

Els antecedents i determinants del turisme

Lluís A. Garay Tamajón

PID_00156054



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

Introducció	5
Objectius	7
1. Les primeres manifestacions	9
1.1. Els orígens. Els primers antecedents en l'antiguitat	9
1.1.1. Els primers grans desplaçaments humans	9
1.1.2. El lleure i el viatge en la civilització romana	13
1.2. La ruptura Orient-Occident a l'edat mitjana	18
1.3. El lleure i el viatge en l'edat moderna	22
2. La gènesi del turisme modern	25
2.1. Els viatgers il·lustrats i romàntics	25
2.2. El lleure burgès al segle XIX.....	28
2.2.1. La celebració de les primeres exposicions universals a Europa i Amèrica	31
2.2.2. L' <i>Indian mail</i> o desplaçament dels funcionaris britànics a l'Índia	34
2.2.3. El primer viatge organitzat de Thomas Cook a la Gran Bretanya	34
2.2.4. La creació del primer parc nacional als Estats Units	36
2.2.5. El desenvolupament dels casinos a partir del desplaçament de la moda balneària del centre d'Europa a la Costa Brava	37
3. Cap a la industrialització i popularització del turisme	39
3.1. Els canvis en l'oferta: industrialització i professionalització del sistema turístic	39
3.2. Els canvis en la demanda: la popularització i diversificació progressives de l'activitat	47
Activitats	55
Glossari	56
Bibliografia	57

Introducció

Del passat al futur

Potser el primer element que ha de conèixer el turístolèg ha de ser que la seva especialitat, el turisme, és sense cap dubte un dels **fenòmens contemporanis que protagonitzen la nostra societat i la nostra economia**. De fet, ha estat conceptualitzat sovint com un dels motors principals del canvi social i econòmic que es va produir durant la segona meitat del segle XX. El seu desenvolupament s'ha descrit com una **tercera onada** (després de les dues anteriors, protagonitzades pels canvis en l'agricultura i la irrupció de la indústria), que va revolucionar el món occidental i el va configurar tal com avui l'entendem.

D'altra banda, per a una bona part del món científic especialitzat, **el turisme i de manera general el món del lleure també seran protagonistes en la societat i l'economia del futur**, aquella que ja s'entreu en les transformacions actuals i que hi ha molta gent que anomena *societat del coneixement*, i d'altra gent, *dream society* o *societat de somni*.

Rolf Jensen

Segons Rolf Jensen (1999), un dels pares d'aquesta teoria, l'ésser humà ha anat passant per diferents estadis d'evolució cultural, social i econòmica (entre altres aspectes), que l'han portat des de les primeres societats agràries fins a la industrialització, passant per l'esclavisme, el feudalisme i les primeres etapes del capitalisme. Actualment, aquesta evolució es trobaria en un procés de trànsit cap a la societat de la informació o el coneixement, en la qual els intangibles en general tindran més rellevància en el creixement de les economies.

Per a Jensen, en el futur, quan s'haurà superat l'etapa de la societat de la informació, les societats occidentals tendiran a una etapa nova, la de la societat de somni, una societat en la qual el component emocional adquirirà molta més rellevància que el component racional. En aquest context nou, les activitats lligades a la cultura i també al lleure tindran un paper protagonista, ja que l'agricultura, la indústria i altres serveis ocuparan tan sols un percentatge petit del producte.

El turisme tindrà un paper fonamental, encara que no tindrà les característiques que ha presentat tradicionalment. En aquest sentit, la demanda turística no se centrarà a buscar serveis, la provisió dels quals es considerarà bàsica, sinó experiències que satisfacin les seves necessitats emocionals. L'oferta (tant les empreses en particular com les destinacions en general) s'haurà d'adaptar a aquest context i haurà de desenvolupar mètodes nous d'investigació a fi d'esbrinar i entendre les seves motivacions.

Activitat

Reflexioneu respecte al futur que poden tenir les destinacions on estiuageu o on heu viatjat fa poc.

Essent, doncs, un dels fenòmens que protagonitzen l'època contemporània, els seus **orígens i antecedents directes** se solen buscar en els inicis de l'època contemporània mateixa, és a dir, entre finals del segle XVIII i començaments del segle XIX, quan a Occident es va produir el trànsit d'una societat i una economia ancorades en l'Antic Règim a unes estructures socioeconòmiques

Lectura recomanada

Rolf Jensen (1999). *The Dream Society*. Londres: McGraw-Hill.

Web recomanat

Per a ampliar el coneixement sobre les relacions entre la societat de somni i el sector turístic, pot ser ben útil la lectura de "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado", d'Eulogi Bordàs. La podeu consultar sencera en un enllaç de la Universitat Oberta de Catalunya: "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado".

noves i uns models nous de regulació institucional i legal que en gran manera són els que subsisteixen en l'actualitat i que ara passen per un moment de crisi o reconsideració.

No obstant això, com també passa en molts dels fenòmens que han protagonitzat la nostra època, el turisme i el lleure tenen uns **antecedents remots**, allunyats en el temps i els quals és molt interessant d'observar per a obtenir un coneixement més ampli del perquè han irromput en els inicis de la nostra època i del perquè del paper protagonista que tenen en les últimes dècades i en el futur.

Amb aquesta finalitat començarem la nostra explicació amb un primer apartat que aprofundirà en els antecedents més llunyans del turisme per passar a observar, després, l'aparició del fenomen tal com el coneixem en l'etapa moderna i veure, finalment, els motius pels quals es va convertir en un dels motors del canvi que hi ha hagut els últims temps i per què es considera que serà un dels protagonistes del futur.

Objectius

En aquest mòdul trobareu el contingut i les eines necessaris per a assolir els objectius següents:

- 1.** Saber quins han estat els antecedents més remots del fenomen turístic i com han anat evolucionant fins a donar lloc al naixement del turisme.
- 2.** Reconèixer en quin moment històric va irrompre l'activitat turística i en quin context es va produir aquest fet.
- 3.** Identificar com es va originar una activitat amb un important impacte social, econòmic i d'una altra mena.
- 4.** Saber quins van ser els primers mercats turístics que es van crear en el món industrialitzat al llarg del segle XIX.
- 5.** En aquest mateix sentit, observar el desenvolupament de la professionalització de l'oferta turística i de l'especialització de la demanda turística a començaments del segle XX.
- 6.** Mirar amb atenció l'empremta que deixen sobre aquesta activitat els disturbis socials i especialment l'impacte negatiu dels conflictes bèl·lics en l'evolució que ha tingut.

1. Les primeres manifestacions

1.1. Els orígens. Els primers antecedents en l'antiguitat

1.1.1. Els primers grans desplaçaments humans

Per trobar-ne els antecedents remots, hem de recordar que un dels fets essencials que defineix el turisme és el **desplaçament sobre el territori**. Tenint en compte aquest aspecte, podem considerar que el desplaçament de l'home sobre el territori és tan antic com l'home mateix, ja que des dels primers moments de la prehistòria l'home, primer com a caçador i després com a pastor, era **nòmada**. De fet, no va ser fins a la irrupció de l'agricultura, en el neolític, quan l'ésser humà va començar una etapa de sedentarisme en què va fixar definitivament la residència, la seva principal propietat des d'aquest moment.

És precisament en aquest moment que es considera que s'origina l'activitat econòmica, ja que precisament l'economia, com la van concebre més endavant els filòsofs grecs, implicava l'administració d'una propietat: casa o família, d'*οἶκος* ('casa', en el sentit de patrimoni) i *véμεωιν* ('administrar').

Quan l'home va haver fixat la residència, va transformar progressivament l'hàbitat que l'envoltava. Al començament, la majoria de les economies primitives van ser d'**autoproveïment**, en què n'hi havia prou amb la producció pròpia per a mantenir-se. No obstant això, a mesura que la societat va evolucionar i es va fer més complexa, l'àmbit familiar va ser ultrapassat pel tribal, i de la producció pròpia i de l'autoproveïment es va passar a una primera economia de **canvi** i a l'aparició del **comerç**, la qual cosa en definitiva va comportar l'aparició de l'**intercanvi**.

És així com apareixerien les primeres **rutes comercials**, al començament d'escala local o regional, però que, per al que ara ens interessa, van comportar una necessitat nova de **desplaçament sobre el territori**. Van aparèixer les primeres **grans rutes comercials**, com la de les caravanes, o la de la seda, o la de la plata, i fins i tot hi va haver pobles que es van especialitzar en aquestes activitats, com els que els egipcis van anomenar *pobles de la mar*.



Les grans rutes comercials van afavorir que es coneguessin altres cultures.

Paral·lelament, a mesura que les societats es desenvolupaven, apareixien necessitats noves de desplaçament. Seguint l'estela de l'aparició de les primeres protocivilitzacions, l'afany de conquesta i pillatge de territoris i béns d'altri va fer que l'home es desplaqués més lluny. Per desgràcia, les **guerres** i les **invasions** van ser, durant segles, alguns altres dels motius principals de mobilitat dels éssers humans. A mesura que la societat humana avançava, també ho feien els **interessos científics**, que sovint estaven lligats als desplaçaments, o bé per a conèixer altres civilitzacions, per motius econòmics o bèl·lics, per a explorar el territori a la recerca de recursos, o bé per a conèixer els avenços culturals d'altres pobles.

Encara que les motivacions originals d'aquests fenòmens tenen a veure ben poca cosa amb el turisme, sí que és veritat que alguns dels seus protagonistes van llegar a la humanitat **les primeres descripcions de les formes, els usos i els costums de les cultures** de llavors i en gran manera van conformar l'aparició del concepte de viatge, i derivat d'aquest concepte, el de viatger. I és que dins d'aquests desplaçaments originats per la necessitat, sia comercial, científica o bèl·lica, també hi havia a vegades una esclatxa per a la **curiositat**, per a l'afany insaciable de saber què hi ha més enllà de la línia de l'horitzó i de conèixer-ho. D'aquests últims viatges, com d'alguns militars entossudits a magnificar les seves gestes, són dels que tenim més referències, ja que a vegades a les descripcions pretesament objectives del territori des d'una perspectiva comercial o militar s'hi afegien apreciacions de **caràcter subjectiu**, literari, que són les que realment ens interessen ja que són les que majoritàriament conformen l'**imaginari viatger** que heretaran les generacions futures.

Viatge i viatger

Amb relació als conceptes de *viatge* i *viatger*, des del començament mateix, la humanitat ha vinculat aquests conceptes que provenen de l'àmbit físic (desplaçament pel territori) amb l'àmbit metafísic o místic. Així, hi ha autors com Campbell (2005) que ja van relacionar el viatge de l'heroi que es troba en les històries i llegendes populars amb un patró de coneixement basat en la tríada "separació-iniciació-retorn", la qual cosa implica relacionar el viatge físic amb la metamorfosi personal. Entre aquests primers viatges hi ha algunes de les primeres epopeies humanes, com en el cas del viatge de Gilgamesh, un personatge de la mitologia sumèria que és el primer gran viatger conegut, o l'odissea o

Lectura recomanada

Joseph Campbell (2005). *El Héroe de las mil caras: Psicoanálisis del mito* (ed. original 1949). Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.

viatge d'Ulisses, l'epopeia fundacional de la cultura grega i en general de la civilització occidental.

No obstant això, encara que ara parlem dels orígens de l'imaginari turístic, seria incorrecte entendre aquest origen del viatge com un fenomen prototurístic, ja que perquè sigui així, a més d'un interès que no estigui estrictament vinculat amb l'àmbit material, cal que el desplaçament no sigui un fet aïllat, individual, sinó que tingui un abast social mínim, que afecti determinades o àmplies capes de la població.

Tanmateix, sí que hi va haver un fenomen que per les característiques que va tenir es pot considerar l'antecedent remot més directe del turisme: **les peregrinacions**. En principi, l'interès dels viatgers estava relacionat, des del començament, amb una cosa que anava més enllà dels aspectes materials, i encara que és veritat que el caràcter massiu que tenien era relatiu i depenia de cicles històrics, tenien unes **destinacions fixes** i consolidades, amb **rutes pròpies i allotjaments** per a aquest propòsit, hi havia **senyalitzacions** i presentaven un cert grau d'organització.

Per si no n'hi havia prou amb això, eren **interclassistes**, ja que hi participaven totes les capes socials, **creaven riquesa** en l'entorn del recorregut i a la destinació, i les motivacions, fins i tot essent religioses, fet que no invalidaria avui el caràcter turístic que tenien, incorporaven en molts casos aspectes merament lúdics. Finalment, també compartien un altre element que actualment està íntimament relacionat amb el turisme, la **recurrència**, normalment anual, que provocava el que actualment coneixem per **estacionalitat**, fins i tot la permanència dels fluxos en alguns casos concrets, com passava als temples on hi havia instal·lats els oracles grecs, molts dels quals posseïen, a més, instal·lacions per a la salut o per a practicar esport.

De fet, podem trobar referents d'aquest antecedent remot del turisme en la majoria les civilitzacions de l'antiguitat. Per començar, en **una ciutat que actualment continua essent un dels centres principals de pelegrinatge d'arreu del món, Benarés (Vārānasi)**, capital cultural de l'Índia, que és considerada la ciutat que ha estat habitada sense interrupció més antiga del món. Se'n sap que era destinació de pelegrins fa més de tres mil anys, quan era un important centre religiós dedicat a Súrja, el déu del Sol, i que hi van anar viatgers de llocs tan remots com la Xina (Xuanzang, un dels principals mestres del budisme, en va fer una descripció minuciosa). Devastada moltes vegades per les invasions d'afganesos, mogols i d'altres, avui dia continua essent, de les set que hi ha, la ciutat sagrada principal de l'hinduisme, visitada encara per milions de persones. A més, és interessant d'afegir-hi que just al costat de Benarés hi ha **Sārṇāth**, el lloc on **Buda va començar la prèdica, i per aquest motiu una de les quatre ciutats santes del budisme** i també lloc de peregrinació de milions de persones d'arreu del món.

Estacionalitat

El turístolleg ha de recordar que s'entén per *estacionalitat* la concentració de la demanda i, per tant, de l'ocupació turística en un determinat període de l'any (normalment s'associa a l'estiu).



Benarés, o Vānārasī, a la vall del Ganges, continua essent una de les destinacions principals de peregrinació d'arreu del món.

Aquest fenomen també es produïa fa mil·lennis a l'**Orient Mitjà**. Els àrabs anaven a **la Meca** molt abans de la irrupció de Mahoma, i a Mesopotàmia la destinació principal dels pelegrins era Nínive, que com es pot intuir per a la majoria dels casos que comentem era un autèntic enclavament estratègic i comercial, receptor de tota mena d'influències i de recursos, ja que geogràficament ocupava una posició central en les rutes comercials entre la Mediterrània i l'Índic. Els antics egipcis no solament tenien un centre de pelegrinatge sinó tot un sistema de ciutats temple en les quals es podien instruir des d'una perspectiva espiritual i material. De fet, una de les destinacions religioses principals, **Abidos**, a l'Alt Egipte, és considerada el **bressol de l'escriptura**.

A Europa, el fenomen es repetia des de la Mediterrània fins a les zones més remotes del nord i l'oest del continent. A l'**antiga Grècia** els viatges als llocs sagrats i les festivitats relacionades amb aquests llocs van provocar una **autèntica mobilització de les masses**, que va ultrapassar la intenció espiritual original i es va transformar en una cosa **molt semblant a l'activitat turística actual**, amb implicacions socials, polítiques i econòmiques. En aquest context, ciutats com **Delfos**, on hi havia l'oracle de Delfos (considerat el "melic del món"), es van acabar **especialitzant** en aquesta activitat de recepció, d'allotjament i de guia dels pelegrins i van esdevenir autèntiques destinacions prototurístiques. Finalment, a Europa també trobem exemples de llocs que es considera que van ser destinacions importants de pelegrinatge, com **Stonehenge**, a la Gran Bretanya.

Reflexió

Més endavant, des de la vostra perspectiva de turistes, reconeixereu perfectament que aquest **binomi de viatge-formació** és en el fonament de la mateixa activitat turística com a fenomen contemporani, ja que aquesta era precisament la premissa del *grand tour*.

Reflexió

De fet, veiem que la majoria d'aquestes destinacions de l'antiguitat continuen essent algunes de les destinacions principals de turisme cultural i religiós del món.



Delfos era reverenciada a tot el món grec com el lloc de l'òmfal o centre de l'univers, i avui dia és una destinació turística important a Grècia declarada Patrimoni de la Humanitat.

Activitat

Un bon exercici relacionat amb aquest tema és buscar les destinacions principals de turisme o viatge religiós de la teva regió o país i veure si ja eren destinacions importants de viatgers en l'antiguitat.

1.1.2. El lleure i el viatge en la civilització romana

Amb el desenvolupament de la **civilització romana**, el món del viatge i del lleure faria **passos nous en diferents direccions**. A la ciutat, pels esdeveniments (jocs, teatre), i a les urbs i bàsicament al camp, pel desenvolupament del termalisme o la pràctica balneària. També pel desenvolupament de les calçades i l'impuls que això va representar per a les rutes comercials, i també per l'aparició i extensió d'un **fenomen residencial** relacionat amb el lleure, un antecedent directe del que es desenvoluparà i popularitzarà a l'Occident industrialitzat especialment a partir del segle XIX.

En aquest sentit és especialment en la primera època imperial quan el desenvolupament econòmic progressiu afavoreix que tant la classe patrícia com la part de la ciutadania lliure aconseguixin aquest **nivell de benestar** (econòmic, social i d'un altre tipus), que augmenta de manera considerable la **demanda de lleure**. Les ofertes que van donar resposta a aquesta demanda van ser diverses. Per començar, en un àmbit popular, fenòmens com les **lluïtes de gladiadors**, les **curses de quadrigues** o les **representacions teatrals**, que mobilitzaven la gran massa de la població i que en gran manera es poden explicar com a antecedents més remots de molts dels fenòmens que continuen mobilitzant avui dia més turistes, sia els **esdeveniments esportius** (competicions estatals i internacionals, automobilisme, motociclisme) o les representacions i els **festivals de teatre o cinema**.

És també en l'època romana quan a Occident es popularitza un fenomen paradigmàtic d'alguns dels períodes principals de la història del turisme, com veurem més endavant: el **termalisme** o la **pràctica balneària**. Les ciutats romanes principals tenien nombrosos **establiments de banys** que van evolucionar des d'una pràctica lligada als beneficis higièncs i a la salut fins a autèntics **centres de socialització i trobada** en els moments de lleure de la societat romana.

De fet, van ser els romans els qui van fer el pas definitiu de convertir l'ús de les aigües mineromedicinales en una activitat, que a més de ser terapèutica era recreativa i de lleure, i en la qual ja es conforma la **diferenciació social** i l'**ostentació d'una classe social** que al cap de dos mil anys es tornarà a repetir a tot Europa. Les termes exquisides de Neró, d'Agripa, de Vespasià, de Tit, d'Aurelià i sobretot les de Caracal·la, les ruïnes de les quals han arribat al nostre temps, testimonien la importància com a forma predominant de lleure que van adquirir en la civilització romana els banys balnearis.

Activitat

Una anàlisi relacionada que pot fer un turístoleg principiant és fixar-se en quin perfil mitjà de turista va actualment als balnearis de la regió o del país que esculli i comparar-lo, per exemple, amb el perfil del turista de masses en el mateix territori. Considereu que continua essent una pràctica elitista o que, al contrari, s'ha popularitzat?



Les termes sumptuoses de Caracal·la, a Roma, un exemple perfecte del lleure i el caràcter social que tenien en la civilització romana.

L'ús dels banys es va estendre ràpidament per tot l'Imperi, primer per Itàlia, on fins i tot es pot considerar que hi va haver els primers municipis entesos com a complexos turístics, al golf de Baya, a la vora de Nàpols, i després per la resta de les províncies. Tanmateix, a més d'aquest ús que en feia l'aristocràcia, sobre el qual sí que hi ha nombrosos estudis històrics, se sap de l'**extensió de l'ús balneari** a la resta de les capes socials per mitjà dels **banys públics**, que

Lectura recomanada

Pedro M. Rubio (1853). *Tratado completo de las fuentes minerales de España*. Madrid: Establecimiento Tipográfico de D. R. R. de Rivera.

n'hi havia a la majoria de les grans poblacions romanes, una cosa semblant a un establiment precursor del que avui dia són els centres esportius o gimnasos de les ciutats desenvolupades.

Els banys públics

A mitjan segle XIX, el metge Pedro María Rubio explicava com eren aquests establiments: "Aunque en los baños públicos de Roma, llamados *Balnea* para distinguirlos de los particulares, que llevaban el nombre de *Balneum*, se hacia uso del agua natural y potable, con todo se empleaban no solo como recreo y recurso higiénico sino como medio de curación, lo cual se comprende perfectamente al considerar las diferentes maneras de tomarlos. De esto da idea cabal lo que Vitrubio dice de los diversos departamentos de los baños públicos. Había, según él, los baños fríos o *Frigida Lavatio*; el *Elæthesium* o cámara donde se hacían las fricciones con aceite; la estufa abovedada para baños de vapor o *Tepidarium*; el baño de agua caliente o *Calida Lavatio*; y aun el *Piscina Natatio* ó gran estanque para nadar. Este último se encontraba en algunos baños particulares como los de Plinio y Cicerón".

Tanmateix, a Roma el lleure no es va desenvolupar tan sols pel que fa als fenòmens que tenien lloc a l'urbs, el centre d'aquesta civilització, sinó que també es van produir avenços importants en altres fenòmens que anaven més enllà de la ciutat, cap al món rural i l'estranger, com la segona residència i **també el viatge**. Per a això, feia falta que la classe dominant d'una societat hagués aconseguit una certa capacitat d'**acumulació d'excedents** que els permetés gaudir plenament del seu **temps lliure**.

Llavors i només llavors es van poder fer desplaçaments temporals de les ciutats i vil·les a llocs on, per raons de clima o altres circumstàncies, tenien o es procuraven ells mateixos més possibilitats de passar-s'ho bé. Pel que fa a la **segona residència**, potser és un dels fenòmens més destacables amb relació al progrés de la civilització romana i al nivell de benestar assolit per les classes més opulentes. Es va tractar, a més, d'un fenomen que es va generalitzar, especialment en l'època imperial, a tot el territori romà. En aquest sentit, és ben conegut el caràcter residencial que va adquirir la zona sud-oest d'Itàlia en l'època imperial, sobretot on avui dia hi ha la regió de la Campània. A ciutats com Pompeia i Herculà, tan importants (com veurem més endavant) per al desenvolupament posterior del turisme, hi havia moltes vil·les grans i poblacions dedicades al lleure de l'acabalada població romana. A Espanya també hi ha bons exemples d'això que diem, especialment a les zones properes a les capitals provincials, com Tàrraco (Tarragona) o Emèrita Augusta (Mèrida).

Plini el Vell

Un exemple del tipus de ciutadans que posseïen aquestes vil·les és Plini el Vell, que forma part dels principals filòsofs, científics i literats romans. Va morir el 24 d'agost del 79 dC, quan es va produir l'erupció del Vesubi que va sepultar Pompeia i Herculà, mentre tractava de socórrer les víctimes amb les seves galeres (també era un general reconegut).

Tàrraco

A la zona de Tarragona es conserven bons vestigis d'aquestes vil·les residencials, com en el cas de la vil·la de Centelles o la vil·la dels Munts. La dels Munts era la segona residència dels governadors romans de la capital, tenia nombroses estades i fins i tot unes termes privades. Al voltant d'Emèrita Augusta, especialment al sud, també hi havia bons exemples de vil·les romanes residencials, com la gran vil·la romana situada al costat de la calçada d'Emèrita a Olisipo, coneguda com El Hinojal. Després de la caiguda de l'Imperi hi va haver moltes d'aquestes vil·les que van ser reconvertides en cases de camp o masies, i van deixar de banda, doncs, la funció merament residencial que tenien i van passar a dedicar-se durant segles a l'explotació agrícola.

Finalment, on també hi va haver un progrés espectacular va ser en l'àmbit del viatge, gràcies sens dubte a l'impuls donat a les infraestructures viàries, que a Roma van tenir l'exponent principal en les calçades.

De les calçades romanes se n'ha escrit molt, especialment de l'efectivitat i del poder que tenien en l'àmbit **militar i comercial**, encara que no se n'ha escrit tant des de la perspectiva del viatge per plaer.



Les calçades romanes van facilitar el desplaçament al llarg de l'Imperi Romà.

Calçades romanes

Les calçades són avui dia un recurs turístic nou, molt important en determinades zones, que ha servit per a generar destinacions noves que ofereixen un producte turístic unificat basat en la identitat que hi confereix aquesta via. A Espanya, un bon exemple és la Via de la Plata, una de les calçades romanes principals de la península Ibèrica, que la travessa de nord a sud (d'Astorga a Cadis) i que en l'antiguitat tenia funcions militars, relacionades amb la conquesta del nord peninsular, i especialment comercials, relacionades amb l'explotació minera del nord i el trasllat de les matèries primeres a la zona de la Mediterrània. Actualment és un itinerari cultural que aglutina poblacions de diferents comunitats autònomes (Astúries, Castella i Lleó, Extremadura i Andalusia).

Un altre exemple interessant és la Via Augusta, la calçada romana més llarga de la Península, que anava des dels Pirineus fins a Cadis. En aquest cas la importància que té encara dura, però no perquè sigui una ruta cultural que facilita la creació d'un producte turístic, sinó perquè el traçat continua essent un dels eixos viaris principals d'Europa. De fet, actualment, la carretera N-420, N-340 i especialment l'autopista de la Mediterrània (A-7) segueixen en molts trams el mateix itinerari que aquesta calçada, i en la història recent del nostre país ha estat la via d'entrada al llevant espanyol de molts turistes que venien de la resta d'Europa.

Concebudes al començament per a facilitar un desplaçament ràpid de les tropes romanes pel territori imperial, van acabar essent el **millor mitjà civilitzador** que hi va haver, i van afavorir enormement el transport de matèries primeres i mercaderies i també, d'aquesta manera, del comerç, gràcies al qual van traslladar **la ciència i la cultura romanes** als llocs més remots del món conegut.

No obstant això, en vista de l'augment que ja hem comentat del benestar i el temps de lleure de les classes romanes més opulentes, les calçades van afavorir també la proliferació dels **primers viatges per plaer o curiositat**, els precursors del viatge turístic tal com avui dia el coneixem. En aquest sentit, és fàcil d'entendre fins a quin punt es va facilitar aquesta mena de desplaçaments en unes vies que durant segles van ser absolutament segures i que disposaven de tots els serveis necessaris per a fer un **viatge relativament còmode**. Durant el trajecte, el viatger es podia trobar nombrosos posts militars, nombroses parades comercials i, el que és més important, **fondes on podia menjar i dormir**. En aquest sentit, van aparèixer el que es poden considerar les primeres guies de viatge, que com en l'*Itinerari d'Antoní* o *Itinerari d'Antoní August Caracal-la* feien una descripció detallada dels serveis de què podia disposar el viatger.

Finalment, és important de comentar la importància que en l'època romana van tenir les **rutes comercials** que hi havia des de temps més remots (de fet, l'antic Egipte ja les explotava), especialment les rutes que s'encaminaven cap a l'Àfrica i sobretot cap a l'Àsia, les més conegudes de les quals eren la **ruta de la seda** i la **ruta de les espècies**. La de la seda connectava l'Imperi amb la **Xina** per l'Orient Mitjà i l'Índia i estava controlada en bona part del trajecte per pobles com els parts. Feia arribar a les famílies romanes riques un tipus de teixit que les distingia de la plebs. La ruta de les espècies connectava Roma amb el **sud de l'Índia** (l'actual estat de Kerala) per la Mediterrània, l'Aràbia i la mar d'Aràbia. Avui dia se sap que fins i tot Roma tenia colònies comercials al sud-oest de l'Índia als efectes de carregar les espècies i d'enviar-les a l'Imperi. De fet, les espècies eren un dels productes més cotitzats a l'Imperi, sia per les qualitats culinàries que tenia, per la capacitat de camuflar sabors o

Itinerari de Caracal-la

L'*Itinerari d'Antoní* o *Itinerari d'Antoní August Caracal-la* és potser l'itinerari més conegut descrit per les calçades romanes. Escrit al segle III de l'era cristiana, no solament s'hi detallen les rutes principals de l'Imperi sinó que s'hi localitzen –i això és més important per a nosaltres– els nuclis principals de població, els serveis que s'hi poden trobar i els serveis de postes, tavernes i fondes que pot trobar el viatger al llarg del camí.

especialment per les particularitats conservants. Una altra vegada totes dues rutes tenien un fonament comercial, però com avui dia és reconegut es van acabar conformant com a **xarxes enormes de cultura humana**, per les quals transitaven no solament persones sinó sobretot idees i coneixement. Avui dia també són atractius turístics importants per a molts països.



La ruta de la seda, una de les primeres grans xarxes humanes de cultura.

1.2. La ruptura Orient-Occident a l'edat mitjana

Amb la caiguda de l'Imperi Romà, el món del lleure i el viatge experimentaran canvis radicals. Moltes de les activitats i dels fenòmens que us hem presentat com a antecedents remots del turisme **desapareixeran durant segles** i d'altres tindran **transformacions importants**. En la majoria dels casos s'haurà d'esperar fins a l'arribada de l'edat moderna (al segle XVI) o fins i tot fins a la irrupció de la Il·lustració i la Primera Revolució Industrial (als segles XVIII i XIX) perquè reapareguin amb formes noves, la qual cosa es correspondrà, a més, amb l'aparició del turisme com el fenomen modern que avui dia coneixem.

No obstant això, i tornant a l'edat mitjana, s'ha de remarcar que la **desaparició o transformació de molts dels fenòmens prototurístics** que hem comentat més amunt va tenir lloc especialment en l'antic territori romà, **mentre que en altres llocs i civilitzacions es van mantenir o van evolucionar durant el llarg període medieval**.

Així, mentre que a Occident assistim a la **fi de la civilització urbana romana**, i amb aquesta fi a la desaparició també de fenòmens com la celebració de jocs i altres esdeveniments, en l'**Imperi Bizantí** aquesta pràctica es manté durant segles, i hi són reconegudes especialment les curses de quadrigues, molt lligades a l'esdevenir polític de l'Imperi mateix. Lògicament, també s'ha d'entendre que la fi de la civilització romana va implicar la desaparició d'aquell fenomen residencial que trobàvem a molts racons del seu territori, i que la majoria de residències es van reconvertir per a usos nous, especialment l'agrícola. També s'ha de suposar que aquesta mena de fenòmens es van mantenir en altres im-

Nota

De fet, la recuperació contemporània d'aquestes rutes comercials a Orient es pot remuntar al segle XIX, però va tenir un apogeu important durant els anys seixanta del segle XX, quan el moviment *hippy* les va tornar a popularitzar paral·lelament amb la visita a destinacions com l'Afganistan, l'Índia, el Tibet o la Xina, a la recerca d'una espiritualitat que se suposava que a Occident s'havia perdut. Avui dia continuen essent (especialment a Europa) el gran paradigma del viatge a terres llunyanes.

La ruta de la seda



peris nous, com el Bizantí o el puixant Imperi Islàmic. No obstant això, potser el fenomen en què hi ha més diferències entre l'evolució a Occident i Orient és el **termalisme** o la **pràctica balneària**.

Respecte a aquest fenomen, a Occident, a partir de la cristianització de l'Imperi, s'imposen criteris estètics nous. De fet, generalment es considera liquidada la primera època d'apogeu del turisme de balneari amb la imposició d'una **cultura cristiana nova a Europa**, que creia més en el retir i la mortificació del cos que no pas en la higiene i la cura. A més, sembla obvi que en desaparèixer una classe alta urbana també desaparegués l'ús social que es feia dels establiments de banys com a lloc de trobada i "relaxament" i també de distinció social. Tanmateix, s'ha d'avisar que en la majoria de les destinacions tradicionals, especialment en l'àmbit rural, es va continuar anant a les termes, encara que la funció de lleure es va perdre o, més ben dit, es va diluir a favor d'una funció de "peregrinació religiosa" cap a unes destinacions que van continuar essent considerades sagrades.

Pel que fa al **món musulmà**, el balnearisme passarà per una etapa nova que en gran manera serà continuadora de la tradició antiga però que també incorporarà canvis amb l'aparició del **hammam** o bany àrab. A partir que el profeta Mahoma en recomana l'ús de manera entusiasta, proliferen aquests establiments per totes les regions que conquereixen els musulmans. Encara que originalment les tribus àrabs utilitzaven els banys d'aigua freda i prou, quan el seu poble envaeix territoris nous i descobreix les termes romanes al Magrib i a Síria i Jordània, adapten ràpidament a la seva tradició els antics procediments grecs i romans. Aaland (1978) proposa que els àrabs van agafar la pràctica balneària com a **experiència de lleure** i plaer entre altres motius per la prohibició de beure alcohol que els imposava la seva religió.

Finalment, al cap de segles, els àrabs van convertir la pràctica balneària en un ritu més en les seves **pràctiques religioses**, i van afegir el bany com a **estança annexa a les grans mesquites**, encara que el més comú de l'adaptació de les termes romanes al món àrab no van ser els grans banys, a l'estil de les termes romanes, sinó els petits banys populars dispersos per totes les seves ciutats, tal com es veu actualment a Granada, a l'estil dels *balnea* romans. De fet, l'acte de banyar-se va ser, per als musulmans, una activitat pública que en realitat es pot considerar com una de les primeres manifestacions, encara més que en el món romà, del **turisme de balneari popular** o **termalisme social**.

Nota

De fet, aquest canvi de funcions en la pràctica balneària tampoc no era un canvi gaire brusca, ja que si abans els banys estaven dedicats a l'advocació d'Hèrcules a Grècia o de les nimfes a Roma, ara ho feien en honor dels sants cristians. De fet, al segle VIII, Carlemany es va preocupar de construir establiments nous a **Aquisgrà** sobre uns déus que després es van fer cèlebres.

Lectura recomanada

Mikkel Aaland (1978). *Sweat: This illustrated history and description of the Finnish Sauna, Islamic hammam, Russian Bania, Japanese Mushi-Buro, Mexican Temescal and American Indian and Eskimo Sweat-lodge*. Califòrnia: Capra.

Hamam

Un bon exemple de la revitalització del concepte de *hammam* és la popularització actual que té a Occident. En aquest enllaç hi ha el lloc web corporatiu d'una empresa que explota aquesta mena d'establiments a Espanya.



Els hammam tornen a estar de moda actualment, fins i tot a Occident.

La tradició del bany oriental es va preservar amb el pas del temps, fins avui dia, a tota la zona del Magrib, l'Orient Mitjà i l'Índia, però on potser va tenir més rellevància en el passat i encara en té avui va ser al poble turc per mitjà del concepte del **bany turc**. De fet, una visita turística al país requereix gairebé obligatòriament la visita a algun dels luxosos balnearis que hi ha o simplement a algun dels banys públics disseminats per totes les ciutats i pobles. La tradició mediterrània del bany arriba a l'Àsia Menor des de la tradició grega i romana dels banys. D'aquesta tradició es va passar a una lleugera adaptació en la tradició bizantina, fins a arribar a l'època de l'Imperi Otomà, que va fusionar aquesta tradició mediterrània dels banys amb la musulmana per a crear un estil propi de pràctica balneària.

Expansió de la tradició de banys

Aquesta tradició de banys va ser la que els mateixos otomans van exportar als territoris que envaïen, de manera que no és estrany que la influència que van tenir fos decisiva en les formes posteriors del turisme de balneari que es van popularitzar a Centreeuropa (Hongria, Bulgària) i tampoc la influència que van tenir a la resta d'Europa. De fet, el segle XIX, paral·lelament amb l'èxit de les grans ciutats balneàries centreeuropees i britàniques, luxoses i inaccessibles per a bona part de la població, es posaven de moda en ciutats com el Londres victorià els banys turcs, de caire més popular.

D'altra banda, un altre dels fenòmens en què hi va haver diferències importants entre Orient i Occident va ser el del viatge. Una altra vegada la caiguda de l'Imperi i la fi de la civilització romana van comportar, entre molts altres fets, el deteriorament progressiu de les seves principals vies terrestres, les calçades. Se n'ha parlat molt, d'aquest fet, en el sentit de considerar el tall de les comunicacions com el símbol de la fi d'una civilització urbana i el pas a una civilització rural nova. També va implicar, llevat de ben poques excepcions, la fi del viatge a terres llunyanes durant segles en aquesta part del món. No obstant això, com en els casos anteriors, hi va haver altres civilitzacions que

van recollir el llegat antic. En aquest sentit, és exemplar el cas d'alguns dels regnes musulmans principals o de l'imperi vastíssim creat pels mogols d'un cap a l'altre de l'Àsia.

De fet, va ser el poble musulmà el que va actualitzar el concepte antic de *peregrinació* i va crear un dels moviments que avui dia mobilitza un nombre més gran de persones d'arreu del món (si no és el que en mobilitza més): la **peregrinació a la Meca**. El *hajj* o viatge a la Meca és el cinquè pilar de l'islam, i en aquest sentit és un dels preceptes que ha de complir obligatòriament tot musulmà, que ha de peregrinar com a mínim una vegada a la vida a la Meca, sempre que tingui els mitjans econòmics i la salut per a fer-ho. De la peregrinació a la Meca i de la descripció dels llocs sants que hi ha n'han derivat alguns dels millors llibres de viatges de la història.



La Meca continua essent la destinació de milions de pelegrins cada any.

Activitat

Busqueu a Internet algun llibre de viatges relacionat amb la peregrinació a la Meca.

Es considera que el contacte amb la cultura islàmica va influir l'**Occident** dels segles X i XI, quan es reobre el pelegrinatge cap a les **ciutats santes, com Sant Jaume, Roma i especialment Jerusalem**, la meta anhelada de molts cristians i l'objectiu principal d'un dels fenòmens medievals més grans a Europa: **les croades**. Ens tornem a trobar amb un fenomen transversal que aglutina característiques bèliques, culturals, socials i econòmiques i que sobretot es pot relacionar amb una reparició del viatge a terres llunyanes als territoris europeus.

Després de la caiguda de Terra Santa, al segle XIII, i per tant després de la ruptura de les peregrinacions a aquestes terres, es va reactivar a Europa una ruta que va tenir una gran importància per a la cristallització de la futura cultura europea. Es tracta del **camí de Sant Jaume**. Els orígens es remunten al segle X, quan la població europea aconsegueix sortir del retard i l'aïllament de l'alta edat mitjana i es reactiven rutes culturals i econòmiques noves. Una altra ve-

gada la importància que va tenir va ser pel caràcter difusor dels coneixements dels pobles d'Europa i va ser un dels elements principals a l'hora de **cohesionar una incipient cultura Europea** que al cap d'uns segles va donar lloc al Renaixement.



El camí de Sant Jaume és des de fa segles una de les rutes principals de pelegrinatge i alhora una xarxa important de difusió cultural.

De fet, la concurrència del camí de Sant Jaume minvarà especialment a partir del moment en què els regnes de la península Ibèrica uneixen esforços en la recuperació dels últims territoris musulmans al sud de la Península i del moment en què a Europa el centre de gravetat polític i cultural es torna a situar a Centreeuropa i al nord i centre d'Itàlia, on **Roma torna a adquirir un paper determinant**.

1.3. El lleure i el viatge en l'edat moderna

En el Renaixement persisteix en gran manera el concepte de lleure que s'havia perpetuat en l'edat mitjana, és a dir, una concepció associada al rang i l'estatus de la classe alta, la noblesa. Així, el lleure s'entén com una abstenció pura (en tots els sentits) del treball i, per tant, com la possibilitat de dedicar el temps a activitats nobles, és a dir, la guerra, la política, la cacera o la religió. Fora d'aquest àmbit noble, a la resta de la població se li veta aquesta mena d'actituds. I no solament al baix poble sinó també a la incipient burgesia.

No obstant això, aquesta concepció es transforma amb el pas del temps, encara que es tracti d'un procés lent i progressiu. Un dels casos paradigmàtics torna a ser el termalisme o balnearisme. A partir del segle XVI la puixant classe noble britànica **torna a posar de moda la pràctica balneària**, en poblacions amb una antiga tradició termal, com és el cas de **Bath**. Com a moda és un èxit, perquè trenca els esquemes culturals medievals que no tenien en gaire consideració la higiene i encara menys el caràcter social del bany. A més, és una tradició que compleix perfectament els preceptes renaixentistes de **recuperació del classicisme romà**, i això es pot veure sobretot en l'arquitectura de

molts dels nous establiments de bany europeus. El fet de tenir més contacte amb altres potències de l'època, com Turquia, on el bany és una pràctica social molt popular, també ajuda a aconseguir l'apogeu d'aquesta pràctica de lleure.

Com ha passat i passarà en altres moments de la història en el món del lleure i del turisme, una pràctica que al començament és **exclusiva d'una classe social, la noblesa**, anirà essent **mimetitzada per la resta de classes socials**, especialment per la naixent burgesia mercantil, que es consolidarà a Anglaterra en aquest període.

D'aquesta manera, centres balnearis com el de Bath o molts d'altres al centre i l'est d'Europa experimenten una expansió considerable i s'acaben transformant en autèntics complexos de lleure per a aquestes classes acabades.

Mentrestant, als **països catòlics, el lleure experimenta una altra crisi**; efectivament, després de la **Contrareforma catòlica** hi va haver una tornada als valors més retrògrads, i fins i tot es va desaconsellar la relació social amb les pràctiques higièniques perquè es consideraven oposades a l'espiritualitat cristiana. És, però, a partir dels segles XVII i XVIII quan els diversos governs absolutistes, especialment el de França, es preocupen cada vegada més per la situació de les cases de banys del seu país i, a fi de millorar-ne la situació, n'encarreguen la inspecció a metges eminents de la cort.

A partir de la puixança de les **noves potències protestants** i especialment de la Gran Bretanya, el món del **viatge a Europa recobra la importància que va tenir en el passat**. I de la mateixa manera que passava amb la recuperació del balnearisme i la relació que tenia amb les pràctiques de l'antiguitat romana, la reinvençió del viatge a Europa va estar íntimament relacionada amb el reconeixement a aquesta civilització i els seus èxits culturals, artístics i científics. I és que és precisament a finals d'aquesta etapa (al segle XVII i a principis del XVIII) quan comença un moviment de persones que la majoria dels turístòlegs coincideixen a assenyalar com el fenomen que origina el turisme contemporani, el que arribarà fins als nostres dies: el **grand tour**.

Aquest viatge, en principi, es concep perquè els **joves nobles i burgesos britànics s'instrueixin**, amb vista a les seves futures carreres com a polítics i diplomàtics, per mitjà del coneixement de la **cultura clàssica** a les destinacions on aquesta cultura va ser determinant. És a dir, començaven el trajecte a **França**, feien algunes etapes a **Centreeuropa** i, especialment, visitaven diferents **destinacions d'Itàlia**, tant les del nord, on la influència renaixentista va ser més gran, com especialment Roma, on llavors es recuperaven els vestigis romans.

Reflexió

De fet, moltes de les destinacions del *grand tour* continuen essent algunes de les principals destinacions turístiques actuals, com en el cas de Florència o Roma.



El tribunal dels Uffizi, de Johan Zoffany. El *grand tour* és segurament l'antecedent més sòlid del turisme modern.

En aquest sentit, un dels moments clau és el descobriment de les **ruïnes de Pompeia i Herculà, destinacions per antonomàsia del *grand tour*** en l'etapa final. Encara que es considera que ja es van desenterrar alguns edificis en obres fetes al segle XVI, va ser el 1738 quan es va redescobrir Herculà i el 1748 quan es va redescobrir Pompeia. Per aquell temps territori del Regne de Nàpols i les Dues Sicílies, el seu rei, el futur rei d'Espanya Carles III, estava especialment interessat a recuperar vestigis clàssics i va impulsar les primeres excavacions i la recuperació dels primers edificis. La destinació va esdevenir única ja que implicava una autèntica immortalització d'una vil·la de la primera època imperial (de fet, com s'ha comentat més amunt, una autèntica vil·la residencial prototurística) en el seu moment d'apogeu, la qual cosa va oferir un retrat complet dels avenços d'aquesta civilització en tots els terrenys, i es va situar així com a paradigma del progrés en un moment en què es qüestionaven uns patrons medievals mantinguts durant segles.

Activitat

Investigueu sobre les destinacions relacionades amb la cultura maia. Eren també destinacions de pelegrinatge en l'antiguitat?

Península del Yucatán

De fet, Carles III, quan va ser rei d'Espanya, va continuar fomentant aquesta mena d'activitats patrocinant expedicions i excavacions arqueològiques als territoris de l'imperi espanyol a Mèxic, especialment a la **península del Yucatán**, on es van descobrir vestigis importants de ciutats maias, moltes de les quals actualment són destinacions massives per les piràmides i pels temples.

2. La gènesi del turisme modern

2.1. Els viatgers il·lustrats i romàntics

Com veiem, la recuperació dels vestigis de la cultura romana en països com Itàlia va ser especialment important a Europa per a consolidar el fenomen del viatge, especialment durant les primeres dècades del segle XVIII, que, a més, donarien lloc a una nova recuperació de la passió per l'estètica clàssica a Occident, en paral·lel amb la irrupció d'un fenomen nou que posaria fi a moltes de les maneres de pensar i d'actuar de l'antic règim: la **Il·lustració**.

Com és ben sabut, la Il·lustració va tenir moltes repercussions en tots els àmbits humans a Occident, però no és tan coneguda la importància que va tenir per al món del viatge i també per al del turisme. En termes generals es concep com un moviment cultural ampli que va aglutinar novetats científiques, culturals, socials i econòmiques de tota mena, és a dir, va comportar un **autèntic canvi de paradigma** en tots els àmbits que va donar lloc al naixement de l'època contemporània en la qual encara som.

Des del punt de vista polític va servir per a liquidar moltes de les formes medievals en les quals la monarquia i la noblesa continuaven essent les úniques ostentadores del poder i va donar pas a la creació de l'**estat nació**, de manera que progressivament es van recuperar valors com l'estat de dret o la democràcia. Des del punt de vista econòmic es va produir la **Revolució Agrícola**, que va donar pas a la **Revolució Industrial** i a una acceleració del creixement econòmic com no hi havia hagut mai fins llavors. Des del punt de vista social va comportar la consolidació de la **classe burgesa** com a dominadora de l'espai que abans havia monopolitzat la noblesa i l'aparició d'una **classe social nova, la proletària**, que va aglutinar la població que, provinent del món rural, va engruixir la creixent mà d'obra industrial. També va comportar la **recuperació de la ciutat com a centre de la civilització** occidental. Si la ciutat del segle XVIII era encara un centre administratiu i comercial, a partir del segle XIX es va convertir en el centre industrial per excel·lència (encara que també hi havia indústria en el camp).

I òbviament des de la **perspectiva cultural també es produeixen canvis importants**. Ja hem esmentat la **relectura que es fa de la cultura clàssica i renaixentista**, un element que té unes repercussions molt importants, o bé en el terreny filosòfic o bé en el científic, però que també **incideix de manera decisiva en la perspectiva estètica de l'època**. Aquest fet té una incidència visible en la literatura, la pintura, l'escultura i l'art en general, i també en l'arquitectura, la **cultura** i l'**educació**. A partir de la **influència d'aquests dos últims elements** (influència del pensament en la cultura i així en els elements

estètics que la defineixen, i translació a l'experiència artística i finalment a la formació dels joves) s'explica que un fenomen com el *grand tour* tingui un èxit tan important. Al començament va ser concebut com un viatge de formació de les classes altes britàniques, o a vegades estava lligat a viatges per motius científics o diplomàtics, però va acabar oferint una visió nova del món que va ser determinant per a crear les **imatges turístiques arquetípiques** que avui dia tenim de moltes destinacions.



Planning the Grand Tour, d'Emil Brack. El *grand tour* va tenir com a repercussió principal la de crear una bona part de l'imaginari viatger a moltes destinacions europees i del nord d'Àfrica.

Del coneixement *in situ* de la grandesa de Roma, de París o d'Atenes i també dels debats als cafès dels grans centres termals, els viatgers aprenien com havien de portar les regnes d'un imperi com el britànic. Per a autors com Boyer (2002), aquest és l'autèntic **fenomen fundacional del turisme**, ja que sorgeix com un fenomen revolucionari en paral·lel amb la resta de transformacions que es donen en aquesta època. L'activitat turística no s'origina com a conseqüència del trànsit de l'Antic Règim a l'època moderna sinó que és una manifestació més del mateix procés, i estableix, doncs, com hem dit, una continuïtat amb fenòmens anteriors. De la imatge del viatge projectada pel *grand tour* en sortirà el **viatge romàntic**, i del viatge romàntic, el **viatge modern**, en una seqüència basada en l'esmentat mimetisme entre les classes socials, en aquest cas de l'aristocràcia a la burgesia.

Tant els nobles com especialment els **tutors** que els acompanyen en aquests viatges són els creadors de les primeres imatges prototurístiques de les destinacions que, amb el pas del temps, seran les principals destinacions europees.

Reflexió

El turisme relacionat amb la formació continua essent un dels més importants arreu del món. Els Estats Units és una de les destinacions principals, on van milions de persones cada any a formar-se a les seves escoles i universitats o a aprendre anglès.

Lectura recomanada

Marc Boyer (2002). "El turisme en Europa, de la Edat Moderna al segle XX". *Historia Contemporánea* (núm. 25, pàg. 13-32).

Aquesta creació d'imatges parteix de les descripcions que fan els viatgers joves i els seus acompanyants en els seus diaris o en les seves ressenyes. Aquestes imatges tenen, en principi, una funció descriptiva dels llocs que visiten, sovint relacionades amb la formació, científica o pseudocientífica, però que són importants perquè s'hi s'afegeix la **perspectiva subjectiva del viatger**, la que realment crearà la imatge de la destinació quan haurà tornat al seu país d'origen.

Activitat

Indagueu en la biografia d'Adam Smith, el pare fundador de la teoria econòmica moderna i un científic les hipòtesis del qual es basen sempre en l'experiència. Les seves recerques us poden resultar molt il·lustratives per a comprendre d'on partien les seves teories.

El *grand tour*, amb tot, no va ser fenomen aïllat, de viatges esporàdics, sinó que alguns dels *tourists* més coneguts d'aquesta època van ser **personatges de prestigi reconegut** com John Milton, Samuel Johnson o James Boswell, els **diaris de viatge** dels quals es poden considerar algunes de **les primeres guies turístiques** que van estimular els seus contemporanis a fer el viatge també i a conèixer els llocs dels quals parlaven. D'altra banda, com veiem, encara que el *grand tour* no té motivacions vinculades principalment al lleure ni es pot considerar un moviment massiu de viatgers, sí que sembla la llavor del que més endavant es podrà considerar turisme perquè va ser el fenomen que va crear la imatge del viatge i de les destinacions com a tal.

No obstant això, aquest corrent de viatgers britànics a Europa es **va tallar dràsticament** quan van començar les **guerres napoleòniques**, que entre el 1802 i el 1815 gairebé van paraitzar l'activitat viatgera al continent. Quan es van acabar, es va considerar tancada una època de grans transformacions, però el llegat de la Il·lustració es consolidaria per diferents vies. En el món del viatge i el lleure, va aparèixer una figura nova, la del **viatger romàntic**. En aquest cas ja no es tractava d'un viatger que anava a la destinació amb un objectiu relacionat amb la formació o la ciència, sinó que el viatge tenia altres motivacions, relacionades més amb el plaer i el delit del sentit. En aquesta mena de viatge, la idea del que és imaginatiu i subjectiu, la intensitat emocional que té aquesta idea i el caràcter visionari o oníric situen, per primera vegada, **l'experiència de l'individu en primer pla**.

A partir d'aquest moment, el viatge i la visita de llocs nous no van buscar tant una lliçó com especialment un **gaudi dels sentits**, sobretot del visual (Adler, 1989). És el **naixement de l'experiència turística** tal com avui dia s'entén. Els viatgers romàntics, doncs, van ser els que van crear la majoria de les imatges que actualment tenen els turistes dels llocs que visiten, i en la seva percepció dels monuments, de les ciutats, del paisatge o en el seu gaudi de la natura hi ha l'origen de l'atractiu de les destinacions turístiques tal com avui dia el coneixem.

Exemple

L'obra *Ensayo sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, de qui és considerat el fundador del pensament econòmic modern, **Adam Smith**, es va redactar després d'un viatge per Europa de l'autor com a tutor i preceptor del fill del duc de Buccleugh, la qual cosa li va permetre conèixer **Quesnay** i **Tourgot**, figures del pensament **fisiòcrata** que el van inspirar per a definir les bases del seu sistema de pensament econòmic.

Lectura recomanada

Judith Adler (1989). "Origins of Sightseeing". *Annals of Tourism Research* (vol. 1, núm. 16, pàg. 7-29).

2.2. El lleure burgès al segle XIX

La importància de la **visió del viatge oferta pels romàntics** va tenir un **impacte decisiu en el desenvolupament del lleure i el turisme al llarg del segle XIX**, i va obrir el fenomen a una classe emergent nova: la **classe burgesa**.

De fet, una de les línies d'investigació més importants pel que fa a la història del turisme dóna una importància especial a l'aparició de les classes socials noves del segle XIX i insisteix en una concepció del desenvolupament històric d'una activitat el punt de partida i eix de la qual és el desenvolupament social i, al costat d'aquest, el de **l'evolució de la identitat**, les **imatges projectades per una societat** i, en general, els **valors culturals a què estan associades**.

Seguint aquesta interpretació, darrere de les revolucions socials i econòmiques de finals del segle XVIII i començaments del XIX hi ha l'origen de les dues classes socials noves que conformen els contingents nous de viatgers moderns. D'una banda, una **classe obrera urbana**, que va nodrir el mercat principal de passatgers per al ferrocarril i per a les excursions programades preparades entorn del mitjà de transport nou (especialment durant la segona meitat del segle XIX). Aquest mercat va ser el que va fer prosperar els empresaris pioners del sector. D'altra banda, la **classe burgesa**, que va conformar la clientela dels grans balnearis, dels primers creuers al mediterrani, o d'expedicions organitzades d'alt nivell. **Precisament aquesta clientela va ser la que va consolidar i va fer rics els empresaris com Thomas Cook**, que havia començat el seu negoci justament amb la classe obrera.

Al marge dels punts de vista que prioritzen els elements culturals, una altra interpretació sobre l'origen de l'activitat turística és la que entén que aquesta activitat és guiada principalment pel progrés tecnològic i concretament pel desenvolupament de mitjans de transport nous. Així, més que no pas al moviment de creació d'una imatge de les destinacions turístiques, aquesta tendència atribueix l'origen de l'activitat turística al **progrés tecnològic associat a la Revolució Industrial**, representat pel **desenvolupament dels mitjans de transport**: primer el ferrocarril i després el vaixell de vapor permeten per primera vegada en la història un vertader desplaçament massiu dels viatgers a un cost relativament reduït.

Lectura recomanada

Jemima Morrell; Bill Cormack (1998). *The History of tourism: Thomas Cook and the origins of leisure travel*. Londres: Routledge / Thoemmes Press.

Exemple

Un exemple d'aquest punt de vista el trobem en referències com les de Burkart i Medlik (1981), que presenten **els orígens i la història del turisme** a partir d'aquest **desenvolupament dels mitjans de transport, i distingeixen tres èpoques del turisme**, que estan relacionades principalment amb les millores tecnològiques en els mitjans de transport i que poden coincidir, o no, sobretot en les primeres fases del desenvolupament turístic, amb els canvis en les modes o la capacitat d'accés social al turisme. Així, la primera època abraça les dècades dels anys trenta i quaranta del segle XIX, que s'identifica amb els primers anys del ferrocarril; la segona època coincideix exactament en el temps amb el que s'ha anomenat *era del ferrocarril*, i finalment la tercera època està dividida en dos períodes, això és, els anys d'entreguerres, entre la Primera Guerra Mundial i la Segona, i el període de després d'aquesta Segona Guerra Mundial, és a dir, l'etapa que aquí es correspon amb el turisme fordista, en què els grans protagonistes són l'automòbil i l'avió.

Lectura recomanada

Arthur J. Burkart; Slavoj Medlik (1981). *Tourism. Past, Present and Future*. Londres: Heineman.



Tren a la neu, de Claude Monet. Al començament, la irrupció del ferrocarril i els viatges en ferrocarril van ser concebuts pels artistes del XIX des d'un punt de vista aventurer i hi ha moltes obres en què apareixen en harmonia amb l'element natural.

Hi ha també algunes anàlisis que entenen que les forces que expliquen més els **orígens d'aquesta activitat** són les **forces econòmiques**. Per a aquests autors, la pregunta a propòsit de l'origen de l'activitat turística s'explica per mitjà de dos axiomes bàsics relacionats amb les lleis econòmiques: la **necessitat de desplaçament de manera lliure i massiva** solament pot aparèixer, en primer lloc, quan els països aconseguen un **determinat nivell de renda nacional** i, en segon lloc, quan **aquesta renda es reparteix d'una manera equitativa**.

És a dir, es tenen en compte totes les altres variables, però els requisits econòmics són imprescindibles i prioritaris. Així, la industrialització va produir com a acció la concentració en els grans nuclis urbans de les masses rurals i la proletarització i, alhora, va produir la reacció a aquesta industrialització per mitjà de diferents fenòmens que van donar lloc al que avui dia es coneix com a *turisme*. Com que aquestes masses proletàries estan sotmeses a unes condicions dures de vida (amuntegament, insalubritat, tensions laborals, contaminació),

aprofitaran, quan podran, el seu temps lliure per a satisfer la necessitat d'evasió tornant de manera periòdica als llocs d'origen, i quan perdran el vincle amb aquest lloc, simplement voldran un retrobament amb la natura i formaran la clientela de les primeres excursions d'un dia (*day-trips*) a l'entorn immediat de la ciutat, que llavors encara mantenia el caràcter rural.

En relació amb les mateixes causes econòmiques, hi ha altres autors que entenen que el que possibilita que es pugui entendre l'activitat com un fenomen contemporani és l'**aparició de l'empresa turística**. Precisament, a partir del **moment en què l'activitat es converteix en indústria**, es pot parlar del vertader naixement d'aquesta activitat com a fenomen modern.

Els elements culturals, l'augment de la renda, el creixement demogràfic o la revolució tecnològica són elements indispensables però no pas preponderants en aquesta explicació. Se'n deriva la possibilitat que pioners com **Thomas Cook** creïn els primers viatges organitzats, els primers forfets, que agrupen el conjunt de serveis que requereix el turista per al viatge. La indústria turística neix estructurada en **empreses petites** amb una organització molt simple, normalment de **caràcter familiar** i amb una **dotació escassa de capital**. Com passa en el sector industrial, l'empresa turística apareix amb un concepte de *gestió* en què predomina la feina artesanal, heretada de períodes anteriors, en què el treballador controla tot el procés de producció. No va ser fins a finals del segle XIX que es va fer el pas cap a una professionalització més gran i que l'ordenació turística es va encaminar cap a concepcions de caire "taylorista", com passa en altres sectors.

Activitat

De la mateixa manera que us ho hem proposat abans per a Adam Smith, feu ara una indagació (per exemple, a Internet) a propòsit del qui és considerat fundador de l'empresa turística moderna, Thomas Cook, que us pot resultar molt il·lustrativa pel que fa al moment fundacional del turisme modern.

Potser més que no pas prioritzar una d'aquestes forces l'interessant és tenir en compte que tots plegats van ser fonamentals per a fer possible l'aparició d'un seguit de fenòmens que **van donar origen efectivament a l'activitat turística moderna cap a mitjan segle XIX**.

És el moment en què es van consolidar les **classes socials noves** nascudes de la Primera Revolució Industrial, en què es percep l'herència cultural que han deixat els viatgers il·lustrats i romàntics per mitjà de la creació de les primeres **imatges turístiques de les destinacions**, en què la classe burgesa disposa de **prou renda** per a viatjar i de **períodes de pau relativament llargs** al continent europeu. També és el moment en què irromp amb força el **progrés tecnològic**

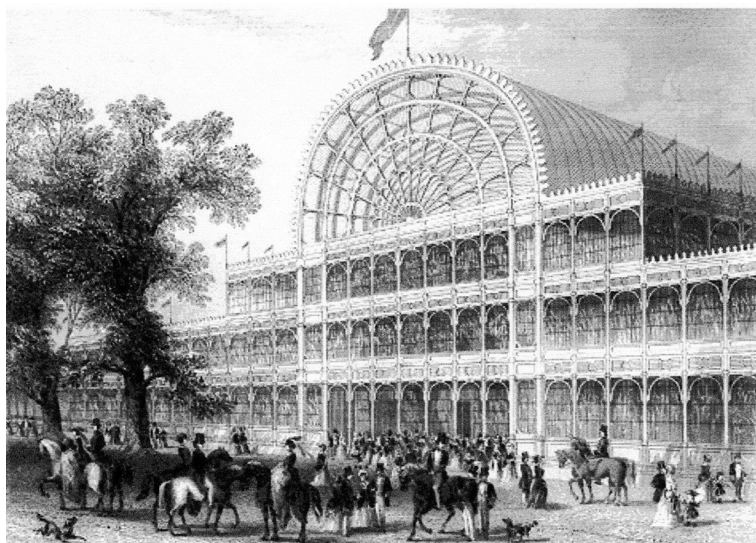
derivat de la mateixa revolució, amb el **tren i el vaixell de vapor** com a elements principals de canvi. Finalment, és el període en què apareix la primera **empresa turística**.

En aquest sentit, hi ha hagut diferents esdeveniments o moviments que s'han interpretat com a pioners del turisme modern:

- 1) La celebració de les primeres **exposicions universals** a Europa i Amèrica.
- 2) L'**Indian mail** o desplaçament dels funcionaris britànics a l'Índia.
- 3) El **primer viatge organitzat de Thomas Cook** a la Gran Bretanya.
- 4) La creació del **primer parc nacional** als Estats Units.
- 5) El **desenvolupament dels casinos** a partir del desplaçament de la moda balneària del centre d'Europa a la Costa Blava.

2.2.1. La celebració de les primeres exposicions universals a Europa i Amèrica

Pel que fa a les **exposicions universals**, sovint s'ha apuntat la importància que tenen com a fenomen precursor del turisme, en el sentit de mobilitzar lliurement un gran nombre de persones cap a una destinació concreta. Concebudes originalment per a **mostrar els principals avenços tecnològics** d'un moment en què la **Revolució Industrial** estava en ple apogeu, amb el pas del temps van adquirir un caràcter relacionat més amb l'aspecte lúdic. A l'organització de les exposicions s'hi van aparellar un seguit d'**actuacions urbanístiques i monumentals** que tenien l'objectiu de transformar els llocs en els quals es feien.



El Crystal Palace, el recinte on es va fer la Gran Exposició de Londres, el 1851.

Amb un origen que es torna a remuntar a l'època de les revolucions, concretament al 1798, a París, les primeres exposicions es van fer en llocs com la capital francesa o Nova York, encara que el moment crucial en la seva evolució va ser el 1851, amb la celebració de l'anomenada **Gran Exposició de Londres** (Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations). Per primera vegada l'atractiu de l'esdeveniment no solament es basava en les *meravelles* del progrés que s'hi mostrarien sinó també en el seu propi recinte, el **Crystal Palace**, que va causar un impacte enorme en els visitants i es va convertir en tot un símbol de modernitat i civilització. Promoguda per la casa reial britànica, en general, l'exposició va servir per a demostrar la primacia de la Gran Bretanya com a potència industrial (tornem a veure la importància de la creació de la imatge de la destinació), la fe en el desenvolupament científic i, segons molta gent, la bretxa que s'obria entre els països occidentals, les seves colònies, i els països del Tercer Món. Amb més de sis milions de visitants, la Gran Exposició es va convertir en el primer moviment massiu de viatgers del segle XIX.

A l'esdeveniment el van seguir diferents exposicions universals celebrades en diferents ciutats d'arreu del món, encara que potser les més recordades van ser les que es van fer a les grans capitals industrials competidores de Londres: Viena i París. En tots aquests casos la celebració de l'esdeveniment va ser l'excusa per a dotar les grans ciutats d'atractius arquitectònics nous i d'infraestructures urbanes noves. **Viena** va fer una gran exposició el 1873, la més gran que s'havia fet fins llavors. Es recorden especialment les **exposicions de París el 1889 i el 1900**. Amb relació a la del 1889, l'atractiu principal va ser la torre **Eiffel**, concebuda originalment com un arc enorme d'entrada al recinte de l'Exposició, que com en edicions anteriors se celebrava en el Camp de Mart. Per a observar l'evolució del moviment de persones en aquests esdeveniments, tan sols cal dir que aquesta exposició va acollir trenta-dos milions de visitants. Per a l'exposició de París del 1900 es van construir el **Grand Palais i el Petit Palais** i es va transformar el palau del **Trocadéro**. Mitjançant aquesta imatge es tornava a demostrar al món el poder de la Ciutat de la Llum en el canvi de segle.

Activitat

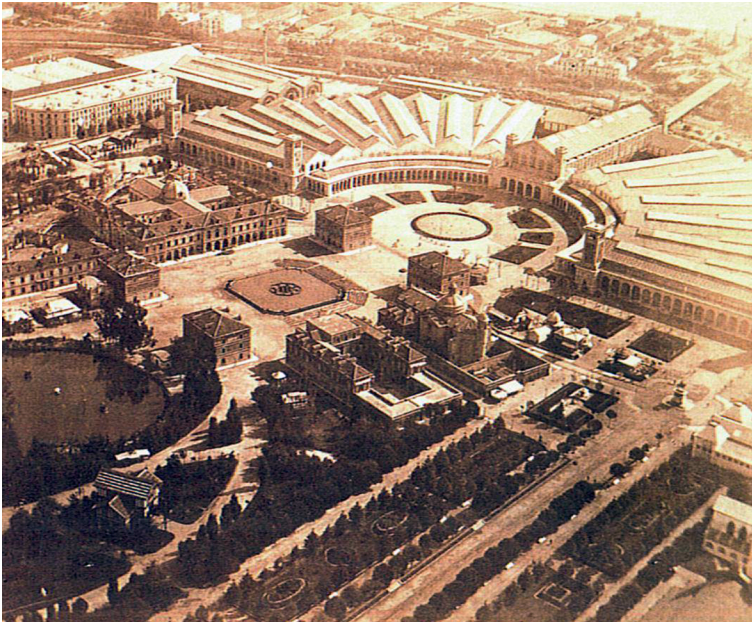
Mireu de saber quants milions de persones visiten les exposicions universals contemporànies. Us sembla que continuen tenint el mateix impacte o retorn sobre les ciutats que les organitzen? A diferència de la importància industrial de les exposicions del XIX, quins elements es prioritzen actualment en aquesta mena de mostres?

Espanya no va quedar fora d'aquesta mena d'esdeveniments i va ser especialment rellevant l'**Exposició Universal de Barcelona, el 1888**. L'Exposició, la va concebre originalment un grup privat l'objectiu del qual era organitzar un esdeveniment a l'altura de les grans capitals europees, en el qual s'ensenyés, a més, el poder industrial de la capital catalana. El moment econòmic i polític no semblava que fos, no obstant això, el més bo per a fer una exposició i el projecte original va entrar en fallida. Amb tot, no es va abandonar, i se'n va fer càrrec el consistori municipal barceloní. Encara que amb unes pretensions més petites que les de les grans exposicions del moment, la de Barcelona

Lectura recomanada

Jeffrey A. Auerbach (1999). *The Great Exhibition of 1851: A nation on display*. New Haven: Yale University Press.

també va comportar per a la ciutat una transformació urbana i arquitectònica important i va ser **especialment rellevant per al futur de moltes activitats relacionades amb el turisme a la ciutat i la regió.**



L'Exposició Universal va donar per primera vegada a Barcelona la possibilitat de projectar-se a escala internacional.

Exposició Universal de Barcelona del 1888

De fet, l'Exposició Universal de Barcelona del 1888 va representar la culminació de diferents elements característics de les primeres etapes del turisme, com la construcció de la imatge de la destinació, el desenvolupament de les infraestructures d'allotjament i de transport, la transformació urbana o la implicació dels agents locals en el foment turístic. L'esdeveniment va comportar la consolidació de la imatge de progrés projectada per la ciutat, i va introduir, a més, estils i solucions arquitectòniques nous i novetats d'una gran rellevància com l'enllumenat dels carrers.

La transformació urbana encara és evident a la zona del parc de la Ciutadella i l'Arc del Triomf, el passeig de Colom o l'emblemàtica estàtua de Colom, al final de la Rambla. També va comportar la construcció d'hotels i restaurants nous, que van incorporar influències i novetats dels països més avançats. L'èxit relatiu que va tenir també va implicar que l'Administració local considerés la importància del foment turístic, que es va cristal·litzar al cap d'uns anys creant la Societat d'Atracció de Forasters, la primera societat de promoció turística de l'Estat espanyol.

2.2.2. L'*Indian mail* o desplaçament dels funcionaris britànics a l'Índia

Un altre dels fenòmens que s'esmenten com a precursors directes de l'activitat turística és l'anomenat *Indian mail* (correu de l'Índia), fenomen mobilitzador d'un contingent enorme de viatgers, que, encara que tornava a tenir un motiu original allunyat del món del viatge i el lleure, acabaria essent fonamental per a aquest món. Per *Indian mail* s'entenia tot el que estava relacionat amb el viatge d'un gran nombre de britànics, especialment els que treballaven per a la **Companyia Britànica de les Índies Orientals** (Honourable East India Company), el **trajecte cap a l'Índia dels quals** passava per un seguit de destinacions que van anar creixent en popularitat, primer a la Gran Bretanya i després arreu del món. El trajecte coincidia en les primeres etapes amb moltes de les destinacions europees que ja havia popularitzat el *grand tour* des de feia segles, és a dir, França, Itàlia, Grècia, però a partir d'aquí s'internava en un seguit de destinacions l'exotisme de les quals va portar el món del viatge a una època nova, com **Turquia, Egipte, diferents destinacions de l'Orient Mitjà i l'Índia mateixa**. Unes destinacions que van assolir un èxit nou a partir de les descripcions dels viatgers del correu de l'Índia, popularitzades per les primeres guies **turístiques**, com la Baedeker o la Murrays, i que, a més, es van convertir en les destinacions predilectes dels primers viatges organitzats de luxe, els que va crear el qui és considerat el pioner principal del turisme, **Thomas Cook**.

2.2.3. El primer viatge organitzat de Thomas Cook a la Gran Bretanya

De fet, l'activitat i el progrés de l'**empresa Thomas Cook** van estar relacionats especialment amb els fenòmens que hem presentat més amunt, tant amb les exposicions universals com amb els viatges de luxe organitzats a destinacions remotes vinculades amb el *grand tour* i l'*Indian mail*. No obstant això, els començaments de Thomas Cook com a empresari van ser molt més humils, i van tenir a veure amb la classe social que al cap d'uns anys va ser la impulsora principal de l'activitat turística: una clientela essencialment obrera, "de vasta amplitud numèrica, però econòmicament poc desenvolupada", en paraules de Lavour (1974). Militant d'una associació que volia eradicar l'alcohol entre el maltractat proletariat anglès de l'època, va organitzar el que potser va ser el **primer viatge organitzat el 1841**, concretament per a traslladar unes cinc-cents persones a una reunió contra l'alcohol que es feia a Leicester. L'èxit que va tenir va fer que al cap de tan sols deu anys fos capaç d'organitzar el viatge a la **Gran Exposició de Londres** per a prop de cent seixanta-cinc mil persones, la majoria de les quals residien en els nuclis fabrils, que van anar a l'esdeveniment a preus relativament mòdics.

Exemple

A Egipte, sobretot a partir de la construcció per part dels francesos del canal de Suez i a partir del numerari que es va abocar a les arques del khedive, es va occidentalitzar la fisonomia de les ciutats més populoses, com el Caire i Alexandria, que es van omplir d'hotels, de teatres i d'òperes a la manera de les capitals europees. La visita a les piràmides era obligatòria, i normalment es contractava al vestíbul mateix de qualsevol hotel.

Lectura recomanada

Luis Lavour (1974). *El turismo en su historia*. Barcelona: Ediciones Turísticas.



Thomas Cook és considerat un dels pioners principals en la història de l'empresa turística.

El fenomen del mimetisme

En aquest moment històric s'aconsegueix, per primera vegada, implantar la idea que la **felicitat** per a les masses obreres era factible, cosa impensable fins llavors. La condició de la naturalesa humana per mitjà del **mimetisme** dels comportaments hi va tenir un paper molt rellevant, que està íntimament relacionat amb la revolució en els transports. A partir sobretot del segle XVIII els viatgers que pertanyien a la noblesa havien ampliat els desplaçaments gràcies a la capacitat de pagar un transport privat i exclusiu.

La revolució dels mitjans de transport que es va imposar a Occident durant la primera meitat del segle XIX, associada un altre cop als canvis que produeix la Revolució Industrial, va facilitar que primer els burgesos i després les classes obreres imitessin els comportaments de la noblesa, i va permetre que, per a desgràcia d'aquesta i alegria d'aquelles, s'assolissin els santuaris del turisme d'elit, com les platges i els balnearis de moda. De fet, aquesta tendència serà una constant en l'evolució futura del turisme.

A partir del 1865, amb l'ajut del seu fill John Mason Cook, va formar una **agència de viatges** que va acostar els viatgers britànics de classe alta als santuaris del **grand tour** i l'**Indian mail**, com França (París), Itàlia o Egipte, a més de desenvolupar el turisme cap a **Suïssa**, que es va convertir en la destinació turística per excel·lència des d'aquell moment i especialment a partir del segle XX, amb l'apogeu de l'alpinisme. Paral·lelament, va traslladar la seu de la companyia a Londres i també va obrir sucursals als Estats Units. La seva principal innovació va ser la de crear els **forfets individuals**, ja que uns bons o cupons d'hotel van acompanyar els indispensables bitllets de tren. Els bons servien per a pagar les habitacions de qualsevol hotel que hi havia a la guia que editava la mateixa agència, i s'evitaven així els inconvenients d'haver de pagar en moneda estrangera.

Activitat

Si abans apel·làvem a l'estudi de la biografia de Thomas Cook, un altre exercici interessant de fer respecte al que hem tractat aquí és veure l'evolució de l'empresa que va crear Cook, no solament en aquest període històric, sinó també aquests anys més recents. Pot ser un bon exemple de les transformacions del sector en els últims temps.

Wagon-Litts

Paral·lelament, hi havia altres empresaris que feien avançar l'activitat. A partir de l'èxit de Cook i amb relació a la celebració de l'Exposició de Viena el 1873, l'enginyer i empresari **Georges Nagelmackers** va firmar uns contractes amb les empreses de ferrocarrils de França, d'Àustria i d'Alemanya per a estrenar els **primers cotxes llit** d'àmbit internacional, a fi de portar visitants de París a Viena, que va ser l'embrió de la poderosa companyia de transport **Compagnie Internationale des Wagon-Litts**.

2.2.4. La creació del primer parc nacional als Estats Units

Mentrestant, a l'altra banda de l'Atlàntic, als puixants Estats Units, els progressos del turisme eren semblants o fins i tot més accelerats. De fet, en aquest país es produïa un fet fonamental per al futur del turisme tal com avui l'entendem: la declaració d'un ampli territori entre els estats de Wyoming, Idaho i Montana com la primera zona natural protegida del planeta, el primer parc nacional del món, el **Parc Nacional de Yellowstone**. Popularitzat per la bellesa paisatgística que tenia (especialment per les característiques geotèrmiques) i per la flora i fauna, va esdevenir una de les destinacions turístiques principals dels nord-americans i va impulsar la creació de moltes altres zones protegides arreu del món, cosa que va donar peu al turisme de natura.



El Parc Nacional de Yellowstone, a l'oest dels Estats Units, ha estat un exemple per a la creació d'altres zones naturals protegides d'arreu del món.

A més, gràcies a companyies com la Cook, hi havia molts nord-americans que es deixaven veure per les capitals turístiques, sobretot per París i Roma, però al seu propi país, encara que hi faltava arqueologia, història o museus rellevants, replet de belleses naturals grandioses i intactes, es desenvolupava un turisme interior d'un volum notable. Boston i Nova York eren les ciutats més visitades. Ara bé, no hi havia cap d'aquestes destinacions que superés el xou fluvial clàssic d'ara de la frontera amb el Canadà, les **cascades del Niàgara**, que a finals del segle XIX ja estaven envoltades d'un gran conjunt d'hotels, amb una temporada turística que s'estenia des de l'abril fins a l'arribada de la tardor.

Activitat

Mireu de saber coses de Yellowstone i les cascades del Niàgara. Continuen essent les destinacions turístiques principals als Estats Units.

2.2.5. El desenvolupament dels casinos a partir del desplaçament de la moda balnearia del centre d'Europa a la Costa Brava

Tornant a Europa, és imprescindible parlar també del **nou desenvolupament del balnearisme i, en general, del concepte del bany**, un dels fenòmens la importància del qual com a antecedent remot del turisme hem vist més amunt i que tornarà a ser determinant en aquesta etapa en què apareix l'activitat com a tal. La puixança econòmica creixent de la burgesia europea, sia a la Gran Bretanya, a França, a Alemanya o especialment als imperis austrohongarès i otomà, i també el desenvolupament del ferrocarril fan que en moltes de les destinacions balnearies tradicionals, popularitzades també pels viatgers romàntics, com Bath, Spa, Baden-Baden, Carlsbad, Budapest o Istanbul, proliferin **complexos balnearis** enormes, unes zones àmplies on, a més dels establiments de banys, hi ha tota mena d'**activitats i de serveis complementaris**: comerços, transport i especialment cases de joc, **casinos**, que amb el pas del temps seran un dels reclams principals d'aquestes destinacions elitistes. És el període que alguna gent ha anomenat **edat d'or del balnearisme** a Europa.

A partir de la moda dels balnearis també proliferen els **primers banys de mar**, i així es posen de moda ciutats com Biarritz (País Basc), on estiuegen Napoleó III i la seva esposa, i sobretot a partir de la dècada dels seixanta del segle XIX la Riviera francesa, i al cap de poc també la costa italiana de l'Adriàtic, concebuts primer com a destinacions hivernals a fi que les classes altes poguessin fugir del rigor de l'hivern de les seves localitats d'origen. Fins a Niça, Rímìni o Blackpool hi van també els membres de les classes menys privilegiades, gràcies a la millora en les connexions ferroviàries entre les ciutats industrials creixents i aquests centres de lleure.

Al voltant dels balnearis també, es construeixen els **kursaals** o **casinos**, que són els que la majoria de vegades atreuen els clients a aquests complexos i que van tenir una importància decisiva en el desenvolupament d'aquests primers centres a la costa. I és que el bany de mar, que va ser el germen del que actualment és el turisme de platja, va procedir de la moda dels balnearis d'interior, especialment a partir d'una conjuntura molt específica: quan les autoritats **van prohibir el joc en els balnearis d'interior**, els més luxosos i freqüentats dels quals eren a Alemanya, Txèquia i Eslovàquia, els propietaris es van exiliar a les **poblacions de la costa**, com **Mònaco i el seu casino de Montecarlo**, que a partir de llavors van experimentar un desenvolupament d'una magnitud tal que en aquell moment no era gens predictable.



El casino de Montecarlo, a la vora de Mònaco, un model per a altres establiments a partir del segle XIX.

Activitat

Quant de turisme pot continuar generant Mònaco avui dia? I la Costa Brava? Segur que a Internet trobareu alguna resposta. I també n'hi trobareu alguna sobre el perfil de turista que continua anant majoritàriament a aquesta zona, d'alts ingressos, i que continua reconeixent en aquests noms una marca de distinció.

Una altra de les característiques d'aquest turisme nou va ser l'aparició de l'**estacionalitat turística**; efectivament, fins llavors els turistes del *grand tour* i els mateixos viatgers romàntics eren individus acabalats, generalment rendistes, que disposaven de tot l'any per a viatjar i no es preocupaven pel fet de tenir uns límits temporals. De fet, tan sols hi havia algunes activitats, com la mateixa concurrència als balnearis, les travessies marítimes o els viatges a determinades destinacions, que pel seu propi caràcter estival es feien a l'estiu, ja que normalment l'època preferida per a viatjar era l'hivern perquè la majoria dels viatgers, com que eren britànics o del nord d'Europa, s'estimaven més fugir del rigor del clima del seu país en aquesta època.

Finalment, és molt important recalcar el fet que perquè aparegui i es consolidi l'activitat s'ha de donar un fet fonamental: els **quaranta-tres anys de pau ininterrompuda** al continent europeu des del conflicte francoprussà, el 1871, fins a l'esclat de la **Primera Guerra Mundial**, el 1914. A més, a partir de la dècada dels setanta del segle XIX, hi va haver dos països tan importants per al turisme europeu com **Alemanya i Itàlia** que van començar a aparèixer en les **guies Baedeker** i en els *hand-books* dels viatgers com a **països unificats**, sense duanes i amb sistemes monetaris únics, i en què França i Suïssa despuntaven com a centres turístics tradicionals, on els industrials del ram, a París, Niça o Interlaken, van saber entendre a la perfecció el fenomen que es generava llavors i el futur que s'hi preveia durant les dècades següents.

3. Cap a la industrialització i popularització del turisme

3.1. Els canvis en l'oferta: industrialització i professionalització del sistema turístic

Durant les últimes dècades del segle XIX i les primeres del segle XX, si bé el turisme continua essent una activitat econòmica relativament marginal a escala regional o estatal, comença a tenir un cert impacte en determinades destinacions locals, mentre que les grans ciutats i aquestes destinacions ja tenen una **infraestructura turística considerable** i l'esforç dels agents locals en el **foment i la promoció** comença a ser significatiu. D'altra banda, si bé es manté una **producció molt intensiva en mà d'obra**, es comencen a introduir en hotels i restaurants les primeres **innovacions tecnològiques** (telèfons, ascensors i maquinària nova). A més, hi ha certa identificació amb el taylorisme, cosa que es pot entendre perquè s'observa una certa **racionalització de la producció** mentre que el **consum encara continua restringit a una elit** i no s'ha desenvolupat un estat del benestar que actuï de gestor econòmic, de manera que garanteixi el manteniment de la demanda i reguli la relació entre aquesta demanda i l'oferta.

Encara que l'oferta comença la seva **industrialització**, la demanda continua restringida a un mercat molt local que continua relacionat específicament amb l'escala social. Des del punt de vista del progrés tecnològic, durant els primers lustres del segle XX hi ha un **mitjà de transport nou, l'automòbil, que revoluciona el món del viatge** per diferents raons. Torna a ser l'afany de les classes més adinerades per a diferenciar-se de la resta de viatgers el que les portarà a tenir aquest mitjà com a icona d'una manera nova d'entendre el turisme. Passarà el mateix amb l'avió, tot un símbol dels nous temps. Tot i que aquests mitjans de transport encara no tenien el paper preponderant que van adquirir en el turisme de masses, sí que és veritat que comencen a desplaçar els mitjans tradicionals en les preferències dels turistes pioners i comporten, en definitiva, una **manera nova d'entendre els viatges i una transformació qualitativa important en la demanda turística**, en la qual es passa d'una concepció estàtica (especialment representada per la pràctica balnearia) a una **concepció del turisme molt més ràpida, dinàmica (el mite de l'automobilista i els seus viatges), flexible, individualista i lliure**.

Activitat

Investigueu sobre el paper que han tingut l'automòbil i l'avió en la història del turisme al llarg del segle XX. Us pot ser d'una gran ajuda per a comprendre les transformacions de l'activitat.



L'automòbil va transformar de manera radical el món del turisme.

No obstant això, abans de començar a comentar les **transformacions** que hi va haver amb relació a l'**estructura dels mercats turístics en aquesta etapa**, és imprescindible esmentar l'**impacte negatiu** tremend que va tenir en el **desenvolupament turístic** l'esclat de la **Primera Guerra Mundial**, el 1914. Hem apuntat abans que els grans avenços operats a finals del segle XIX s'havien degut també (i molt especialment) al llarg període de pau entre la dècada del 1870 i el començament d'aquest gran conflicte. El conflicte, que es va estendre fins al 1918, va paralitzar dràsticament, com és obvi, l'incipient moviment turístic internacional. La mobilització massiva de soldats, la pèrdua important de vides, la destrucció de bona part d'Europa i les greus conseqüències personals, socials i econòmiques que es van derivar de la guerra van provocar un estancament important en el turisme europeu.

Això no obstant, la dinàmica de creixement i transformació de l'activitat en va facilitar la **recuperació a partir dels anys vint**, i es van consolidar alguns dels canvis principals que s'entreveien en el canvi de segle. Sovint s'ha anomenat aquesta dècada *els feliços anys vint*, potser perquè en part es va entreveure un *món nou* després dels desastres que va provocar la guerra. Així i tot, aquests anys van continuar essent feliços especialment per a una classe adinerada, i el turisme va continuar essent un producte elitista. Per a la major part de la població, però, la situació no era tan feliç: Alemanya passava per la crisi econòmica més greu de la seva història moderna, a França hi havia turbulències socials importants i a Anglaterra es començava a entreveure la decadència del seu imperi. La creació d'un *món nou* s'entreveia especialment als Estats Units i a la naixent Unió Soviètica. De fet, va ser fonamentalment als **Estats Units** on hi va haver en aquesta època les transformacions **més importants i més ràpides pel que concerneix el món del turisme, el viatge i en general el lleure.**

Els canvis principals pel que fa a l'activitat turística durant aquest període comencen per una manera nova d'entendre l'**actuació pública en l'àmbit turístic**. A partir de finals del segle XIX i a partir del desenvolupament del lleure burgès a les ciutats i l'àmbit rural, hi ha diferents institucions públiques que entenen la necessitat de potenciar la promoció i el foment d'aquesta activitat turística incipient. Així, neixen les primeres organitzacions dedicades a aquests propòsits, els **sindicats d'iniciativa**. L'origen dels sindicats d'iniciativa se situa a la segona meitat del segle XIX a França, a partir del puixant moviment **excursionista** que fa que molts dels seus municipis comencin a tenir un moviment important de persones, especialment els caps de setmana i els períodes de vacances. Aquest moviment de viatgers, a més, comença a adquirir un caràcter més interclassista. Així, **el 1889 es crea el primer sindicat d'iniciativa, a Grenoble (França)**, amb l'objectiu d'estudiar els mitjans que feien falta per a atreure i retenir els visitants forans, amb la qual cosa es va acabar convertint en el model per als nous sindicats d'iniciativa que van sortir a partir de llavors. Grenoble, a més, era el bressol d'alguns dels creadors romàntics principals del segle XIX, la porta d'entrada a les destinacions turístiques principals dels Alps francesos i quedava a prop de Lió.



Grenoble, a França, és el bressol del moviment associatiu entorn de l'activitat turística.

Des de França, el moviment dels sindicats d'iniciativa turística s'estén fins als països veïns de la zona alpina europea, que llavors eren les destinacions principals de l'excursionisme alpinista, com Suïssa, Àustria i Itàlia, en les quals es van crear associacions estatals que agrupaven els sindicats regionals i locals, com la **Unió de Societats Suïsses de Desenvolupament**, fundada el 1893, i l'**Associació Nacional per al Moviment dels Forasters a Itàlia**, fundada el 1900 (González, 2003). Durant l'últim quart del segle XIX aquesta mena d'organitzacions es van popularitzar a tot Europa i es van situar en relació amb l'onada associacionista creixent que s'estenia pel continent i que a comença-

Lectura recomanada

Juan C. González (2003). *El turismo en España (1905-1931)*. Tesis doctoral presentada al Departament d'Humanitats de la Universitat Carlos III de Madrid.

ments de segle va arribar a les destinacions noves del mediterrani, especialment per mitjà de la informació que n'aportaven els acabats estiuejants i especialment els diplomàtics que vivien a l'estranger.

A Espanya, el que volien aquesta mena de promotors burgesos era una institució semblant a la que ja hi havia, amb un èxit reconegut, en els països esmentats, i que tenia a veure més amb un consorci entre sector privat i públic que no pas amb l'impuls en solitari de l'administració. En aquests països, els sindicats d'iniciativa s'havien creat com a entitats associatives sense ànim de lucre propi, que recollien l'esforç dels diversos agents que estaven interessats a fomentar l'activitat en la destinació, tant els primers clubs d'automobilistes, hotelers i restauradors o comerciants, com els governs locals o les federacions de municipis. D'altra banda, a la influència de les personalitats que coneixien els beneficis del turisme a l'estranger s'hi va afegir la influència de les colònies d'estiuejants en els focus principals del primer turisme de l'època, com és el cas de Sant Sebastià i de Palma, que van ser pioneres a tenir una societat d'aquesta mena.

Activitat

Reflexioneu sobre les semblances i diferències entre les primeres societats de foment del turisme i els consorcis actuals de promoció turística, a l'estil de Barcelona Turisme, a Barcelona.

Amb tot, va ser a Barcelona on va néixer el que va ser un dels organismes més actius de la promoció turística a Espanya, la **Societat d'Atracció de Forasters i Sindicat d'Iniciativa de Barcelona**, creada per diferents membres del consistori barceloní a partir de l'experiència de les iniciatives europees. La majoria dels seus primers membres formaven part del moviment regeneracionista català, un corrent reformador que va sorgir després de la crisi que va provocar la pèrdua de les últimes colònies americanes i que volia regenerar la vida social i econòmica del país des d'una perspectiva encara classista i relativament conservadora. L'acció de la Societat va ser fonamental en la conformació de la imatge de Catalunya i Barcelona com a destinacions turístiques i també en la **creació de la Comissaria Règia**, un dels primers ens de promoció turística d'àmbit estatal, l'**edició de la principal publicació turística** del moment, *Barcelona Atracción*, o l'organització dels primers congressos sobre el sector **turístic de l'Estat**.

No obstant això, a part de l'impuls de l'Administració pública, el principal fenomen que va incidir en la transformació de l'activitat durant aquests anys va ser l'**aparició de dos mitjans de transport nous: l'avió i, especialment, l'automòbil**.

El marquès de Bailén

A Espanya, potser un dels promotors turístics més representatius és Carlos Arcos y Cuadra, marquès de Bailén i diplomàtic reconegut en diverses capitals europees com Berlín. El marquès de Bailén, igual que una petita minoria de visionaris, preveia un futur "esplèndid" al turisme a Espanya, tant per les qualitats culturals, històriques, climàtiques o gastronòmiques que tenia la península, com pel "caràcter distendido de sus ciudadanos con el visitante extranjero".

Lectura recomanada

Carlos Arcos y Cuadra (1974). *De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España (1909) seguido de la industria del turismo en España* (ed. original 1918). Barcelona: Alba.

Reflexió

En aquest sentit, és interessant d'indicar que aquesta forma "mixta" de foment turístic va ser fonamental en l'origen de l'activitat a Europa (etapa prefordista) i després va anar caient en desús a favor de l'actuació de les administracions públiques (etapa fordista o turisme de masses), per a recobrar el protagonisme (amb formes noves) a finals del segle xx (etapa postfordista).

Amb relació a l'automòbil, encara que el desenvolupament va començar unes dècades enrere, concretament a la dècada dels vuitanta del segle XIX (a partir del desenvolupament que va fer **Karl Benz el 1886 del motor d'explosió**), va ser en els primers lustres del segle XX quan va revolucionar de debò el món del turisme per diferents raons. L'afany etern de les classes més adinerades de diferenciar-se de la resta de viatgers les portarà a prendre aquest mitjà com a icona d'una manera nova d'entendre el turisme. **La irrupció de l'automòbil privat** va sacsejar profundament les estructures que hi havia fins llavors, ja que va comportar, entre altres coses, **més independència del turista** respecte a la destinació en la qual passava les vacances.

A més, a partir del 1910, la fàbrica de Henry Ford va començar a produir en cadena, la qual cosa va facilitar la proliferació de l'automòbil arreu del món. La difusió va comportar la necessitat de condicionar **vies noves de comunicació** (les autopistes noves que aniran apareixent a Europa i els Estats Units), i al voltant d'aquestes vies es van construir **hotels, fondes, pensions i restaurants nous**, perquè els viatgers reposessin en els desplaçaments cap a les poblacions turístiques. L'aparició de l'automòbil va ser decisiva en el món del turisme ja que la flexibilitat, l'autonomia i la rapidesa que hi va aportar va fer que es possessin **de moda destinacions turístiques noves** que fins llavors tenien poc atractiu per la dificultat que hi havia d'anar-hi i que a partir de llavors també van desplaçar en bona part les preferències anteriors.

D'altra banda, l'avió va ser l'altre mitjà que va irrompre en aquesta època i que va transformar per complet el món al segle XX. No obstant això, el desenvolupament per a ús turístic no es va popularitzar fins a mitjan segle, encara que l'evolució va ser important durant les primeres dècades. El **primer vol dels germans Wright el 1903** va ser tan sols el presagi d'un desenvolupament ràpid, especialment després de l'impuls que, per **motius bèl·lics**, va experimentar l'aviació després de la Primera Guerra Mundial. La dècada dels anys vint va ser la dels **grans asos de l'aviació**, aviadors que sumaven reptes nous al seu palmarès cobrint etapes cada vegada més llargues i que al seu moment van ser a la cúspide de l'imaginari popular. En aquesta dècada també es van desenvolupar les primeres línies comercials, com KLM o Lufthansa, si bé encara utilitzaven aparells militars de la Primera Guerra Mundial, reconvertits per a transportar viatgers, tot i que eren sorollosos i incòmodes. I és que, per aquesta època, l'avió encara competia amb mitjans com el **dirigible**, el prototip més conegut del qual era el **zepelí**.



En la història de l'aviació el període que hi ha entre el 1918 i el 1939 és conegut com a **edat d'or de l'aviació**.

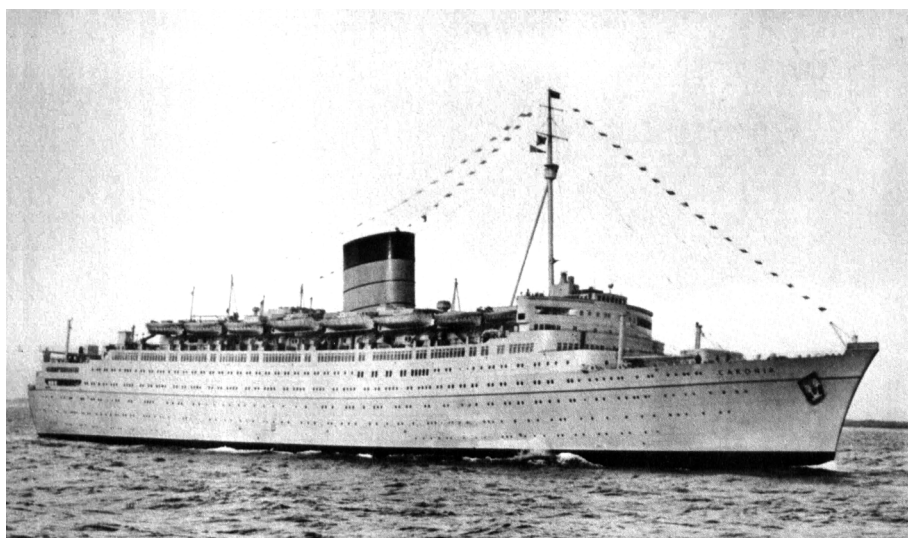
Això no obstant, si bé aquests dos mitjans, l'automòbil i l'avió, van revolucionar el món del transport i finalment del lleure i el turisme durant les dècades venidores, **els reis de debò del moviment turístic durant aquests anys continuaven essent el ferrocarril i el vaixell.**

El tren havia estat el gran protagonista de l'etapa anterior, símbol màxim de la Primera Revolució Industrial i peça clau per a l'aparició del turisme modern. A començaments del segle XX continuava essent el rei del transport i tenia un disseny que evolucionava gràcies als avenços pel que fa a la potència, la mida i la velocitat a què podia arribar. Aquestes dècades són, a més, les que veuen el desenvolupament del ferrocarril com a mitjà de transport de luxe, vinculat al lleure burgès. A finals del segle XIX s'havien desenvolupat els trens llitera, que permetien rutes més llargues, i això havia donat lloc als paradigmàtics **Orient Express** i **Transsiberià**, que feien uns serveis extraordinaris.



L'Orient Express va introduir una manera nova de viatjar associada al luxe.

Pel que fa a la navegació marítima, al segle XIX havia experimentat avenços importants a partir de la transformació progressiva de la seva arquitectura i de la substitució de la vela pel **vaixell de vapor** a partir de la dècada del 1820. A començaments del segle XX el vaixell de vapor passava per l'època de més apogeu, especialment gràcies a les grans naus de l'època, els transatlàntics, autèntiques mostres del progrés del moment que cobrien les rutes marítimes més llargues, especialment la de l'Atlàntic nord. Tant el ferrocarril com el vaixell de vapor portaven tota mena de persones, des de les més humils, que viatjaven per treballar o emigrar a altres països, fins a les més acabades, que ho feien per lleure. En aquest sentit, les **estances reservades a la burgesia** eren una mostra dels avenços principals que hi havia amb relació a l'allotjament i la restauració de l'època.



Els transatlàntics eren els reis del transport de viatgers de llarg recorregut a començaments del segle XX.

Durant aquests anys, a més de l'impuls públic i de la revolució dels transports, en el món del turisme hi ha una **transformació important pel que fa a l'oferta hotelera i a la restauració.**

En el món de l'hoteleria, el gran canvi va arribar de la mà del **concepte nou d'hotel**, en l'aparició del qual va tenir un paper destacat l'hoteler suís **César Ritz**. Les seves aportacions són variades, però en general és considerat el pare de l'hotel modern, al qual incorpora un seguit de serveis (generalització de l'electricitat, banys a les habitacions, decoració, il·luminació, ascensors, etc.) que fins llavors no hi havia i estableix una atenció personalitzada per a cada client (servei d'habitacions, concepte nou de recepció). Els avenços en l'hoteleria de Ritz són el primer pas cap a una **professionalització i industrialització progressives de l'oferta d'allotjament**, fins aleshores de caire tradicional, familiar, i de factura artesanal, a mida.



César Ritz va introduir un concepte d'hoteleria radicalment modern i que va transformar el sector.

D'altra banda, també hi ha transformacions importants en el món de la **restauració**, que fins llavors també havia estat una activitat artesanal i poc professionalitzada. Durant bona part del segle XIX va predominar el model de la **casa d'àpats**, pensada per als treballadors que havien de menjar forçosament fora de casa. El **concepte de restaurant** tenia dificultats de consolidar-se perquè menjar fora de casa era molt car, i va començar el recorregut en alguns dels elements esmentats més amunt i lligats al lleure burgès, tant el transport de luxe en ferrocarril com en vaixell. També hi va haver un desenvolupament **a partir de la modernització dels hotels**, els millors representants dels quals incorporaven ara bons serveis de restauració amb **cuiners reconeguts**, i també a partir de l'**extensió de l'automòbil i de les carreteres**, que van fer possible (especialment als Estats Units) l'aparició dels **restaurants de carretera**. Final-

Maxim's

Un dels establiments més coneguts va ser el **Maxim's** de París, que, encara que ja gaudia de reputació entre el jovent acabat de la capital francesa, va aconseguir un gran prestigi a partir de l'Exposició Universal de París del 1900.

ment, a partir de la fama que van aconseguir en el servei de famílies burgeses riques o en hotels reconeguts, determinats cuiners van poder obrir el seu propi establiment i popularitzar-lo de mica en mica. No obstant això, la prohibició de l'alcohol als Estats Units i la crisi dels anys trenta arreu del món occidental van frenar molt el desenvolupament de la restauració, l'enlairament del qual com a indústria va tenir lloc a partir dels anys cinquanta.

Finalment, durant aquests anys, a més de les transformacions en el món del transport i l'oferta turística, es van produir canvis importants també en la **intermediació**. A finals del segle XIX hi havia hagut incorporacions importants com la dels **xecs de viatge**, iniciativa portada a terme per l'agència de viatges **American Express**, que permetien als viatgers disposar d'una quantitat de diners que podien recuperar a les oficines de l'agència de les destinacions a les quals viatjaven. En les dècades següents el creixement de les agències va ser notable, de manera que va cobrir les necessitats noves del viatger amb **serveis nous**, sia amb viatges als grans vaixells de l'època o en els luxosos ferrocarrils, i **ampliant el nombre de rutes** que s'explotaven fins llavors. En aquest període, a més, es va desenvolupar el confort en el transport a partir de les invencions de **George M. Pullman**, i les dues grans companyies de l'època, Cook i Wagon-Litts, es van fusionar per crear la companyia d'intermediació més important del món.

Activitat

Indagueu l'evolució de l'empresa American Express amb relació a l'activitat turística i altres activitats econòmiques.

No obstant això, per a entendre la transformació que hi ha en el món del turisme entre finals del segle XIX i les primeres dècades del XX és indispensable entendre que, en paral·lel amb aquests canvis en l'acció pública, el transport, l'oferta i la intermediació, hi ha **canvis importants en la demanda turística**, o bé per la influència o la interacció amb aquests elements, o bé pels **canvis de tota mena** (socials, polítics, econòmics i tecnològics) que en general hi ha en aquest període històric i que **influeixen decisivament en els gustos i les preferències dels consumidors**.

3.2. Els canvis en la demanda: la popularització i diversificació progressives de l'activitat

Efectivament, és en aquesta etapa quan la demanda turística experimenta una transformació més gran des que va aparèixer, cap a començaments del segle XIX. En els casos més importants es tracta d'una evolució des de formes turístiques anteriors, que ja havien tingut un cicle de desenvolupament dilatat des de la irrupció de l'activitat a començaments del segle XIX.

En aquest sentit, és interessant començar parlant del **turisme de litoral**, o com es coneixia llavors, del **turisme de banys**. El desenvolupament d'aquest turisme parteix, com s'ha comentat més amunt, del **turisme de balneari** del segle

XIX. Ja hem dit que el **desplaçament dels casinos** que operaven en la majoria dels complexos balnearis del centre i de l'est d'Europa cap a les **destinacions del litoral** va accelerar l'apogeu d'aquestes darreres destinacions, la celebritat de les quals havia començat feia unes dècades. Així, hi va haver destinacions com la Costa Brava o algunes ciutats costaneres del nord d'Espanya (Santander, Sant Sebastià) que van esdevenir grans complexos turístics on anaven les classes aristocràtica i burgesa, sobretot a l'hivern, a fer un seguit d'activitats semblants a les que s'havien portat a terme en els grans complexos balnearis (passejades, sopars de gala, recepcions, joc). D'aquest fenomen se'n va dir la moda del **bany en aigües fredes**, ja que en la majoria d'aquestes destinacions el bany continuava essent considerat des d'una perspectiva terapèutica, i encara no tenia el component de lleure que va tenir al cap d'un temps. De fet, els viatgers hi anaven més per la bonança del temps i per gaudir del paisatge i del patrimoni d'aquestes destinacions que no pas per motius relacionats amb el bany.

No obstant això, va ser precisament durant les primeres dècades del segle XX quan hi va haver una transformació fonamental, la de l'extensió d'aquest fenomen a destinacions noves que, amb el pas del temps, van esdevenir les destinacions paradigmàtiques del turisme genèric i de masses per excel·lència, el turisme de sol i platja. És el trànsit de la moda de banys en aigües fredes a la moda de **banys en platges càlides**. Els motius associats a aquesta transformació són diversos. D'una banda, l'aspecte cultural hi té un paper fonamental. La Costa Brava, abans que hi arribés el gran corrent de viatgers rics que la van fer coneguda arreu del món, va ser popularitzada pels principals artistes francesos (especialment pintors) de l'època. Va passar el mateix en altres destinacions de més al sud. A Catalunya, per exemple, hi ha artistes (pintors, escriptors) com Santiago Rusiñol o Ferran Agulló que participen directament en la creació de l'imaginari pintoresc d'aquestes destinacions noves del litoral, com Sitges o la Costa Brava, encara que aquest procés també va passar en altres zones, com la costa andalusa o el llevant.



Poblacions com Sitges van esdevenir les destinacions noves del turisme que es va popularitzar durant les primeres dècades del segle XX.

Òbviament, **la irrupció de l'automòbil té un paper determinant** en aquests canvis, ja que ara els turistes no es volen veure subjectes a les disposicions rígides que s'establien en els centres balnearis, sobretot pel que fa a determinats horaris i determinades pràctiques dels clients, i prefereixen la llibertat que els comporten els centres de banys de mar, com els que hem esmentat més amunt, on comencen a comprar residències noves (a vegades fastuoses i tot), cosa que dóna pas al germen del fenomen contemporani de la segona residència. Això no obstant, de mica en mica, com ha passat en la majoria dels fenòmens turístics que hem descrit fins ara, aquestes destinacions es popularitzen, s'obren a una demanda cada vegada més àmplia i interclassista. De fet, a tot el litoral espanyol, des dels anys vint i començaments dels trenta, els complexos turístics reservats a la burgesia acullen cada vegada un nombre més gran de viatgers, que hi van amb els primers **autocars turístics**, en viatges curts, de cap de setmana moltes vegades, i que sovint són organitzats per les primeres agències de viatges que operen al país, com **Viajes Marsans**, creada el 1930.

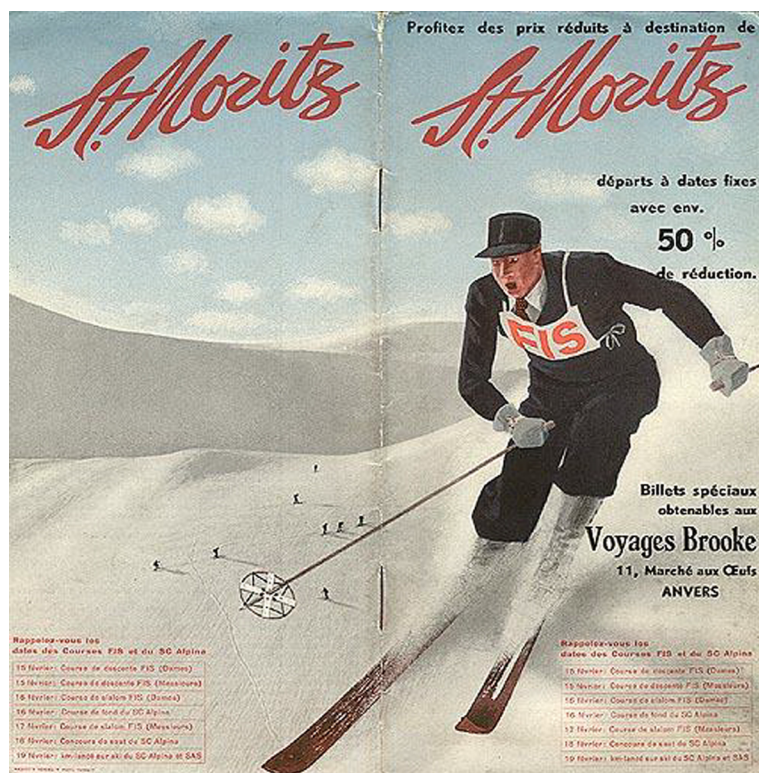


Viajes Marsans va ser la pionera de la intermediació turística a Espanya.

També és important d'observar la transformació de formes turístiques anteriors, que donarà lloc, amb el pas del temps, a les primeres expressions del **turisme rural**. En aquest sentit, és inevitable de parlar de la influència de l'**excursionisme** en el turisme burgès del segle XIX. El fenomen torna a sortir de la influència dels il·lustrats mitjançant institucions com les societats d'amics del país i, especialment, de la moda romàntica per les destinacions de l'interior i la muntanya, i amb relació a aquestes destinacions, per les virtuts filosòfiques, paisatgístiques i higièniques d'un món rural del qual s'allunya la civilització industrial. Al segle XIX, aquest món rural es comença a identificar com una mena de "reducte de la puresa humana", des d'una perspectiva tant naturalista com patriòtica i científica. En una Europa en què es formen nacions noves com Alemanya o Itàlia, el retrobament amb les arrels rurals és indispensable per a construir identitats noves. En estats futurs com Irlanda o en nacions com el País Basc, Catalunya o Galícia, s'esdevé un fenomen semblant amb relació al **ressorgiment del nacionalisme**.

L'**excursionisme científic** va ser l'hereu principal d'aquests fenòmens, i va aglutinar persones de procedència diferent però on originalment preval la classe burgesa. La seva visió del món rural, si bé al començament va tenir un objectiu analític, va acabar essent fonamental per a crear la imatge de les destinacions rurals i de muntanya, i el ressò va arribar a un nombre més gran de destinataris, interessats en aquest redescobriment del territori. També va ser fonamental, però, l'apogeu de l'**alpinisme en països com França, Suïssa i Àustria**. Una moda que va començar de la mateixa manera que en els casos anteriors que hem comentat però que finalment va arribar amb força a la Gran

Bretanya, de manera que va facilitar un moviment important de viatgers rics, que a l'estiu van a aquestes destinacions a fi de delectar-se amb les meravelles que els ofereixen els Alps.



Els Alps van ser la gran destinació turística europea els primers anys del segle xx.

De fet, en aquests països es van desenvolupar els embrions de les primeres institucions dedicades a fomentar el turisme, els sindicats d'iniciativa, com hem comentat abans, però també d'un gran nombre de societats, que s'encarregaven de crear i conservar **refugis** nous i també d'editar **publicacions especialitzades** i **organitzar viatges**, que incidien especialment en el col·lectiu obrer i, concretament, en el jovent mitjançant les seccions corresponents, que van conformar la base de les organitzacions actuals de **turisme juvenil**.

Paral·lelament, també es van desenvolupar altres formes de turisme al camp, com el mateix **campisme**, sia en tenda de campanya o en els primers **bungalows**. De fet, és sabut l'origen d'aquests bungalows, que en molts casos procedien de la reutilització d'antics vagons de tren per a allotjar-se temporalment al camp. En tot cas, la majoria d'aquests fenòmens tenen una relació òbvia amb l'excursionisme i també amb altres moviments, tant polítics, especialment reformistes, com socials. Al començament del segle XIX també apareix una forma turística nova que encara ara té plena vigència en molts països, especialment a la Gran Bretanya: l'**allotjament i desdèjuni** (o **bed and breakfast**), és a dir, l'estada en una casa de camp per a dormir i esmorzar, gaudint de la vida rural durant un temps i convivint a vegades amb els propietaris de la casa.

Del desenvolupament de l'excursionisme també naixerà un altre dels turismes prototípics del segle XX, el **turisme d'esquí** o **turisme blanc**. A partir de la popularització d'aquesta mena de turisme a Suïssa i Àustria en les últimes dècades del segle XIX, durant els primers anys del segle XX les vacances hivernals i la moda nova de l'esquí van esdevenir un fet habitual entre l'alta societat europea, que la van compatibilitzar amb les estades als balnearis centreeuropeus o les ciutats costaneres florents de la Riviera i l'Adriàtic a la temporada d'estiu.

La reputació i professionalitat de l'**hoteleria Suïssa** va tenir un paper rellevant en la difusió lenta però contínua de la pràctica de l'esquí, que va expandir el seu abast geogràfic des dels **Alps** fins a la resta d'Europa. Al llarg de la dècada dels anys vint, es van desenvolupar la majoria dels clubs d'esquí que encara hi ha, i dels Alps l'esport nou va passar a la serralada dels **Pirineus**, on aviat hi va haver un pol d'atracció internacional d'un caire excepcional, Superbagnères, que des del 1912 havia quedat unit al prestigiós complex balneari de Bagnères-de-Luchon mitjançant un ferrocarril de cremallera. Amb la proliferació dels accessos ferroviaris i la construcció de telefèrics, els llocs d'alpinisme i de pràctica d'esports blancs arriben a la maduresa a partir de la dècada dels anys vint i la freqüència de visitants passa a ser estable, si bé encara sense el caràcter massiu que va tenir al cap de mig segle (Fernández-Trapa i d'altres, 1986).

No obstant això, si hi ha un turisme que és el paradigmàtic d'aquesta època, és el **turisme urbà**, sense gaires variacions, però, de les formes que tenia al segle XIX, i en el qual el viatger està interessat especialment a conèixer els **recursos patrimonials** (artístics, arquitectònics, museístics o urbanístics) de la ciutat.

El turisme urbà recull l'herència del moviment que van generar les **exposicions universals** del segle XIX i també **les fires i el moviment comercial** associat que hi havia en aquests municipis des d'èpoques immemorials. Potser una de les grans novetats de l'època va ser l'aparició d'alguns dels esdeveniments principals que van impulsar aquesta mena de turisme durant el segle XX: els **esdeveniments esportius**, en què destaca l'aparició dels **jocs olímpics** i dels campionats **mundials de futbol**.

Lectura recomanada

J. Fernández-Trapa; L. A. Fernández Garate; T. Fernández-Trapa (1986). "La aventura del esquí alpino: Turismo y deporte: Desde los comienzos hasta la Segunda Guerra Mundial". *Estudios Turísticos* (núm. 92).



Els jocs olímpics es van convertir en un dels fenòmens massius més rellevants del segle xx.

Activitat

Segur que a la Xarxa trobareu informació de la història dels jocs olímpics o els mundials de futbol. Analitzeu com han evolucionat aquests esdeveniments pel que fa a mobilització de viatgers i repercussió per a les destinacions organitzadores.

Els primers Jocs Olímpics es van fer a Atenes, el bressol de l'olimpisme, el 1896, a partir de la iniciativa del baró Pierre de Coubertin, i van aconseguir una fama tan rellevant que van esdevenir un dels símbols principals de la modernitat d'aquell moment històric. Pel que fa als mundials de futbol, la primera edició es va preparar durant anys i va tenir lloc el 1930 a l'Uruguai. Tots dos esdeveniments van mobilitzar un gran nombre de persones i són representatius del model social d'home d'esport que promovia l'aristocràcia (reis com Alfons XIII) i la burgesia com a exemple de modernitat lligat a la salut, que es va estendre, com en altres casos, a la resta de classes socials i es va popularitzar progressivament fins a convertir-se en el fenomen massiu que avui dia coneixem.

Aquesta **popularització s'anirà estenent** a tots els fenòmens que hem esmentat més amunt a partir dels anys vint i trenta, fins i tot malgrat la crisi important d'aquesta dècada. En aquesta popularització hi van ser fonamentals les **millores socials** que van aconseguir definitivament els treballadors a començaments del segle xx, com la reducció de la setmana laboral, la de l'edat mitjana de treball i la de l'edat de jubilació, al costat de més cobertura social i sanitària gràcies a l'extensió de les responsabilitats dels estats dels països més avançats d'Europa. No obstant això, **els problemes socials**, com la crisi dels anys trenta i la tensió internacional (feixisme, influència soviètica) a l'Europa d'abans de la Segona Guerra Mundial, van **frenar molt l'empenta** que tenia

aquesta manera nova d'entendre el turisme, en la qual hi havia un percentatge més gran de població que començava a tenir accés als seus serveis i en la qual es promovien destinacions noves.

Després dels conflictes bèl·lics va fer falta **esperar com a mínim vint anys** (amb l'excepció de Suïssa, pel fet d'haver-se mantingut teòricament neutral, i del fenomen del *domestic travel* als Estats Units) perquè aquest fenomen nou reprengués els passos i, a més, creixés i es desenvolupés fins a quotes impensables per a la majoria d'analistes: és el fenomen conegut com a **turisme de masses** o **turisme contemporani**, que encara ara és majoritari a la major part del món i en què els turismes coneguts com a *turismes genèrics* són preponderants.

Escola berlinesa

A partir del moment en què el turisme deixa de ser una activitat minoritària i experimenta un cert desplegament, la ciència i l'acadèmia comencen a interessar-se en el sector. Fruit d'aquest canvi de percepció, sorgeix la dita **escola berlinesa**, que actua com a lloc de trobada de gent que s'interessa en el turisme des d'una perspectiva econòmica i especialment social.

Activitats

1. Pel que fa a les primeres manifestacions i els primers antecedents del turisme, considereu que podem parlar realment de fenòmens turístics o prototurístics? Justifiqueu la resposta.
2. En aquest apartat hem vist que la crisi dels fenòmens prototurístics en una part del món no implica que en altres llocs es mantinguin o continuïn evolucionant. Com enteneu que s'esdevé aquest fet en l'actualitat? Hi ha maneres diferents d'interpretar el lleure i el viatge a Occident i a Orient?
3. En l'edat moderna el lleure i el viatge es recuperen a Europa gràcies a un seguit d'elements que desemboquen en l'aparició del turisme modern just quan hi ha la primera industrialització. Quina us sembla que és la força principal que afavoreix l'aparició i el desenvolupament de l'activitat turística? O considereu realment que es tracta de la influència d'un seguit d'elements? Justifiqueu la resposta.
4. Els viatgers romàntics van crear l'imaginari turístic de moltes destinacions. Busqueu-ne una de propera a la vostra experiència i expliqueu com s'ha creat la imatge turística d'aquesta destinació.
5. La burgesia va ser en gran manera la responsable de l'evolució d'un turisme elitista durant el segle XIX i principis del segle XX. Què considereu que n'ha quedat, d'aquest turisme elitista? O és que avui dia hi ha una altra mena de turisme elitista que no té res a veure amb les classes socials?
6. Al començament del segle XX hi ha una transformació important de l'oferta turística a fi d'industrialitzar-la i professionalitzar-la. Us sembla que aquest procés és tancat o que, al contrari, en paral·lel amb l'oferta convencional, encara subsisteix una mena d'oferta de caire artesà i poc professionalitzada?
7. En el mateix període històric (primeres dècades del segle XX) també hi ha una transformació de la demanda turística, que es popularitza i es diversifica. Compareu el perfil de la demanda d'aquest moment amb el que va tenir més endavant, en l'etapa del turisme de masses, i, cosa que potser serà més interessant, amb el que té en el paradigma postfordista actual. Busqueu les semblances i diferències que hi ha en aquest sentit.

Glossari

alpinisme *m* Modalitat, inicialment, del muntanyisme o activitat que consisteix a fer excursions per les muntanyes. És important per al món del turisme perquè va facilitar l'aparició de fenòmens com el turisme d'esquí i perquè, associada a aquesta activitat, es va desenvolupar una hoteleria moderna que va influir decisivament en el desenvolupament del sector.

casino *m* Instal·lació dedicada al joc. La rellevància que té per a la història de l'activitat turística està en el fet que les destinacions balnearies tradicionals de Centreeuropa i les primeres destinacions de litoral de la Mediterrània es van desenvolupar en relació amb les activitats relatives al joc.

César Ritz *m* Hotelier suís considerat el pare del concepte modern d'hoteleria. Va incloure tot un seguit d'innovacions en els establiments, tant en instal·lacions com en serveis, que van transformar aquesta mena de negocis i van accelerar la transformació del sector, des d'una etapa artesanal fins a un període nou de professionalització.

excursionisme *m* Activitat física que consisteix a fer travesses o rutes per la natura amb una motivació relacionada amb l'àmbit esportiu, cultural, recreatiu o d'altres. La importància que té per al desenvolupament turístic està en el fet que va facilitar el descobriment i la posada en valor de moltes destinacions d'interior a Europa i els Estats Units.

exposició universal *m* Esdeveniment de caire internacional que tenia el propòsit de mostrar les innovacions tècniques i científiques principals de cada país. Va acabar essent, però, un fenomen de gran importància per la capacitat que tenia de mobilitzar (i el que és molt important, lliurement) un gran nombre de persones a les destinacions organitzadores.

grand tour *m* Viatge de formació de les classes altes britàniques o a vegades lligat a viatges per motius científics o diplomàtics amb destinació als llocs representatius de la cultura clàssica (especialment a Itàlia). Va acabar oferint una visió nova del món que va ser determinant per a crear les imatges turístiques arquetípiques que avui dia tenim de moltes destinacions.

Indian mail *m* Viatge dels funcionaris de la Companyia Britànica de les Índies Orientals i els seus familiars des de la Gran Bretanya fins a l'Índia. El trajecte cap al subcontinent transitava per un seguit de destinacions que van anar creixent en popularitat, primer a la Gran Bretanya i després arreu del món.

peregrinació *f* Desplaçament o viatge de persones a una determinada destinació per motivacions religioses. Es pot debatre si s'ha d'adscriure a l'activitat política o no, si bé és veritat que avui dia els pelegrins fan un seguit d'activitats en les destinacions molt semblants a les de qualsevol turista (allotjament, restauració o compres, entre d'altres).

ruta comercial *f* El comerç està en l'origen de l'activitat econòmica i les rutes que es van crear amb relació a aquest fenomen no solament van propiciar el desenvolupament econòmic de molts països i moltes regions, sinó que van facilitar la creació de xarxes culturals i de les primeres imatges relacionades amb el món del viatge.

termalisme *m* Activitat relacionada, en general, amb l'aprofitament terapèutic i higiènic de les aigües termals, al començament des d'una perspectiva mèdica i més endavant des d'una perspectiva social i econòmica, i en què el lleure i el turisme s'han situat sempre en una posició central.

Thomas Cook *m* Pare de l'empresa turística. Nascut a Melbourne el 1808, el seu negoci en l'activitat turística va començar amb l'organització d'un viatge per a obrers a la ciutat de Leicester amb motiu d'un congrés antialcohol. Va ser un dels primers a crear el concepte de producte turístic oferint un paquet a mida en què s'inclouia desplaçament, allotjament i àpats per al viatger. D'organitzar viatges per a obrers va passar a organitzar grans viatges per a la classe burgesa, al començament partint de les rutes que havien creat el *grand tour* i l'*Indian mail*, i més endavant afegint-hi rutes noves. La seva empresa va esdevenir una de les primeres multinacionals del món turístic.

Yellowstone *m* Parc nacional dels Estats Units. La importància que té per al món del turisme està en el fet que va ser el primer espai natural protegit per un estat.

Bibliografia

- Annals of Tourism Research** (1985). *History of tourism (thematic issue)* (vol. 3, núm. 12). Oxford: Pergamon Press.
- Barke, M.; Towner, J.** (1996). "Exploring the history of leisure and tourism in Spain". A: M. Barke; J. Towner; M. T. Newton (eds.). *Tourism in Spain. Critical issues* (pàg. 3-34). Wallingford: CAB International.
- Bayón, F.** (dir.) (1999). *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Brodsky-Porges, E.** (1981). "The Grand Tour: Tourism as an Educative Device 1600-1800". *Annals of Tourism Research* (vol. 2, núm. 8, pàg. 171-186).
- Burkart, A. J.; Medlik, S.** (1981). *Tourism. Past, Present and Future*. Londres: Heineman.
- Buzard, J.** (1993). *The beaten track European tourism, literature, and the ways to culture, 1800-1918*. Oxford: Oxford Clarendon Press.
- Cunningham H.** (1980). *Leisure in the Industrial Revolution: 1780-1880*. Londres: Croom Helm.
- Fernández Fuster, L.** (1991). *Historia General del Turismo de Masas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Inglis, F.** (2000). *The delicious history of the holiday*. Londres: Routledge.
- Lavaur, L.** (1974). *El turismo en su historia*. Barcelona: Ediciones Turísticas.
- Pellejero, C.** (dir.) (1999). *Historia de la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas.
- Pemble, J.** (1987). *The mediterranean passion: Victorians and Edwardians in the South*. Oxford: Oxford University Press.
- Shaffer, M.** (2001). *See America First: Tourism and National Identity, 1880-1940*. Washington: Smithsonian Institution Press.
- Smith, P.** (2001). *The history of tourism Thomas Cook and the origins of leisure travel*. Londres: Routledge.

