX» en el caso de la Institución Libre de Enseñanza, respecto la Sierra madrileña y de otros territorios de montaña, a través de Giner de los Ríos y de Bernaldo de Quirós, uno de sus discípulos³⁶. Descubrir, conocer y divulgar constituían sus motivaciones principales. Precisamente, en la segunda década del siglo XX las asociaciones excursionistas que organizaban viajes para disfrutar del medio natural y cultural a través de su conocimiento se etiquetaron como organizaciones de turismo activo. En esa época, el turismo activo se había expandido, ganado adeptos y mutado internamente ampliando servicios a los asociados, creando nuevas secciones en el seno de las organizaciones y dando lugar a publicaciones que, en algunos casos, tuvieron un amplio recorrido histórico, como el *Butlletí del Centre Excursionista de Catalunya* (1893-1938).

Barcelona acogió la creación de las dos primeras sociedades excursionistas españolas en 1876 y 1878: la *Associació Catalanista*

³⁶ Martínez de Pisón (2017, pp. 483 y ss.).

Tabla 4
Asociaciones excursionistas en España, 1876–1906

1876	Associació Catalanista d'Excursions Científiques
1878	Associació d'Excursions Catalana (función deportiva)
1878	Institución Libre de Enseñanza (excursionismo científico)
1886	Sociedad para Estudios del Guadarrama
1891	Centre Excursionista de Catalunya
1893	Sociedad Española de Excursiones
1895	Unión Velocipédica Española ^a
1902	Sociedad Excursionista Castellana
1903	Real Automóvil Club de España
1906	Club Alpino Español (Madrid)
1906	Real Automóvil Club de Cataluña

^a En Madrid en 1895 y en Barcelona en 1899.

Fuente: Fernández Fuster (1991); Moreno (2007).

d'Excursions Científiques y la Associació d'Excursions Catalana, que en 1891 se fusionaron para crear el Centre Excursionista de Catalunya (tabla 4)³⁷. Más tarde se fundaba en Madrid la Sociedad Española de Excursiones (1893), cuyo objeto era «el estudio de España considerada desde todos sus aspectos, y principalmente desde el científico, histórico, artístico y literario»³⁸. Esta institución editó su propio Boletín, una publicación considerada «necesaria tras la desaparición del Semanario Pintoresco Español y el Museo Español de Antigüedades»³⁹.

El asociacionismo cultural o de naturaleza conformó uno de los embriones del estudio, conservación y divulgación de los valores patrimoniales y naturales de España. Ayuda a explicar por qué España contó con una avanzada legislación de defensa del patrimonio en 1911 y, sobre todo, en 1926 y 1931, convirtiéndose en uno de los países pioneros en la protección de la naturaleza (Ley de Parques Nacionales, 1916)⁴⁰. De hecho, el conservacionismo de los paisajes debió mucho al movimiento alpino. El excursionismo enlazó con la moda intersecular del *sportismo*, de la que iban a surgir las vueltas ciclistas (o *touristas*)⁴¹, las concentraciones y competiciones de automóviles y, en la montaña, el deporte de nieve.

A finales del siglo XIX nos enfrentamos a un fenómeno turístico más diverso, en efervescencia social incluso en la parte de los actores nacionales y también en la parte de los actores extranjeros (forasteros en sentido estricto). En cuanto a los primeros, los primigenios turistas solían ser locales y de extracción popular. Los baños de mar de mujeres, niños y hombres están documentados en la Málaga de 1821, al igual que en las localidades termales, en las que existen unos tradicionales usuarios rurales y locales, e incluso regionales⁴², que continuaron acudiendo durante todo el siglo XIX y parte del XX. No obstante, cuando aquellos sujetos hacían viajes largos, procedentes de ciudades o ámbitos extra-locales, solían ser gentes adineradas, clases altas de la aristocracia, la política y la gran propiedad. Al fin y al cabo, este tipo de viaje precisaba tiempo, dinero y medios de transporte. Los más distinguidos, pertenecientes a la realeza, la aristocracia o el mundo literario y artístico, actuaron como *starts*, esto es, como adelantados de prácticas que, siguiendo su estela, se extendieron de forma capilar hacia otros grupos sociales como la todavía reducida clase media. Su presencia

prestigió los lugares y los descubrió como destinos turísticos. Sin embargo, no todos los destinos mantenían el mismo brillo elitista ni los concurrentes a ellos la misma composición sociológica. Existe segmentación social en los destinos y entre los sujetos que realizan las mismas prácticas turísticas. A finales del siglo XIX, descendiendo a la realidad reflejada en la prensa periódica, nos encontramos con una situación más diversa y estratificada que muestra la incorporación progresiva de clases medias urbanas a estas prácticas y la segmentación social de los destinos turísticos. Comparten un elemento: el origen urbano del turista.

Una crónica veraniega de *El Imparcial* en 1881 relataba: «Hace algunos años que, merced a la economía de los precios del viaje, todos los españoles nos bañamos. En otro tiempo no se comprendía la necesidad de bañarse más que para remedio de alguna dolencia». Sin embargo, en 1881 primaba el prestigio social: «es necesario bañarse, tomar aguas, exhibirse en las estaciones balnearias lejos de Madrid o del pueblo de residencia habitual de las familias». Según el cronista, constituía un fenómeno de carácter urbano, de relativamente amplia extensión social y de una variada geografía turística, internacional y nacional, en función del nivel económico y social:

Todos los españoles empezamos a salir para baños. Dentro de unos meses no busquen ustedes en su casa a ciudadano alguno de posición desahogada [...]. Las familias acomodadas no necesitan preparativos extraordinarios. Las familias de la clase media para abajo empiezan a disponer trajes y a reparar las prendas interiores. Unos van a Spa y a Baden-Baden, otros a Biarritz y algunos a Santa Águeda. Las familias económicas se destinan a Santander o San Sebastián. Los del último cupón, es decir, los que no disponen de más elementos que de una cantidad fija e insuficiente para grandes espectáculos, se detienen en Valencia, en Alicante, o en Pinto, Pozuelo y otros puertos de mar próximos a la Necrópolis, esto es, a la capital⁴³.

Estamos ante la hipérbole de un cronista de verano del Ochocientos, pero con muchos visos de realidad. La literatura especializada y la prensa local revelan que el fenómeno no se circunscribía solo a Madrid: por ejemplo, este se reproducía en Galicia, Cataluña y País Vasco. En 1872, «Zarauz es el punto de reunión de la aristocracia de las provincias cercanas, y el extranjero encuentra allí una sociedad escogida, amante de los placeres que proporcionan los paseos por mar y tierra»⁴⁴. Probablemente, habría una relación directa entre tamaño, riqueza relativa de las ciudades y emisión de turistas. La crónica de *El Imparcial* resulta muy ilustrativa a este respecto porque relaciona cuatro puntos esenciales. En primer lugar, existía una estratificación social en la práctica del veraneo: estamos ante un fenómeno con una cierta difusión (capilaridad) social aunque condicionado por el factor renta. En segundo lugar, los espacios turísticos estaban jerarquizados socialmente: existía una segmentación espacial de la distinción del veraneo —asimilado a la práctica de los baños—. En tercer lugar, el máximo refinamiento lo marcaba el viaje al extranjero, a las villas termales y *resorts* de renombre internacional (Spa, Baden-Baden, Biarritz, Ostende, etc.). Se trata de una constante en el comportamiento de la élite social española en relación con el viaje y el turismo: su propensión a trasladarse a otros países donde, en principio, encontraba un confort y, sobre todo, un signo de distinción que no le proporcionaban los destinos españoles⁴⁵. Por último, destaca la ampliación de los

³⁷ Esta asociación continúa activa y con página oficial: <http://www.cec.cat/>. Publicó sus propias Memorias, disponibles en: http://ddd.uab.cat/pub/memascateccie/memascateccie.a1884v8p551_anfora@ateneubcn.pdf

³⁸ Artículo 2 de sus Reglamento, reproducido en *Boletín de la Sociedad Española de Excursiones*, Madrid, tomo I, 1, 1 de marzo de 1893, pp. 2–4.

³⁹ Puede consultarse la historia digitalizada de esta sociedad en: <http://ddd.uab.cat/pub/bolsocespecc/bolsocespecc.a1943v50t1.pdf>

⁴⁰ Sánchez Picón y Muñoz Flores (2011, pp. 677–683). En 1902, por ejemplo, el Centre Excursionista de Catalunya demandó la protección de parajes referentes de Cataluña, como Monserrat.

⁴¹ En 1896 se registraban 86 asociaciones ciclistas; véase Luis Álvarez, «Año Ciclista», *Almanaque Barcelona Cómica para 1897*.

⁴² Alonso (2013, p. 33).

⁴³ *El Imparcial*, 23 de junio de 1881, p. 2.

⁴⁴ *Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en la provincias del Norte de España y el Mediodía de Francia*, Madrid, 1872, p. 4. Medio siglo después, Zarauz aún «pasaba por ser la más aristocrática» de las playas guipuzcoanas (Arrillaga, 1983, p. 47).

⁴⁵ Para los viajes de veraneo de españoles a Portugal (Abrantes, Lisboa...) en los primeros años 1870, Fernández (1874, pp. 71, 81 y 190); para el Madrid de 1885 en «la época de los viajes de placer y de los veraneos», Almirall (1983, pp. 146–148): «El

destinos turísticos con la irrupción del litoral mediterráneo mencionada anteriormente.

Respecto al turismo receptor, las referencias a su composición escasean. No obstante, empezaba a reconocerse su importancia como fuente generadora de divisas para la economía española en la última década del siglo XIX. El flujo de residentes en el extranjero que se desplazaba a España se consideraba modesto, sin parangón con lo que se veía en Francia, Suiza e Italia, pero semejaba ser más notable que en la primera mitad del siglo. Visto el desarrollo turístico internacional y su contribución a las economías regionales y nacionales de otros países, había que fomentarlo en la península. Así, surgieron los primeros ejemplos de asociaciones de fomento de turismo (llamadas posteriormente sindicatos de iniciativa turística). Los tres primeros ejemplos documentados hasta ahora presentan una naturaleza local: la Junta de Propaganda del Clima de Alicante (1896), la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga (1897) y la Junta Patriótica de Fomento de Caldetes, estación balnearia litoral en la provincia de Barcelona (1898)⁴⁶. A continuación, vendrían la de San Sebastián (1902) y Fomento del Turismo en Palma de Mallorca (1905). Por tanto, afloraban las primeras organizaciones que luego se etiquetarían también como «turismo activo». Su lema aglutinador consistía en fomentar la «industria de los forasteros», a la que ya aludieron Pablo de Alzola y Bartolomé Amengual entre 1900 y 1903.

4. Conclusiones

En este ensayo sobre lo que cabría etiquetar como demanda turística hemos recurrido a la prensa periódica (digitalizada) de la época y a otras fuentes complementarias, como las guías de viajes, que nos han permitido identificar las principales modalidades turísticas y la evolución de sus practicantes, cuantificarlos y representarlos en los respectivos Índice de intensidad mediática. Desde los baños termales y de mar hasta el excursionismo y el veraneo nos hemos adentrado en la evolución de los sujetos que conforman el turista en España, ya sea nacional o extranjero. Constatamos que hasta la década de 1870 el bañista, usuario de los establecimientos de aguas minero-medicinales y de los balnearios marítimos, constituía el principal exponente del turismo nacional, tanto emisor como interno. En menor medida, nos encontramos con un crucerismo a pequeña escala ligado a los paseos marítimos en diferentes puntos de la costa peninsular y de naturaleza bastante popular. El sujeto del turismo balneario estaba conformado tanto por una minoría elitista, para la que esta actividad reunía tanto un componente de salud como de ocio, como por una mayoría popular local o regional usuaria de los baños, para la que el viaje mantenía un carácter más medicinal que de disfrute lúdico de las aguas. En paralelo, podemos apuntar también que el primer turismo receptor español se ligaba a flujos minoritarios de extranjeros que mantienen todavía puntos en común con la figura del viajero romántico y aventurero decimonónico al que parecía ir destinada la literatura de viajes de gran parte del siglo. Para este tipo de turista, el turismo urbano con un amplio patrimonio cultural y artístico semeja más atrayente que el termal o marítimo. Sin embargo, a finales del siglo XIX esta actividad de corte elitista integró, en mayor medida que en el período anterior, a otras categorías sociales de ámbito más urbano y de menor rango económico en los practicantes del incipiente turismo español, sobre todo

nacional. Además, en el período finisecular, el concepto de turista se está ampliando a los practicantes de otras modalidades turísticas como el excursionismo y el veraneo, anticipando las corrientes turísticas de la siguiente centuria.

Por tanto, a la altura de 1900 podemos hablar de un sistema turístico en fase embrionaria, al que sin duda le faltan piezas esenciales tales como la organización política y administrativa al servicio del turismo. La gran crisis de conciencia que estalló con la pérdida de Cuba y Filipinas, el déficit financiero junto con el déficit comercial y por cuenta corriente, el problema monetario que generaban ambos desequilibrios (la debilidad de la peseta) y el desprestigio internacional del país actuaron como acicate para que el fomento de la «industria de los forasteros» entrase en el debate nacional (1900-1903) y en la agenda política (1905) con el clima de fondo de la regeneración nacional. A partir de aquí, entramos en una nueva fase de la historia del turismo español donde observamos mutaciones en la sociología del turismo, las modalidades, los destinos, los flujos de turistas, el tejido empresarial y la política turística que nos situarán a comienzos de la década de 1930 ante un país emergente en el turismo internacional.

Bibliografía

- Aguirre, R., 1995. *El turismo en el País Vasco. Vida e historia*. Txertoa, San Sebastián.
- Almirall, V., 1983. *España tal cual es*. Anthropos, Barcelona [1886].
- Alonso Álvarez, L., 2013. *De enfermo a bañista. Formación y desarrollo de la demanda en el turismo español de salud y bienestar, 1750-1935*. Transportes, Servicios y Telecomunicaciones. 24, 30–56.
- Alonso, L., Lindoso, E., Vilar, M., 2011. *O lecer das augas. Historia dos balnearios de Galicia (1700-1936)*. Galaxia, Vigo.
- Alonso, L., Vilar, M., Lindoso, E., 2012. *El agua bienhechora. El turismo termal en España 1700-1936*. Observatorio Nacional de Termalismo, Madrid.
- Arrillaga, J.L., 1983. *Secuencias viajeras en una época dorada*. En: Unceta, M. (Ed.), *75 años de turismo en España*. Marsans 1910-1985. Viajes Marsans, Madrid, pp. 31–59.
- Barona Vilar, J.L., Micó Navarro, J.A., 2012. *La costa valenciana con a estació hivernal. Medicina, clima y medi ambient a les acaballes del segle XIX*. En: Pascual Artiaga, M., Esplugues i Pellicer, J.X., Galiana Sánchez, M.E., Trescastro López, E.M., Bernabeu-Mestre, J. (Eds.), *Turisme, gastronomia, oci i salut als municipis valencians: una perspectiva històrica*. Universitat de Alicante, Alicante, pp. 41–56.
- Barquín Gil, R., 2013. *El turismo y los primeros ferrocarriles españoles*. TST: Transportes, Servicios y Telecomunicaciones. 24, 110–136.
- Beascochea, J.M., 2002. *Veraneo y urbanización en la Costa Cantábrica durante el siglo XIX: las playas del abra de Bilbao*. *Historia Contemporánea*. 25, 181–202.
- Boyer, M., 1972. *Le tourisme*. Seuil, París.
- Carreras, A., Tafunell, X., 2005. *Estadísticas Históricas de España siglos XIX y XX*. Fundación BBVA, Bilbao.
- Cerchiello, G., 2017. *La evolución de los cruceros marítimos en España. Desde sus comienzos hasta la actualidad (1848-2016)*. Publicacions de la Universitat de València, Valencia.
- Clerget, P., 1935. *Le mouvement touristique*. *Revue Économique Internationale* 6, 561–573.
- De la Madrid, J.C., 2011. *Aquellos maravillosos baños*. *Historia del turismo en Asturias 1840-1940*. Fundación Caja Rural de Asturias, Oviedo.
- Díaz Martínez, J.A., Martínez Quintana, M.V., 2002. *Sociología del turismo*. UNED, Madrid.
- Fernández Fuster, L., 1967. *Teoría y Técnica del Turismo*. Editora Nacional, Madrid.
- Fernández Fuster, L., 1991. *Historia general del turismo de masas*. Alianza, Madrid.
- Fernández, González, M., 1874. *Portugal contemporáneo*. De Madrid a Oporto pasando por Lisboa. Diario de un caminante. Imprenta de M. Tello, Madrid.
- Friedlaender, L., 1908. *Roman Life and Manners Under The Early Empire*. G. Routledge-E.P. Dutton, London-New York.
- Gil de Arriba, C., 1992. *Casas para baños de ola y balnearios marítimos en el litoral montañoso 1868-1936*. Fundación Marcelino Botín, Universidad de Cantabria, Santander.
- Heilbronner, R.L., 1971. *Les grandes économistes*. Seuil, París.
- Knebel, H.J., 1974. *Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno*. Editorial Hispano Europea, Barcelona.
- Lara García, M.P., 2003. *La cultura del agua: los baños públicos en Málaga*. Editorial Sarriá, Málaga.
- Larrinaga, C., 2002. *El turismo en la España del siglo XIX*. *Historia Contemporánea*. 25, 157–179.
- Larrinaga, C., 2013. *Nacimiento y evolución del termalismo vasco durante el siglo XIX. El caso de Guipúzcoa*. TST: Transportes, Servicios y Telecomunicaciones. 24, 58–84.
- Larrinaga, C., 2014. *Balnearios guipuzcoanos, 1776-1901. Turismo de salud e inversión de capital en aguas minerales*. Real Sociedad Bascongada de los Amigos del País - Comisión de Guipúzcoa.

año último, a principios del verano, nos hallábamos precisamente en Madrid, en los salones del Ateneo [...]. Sólo había allí gentes que iban a despedirse de sus amigos antes de emprender viajes de vacaciones al extranjero o a las playas de moda del norte de España. Recordamos que en un solo día contamos diez o doce que salían para Suiza o para playas de Bélgica, Francia o Inglaterra».

⁴⁶ *El Ateneo*, núm. 9, abril 1896, pp. 89–90; Pellejero (2016), p. 256; Molina (2004, pp. 321–322) y Vallejo (2018, en prensa).

- Lavaur, L., 1974. *El turismo en su historia*. Editur, Barcelona.
- León, L., 1894. *Málaga, estación de invierno*. Tipografía de Las Noticias, Málaga.
- Lickorish, L.J., Jenkins, C.L., 1997. *An Introduction to Tourism*. Routledge, London.
- Lickorish, L.J., Kershaw, A.G., 1958. *The Travel Trade*. Practical Press, Londres.
- Lindoso, E., Vilar, M., 2015. La literatura de viajes y el transporte terrestre en Galicia desde el último tercio del siglo xviii hasta mediados del xix. *Cuadernos de Estudios Gallegos* 62 (128), 207–247.
- Lindoso E., Vilar M., 2016. Baños de ola, hoteles y actividades de ocio: el turismo urbano en A Coruña, 1900-1935. XIII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, 21-23 de septiembre, Albacete.
- Lindoso E., Vilar M., Vallejo R., 2017. Orígenes y evolución del turismo en Galicia hasta la Guerra Civil de 1936-1939. XII Congreso Internacional de la Asociación Española de Historia Económica, 6-9 de septiembre, Salamanca.
- Little, W., Fowler, H.W., Coulson, J.S., Onions, C.T., 1950. *The Shorter Oxford English Dictionary*. Clarendon Press, Oxford.
- Lomas, J. (Ed.), 1889. *O'Shea's Guide to Spain and Portugal*. 8th edition. Adam and Charles Black, Edinburg.
- Lomas, J. (Ed.), 1899. *O'Shea's Guide to Spain and Portugal*. 11th edition. A. and C. Black, London.
- Maccannell, D., 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press, Berkeley.
- Madrazo, F.P., 1849. *Una expedición a Guipúzcoa en el verano de 1848*. Imprenta de don Gabriel Gil, Madrid.
- Martínez de Pisón, E., 2017. *La montaña y el arte*. Fórcola, Madrid.
- Mellado, F.P., 1842. *Guía del viajero en España*. Gabinete Literario, Madrid.
- Molina Villar, J.J., 2004. *Termalismo y turismo en Catalunya: un estudio geohistórico contemporáneo* [tesis doctoral]. Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Moreno, A., 2007. *Historia del turismo en España en el siglo xx*. Síntesis, Madrid.
- Norval, A.J., 1936. *The Tourist Industry*. Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd, London.
- Palou i Rubio S., 2016. *Destinació BCN: Història del turisme a la ciutat de Barcelona*. Eufòs y Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, Barcelona.
- Palou i Rubio S., 2012. *Barcelona, destinació turística. Un segle d'imatges i promoció pública*. Vitel-la, Barcelona.
- Pascual Artiaga, M., Esplugues i Pellicer, J.X., Galiana Sánchez, M.E., Trescastro López, E.M., Bernabeu-Mestre, J., 2012. *Turisme, gastronomia, oci i salut als municipis valencians: una perspectiva històrica*. Universidad de Alicante, Alicante.
- Pellejero, C., 2016. De incomparable Station d'Hiver a Costa del Sol: Málaga, 1875-1973. *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 10, 253-283.
- Pimlott, J.A.R., 1947. *The Englishman's Holiday. A Social History*. The Harvester Press Ltd, Hassocks.
- Poutet, H., 1995. *Images touristiques de l'Espagne*. L'Harmattan, Paris.
- Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en la provincias del Norte de España y el Mediodía de Francia, 1872. Madrid.
- Sánchez Picón, A., Muñoz Flores, J.C., 2011. El turismo en los espacios naturales protegidos: una aproximación histórica. En: Barciela, C., Manera, C., Molina, R., Vittorio, A. di (Eds.), *La evolución de la industria turística en España e Italia*. Institut Balear d'Economia, Palma de Mallorca, pp. 671–704.
- Turner, L., Ash, J., 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Condestable, London.
- Urbain, J.D., 2002. *L'idiote du voyage*. Histories de touristes. Payot & Rivages, Paris.
- Valero, A., 1991a. El turismo de playa en España entre 1850-1950. Creación, madurez y crisis. En: Fourneau, F., García Lorca, A.M. (Eds.), *Desarrollo regional y crisis del turismo en Andalucía*. Actas del simposio hispano-francés, 25-29 de junio, Almería, pp. 297–329.
- Valero A., 1991b. *Chemin de fer et tourisme: l'exemple de Norte Principal (1877-1930)*. Mélanges de la Casa de Velázquez. Tome 27-3, 5–46.
- Vallejo Pousada, R., 2017. Los espacios turísticos: ciudades portuarias y villas termales en el despertar turístico de Galicia, 1850-1939. En: González, D.A., Ortiz, M., Sisinio Pérez, M.J. (Eds.), *La Historia, Lost in translation? Actas del XIII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Cuenca, pp. 3348–3362.
- Vallejo Pousada, R., 2018 (en prensa). La formación de un sistema turístico nacional con diferentes desarrollos regionales entre 1900 y 1939. En: Vallejo, R., Larrinaga, C. (Eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país de turismo, 1900-1939*. Sílex, Madrid.
- Vallejo, R., Lindoso, E., Vilar, M., 2016. Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936. *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa* 10, 137–188.
- Walton, J.K., Smith, J., 1996. *The First Century of Beach Tourism in Spain: San Sebastián and the Playas del Norte from the 1830s to the 1930s*. En: Barke, M., Towner, J., Newton, M.T. (Eds.), *Tourism in Spain. Critical Issues*. Wallingford CAB International, pp. 35–61.
- Young, G., 1973. *Tourism: Blessing or Blight?* Penguin, London.