

# Los antecedentes y determinantes del turismo

Lluís A. Garay Tamajón

PID\_00156072



Universitat Oberta  
de Catalunya

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)





# Índice

<b>Introducción</b> .....	5
<b>Objetivos</b> .....	7
<b>1. Las primeras manifestaciones</b> .....	9
1.1. Los orígenes. Los primeros antecedentes en la Antigüedad .....	9
1.1.1. Los primeros grandes desplazamientos humanos .....	9
1.1.2. El ocio y el viaje en la civilización romana .....	13
1.2. La ruptura Oriente-Occidente en la Edad Media .....	18
1.3. El ocio y el viaje en la Edad Moderna .....	22
<b>2. La génesis del turismo moderno</b> .....	25
2.1. Los viajeros ilustrados y románticos .....	25
2.2. El ocio burgués en el siglo XIX.....	28
2.2.1. La celebración de las primeras exposiciones universales en Europa y América .....	31
2.2.2. El <b>Indian Mail</b> o desplazamiento de los funcionarios británicos a la India. ....	34
2.2.3. El primer viaje organizado de Thomas Cook en Gran Bretaña .....	34
2.2.4. La creación del primer parque nacional en Estados Unidos .....	36
2.2.5. El desarrollo de los casinos a partir del desplazamiento de la moda balnearia del centro de Europa a la Costa Azul .....	37
<b>3. Hacia la industrialización y popularización del turismo</b> .....	40
3.1. Los cambios en la oferta: industrialización y profesionalización del sistema turístico .....	40
3.2. Los cambios en la demanda: la progresiva popularización y diversificación de la actividad .....	48
<b>Actividades</b> .....	57
<b>Glosario</b> .....	58
<b>Bibliografía</b> .....	59



## Introducción

### Del pasado al futuro

Quizás, el primer elemento que ha de conocer el turistólogo debe ser que su especialidad, el turismo, es sin lugar a dudas uno de los **fenómenos contemporáneos que protagonizan nuestra sociedad y nuestra economía**. De hecho, ha sido conceptualizado frecuentemente como uno de los principales motores del cambio social y económico que se produjo en la segunda mitad del siglo XX, describiéndose su desarrollo como una **tercera ola** (tras las dos anteriores protagonizadas por los cambios en la agricultura y la irrupción de la industria) que revolucionó el mundo occidental y lo configuró tal como hoy lo entendemos.

Por otro lado, para gran parte del mundo científico especializado, **el turismo y de manera general el mundo del ocio serán también protagonistas en la sociedad y economía del futuro**, aquella que ya se vislumbra en las transformaciones actuales y que muchos llaman la sociedad del conocimiento y otros la *dream society* o sociedad de ensueño.

#### Rolf Jensen

Según Rolf Jensen (1999), uno de los padres de esta teoría, el ser humano ha ido pasando por diferentes estadios de evolución cultural, social y económica (entre otros aspectos), que lo han llevado desde las primeras sociedades agrarias a la industrialización (pasando por el esclavismo, el feudalismo y las primeras etapas del capitalismo). Actualmente, esta evolución se encontraría en un proceso de tránsito hacia la sociedad de la información y/o el conocimiento, en la que los intangibles en general tendrán mayor relevancia en el crecimiento de las economías.

Para Jensen, en el futuro, y una vez superada la etapa de la sociedad de la información, las sociedades occidentales tenderán hacia una nueva etapa, la de la *dream society* o sociedad de ensueño, una sociedad en la que el componente emocional adquirirá mucha más relevancia que el componente racional. En este nuevo contexto, las actividades ligadas a la cultura y también al ocio tendrán un papel protagonista, ya que la agricultura, la industria y otros servicios ocuparán tan sólo un pequeño porcentaje del producto.

El turismo desempeñará una función capital, aunque no tendrá las características que ha presentado tradicionalmente. En este sentido, la demanda turística no se centrará en la búsqueda de servicios, cuya provisión se considerará como básica, sino de experiencias que satisfagan sus necesidades emocionales. En este contexto, la oferta (tanto las empresas en particular como los destinos en general) tendrá que adaptarse y desarrollar nuevos métodos de investigación con el fin de averiguar y entender sus motivaciones.

#### Actividad

Reflexionad al respecto del futuro que pueden tener los destinos donde veraneáis o donde habéis viajado recientemente.

Siendo así uno de los fenómenos que protagonizan la época contemporánea, sus **orígenes y antecedentes directos** suelen buscarse en los inicios de la misma, es decir, entre finales del siglo XVIII e inicios del siglo XIX, cuando en Occidente se produjo el tránsito de una sociedad y una economía ancladas en el

#### Lectura recomendada

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

#### Web recomendada

Para ampliar el conocimiento acerca de las relaciones entre la *dream society* y el sector turístico, puede resultar muy útil la lectura de la referencia "Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado", de Eulogi Bordàs. La podéis consultar íntegramente en un enlace de la Universitat Oberta de Catalunya: Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado.

Antiguo Régimen a unas nuevas estructuras socioeconómicas y unos nuevos modelos de regulación institucional y legal que, en gran medida, son los que subsisten hoy y se encuentran en un momento de crisis o reconsideración.

No obstante, y como también ocurre en muchos de los fenómenos que han protagonizado nuestra época, el turismo y el ocio tienen unos **antecedentes remotos**, alejados en el tiempo y que resulta muy interesante observar para obtener un conocimiento más amplio del porqué de su irrupción en los inicios de nuestra época y del porqué de su papel protagonista en las últimas décadas y en el futuro.

Con este fin, iniciaremos nuestra explicación con un primer apartado que profundizará en los antecedentes más lejanos del turismo para, posteriormente, observar la aparición del fenómeno tal y como lo conocemos en la etapa moderna y, al final, ver por qué motivos se convirtió en uno de los motores del cambio acaecido en los últimos tiempos y por qué se considera que será uno de los protagonistas del futuro.

## Objetivos

En este módulo, encontraréis el contenido y las herramientas necesarias para alcanzar los siguientes objetivos:

- 1.** Conocer cuáles han sido los antecedentes más remotos del fenómeno turístico y cómo han ido evolucionando hasta dar lugar al nacimiento del turismo.
- 2.** Reconocer en qué momento histórico se produjo la irrupción de la actividad turística y bajo qué contexto se produjo este hecho.
- 3.** Identificar cómo se originó una actividad con un importante impacto desde el punto de vista social, económico y de otro tipo.
- 4.** Conocer cuáles fueron los primeros mercados turísticos que se crearon en el mundo industrializado a lo largo del siglo XIX.
- 5.** En este mismo sentido, observar el desarrollo de la profesionalización de la oferta turística y de la especialización de la demanda turística a inicios del siglo XX.
- 6.** Finalmente, ver la huella que sobre esta actividad dejan los disturbios sociales y, especialmente, el impacto negativo de los conflictos bélicos en su evolución.



# 1. Las primeras manifestaciones

## 1.1. Los orígenes. Los primeros antecedentes en la Antigüedad

### 1.1.1. Los primeros grandes desplazamientos humanos

Para encontrar los antecedentes remotos del turismo, hemos de recordar que uno de los hechos esenciales que definen el turismo es el **desplazamiento sobre el territorio**. Teniendo en cuenta este aspecto, podríamos considerar que el desplazamiento del hombre sobre el territorio es tan antiguo como el hombre mismo, ya que desde los primeros momentos de la prehistoria el hombre, como cazador primero y pastor después, era **nómada**. De hecho, no sería hasta la irrupción de la agricultura en el neolítico cuando el ser humano iniciaría una etapa de sedentarismo en la que fijaría definitivamente su residencia, su principal propiedad desde este momento.

Es en este momento en el que se considera que se origina la actividad económica, ya que la economía como la concibieron posteriormente los filósofos griegos implicaba la administración de una propiedad: casa o familia, de *οἶκος* ('casa', en el sentido de patrimonio) y *véμεωιν* ('administrar').

Una vez que el hombre fijó su residencia, transformó de modo progresivo el hábitat que la rodeaba. Inicialmente, la mayor parte de las economías primitivas fueron de **autoabastecimiento**, en la que la producción propia era suficiente para su sustento. No obstante, a medida que la sociedad fue evolucionando y haciéndose más compleja, el ámbito familiar sería sobrepasado por el tribal y de la producción propia y del autoabastecimiento se pasaría a una primera economía de **trueque** y a la aparición del **comercio**, lo que en definitiva supuso la aparición del **intercambio**.

Es así la forma en que aparecerían las primeras **rutas comerciales**, al principio de escala local o regional, pero que para lo que aquí interesa conllevarían una nueva necesidad de **desplazamiento sobre el territorio**. Aquí aparecieron las primeras **grandes rutas comerciales** como la de las caravanas, o la de la seda, o la plata; incluso hubo pueblos que se especializaron en estas actividades, como los que los egipcios denominaron "pueblos del mar".



Las grandes rutas comerciales favorecieron el conocimiento de otras culturas.

En paralelo, a medida que las sociedades se desarrollaban, aparecían nuevas necesidades de desplazamiento. Siguiendo la estela de las primeras proto-civilizaciones, el afán de conquista y pillaje de territorios y bienes ajenos provocó que el hombre se desplazara a mayor distancia. Por desgracia, **guerras e invasiones** fueron, durante siglos, otros de los principales motivos de movilidad de los seres humanos. También a medida que la sociedad humana avanzaba, progresaban los **intereses científicos**, y éstos iban en muchas ocasiones ligados a los desplazamientos, ya fuera para conocer otras civilizaciones por motivos económicos o bélicos, explorar el territorio en búsqueda de recursos o conocer los avances culturales de otros pueblos.

Aunque las motivaciones originales de estos fenómenos poco o nada tienen que ver con el turismo, sí es cierto que algunos de sus protagonistas legaron a la humanidad las **primeras descripciones de las formas, usos y costumbres de las culturas** de entonces y, en gran medida, conformaron la aparición del concepto de viaje y de éste, el de viajero. Y es que dentro de estos desplazamientos originados por la necesidad, ya fuera comercial, científica como bélica, también había en ocasiones un resquicio para la **curiosidad**, por el insaciable afán de saber y conocer lo que está más allá de la línea del horizonte. De estos últimos viajes, como de algunos militares empeñados en magnificar sus hazañas, es de los que tenemos mayores referencias, ya que en ocasiones a las pretendidamente objetivas descripciones del territorio, desde una perspectiva comercial o militar, se les añadían apreciaciones de **carácter subjetivo**, literario, que son las que realmente nos interesan puesto que son las que mayoritariamente conforman el **imaginario viajero** que heredarán las generaciones futuras.

### Viaje y viajero

En relación con el concepto de viaje y viajero, ya desde sus inicios, la humanidad ha vinculado estos conceptos provenientes de lo físico (desplazamiento por el territorio) con lo metafísico o místico. Así, autores como Joseph Campbell (2005, edición original de 1949) ya relacionaron el *viaje del héroe* que se encuentra en las historias y leyendas populares con un patrón de conocimiento basado en la tríada "separación - iniciación - retorno", lo que implica relacionar el viaje físico con la metamorfosis personal. Entre

#### Lectura recomendada

J. Campbell (2005). *El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.



estos primeros viajes, se encuentran algunas de las primeras epopeyas humanas, como en el caso del viaje de Gilgamesh, un personaje de la mitología sumeria que es el primer gran viajero conocido, o la *Odisea* o el viaje de Ulises, la epopeya fundacional de la cultura griega y en general de la civilización occidental.

Con todo, aunque estamos hablando de los orígenes del imaginario turístico, sería incorrecto entender este origen del viaje como un fenómeno proto-turístico, ya que para que sea así, además de un interés que no esté estrictamente vinculado con lo material, se necesita que el desplazamiento no sea un hecho aislado, individual, sino que tenga un mínimo calado social, que afecte a determinadas o amplias capas de la población.

Sin embargo, sí que existió un fenómeno que, por sus características, podría considerarse como el antecedente remoto más directo del turismo: **las peregrinaciones**. En ellas, el interés de los viajeros estaba desde un principio relacionado con algo que iba más allá de los aspectos materiales y, aunque es cierto que su carácter masivo era relativo y dependía de ciclos históricos, tenían unos **destinos fijos** y consolidados, con **rutas propias** y **alojamientos** para tal propósito, contaban con **señalizaciones** y presentaban un cierto grado de **organización**.

Por si eso no bastara, eran **interclasistas**, pues en ellas participaban todas las capas sociales, **creaban riqueza** en el entorno de su recorrido y en su destino, y las motivaciones, aun siendo religiosas, hecho que no invalidaría hoy su carácter turístico, incorporaban en muchos casos aspectos meramente lúdicos. Finalmente, compartían también otro elemento que actualmente está íntimamente relacionado con el turismo: su **recurrencia**, normalmente anual, que provoca lo que hoy conocemos por **estacionalidad**, incluso la permanencia de los flujos en algunos casos concretos, como ocurría con los templos donde estaban instalados los oráculos griegos, muchos de los cuales poseían además instalaciones para la salud o la práctica del deporte.

De hecho, podemos encontrar referentes de este antecedente remoto del turismo en la mayor parte de las civilizaciones de la Antigüedad. Para empezar, en **una ciudad que actualmente sigue siendo uno de los principales centros de peregrinaje en el mundo: Varanasi** (o Benarés), capital cultural de **la India**, la que es considerada como la ciudad que ha sido habitada sin interrupción más antigua del mundo. De ella se conoce que era destino de peregrinos hace más de tres mil años, cuando era un importante centro religioso dedicado a Suria, el dios del Sol, y a ella acudieron viajeros de lugares tan remotos como China, siendo objeto de una minuciosa descripción por parte de Hsuan-tsang, uno de los principales maestros del budismo. Devastada en numerosas ocasiones por las invasiones de afganos, mogoles y otros, en la actualidad sigue siendo la principal de las siete ciudades sagradas del hinduismo, visitada todavía por millones de personas. Además, es interesante añadir que, justo anexa a Bena-

#### Estacionalidad

El turistólogo debe recordar que, por estacionalidad, se entiende la concentración de la demanda y, por tanto, de la ocupación turística en un determinado período del año (normalmente, se asocia a la estación veraniega).

rés, se encuentra **Sarnath**, el lugar donde Buda comenzó su prédica y, por ese motivo, es **una de las cuatro ciudades santas del budismo** y un sitio de peregrinación para gentes de todo el planeta.



Varanasi o Benarés, en el valle del Ganges, sigue siendo uno de los principales destinos de peregrinación del mundo.

Este fenómeno también se producía hace milenios en **Oriente Medio**. Los árabes acudían a **La Meca** mucho antes de la irrupción de Mahoma y, en Mesopotamia, el principal destino de los peregrinos era la ciudad de **Nínive**, que como se puede intuir para la mayor parte de los casos que comentamos era un **auténtico enclave estratégico y comercial**, receptor de todo tipo de **influencias y recursos**, ya que geográficamente ocupaba una posición central en las rutas comerciales entre el Mediterráneo y el Índico. Los antiguos egipcios no sólo tenían un centro de peregrinaje, sino todo un sistema de ciudades-templo en las que instruirse desde una perspectiva espiritual y también material. De hecho, uno de los principales destinos religiosos, la ciudad de **Abidos**, en el Alto Egipto, es considerada como la **cuna de la escritura**.

En Europa, el fenómeno se repetía desde el Mediterráneo a las zonas más remotas del norte y oeste del continente. En la **antigua Grecia**, los viajes a los lugares sagrados y las festividades relacionadas con éstos provocaron una **auténtica movilización de las masas** que sobrepasó la original intención espiritual y se transformó en algo **muy semejante a la actual actividad turística**, con implicaciones sociales, políticas y económicas. En este contexto, ciudades como **Delfos**, donde se situaba el famoso oráculo (el considerado *ombligo del mundo*), acabaron por **especializarse** en esta actividad de recepción, alojamiento y guía de los peregrinos y devinieron auténticos destinos prototurísticos. Finalmente, en Europa también encontramos ejemplos de lugares que se cree fueron importantes destinos de peregrinaje, como **Stonhenge**, en Gran Bretaña.

#### Reflexión

Más adelante, desde vuestra perspectiva de turistólogos avezados, reconoceréis perfectamente cómo este **binomio viaje-formación** se encuentra en el fundamento de la misma actividad turística como fenómeno contemporáneo, ya que esta era precisamente la premisa del Grand Tour ilustrado.



Delfos era reverenciado en todo el mundo griego como el lugar del *ónfalos* o centro del universo; actualmente, es un importante destino turístico en Grecia, declarado Patrimonio de la Humanidad.

### Reflexión

De hecho, podemos ver que la mayor parte de estos destinos de la Antigüedad siguen siendo algunos de los principales destinos de turismo cultural y religioso del mundo.

### Actividad

Un buen ejercicio relacionado con este asunto podría ser buscar cuáles son los principales destinos de turismo o viaje religioso de vuestra región o país y ver si éstos ya eran relevantes destinos de viajeros en la Antigüedad.

#### 1.1.2. El ocio y el viaje en la civilización romana

Con el desarrollo de la **civilización romana**, el mundo del viaje y del ocio iba a dar **nuevos pasos en diferentes direcciones**: en la ciudad, por los acontecimientos (juegos, teatro), en las urbes y, básicamente, en el campo por el desarrollo del termalismo o práctica balnearia. Por otro lado, por el desarrollo de las calzadas y su nuevo impulso a las rutas comerciales, así como también por la aparición y extensión de un nuevo **fenómeno residencial** relacionado con el ocio, un antecedente directo del que se desarrollará y popularizará en el Occidente industrializado a partir del siglo XIX.

En este sentido, es en la primera época imperial cuando el progresivo desarrollo económico favorece que tanto la clase patricia como parte de la ciudadanía libre alcance tal **nivel de bienestar** (económico, social y de otro tipo) que la **demandas de ocio** aumente de forma considerable. Varias son las ofertas que dieron respuesta a esta demanda. Para empezar, en el ámbito popular, por parte de fenómenos como las **luchas de gladiadores**, las **carreras de cuadrigas** o las **representaciones teatrales**, que movilizaban a la gran masa de la población; en gran medida, pueden contarse entre los antecedentes más remotos de muchos de los fenómenos que siguen movilizando a mayor número de turistas en la actualidad, ya sean los **acontecimientos deportivos** (competiciones nacionales e internacionales, automovilismo, motociclismo) como las representaciones y los **festivales de teatro o cine**.

Es también en la época romana cuando, en Occidente, se populariza un fenómeno paradigmático de algunos de los principales períodos de la historia del turismo, como se verá más adelante: el **termalismo** o **práctica balnearia**. Las principales ciudades romanas disponían de numerosos **establecimientos de baños** que pasaron de ser una práctica ligada con los beneficios higiénicos y para la salud a auténticos **centros de socialización y encuentro** en los momentos de ocio de la sociedad romana.

De hecho, fueron los romanos los que dieron el definitivo paso para convertir el uso de las aguas mineromedicinales en una actividad que, además de terapéutica, lo era recreativa y de ocio, y donde ya se conforma la **diferenciación social** y la **ostentación de una clase social** que dos mil años después volverá a repetirse en toda Europa. Las exquisitas termas de Nerón, Agripa, Vespasiano, Tito, Aureliano y, sobre todo, Caracalla, cuyas ruinas han llegado a nuestro tiempo, atestiguan la importancia como forma predominante de ocio que los baños balnearios adquirieron en la civilización romana.

### Actividad

Un análisis relacionado que podría hacer un turistólogo principiante sería ver qué perfil medio de turista acude actualmente a los balnearios de la región o país que escoja, y compararlo, por ejemplo, con el perfil del turista de masas en el mismo territorio. ¿Creéis que sigue siendo una práctica elitista o, por el contrario, se ha popularizado?



Las suntuosas Termas de Caracalla, en Roma, un perfecto ejemplo del ocio y su carácter social en la civilización romana.

El uso de los baños se extendió rápidamente por todo el Imperio, primero por Italia, donde incluso se puede considerar que existieron los primeros municipios entendidos como complejos turísticos, en el golfo de Baya, próximo a Nápoles, para después expandirse por el resto de las provincias. Sin embargo, además de este uso por parte de la aristocracia, sobre el cual sí existen numerosos estudios históricos, se sabe también de la **extensión del uso balneario**

### Lectura recomendada

P. M. Rubio (1853). *Tratado completo de las fuentes minerales de España*. Madrid: establecimiento tipográfico de D. D. R. de Rivera.

al resto de las capas sociales por medio de la utilización de los **baños públicos**, existentes en la mayoría de las grandes poblaciones romanas, algo así como un establecimiento precursor de lo que actualmente son los centros deportivos o gimnasios de las ciudades desarrolladas.

### Los baños públicos

A mediados del siglo XIX, el médico Pedro María Rubio explicaba cómo eran estos establecimientos: "Aunque en los baños públicos de Roma, llamados *Balnea* para distinguirlos de los particulares, que llevaban el nombre de *Balneum*, se hacía uso del agua natural y potable, con todo se empleaban no sólo 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".

Sin embargo, en Roma el ocio no se desarrolló únicamente por lo que respecta a los fenómenos que tenían lugar en la urbe, el centro de esta civilización, sino que también se produjeron avances importantes en otros fenómenos que iban más allá de la ciudad, hacia el mundo rural y al extranjero, como la **segunda residencia** y también el **viaje**. Para ello, era preciso que una sociedad hubiese alcanzado, en su clase dominante, una cierta capacidad de **acumulación de excedentes** que permitiera un pleno disfrute de su **tiempo libre**.

Entonces, y sólo entonces, se pudieron realizar desplazamientos temporales de las ciudades y villas a lugares donde, por razones de clima u otras circunstancias, tenían o se procuraban ellos mismos mayores posibilidades de disfrute. Al respecto de la **segunda residencia**, es quizás una de las circunstancias más destacables en relación con el progreso de la civilización romana y el nivel de bienestar alcanzado por sus clases más opulentas. Se trató además de un fenómeno que se generalizó, especialmente en la época imperial, en todo el territorio romano. En este sentido, es conocido el carácter residencial que adquirió la zona suroeste de Italia, sobre todo en lo que actualmente es la región de la Campania. En ciudades como Pompeya y Herculano, tan importantes (como se verá más tarde) para el posterior desarrollo del turismo, se sucedían las grandes villas y las localidades dedicadas al ocio de la acaudalada población romana. En España, también hay buenos ejemplos de lo que estamos diciendo, en especial en las zonas cercanas a las capitales provinciales, como Tarraco (Tarragona) o Emerita Augusta (Mérida).

### Plinio el Viejo

Un ejemplo del tipo de ciudadanos que poseían estas villas es Plinio el Viejo, que se cuenta entre los principales filósofos, científicos y literatos romanos. Murió el 24 de agosto del año 79, cuando se produjo la erupción del Vesubio que sepultó a Pompeya y Herculano, mientras intentaba socorrer a las víctimas de la misma con sus galeras (era también un reconocido general).



## Tarraco

En la zona de Tarragona, se conservan buenos vestigios de estas villas residenciales, como en el caso de la Villa de Centelles o la Villa dels Munts. Esta última era segunda residencia de los gobernadores romanos de la capital y estaba dotada de numerosas estancias e incluso de termas privadas. Alrededor de Emerita Augusta, especialmente en el sur, también se encuentran buenos ejemplos de villas rústicas residenciales, como la gran villa rústica situada junto a la calzada de Emérita a Olisipo, conocida como El Hinojal. Tras la caída del Imperio, muchas de estas villas fueron reconvertidas en casas de campo o masías, abandonando su función meramente residencial y pasando a dedicarse durante siglos a la explotación agrícola.

Finalmente, donde se produciría también un progreso llamativo sería en el **ámbito del viaje**, gracias sin duda al impulso dado a las infraestructuras viarias, que en Roma tendrán su exponente principal en las **calzadas**.

En referencia a las calzadas romanas, mucho se ha escrito acerca de ello, especialmente en lo que respecta a su efectividad y poder en el **ámbito militar y comercial**, aunque menos desde la perspectiva del viaje por placer.



Las calzadas romanas facilitaron el desplazamiento a lo largo del Imperio romano.

## Calzadas romanas

Las calzadas son hoy en día un nuevo recurso turístico, muy importante en determinadas zonas y que ha servido para generar nuevos destinos que ofrecen un producto turístico unificado basado en la identidad que esta vía les confiere. En España, un buen ejemplo es la Vía de la Plata, una de las principales calzadas romanas en la Península Ibérica, que transcurre de norte a sur (de Astorga a Cádiz) por el territorio español y que, en la Antigüedad, tenía funciones militares relacionadas con la conquista del norte peninsular y, especialmente, comerciales, relacionadas con la explotación minera del norte y el traslado de las materias primas hacia la zona del Mediterráneo. Actualmente, es un itinerario cultural que aglutina poblaciones de diferentes comunidades autónomas (Asturias, Castilla-León, Extremadura y Andalucía).

Otro ejemplo interesante lo encontramos en la Vía Augusta, la calzada romana más larga de la península, que iba desde los Pirineos hasta Cádiz. En este caso, su importancia se mantiene no por ser una ruta cultural que posibilita la creación de un producto turístico, sino porque su trazado sigue siendo uno de los principales ejes viarios de Europa. De hecho, actualmente la carretera N-420, la N-340 y la Autopista del Mediterráneo (A-7) siguen en muchos tramos el mismo itinerario que esta calzada, y en la historia reciente de nuestro país han sido la vía de entrada al Levante español de muchos turistas procedentes del resto de Europa.

Inicialmente concebidas con el fin de facilitar un rápido desplazamiento de las tropas romanas por el territorio imperial, acabaron por ser el **mejor medio civilizador**; favorecieron enormemente el transporte de materias primas y mercancías, el comercio en general, trasladando con éste la **ciencia y la cultura romanas** a los lugares más remotos del mundo conocido.

No obstante, y dado el ya apuntado aumento del bienestar y el tiempo de ocio de las clases romanas más opulentas, las calzadas facilitaron también la proliferación de los **primeros viajes por placer o curiosidad**, los precursores del viaje turístico tal y como hoy en día lo conocemos. En este sentido, es fácil entender hasta qué punto se facilitó este tipo de desplazamientos en unas vías que, durante siglos, resultaron absolutamente seguras y que disponían de todos los servicios necesarios para hacer un **viaje relativamente cómodo**. En su trayecto, el viajero podía encontrarse con numerosos puestos militares, comerciales y, lo que es más importante, con **fondas donde poder comer y dormir**. Apareció lo que se podría considerar como las primeras guías de viaje que, como el Itinerario Antonino o Itinerario de Antonio Augusto Caracalla, realizaban una descripción detallada de los servicios con los que podía contar el viajero.

Finalmente, cabe señalar la importancia que en la época romana alcanzaron las **rutas comerciales** existentes desde tiempos más remotos (de hecho, el antiguo Egipto ya las explotaba), especialmente las rutas que se encaminaban hacia África y Asia; las más conocidas eran la **ruta de la seda** y la **ruta de las especias**. La primera conectaba al Imperio con **China** a través de Oriente Medio y la India, y estaba controlada en gran parte de su trayecto por pueblos como los partos. Hacía llegar a las ricas familias romanas un tipo de tejido que las distinguía de la plebe. La ruta de las especias conectaba a Roma con el **sur de la India** (actual estado de Kerala) por medio del Mediterráneo, Arabia y el mar Arábigo. Hoy en día, se conoce que incluso Roma tenía colonias comerciales en el suroeste de la India a efectos de cargar las especias y enviarlas al Imperio. No en vano, las especias eran uno de los productos más cotizados

### Itinerario de Caracalla

El Itinerario de Antonino o Itinerario de Antonio Augusto Caracalla es quizás el más conocido itinerario descrito por las calzadas romanas. Escrito en el siglo tercero de la era cristiana, en él no sólo se detallan las principales rutas del Imperio sino, lo que es más importante a nuestros efectos, se localizan los principales núcleos de población y los servicios que en ellos se pueden encontrar, así como los servicios de postas, tabernas y fondas que el viajero podrá encontrar a lo largo del camino.

por sus cualidades culinarias, su capacidad de camuflar sabores y sus particularidades conservantes. De nuevo, ambas rutas tenían un fundamento comercial, pero acabaron conformándose como enormes **redes de cultura humana**, donde transitaban tanto personas como ideas y conocimiento. También son actualmente grandes atractivos turísticos para muchos países.



La ruta de la seda, una de las primeras grandes redes humanas de cultura.

## 1.2. La ruptura Oriente-Occidente en la Edad Media

Con la caída del Imperio romano, el mundo del ocio y el viaje van a sufrir cambios radicales. Muchas de las actividades y fenómenos que aquí se han presentado como antecedentes remotos del turismo **desaparecerán durante siglos** y otros sufrirán **importantes transformaciones**. En la mayoría de los casos, habrá que esperar hasta la llegada de la Edad Moderna (siglo XVI) o incluso hasta la irrupción de la Ilustración y la primera Revolución Industrial (siglos XVIII y XIX) para que reaparezcan con nuevas formas, lo que se corresponderá además con la aparición del turismo como el fenómeno moderno que ahora conocemos.

No obstante, y volviendo al largo período medieval, hay que remarcar que la **desaparición o transformación de muchos de los fenómenos proto-turísticos** comentados antes tuvo lugar en el antiguo territorio romano, **mientras en otros lugares y civilizaciones se mantendrían o evolucionarían durante el largo período medieval**.

Así, mientras en Occidente asistimos al **fin de la civilización urbana romana** y, con ella, a la desaparición de fenómenos como la celebración de juegos y otros eventos, en el **Imperio bizantino** esta práctica se mantendrá durante siglos; a este respecto, son especialmente reconocidas las carreras de cuadrigas, muy ligadas al devenir político del mismo. Es también lógico entender que el fin de la civilización romana trajera consigo la desaparición de aquel fenómeno residencial que encontrábamos en muchos rincones de su territorio, reconvirtiéndose la mayor parte de las residencias para nuevos usos, sobre todo el

### La ruta de la seda



### Nota

La recuperación contemporánea de estas rutas comerciales a Oriente se puede retrotraer al siglo XIX, pero tendría un importante auge en los años sesenta del siglo XX, cuando el movimiento *hippie* las popularizaría de nuevo, paralelamente, en conjunción con la visita a destinos como Afganistán, la India, Tibet o China. Todo ello partía de la busca de una espiritualidad que se suponía perdida en Occidente. Hoy en día siguen siendo (sobre todo en Europa) el gran paradigma del viaje a tierras lejanas.



agrícola, pero también es de suponer que este tipo de fenómenos se mantuvo en otros nuevos imperios, como el bizantino o el pujante Imperio islámico. Con todo, quizás el fenómeno donde se observen mayores diferencias entre la evolución en Occidente y Oriente es en el **termalismo o práctica balnearia**.

Así, en Occidente, y ya a partir de la cristianización del Imperio, se imponen nuevos criterios estéticos. Generalmente, se considera por liquidada la primera época de apogeo del turismo de balneario con la imposición de una **nueva cultura cristiana en Europa**, que creía más en el retiro y la mortificación del cuerpo que en su higiene y cuidado. Parece obvio que, al desaparecer una clase alta urbana, también desapareció el uso social que se hacía de los establecimientos de baños como lugar de encuentro y "relajación", así como de distinción social. Sin embargo, cabe alertar que, en la mayoría de los destinos tradicionales, en el ámbito rural se siguió acudiendo a las termas, aunque su función de ocio se perdió o, mejor dicho, se diluyó a favor de una función de "peregrinación religiosa" hacia unos destinos que siguieron siendo considerados sagrados.

Por lo que respecta al **mundo musulmán**, el balnearismo vivirá una nueva etapa que será, en gran medida, continuadora de la tradición antigua pero que incorporará también cambios con la aparición del **hamman** o baño árabe. Será a partir de que el profeta Mahoma recomiende de forma entusiástica su uso cuando proliferarán estos establecimientos por todas las regiones que los musulmanes van conquistando. Aunque originalmente las tribus árabes sólo utilizaban los baños de agua fría, al tiempo que su pueblo va invadiendo nuevos territorios y descubre las termas romanas en el Magreb y en Siria y Jordania, rápidamente adaptarán a su tradición los antiguos procedimientos griegos y romanos. Mikkel Aland (1978) propone que los árabes tomaron la práctica balnearia como **experiencia de ocio** y placer, entre otras cosas, por la prohibición de beber alcohol que les imponía su religión.

Finalmente, tras el paso de los siglos, los árabes convirtieron la práctica balnearia como un rito más en sus **prácticas religiosas**, añadiendo el baño como **estancia anexa a las grandes mezquitas**, aunque lo más común de la adaptación de las termas romanas en el mundo árabe no fueron los grandes baños al estilo de las termas romanas, sino los pequeños baños populares dispersos por toda sus ciudades, tal y como se puede ver actualmente en la ciudad de Granada, al estilo de los *balnea* romanos. De hecho, el acto de tomar los baños fue para los musulmanes una actividad pública, que se puede considerar como una de las primeras manifestaciones –aún más que en el mundo romano– del **turismo de balneario popular o termalismo social**.

#### Nota

Este cambio de funciones en la práctica balnearia tampoco era demasiado brusco, ya que si anteriormente los baños estaban dedicados a la advocación de Hércules en Grecia o de las ninfas en Roma, ahora lo hacían en honor de los santos cristianos. Ya en el siglo VIII, Carlomagno se preocupó por construir nuevos establecimientos en **Aquisgrán**, sobre unos manantiales que después se harían célebres.

#### Lectura recomendada

M. Aland (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 Sweatlodge*. California: Capra.



Los hamman vuelven a estar de moda hoy, incluso en Occidente.

### Hamman

Un buen ejemplo de la revitalización del concepto de *hamman* es su actual popularización en Occidente. En este enlace podéis ver la página corporativa de una empresa que explota este tipo de establecimientos en España.

La tradición del baño oriental se preservaría en el tiempo, hasta llegar a la actualidad, en toda la zona del Magreb, Oriente Medio y la India, pero donde tendría más relevancia en el pasado y hasta llegar al presente sería en el pueblo turco mediante el concepto del **baño turco**. De hecho, una visita turística al país requiere casi obligatoriamente la visita a alguno de sus lujosos balnearios o al menos a alguno de los baños públicos diseminados por todas sus ciudades y pueblos. La tradición mediterránea del baño llega a Asia Menor desde la tradición griega y romana de los baños. De ésta se pasó a una ligera adaptación en la tradición bizantina, hasta llegar a la época del Imperio otomano, que fusionó esta tradición mediterránea de los baños con la musulmana para crear un estilo propio de práctica balnearia.

#### Expansión de la tradición de baños

Esta tradición de baños sería la que los mismos otomanos exportarían a los territorios que iban invadiendo, así que no es extraño que su influencia fuera decisiva en las posteriores formas del turismo de balneario que se popularizarían en el centro de Europa (Hungria, Bulgaria) y de aquí también su influencia hacia el resto del continente. Así, en el siglo XIX, en paralelo al éxito de las grandes ciudades balnearias centroeuropeas y británicas, lujosas e inaccesibles para gran parte de la población, se iban poniendo de moda, en ciudades como el Londres victoriano, los baños turcos, de carácter más popular.

Otro de los fenómenos en el que se producirían grandes diferencias entre Oriente y Occidente sería el del viaje. De nuevo, la caída del Imperio y el fin de la civilización romana, supuso entre otros muchos hechos, el progresivo deterioro de sus principales vías terrestres: las calzadas. Se ha hablado mucho al respecto, considerando el corte de las comunicaciones como el símbolo del fin de una civilización urbana y el paso a una nueva civilización rural. También supondría, salvo contadas excepciones, el fin del viaje a tierras lejanas

durante siglos en esta parte del mundo. No obstante, como en los anteriores casos, otras civilizaciones recogerían el legado antiguo. En este sentido, sería ejemplar el caso de algunos de los principales reinos musulmanes o del vastísimo imperio creado por los mogoles a lo largo y ancho de Asia.

Será el pueblo musulmán el que *actualice* el ya antiguo concepto de peregrinación, creando uno de los movimientos (si no el que más) que hoy en día moviliza a un mayor número de personas de todo el mundo: la **peregrinación a La Meca**. El *hajj* o viaje a La Meca es el quinto pilar del islam y uno de los preceptos de obligado cumplimiento para todo musulmán, que debe peregrinar al menos una vez en la vida allí, siempre que tenga los medios económicos y la salud para poder realizar este viaje. De la peregrinación a La Meca y de la descripción de los lugares santos en la misma derivaron algunos de los mejores libros de viajes de la historia.

### Actividad

Buscad en Internet algún libro de viajes relacionado con la peregrinación a La Meca.



La Meca sigue siendo destino de millones de peregrinos cada año.

Se considera que el contacto con la cultura islámica influyó en el **Occidente** de los siglos X y XI, cuando se reabre el peregrinaje hacia las **ciudades santas como Santiago, Roma y Jerusalén**, la ansiada meta de muchos cristianos y el principal objetivo de uno de los mayores fenómenos medievales en Europa: **las cruzadas**. De nuevo, nos encontramos con un fenómeno transversal que aglutina características bélicas y culturales, pero también sociales y económicas, que se puede vincular con una reaparición del viaje a tierras lejanas en los territorios europeos.

Tras la caída de Tierra Santa en el siglo XIII y, por lo tanto, la ruptura de las peregrinaciones a estas tierras, se reactivará en Europa una ruta, que será de gran importancia para la cristalización de la futura cultura europea. Se trata del **Camino de Santiago**. Sus orígenes se remontan al siglo X, cuando la po-



blación europea logra salir del retraso y aislamiento de la alta Edad Media y se reactivan nuevas rutas culturales y económicas. Su importancia radicarán en su carácter difusor de los conocimientos de los pueblos de Europa y será uno de los principales elementos para **cohesionar una incipiente cultura europea** que, siglos después, dará lugar al Renacimiento.



El Camino de Santiago es, desde hace siglos, una de las principales rutas de peregrinaje y a la vez una red importante de difusión cultural.

Sin embargo, la concurrencia del Camino de Santiago se verá mermada a partir del momento en que, por un lado, los reinos de la Península Ibérica aúnen sus esfuerzos para la recuperación de los últimos territorios musulmanes al sur y, por el otro, el núcleo de gravedad político y cultural en Europa vuelva a situarse en el centro del continente y en el norte y centro de Italia, donde **Roma vuelve a adquirir un papel determinante**.

### 1.3. El ocio y el viaje en la Edad Moderna

En el Renacimiento, persiste el concepto de ocio que se había perpetuado en la Edad Media, es decir, asociado al rango y estatus de la clase alta, la nobleza. Se entiende así el ocio como una pura abstención (en todos los sentidos) del trabajo y, por lo tanto, como la posibilidad de dedicar el tiempo a actividades nobles: la guerra, la política, la caza o la religión. Fuera de este ámbito, al resto de la población le es vetado este tipo de actitudes. Y no sólo al pueblo llano, sino también a la incipiente burguesía.

No obstante, esta concepción va a ir transformándose con el paso del tiempo, aunque se trate de un proceso lento y progresivo. Uno de los casos paradigmáticos lo encontramos en el termalismo o balnearismo. Es a partir del siglo XVI cuando la pujante clase noble británica pone **de nuevo de moda la práctica balnearia**, en localidades con una antigua tradición termal como es el caso de **Bath**. Como moda es todo un éxito, porque en gran medida rompe con los esquemas culturales medievales que tenían en poca consideración la higiene y, aún menos, el carácter social del baño. Es además una tradición que cumple

perfectamente con los preceptos renacentistas de **recuperación del clasicismo romano**, lo que se puede ver en la arquitectura de muchos de los nuevos establecimientos de baño europeos. El mayor contacto con otras potencias de la época, como Turquía, donde el baño es una práctica social muy popular, también ayuda al auge de esta práctica de ocio.

Como ha pasado y pasará en otros momentos de la historia en el mundo del ocio y del turismo, una práctica que inicialmente es **exclusiva de una clase social, la nobleza**, irá siendo **mimetizada por el resto de clases sociales**, especialmente la naciente burguesía mercantil que se consolidará en Inglaterra en este período.

Es así como centros balnearios como Bath o muchos otros en el centro y este de Europa experimentarán una expansión considerable y acabarán transformándose en auténticos complejos de ocio para estas clases acaudaladas.

Mientras, en los **países católicos**, el ocio experimentaba una nueva crisis, ya que tras la **Contrarreforma católica** se produjo una vuelta a los valores más retrógrados, desaconsejándose incluso la relación social con las prácticas higiénicas por considerarlas opuestas a la espiritualidad cristiana. Será a partir de los siglos XVII y XVIII cuando los diferentes gobiernos absolutistas, sobre todo el de Francia, se preocupe cada vez más por la situación de las casas de baños de su país y, con el fin de mejorar su situación, encargue su inspección a eminentes médicos de la corte.

Será también a partir de la pujanza de las **nuevas potencias protestantes** y, especialmente, de Gran Bretaña, cuando el mundo del **viaje en Europa recobre de nuevo la importancia que tuvo en el pasado**. Y de la misma forma que sucedía con la recuperación del balnearismo y su relación con las prácticas de la Antigüedad romana, la reinención del viaje en Europa estará íntimamente vinculada con el reconocimiento hacia esta civilización y sus logros culturales, artísticos y científicos. Y es que es precisamente a finales de esta etapa (siglo XVII e inicios del XVIII) cuando se inicia un movimiento de personas que la mayor parte de los turistólogos coinciden en señalar como el fenómeno que origina el turismo contemporáneo, el que llegará hasta nuestros días: el **Grand Tour**.

Este es un viaje inicialmente concebido para que los **jóvenes nobles y burgueses británicos** se instruyeran, de cara a sus futuras carreras como políticos y diplomáticos, por medio del conocimiento de la **cultura clásica** en aquellos destinos donde ésta fue determinante. Se empezaba su trayecto en **Francia** y

con algunas etapas en **Centroeuropa**, y en especial en diferentes **destinos de Italia**, ya fueran aquellos del norte donde la influencia renacentista fue mayor, como Roma, donde los vestigios romanos se estaban recuperando.



*El tribunal de los Uffizi*, de Johan Zoffany. El Grand Tour es quizás el antecedente más sólido del turismo moderno.

En este sentido, uno de los momentos clave sería el descubrimiento de las **ruinas de Pompeya y Herculano**, **destinos por antonomasia del Grand Tour** en su etapa final. Aunque se cree que ya se desenterraron algunos edificios en obras efectuadas en el siglo XVI, sería en 1738 cuando se redescubriera Herculano y, en 1748, Pompeya. Por aquel tiempo territorio del Reino de Nápoles y las Dos Sicilias, su rey, el futuro Carlos III de España, estaba interesado en la recuperación de vestigios clásicos e impulsó excavaciones y la recuperación de los primeros edificios. El destino se convirtió en único, pues supone una auténtica inmortalización de una villa de la primera época imperial (como se dijo anteriormente, una auténtica villa residencial proto-turística) en su momento de apogeo, lo que ofreció un retrato completo de los avances de esta civilización en todos los campos, situándose como paradigma del progreso en una época en que se estaban cuestionando unos patrones medievales mantenidos durante siglos.

### Actividad

Investigad al respecto de los destinos relacionados con la cultura maya. ¿Eran también destinos de peregrinaje en la Antigüedad?

### Reflexión

De hecho, muchos de los destinos del Grand Tour siguen siendo algunos de los principales destinos turísticos actuales, como en el caso de Florencia o Roma.

### Península del Yucatán

De hecho, Carlos III, una vez llegado al trono de España, prosiguió fomentando este tipo de actividades; así, patrocinó expediciones y excavaciones arqueológicas en los territorios del Imperio español en Méjico, sobre todo en la **Península del Yucatán**, donde se descubrieron importantes vestigios de ciudades mayas, muchas de ellas actualmente destinos masivos por sus pirámides y templos.

## 2. La génesis del turismo moderno

### 2.1. Los viajeros ilustrados y románticos

Hay que decir que, en la consolidación del fenómeno del viaje en Europa, fue muy importante la recuperación de los vestigios de la cultura romana en países como Italia, fundamentalmente en las primeras décadas del siglo XVIII, que además darían lugar a una nueva recuperación de la pasión por la estética clásica en Occidente, en paralelo con la irrupción de un nuevo fenómeno que acabaría con muchas de las formas de pensar y actuar del Antiguo Régimen: la **Ilustración**.

Como es bien sabido, la Ilustración tendría amplísimas repercusiones en todos los ámbitos humanos en Occidente, aunque es menos conocida su importancia para el mundo del viaje y ya también del turismo. En términos generales, se concibe como un amplio movimiento cultural que aglutinó novedades científicas, culturales, sociales y económicas de todo tipo, es decir, supuso un **auténtico cambio de paradigma** en todos los ámbitos que dio lugar al nacimiento de la época contemporánea, en la que actualmente todavía nos encontramos.

Desde el punto de vista político, sirvió para liquidar muchas de las formas medievales en las que la monarquía y la nobleza seguían siendo las únicas ostentadoras del poder y dio paso a la creación del **Estado-nación**, recuperando progresivamente valores como el estado de derecho o la democracia. Desde el punto de vista económico, se produjo la **revolución agrícola**, que daría paso a la **Revolución Industrial** y a una aceleración del crecimiento económico como hasta el momento no se había producido. Desde el punto de vista social, supuso la consolidación de la **clase burguesa** como dominadora del espacio que anteriormente había monopolizado la nobleza y la aparición de una **nueva clase social, la proletaria**, que aglutinaría a la población que, procedente del mundo rural, engrosaría la creciente mano de obra industrial. También supondría la **recuperación de la ciudad como centro de la civilización** occidental. Si la ciudad del siglo XVIII era todavía un centro administrativo y comercial, a partir del siglo XIX se convertirá en el centro industrial por excelencia (aunque también exista industria en el campo).

Y obviamente, también desde la **perspectiva cultural se producen importantes cambios**. Ya hemos mencionado la **relectura que se produce de la cultura clásica y renacentista**; este elemento tiene repercusiones importantísimas en el campo filosófico y científico, pero también **incide de manera decisiva en la perspectiva estética de la época**. Todo ello tiene una incidencia visible en la literatura, la pintura, la escultura y el arte en general, así como en la arquitectura y en la **cultura y la educación**. Es a partir de la **influencia de estos dos**



últimos estos elementos (influencia del pensamiento en la cultura y, de este modo, en los elementos estéticos que la definen, traslación a la experiencia artística y finalmente a la formación de los más jóvenes) por lo que un fenómeno como el **Grand Tour** tendrá un éxito tan llamativo. Inicialmente concebido como un viaje de formación de las clases altas británicas o en ocasiones ligado a viajes por motivos científicos o diplomáticos, acabará por ofrecer una nueva visión del mundo que será determinante para crear las **arquetípicas imágenes turísticas** que, hoy en día, tenemos de muchos destinos.



*Planning the Grand Tour*, de Emil Brack. El Grand Tour tuvo como principal repercusión la de crear gran parte del imaginario viajero en muchos destinos europeos y del norte de África.

Del conocimiento in situ de la grandeza de Roma, París o Atenas, así como de los debates en los cafés de los centros termales, los viajeros deberían aprender cómo llevar las riendas de un imperio como el británico. Para autores como Boyer (2002), este es el auténtico **fenómeno fundacional del turismo** ya que surge como un fenómeno revolucionario en paralelo al resto de transformaciones que se dan en esta época. La actividad turística no se origina como consecuencia del tránsito del Antiguo Régimen a la época moderna, sino que es una manifestación más del mismo proceso, estableciendo como dijimos una continuidad con fenómenos anteriores. De la imagen del viaje proyectada por el **Grand Tour** aparecerá el **viaje romántico**, y de éste el **viaje moderno**, en una secuencia basada en el ya mencionado mimetismo entre las clases sociales, en este caso de la aristocracia a la burguesía.

#### Reflexión

El turismo relacionado con la formación sigue siendo uno de los más importantes en todo el mundo. Estados Unidos es uno de los principales destinos, donde millones de personas se desplazan anualmente para formarse en sus escuelas y universidades o aprender inglés.

#### Lectura recomendada

M. Boyer (2002). "El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX". *Historia Contemporánea* (núm. 25, pág. 13-32).



Tanto los nobles como especialmente los *tutors* (**tutores**) que les acompañan en estos viajes van a ser los creadores de las primeras imágenes proto-turísticas de los que con el tiempo van a ser los principales destinos europeos.

Esta creación de imágenes parte de las descripciones que realizan los jóvenes viajeros y sus acompañantes en sus diarios o reseñas. Éstas tienen en principio una función descriptiva de los lugares que visitan, en muchos casos relacionadas con la formación, científica o pseudocientífica, pero resultan relevantes porque en ellas se añade la **perspectiva subjetiva del viajero**, la que realmente creará la imagen del destino una vez que éste vuelva a su país de origen.

### Actividad

Indagad en la biografía de Adam Smith, el padre fundador de la teoría económica moderna y un científico cuyas hipótesis se basan siempre en la experiencia. Sus indagaciones pueden resultaros muy ilustrativas para comprender de dónde partían sus teorías.

El Grand Tour, con todo, no se trató de un fenómeno aislado, de viajes esporádicos, sino que algunos de los más conocidos *tourists* de esta época fueron **personajes de reconocido prestigio** como John Milton, Samuel Johnson o James Boswell, cuyos **diarios de viaje** se pueden considerar como algunas de las **primeras guías turísticas** que estimularon a sus contemporáneos para iniciar también el viaje y conocer los lugares de los que hablaban. Por otro lado, aunque el Grand Tour no tenga motivaciones vinculadas al ocio ni pueda considerarse un movimiento masivo de viajeros, sí siembra la semilla de lo que, posteriormente, podrá considerarse como turismo por ser el fenómeno que crea la imagen del viaje y de los destinos como tal.

No obstante, esta corriente de viajeros británicos a Europa se **cortaría drásticamente** con el inicio de las **guerras napoleónicas** que, entre 1802 y 1815, iban a paralizar la actividad viajera en el continente. A su fin, se daba por cerrada una época de grandes transformaciones, pero el legado de la Ilustración iba a consolidarse por diferentes vías. En el mundo del viaje y el ocio, aparecería una nueva figura, la del **viajero romántico**. En este caso, ya no se trataba de un viajero que acudía al destino con un objetivo relacionado con la formación o la ciencia, sino que su viaje ya tenía otras motivaciones, más relacionadas con el placer y el deleite de los sentidos. En este tipo de viaje, la idea de lo imaginativo y subjetivo, su intensidad emocional y su carácter visionario u onírico sitúan, por primera vez, a la **experiencia del individuo en primer plano**.

### Ejemplo

La obra *Ensayo sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, del que se considera el fundador del pensamiento económico moderno, **Adam Smith**, se redactó tras un viaje por Europa del autor como *tutor* y preceptor del hijo del duque de Buccleugh, lo que le permitió conocer a **Quesnay y Turgot**, figuras del pensamiento **fisiócrata** y que le inspiraron a la hora de definir las bases de su sistema de pensamiento económico.

A partir de este momento, el viaje y la visita de nuevos lugares no buscarán tanto una lección sino un **disfrute de los sentidos**, destacando entre ellos el visual (Adler, 1989). Es el **nacimiento de la experiencia turística** tal y como hoy en día se comprende. Serán los viajeros románticos, pues, los que crearán la mayoría de las imágenes que hoy tienen los turistas sobre los lugares que visitan y en su percepción de los monumentos, las ciudades, el paisaje o en su disfrute de la naturaleza se encuentra el origen del atractivo de los destinos turísticos tal y como ahora lo conocemos.

## 2.2. El ocio burgués en el siglo XIX

La importancia de la **visión del viaje ofrecida por los románticos** tendrá un **impacto decisivo en el desarrollo del ocio y el turismo a lo largo del siglo XIX**, abriendo el fenómeno a una nueva clase emergente: la **clase burguesa**.

Una de las líneas de investigación más importantes, por lo que respecta a la historia del turismo, da una significación especial a la aparición de las nuevas clases sociales en el siglo XIX e insiste en una concepción del desarrollo histórico de una actividad cuyo punto de partida y eje es el desarrollo social y, parejo a éste, de la **evolución de la identidad**, las **imágenes proyectadas por una sociedad** y en general, los **valores culturales a los que están asociadas**.

Siguiendo esta interpretación, tras las revoluciones sociales y económicas de finales del siglo XVIII e inicios del XIX, se encuentra el origen de las dos nuevas clases sociales que conforman los nuevos contingentes de viajeros modernos. Por un lado, una **clase obrera urbana**, que nutrirá el principal mercado de pasajeros para el ferrocarril y para las excursiones programadas preparadas en torno al nuevo medio de transporte (especialmente en la segunda mitad del siglo XIX). Será este mercado el que haga prosperar a los empresarios pioneros del sector. Por otro lado, una segunda clase, la de la **clase burguesa**, que conformará la clientela de los grandes balnearios, de los primeros cruceros en el mediterráneo o de expediciones organizadas de alto nivel. Esta clientela consolidará y hará ricos a empresarios como **Thomas Cook**, que había iniciado su negocio precisamente con la clase obrera.

### Lectura recomendada

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

### Lectura recomendada

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

Al margen de las posturas que priorizan los elementos culturales, otra interpretación acerca del origen de la actividad turística es aquella que entiende que ésta viene guiada por el progreso tecnológico y, más en concreto, el desarrollo de nuevos medios de transporte. Así, más que al movimiento de creación de una imagen de los destinos turísticos, esta tendencia atribuiría el origen de la actividad turística al **progreso tecnológico asociado a la Revolución Industrial**, representado por el **desarrollo de los medios de transporte**, inicialmente el ferrocarril y luego el barco de vapor que, por primera vez en la historia, permiten un verdadero desplazamiento masivo de los viajeros a un coste relativamente reducido.

### Ejemplo

Un ejemplo de esta visión se puede encontrar en referencias como las de Burkart y Medlik (1981), que presentan los **orígenes y la historia del turismo** a partir de este **desarrollo de los medios de transporte, distinguiendo tres épocas del turismo** que están relacionadas con lo que son las mejoras tecnológicas en los medios de transporte y que pueden coincidir o no, sobre todo en las primeras fases del desarrollo turístico, con los cambios en las modas o la capacidad de acceso social al turismo. Así, una primera época comprendería las décadas de los treinta y cuarenta del siglo XIX, que se identifica con los primeros años del ferrocarril; una segunda época coincidiría con el tiempo que se ha llamado la era del ferrocarril (*the railway age*); y finalmente, una tercera época estaría dividida en dos periodos: los años de entreguerras, entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, y el período posterior a este último conflicto, es decir, la etapa que aquí se corresponde con el turismo fordista, donde los grandes protagonistas son el automóvil y el avión.

### Lectura recomendada

A. J. Burkart; S. Medlik (1981). *Tourism. Past, Present and Future*. Londres: Heinemann.



*Tren en la nieve*, de Monet. La irrupción del ferrocarril y los viajes en este medio fueron inicialmente concebidos por los artistas del XIX desde un punto de vista aventurero y en muchas obras aparecen en armonía con el elemento natural.

Existen también algunos análisis que entienden que son las **fuerzas económicas** las que explican, en mayor parte, los **orígenes de esta actividad**. Para estos autores, la pregunta a propósito del origen de la actividad turística se explica mediante dos axiomas básicos relacionados con las leyes económicas: la **necesidad de desplazamiento de forma libre y masiva** sólo puede aparecer, en primer lugar, cuando los países alcanzan un **determinado nivel de renta nacional** y, en segundo lugar, cuando **esta renta se reparte de una forma equitativa**.

Todas las demás variables son tenidas en cuenta, pero los requisitos económicos son imprescindibles y prioritarios. Así, si la industrialización produjo como acción la concentración en los grandes núcleos urbanos de las masas rurales y la proletarización, a su vez produjo la reacción a esta industrialización por medio de diferentes fenómenos que darían lugar a lo que hoy en día se conoce como turismo. Al someterse estas masas proletarias a duras condiciones de vida (hacinamiento, insalubridad, tensiones laborales, contaminación) aprovecharán, cuando les sea posible, su tiempo libre para satisfacer su necesidad de evasión, regresando de forma periódica a sus lugares de origen, y cuando se pierda el vínculo con este lugar de origen, simplemente desearán un reencontro con la naturaleza y formarán la clientela de las primeros **day-trips** (excursiones de un día) al inmediato entorno de la ciudad, que por entonces aún mantenía su carácter rural.

En relación con las mismas causas económicas, otros autores entienden que es la **aparición de la empresa turística** la que posibilita que se pueda entender la actividad como un fenómeno contemporáneo. Es a partir del **momento en que la actividad se convierte en industria** cuando se puede hablar de su verdadero nacimiento como fenómeno moderno.

Los elementos culturales, el aumento de la renta, el crecimiento demográfico o la revolución tecnológica son elementos indispensables aunque no preponderantes en esta explicación. De ellos se deriva la posibilidad de que pioneros como **Thomas Cook** creen los primeros viajes organizados, los primeros *forfaits* que agrupan el conjunto de servicios que requiere el turista en su viaje. La industria turística nace estructurada en **pequeñas empresas** con una organización muy simple, normalmente de **carácter familiar** y con una **escasa dotación de capital**. Como sucede en el sector industrial, la empresa turística surge bajo un concepto de gestión donde predomina el trabajo artesanal, heredado de períodos anteriores y en el que el trabajador controla todo el proceso de producción. No será hasta finales del siglo XIX cuando se dará el paso hacia una mayor profesionalización; entonces, el *management* turístico se encaminará hacia concepciones de corte taylorista, como ocurre en otros sectores.

## Actividad

De la misma forma que antes se propuso para Adam Smith, realizad una indagación (por ejemplo, en Internet) a propósito del que se considera el fundador de la empresa turística moderna, Thomas Cook. Tal cosa os puede resultar muy ilustrativa para entender la génesis del turismo moderno.

Quizás, más que priorizar una de estas fuerzas, lo interesante sería tener en cuenta que todas ellas fueron fundamentales para hacer posible la aparición de una serie de fenómenos que darían **origen a la actividad turística moderna hacia mediados del siglo XIX**.

Es en este momento cuando se consolidan las **nuevas clases sociales** nacidas de la primera Revolución Industrial, cuando se percibe la herencia cultural que han dejado los viajeros ilustrados y románticos mediante la creación de las **primeras imágenes turísticas de los destinos**, cuando la clase burguesa dispone de un **nivel de renta suficiente** para viajar y de **períodos de paz relativamente largos** en el continente europeo. Es también el momento en el que irrumpe con fuerza el **progreso tecnológico** derivado de la misma revolución, con el **tren y el barco de vapor** como principales elementos de cambio y, finalmente, es el período en el que aparece la **primera empresa turística**.

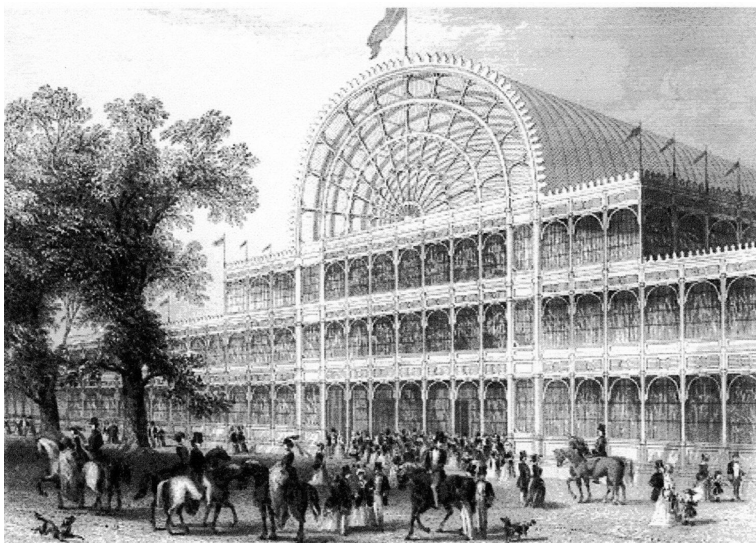
En este sentido, diferentes acontecimientos o movimientos han sido interpretados como pioneros del turismo moderno:

- 1) La celebración de las primeras **exposiciones universales** en Europa y América.
- 2) El **Indian Mail** o desplazamiento de los funcionarios británicos a la India.
- 3) El **primer viaje organizado de Thomas Cook** en Gran Bretaña.
- 4) La creación del **primer parque nacional** en Estados Unidos.
- 5) El **desarrollo de los casinos** a partir del desplazamiento de la moda balnearia del centro de Europa a la Costa Azul.

### 2.2.1. La celebración de las primeras exposiciones universales en Europa y América

Al respecto de las **exposiciones universales**, en muchas ocasiones se ha apuntado a su importancia como fenómeno precursor del turismo, en el sentido de movilizar libremente a un gran número de personas hacia un destino concreto. Originalmente concebidas con el fin de **mostrar los principales avances tecnológicos** de un momento en el que la **Revolución Industrial** estaba en pleno auge, con el tiempo irían adquiriendo un carácter más relacionado con

lo lúdico, y con su organización irían aparejadas toda una serie de **actuaciones urbanísticas y monumentales** que tenían como objeto transformar los lugares en las que se celebraban.



El Crystal Palace, el recinto donde se celebró la Great Exhibition de Londres, 1851.

Con un origen que, de nuevo, se remonta a la época de las revoluciones, en concreto en 1798 en París, las primeras exposiciones se celebrarían en lugares como la capital francesa o Nueva York, aunque el momento crucial en su evolución se produciría en 1851, con la celebración de la llamada **Gran Exposición de Londres** (Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations). Por primera vez, el atractivo del evento no sólo se basaba en las *maravillas* del progreso mostradas allí, sino también en su propio recinto, el **Crystal Palace** (Palacio de Cristal), que causaría un enorme impacto en los visitantes y se convertiría en todo un símbolo de modernidad y civilización. Promovida por la Casa Real británica, la exposición serviría para demostrar la primacía de Gran Bretaña como potencia industrial (otra vez vemos la importancia de la creación de la imagen del destino), la fe en el desarrollo científico y, según muchos, la brecha que se abría entre los países occidentales, sus colonias y los países del Tercer Mundo. Con más de seis millones de visitantes, la Gran Exposición se convirtió en el primer movimiento masivo de viajeros del siglo XIX.

Al evento le siguieron diferentes exposiciones universales celebradas en diferentes ciudades de todo el mundo, aunque quizás las más recordadas fueron las celebradas en las grandes capitales industriales competidoras de Londres: Viena y París. En todos estos casos, la celebración del evento fue la excusa para dotar a las ciudades de nuevos atractivos arquitectónicos y nuevas infraestructuras urbanas. **Viena** celebró una gran exposición en 1873, la mayor celebrada hasta el momento. Especialmente recordadas son las **exposiciones de París en 1889 y 1900**. En relación con la de 1889, su atractivo principal fue la **Torre Eiffel**, pensada como un enorme arco de entrada al recinto de la exposición que, como en ediciones anteriores, se celebraba en el Campo de Marte de la capital francesa. Para observar la evolución del movimiento de personas a estos acontecimientos, tan sólo cabe decir que esta exposición acogió a 32 millones

#### Lectura recomendada

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

de visitantes. Para la exposición de París, en 1900, se construyeron el **Grand y el Petit Palais** y se transformó el **Trocadero**. De nuevo, mediante esta imagen, se demostraba al mundo el poder de la Ciudad de la Luz en el cambio de siglo.

### Actividad

Investigad cuántos millones de personas visitan las exposiciones universales contemporáneas. ¿Creéis que siguen teniendo el mismo impacto o retorno sobre las ciudades que las organizan? A diferencia de la importancia industrial de las exposiciones del XIX, ¿qué elementos se priorizan actualmente en este tipo de muestras?

España no quedó ajena a este tipo de acontecimientos y especialmente relevante fue la celebración de la **Exposición Universal de Barcelona, en 1888**. La exposición fue concebida por un grupo privado cuyo objetivo era organizar un evento a la altura de las grandes capitales europeas, donde se mostrara además el poder industrial de la capital catalana. El momento económico y político no parecía, no obstante, ser el mejor para la celebración de una exposición, y el proyecto original acabó entrando en quiebra. Con todo, éste no fue abandonado, haciéndose cargo de él el consistorio municipal barcelonés. Aunque con unas pretensiones menores de las que tenían las grandes exposiciones del momento, la de Barcelona también supuso para la ciudad una importante transformación urbana y arquitectónica y fue **relevante para el futuro de muchas actividades relacionadas con el turismo en la ciudad y la región**.



La Exposición Universal dio por primera vez a Barcelona la posibilidad de proyectarse de manera internacional.



## Exposición Universal de Barcelona de 1888

De hecho, la Exposición Universal de Barcelona de 1888 representó la culminación de diferentes elementos característicos de las primeras etapas del turismo, como la construcción de la imagen del destino, el desarrollo de las infraestructuras de alojamiento y transporte, la transformación urbana o la implicación de los agentes locales en el fomento turístico. El evento supuso la consolidación de la imagen de progreso proyectada por la ciudad, introduciendo además nuevos estilos y soluciones arquitectónicas y novedades de gran relevancia, como el iluminado de las calles.

La transformación urbana es todavía evidente en la zona del Parque de la Ciudadela y el Arco del Triunfo, el Paseo de Colón o la emblemática estatua de éste, al final de las Ramblas. También supuso la construcción de nuevos hoteles y restaurantes, incorporando influencias y novedades de los países más avanzados. Su relativo éxito supuso la consideración, por parte de la Administración local, de la importancia del fomento turístico, que se cristalizaría años después con la creación de la Sociedad de Atracción de Forasteros, la primera sociedad de promoción turística del Estado español.

### 2.2.2. El Indian Mail o desplazamiento de los funcionarios británicos a la India.

Otro fenómeno que se menciona como precursor directo de la actividad turística es el llamado **Indian Mail (correo de la India)**, que movilizó a un enorme contingente de viajeros. Dicho correo, aunque tenía un motivo original alejado del mundo del viaje y el ocio, acabaría por ser fundamental en el mismo. Por Indian Mail se entendía todo lo relacionado con el viaje de un gran número de británicos, sobre todo los que trabajaban para la **Compañía Británica de las Indias Orientales** (Honourable East India Company), cuyo **trayecto hacia la India** atravesaba destinos cuya popularidad iría siendo creciente, inicialmente en Gran Bretaña y posteriormente en todo el mundo. El mismo coincidía en sus primeras etapas con muchos de los destinos europeos que ya había popularizado el Grand Tour desde hacía siglos, Francia, Italia, Grecia, pero se internaba a partir de este momento en un conjunto de destinos cuyo exotismo iba a llevar al mundo del viaje a una nueva época, como **Turquía, Egipto, diferentes sitios de Oriente Medio y la misma India**. Unos destinos que iban a alcanzar un nuevo éxito a partir de las descripciones de los viajeros del correo a la India, popularizadas por las **primeras guías turísticas** como la Baedeker o la Murrays y que, además, se convertirían en los destinos predilectos de los primeros viajes organizados de lujo, los creados por el que se considera principal pionero del turismo, **Thomas Cook**.

### 2.2.3. El primer viaje organizado de Thomas Cook en Gran Bretaña

La actividad y el progreso de la **empresa de Thomas Cook** iban a estar estrechamente relacionadas con los fenómenos antes presentados, tanto con las exposiciones universales como con los viajes de lujo organizados a destinos remotos relacionados con el Grand Tour y el Indian Mail. No obstante, los comienzos de Cook como empresario fueron mucho más humildes y tuvieron que ver con la clase social que, años después, constituiría la principal impulsora de la actividad turística: una clientela esencialmente obrera, "de vasta amplitud numérica, pero económicamente poco desarrollada" en palabras de Lavour (1974). Militante de una asociación que buscaba la erradicación del

#### Ejemplo

En Egipto, a partir de la construcción del canal de Suez por parte de los franceses y el numerario que vertió en las arcas del *Khedive*, se occidentalizó el aspecto de las ciudades más populosas como El Cairo y Alejandría, que se llenaron de hoteles, teatros y óperas al modo de las capitales europeas, siendo la visita a las pirámides obligatoria, normalmente contratada en el mismo *hall* de cualquier hotel.

#### Lectura recomendada

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



alcohol entre el maltratado proletariado inglés de la época, organizó el que quizás fue el **primer viaje organizado en 1841**, en concreto para trasladar a unas 500 personas a una reunión contra el alcohol que se celebraba en Leicester. Su éxito propició que, tan sólo diez años después, fuera capaz de organizar el viaje a la **Gran Exposición de Londres** para cerca de 165.000 personas, residentes la mayoría en los núcleos fabriles, que acudieron al evento a precios relativamente módicos.



Thomas Cook es considerado como uno de los principales pioneros en la historia de la empresa turística.

### **El fenómeno del mimetismo**

Es en este momento histórico cuando se consigue, por primera vez, implantar la idea de que la **felicidad** para las masas obreras era factible, cosa impensable hasta este momento. La condición de la naturaleza humana a través del **mimetismo** de los comportamientos desempeñó aquí una función muy relevante, que está íntimamente relacionada con la revolución en los transportes. A partir, sobre todo, del siglo XVIII, los viajeros pertenecientes a la nobleza habían ampliado sus desplazamientos gracias a la capacidad para pagarse un transporte privado y exclusivo.

La revolución de los medios de transporte que se impondrá en Occidente en la primera mitad del siglo XIX, de nuevo asociada a los cambios que produce la Revolución Industrial, va a facilitar que primero los burgueses, y más tarde las clases obreras, imiten los comportamientos de la nobleza. Así, para desgracia de esta primera y alegría de estas últimas, se alcanzan los santuarios del turismo de elite, como las playas y los balnearios de moda. Tal cosa será una constante en la evolución futura del turismo.

Desde 1865, y con la ayuda de su hijo John Mason, Thomas Cook formaría una **agencia de viajes** que fue acercando a los viajeros británicos de clase alta a los santuarios del **Grand Tour** y el **Indian Mail**, como Francia (París), Italia o Egipto, además de desarrollar el turismo hacia **Suiza**, que debería convertirse en el destino turístico por excelencia desde este momento y, especialmente, a partir del siglo XX con el auge del alpinismo. En paralelo, trasladó la sede de la compañía a Londres y también abrió sucursales en Estados Unidos. Su principal innovación fue la de crear los **forfaits individuales**, ya que a los ya indispensables billetes de tren se les acompañó de unos *vouchers* u *hotel-coupons*, válidos para pagar las habitaciones de hotel en cualquiera de aquellos que presentaba la guía que editaba la misma agencia, evitando así los inconvenientes de tener que pagar en moneda extranjera.

### Actividad

Si antes apelábamos al estudio de la biografía de Thomas Cook, otro ejercicio interesante al respecto de lo aquí tratado sería ver la evolución de la empresa que creó el propio Cook, no sólo en este período histórico, sino en los años más recientes. Puede ser un buen ejemplo de las transformaciones del sector en los últimos tiempos.

#### 2.2.4. La creación del primer parque nacional en Estados Unidos

Mientras tanto, al otro lado del Atlántico, en los pujantes Estados Unidos, los progresos del turismo eran semejantes o incluso más acelerados. De hecho, en este país se producía un hecho fundamental para el futuro del turismo tal y como hoy lo entendemos: la declaración de un amplio territorio entre los estados de Wyoming, Idaho y Montana como la primera zona natural protegida del planeta, el primer parque nacional del mundo: el **Parque Nacional de Yellowstone**. Popularizado por su belleza paisajística (especialmente por sus características geotérmicas) y por su flora y fauna, se convertiría en uno de los principales destinos turísticos de los norteamericanos e impulsaría la creación de muchas otras zonas protegidas en todo el mundo, dando pie al turismo de naturaleza.

#### Wagons-lits

En paralelo, otros empresarios hacían avanzar la actividad. A partir del éxito de Cook y en relación a la celebración de la Exposición de Viena en 1873, el ingeniero y empresario **Georges Nagelmackers** firmaba unos oportunos contratos con las empresas de ferrocarriles de Francia, Austria y Alemania para poder estrenar los **primeros coches-cama** de ámbito internacional y de este modo transportar visitantes de París a Viena, lo que constituiría el embrión de la poderosa compañía de transporte **Compagnie Internationale des Wagons-Lits**.



El Parque Nacional de Yellowstone, al oeste de Estados Unidos, ha sido un ejemplo para la creación de otras zonas naturales protegidas en todo el mundo.

Además, y gracias a compañías como la Cook, muchos estadounidenses se dejaban ver por las capitales turísticas, sobre todo por París y Roma, pero en su propio país, aunque carente de arqueología, historia o museos relevantes, repleto de bellezas naturales grandiosas e intactas, se desarrollaba un turismo interior de notable volumen; Boston y Nueva York eran las ciudades más visitadas. Pese a todo, ninguno de estos destinos superaba al ahora clásico *show* fluvial de la frontera con Canadá, las **cataratas del Niágara**, rodeadas ya a finales del siglo XIX de un gran conjunto de hoteles y con una temporada turística que se extendía de abril hasta la llegada del otoño.

### Actividad

Investigad al respecto de Yellowstone y las cataratas del Niágara. Siguen siendo los principales destinos turísticos en Estados Unidos.

#### 2.2.5. El desarrollo de los casinos a partir del desplazamiento de la moda balnearia del centro de Europa a la Costa Azul

Volviendo a Europa, es imprescindible hablar también del **nuevo desarrollo del balnearismo y en general del concepto del baño**, uno de los fenómenos cuya importancia como antecedente remoto del turismo hemos visto anteriormente y que será determinante en esta etapa en la que aparece la actividad como tal. La creciente pujanza económica de la burguesía europea, ya sea en Gran Bretaña, Francia o Alemania, y en especial en el Imperio austrohúngaro y en el Otomano, así como el desarrollo del ferrocarril, hacen que en muchos de los tradicionales destinos balnearios, popularizados también por los viajeros románticos, como Bath, Spa, Baden-Baden, Carlsbad, Budapest o Estambul, proliferen los enormes **complejos balnearios**, amplias zonas donde, aparte de los establecimientos de baños, hay todo tipo de **actividades y servicios complementarios**: comercios, transporte y casas de juego, **casinos** que, con

el tiempo, acabarán siendo uno de los principales reclamos de estos elitistas destinos. Es el período que algunos han denominado como **edad de oro del balnearismo** en Europa.

A partir de este tipo de balnearios, proliferan también los **primeros baños de mar**; se ponen de moda ciudades como Biarritz, en Francia, donde veranean Napoleón III y su esposa, y, desde la década de los sesenta del siglo XIX, la Riviera francesa y poco después la costa italiana del Adriático, destinos invernales pensados para que las clases altas huyeran de los rigores del invierno en sus localidades de origen. Hasta Niza, Rímíni o Blackpool acuden también los miembros de las clases menos privilegiadas, gracias a la mejora en las conexiones ferroviarias entre las crecientes ciudades industriales y estos centros de ocio.

Por otra parte, en torno a los balnearios se construyen los **kursaals o casinos**, que son los que en la mayoría de las ocasiones atraen a los clientes a estos complejos y que van a tener una importancia decisiva en el desarrollo de estos primeros centros en la costa. Y es que, en gran medida, el baño de mar, lo que sería el germen de lo que actualmente es el turismo de playa, procederá de la moda de los balnearios de interior a partir de una coyuntura muy específica: cuando en los **balnearios de interior**, los más lujosos y frecuentados –localizados en Alemania, Chequia y Eslovaquia–, las autoridades **prohíben el juego**, sus propietarios se exiliarán a las **localidades de la costa**, como **Mónaco y su casino de Montecarlo**, que entonces experimentarán un desarrollo cuyas magnitudes no eran ni mucho menos predecibles en aquel momento.



El casino de Montecarlo, cercano a Mónaco, es un modelo para otros establecimientos desde el siglo XIX.

### Actividad

¿Cuánto turismo puede seguir generando Mónaco en la actualidad? ¿Y la Costa Azul? Seguro que en Internet podéis encontrar alguna respuesta acerca de ello, y también acerca

del perfil de turista que sigue mayoritariamente acudiendo a esta zona, de altos ingresos y que sigue reconociendo, en estos nombres, una marca de distinción.

Otra de las características de este nuevo turismo será la aparición de la **estacionalidad turística**, puesto que precisamente hasta el momento los turistas del Grand Tour y los mismos viajeros románticos eran individuos acaudalados, generalmente rentistas, que disponían de todo el año para viajar y no se preocupaban por tener unos límites temporales. Sólo algunas actividades como la misma concurrencia a los balnearios, las travesías marítimas o los viajes a determinados destinos, por su propio carácter estival, se realizaban en verano; el invierno era la época preferida para viajar porque, como la mayoría de los viajeros eran británicos o del norte de Europa, preferían precisamente en esta época alejarse del frío de su país.

Finalmente, es muy importante recalcar el hecho de que, para que aparezca y se consolide la actividad, se ha de dar un elemento fundamental: el disfrute de **cuarenta y tres años de paz ininterrumpida** en el continente europeo desde el conflicto franco-prusiano de 1871 al estallido de la **Primera Guerra Mundial** en 1914. Además, a partir de la década de los setenta del siglo XIX, dos países tan importantes para el turismo europeo como **Alemania e Italia** empiezan a aparecer en las **guías Baedeker** y en los *hand-books* de los viajeros como **países unificados**, sin aduanas y con sistemas monetarios únicos; asimismo, Francia y Suiza despuntan como centros turísticos ya tradicionales, donde los industriales del ramo, en París, Niza o Interlaken supieron entender a la perfección el fenómeno que se estaba generando y el futuro que se le preveía en las siguientes décadas.

### 3. Hacia la industrialización y popularización del turismo

#### 3.1. Los cambios en la oferta: industrialización y profesionalización del sistema turístico

En las últimas décadas del siglo XIX y primeras del XX, aunque el turismo sigue siendo una actividad económica relativamente marginal en el ámbito regional o estatal, empieza a tener ya cierto impacto en determinados destinos locales, mientras las grandes ciudades y estos destinos disponen ya de una **infraestructura turística considerable** y el esfuerzo en el **fomento y la promoción**, por parte de los agentes locales, empieza a ser significativo. Por otro lado, aunque se mantiene una **producción muy intensiva en mano de obra**, empiezan a introducirse las **primeras innovaciones tecnológicas** (teléfonos, ascensores y nueva maquinaria en hoteles y restaurantes). Por otro lado, existe cierta identificación con el taylorismo, pese a que se puede entender debido a que se observa cierta **racionalización de la producción** mientras que el **consumo permanece todavía restringido a una elite** y no se ha desarrollado un estado del bienestar que actúe como gestor económico, garantizando el mantenimiento de la demanda y regulando la relación entre ésta y la oferta.

Aunque la oferta inicia su **industrialización**, la demanda sigue restringida a un mercado muy local y que permanece específicamente relacionado con la escala social. Desde el punto de vista del progreso tecnológico, en los primeros lustros del siglo XX, un **nuevo medio de transporte, el automóvil, va a revolucionar el mundo del viaje** por diferentes razones. Es de nuevo el afán de las clases más pudientes por diferenciarse del resto de viajeros el que va a llevarles a tomar este medio como icono de una nueva forma de entender el turismo. De la misma forma ocurrirá con el avión, todo un símbolo de los nuevos tiempos. A pesar de que estos medios de transporte no tengan todavía el papel preponderante que adquirirán en el turismo de masas, sí es cierto que empiezan a desplazar a los medios tradicionales en las preferencias de los turistas pioneros y suponen, en definitiva, una **nueva forma de entender los viajes y una importante transformación cualitativa en la demanda turística**, donde se pasa de una concepción estática (especialmente representada por la práctica balnearia) a una **concepción del turismo mucho más rápida, dinámica (el mito del automovilista y sus viajes), flexible, individualista y libre**.

#### Actividad

Investigar cuál ha sido el papel del automóvil y el avión en la historia del turismo, a lo largo del siglo XX, os puede ser de gran ayuda para comprender las propias transformaciones de la actividad.





El automóvil transformó de manera radical el mundo del turismo.

No obstante, es imprescindible, antes de empezar a comentar las **transformaciones** que se producirán en relación con la **estructura de los mercados turísticos en esta etapa**, el tremendo **impacto negativo** que tendrá en el **desarrollo turístico** el estallido de la **Primera Guerra Mundial** en 1914. Ya se apuntó que los avances operados a finales del siglo XIX se habían debido también a la existencia de un prolongado período de paz entre la década de 1870 y el comienzo de este gran conflicto que se extendió hasta 1918 y paralizó, drásticamente y como es obvio, el incipiente movimiento turístico internacional. La movilización masiva de soldados, la abundante pérdida de vidas, la destrucción de gran parte de Europa y las graves consecuencias personales, sociales y económicas que se derivaron de la guerra provocaron un gran estancamiento en el turismo.

Con todo, el ritmo de crecimiento y transformación de la actividad facilitó su **recuperación a partir de los años veinte**, consolidándose algunos de los principales cambios que se atisbaban en el cambio de siglo. En muchas ocasiones, a esta década se la ha adjetivado como los *felices años veinte*, quizás porque en parte se atisbó un *nuevo mundo* tras los desastres provocados por la guerra. No en vano, estos años siguieron siendo felices para una clase adinerada y el turismo siguió siendo un producto elitista. Pero para la mayor parte de la población la situación no era tan feliz: Alemania se encontraba en la mayor crisis económica de su historia moderna, en Francia se vivían turbulencias sociales y en Inglaterra comenzaba a vislumbrarse la decadencia de su imperio. Era en Estados Unidos y en la naciente Unión Soviética donde se atisbaba la creación de un *nuevo mundo*: en efecto, sería en **Estados Unidos** donde se producirían en esta época las **mayores y más rápidas transformaciones** por lo que concierne al **mundo del turismo, el viaje y el ocio en general**.

Los principales cambios en torno a la actividad turística, durante este período, comienzan por una nueva forma de entender la **actuación pública en el ámbito turístico**. Desde finales del siglo XIX, a partir del desarrollo del ocio burgués en las ciudades y el ámbito rural, diferentes instituciones públicas entienden la necesidad de potenciar la promoción y el fomento de esta incipiente actividad turística. De este modo, nacen las primeras organizaciones dedicadas a estos propósitos, los **Sindicatos de Iniciativa**, cuyos orígenes se sitúan en la segunda mitad del siglo XIX en Francia, a raíz del movimiento **excursionista** que hace que muchos de sus municipios empiecen a disfrutar de un numeroso movimiento de personas, sobre todo en los fines de semana y períodos vacacionales. Además, este movimiento de viajeros empieza a adquirir un carácter más interclasista. **En 1889, se crea el primer Sindicato de Iniciativa, en la ciudad francesa de Grenoble**, con el objetivo de estudiar qué medios eran necesarios para atraer y retener a los visitantes foráneos, con lo que acabó convirtiéndose en el modelo para los nuevos Sindicatos de Iniciativa que irán apareciendo a partir de este momento. Precisamente, Grenoble era la cuna de algunos de los principales creadores románticos del siglo XIX y puerta de entrada, cercana a Lyon, de los principales destinos turísticos de los Alpes franceses.



Grenoble, en Francia, es la cuna del movimiento asociativo en torno a la actividad turística.

Desde Francia, el movimiento de los Sindicatos de Iniciativa turística se extiende a los países vecinos de la zona alpina europea, por esta época los principales destinos del excursionismo alpinista, como Suiza, Austria e Italia. En estos países se crean asociaciones nacionales que agrupan los sindicatos regionales y locales, como la **Unión de Sociedades Suizas de Desarrollo**, fundada en 1893, y la **Asociación Nacional para el Movimiento de los Forasteros en Italia**, creada en 1900 (González, 2003). En el último cuarto del siglo XIX, este tipo de organizaciones se populariza en toda Europa y se sitúa en relación con

#### Lectura recomendada

J. C. González (2003). *El turismo en España (1905-1931)*. [Tesis doctoral]. Madrid: Universidad Carlos III, Departamento de Humanidades.



la creciente ola asociacionista que se desarrolla en el continente y que llegará, a principios de siglo, a los nuevos destinos del Mediterráneo, especialmente mediante la información que de ellos aportan los acaudalados veraneantes y los diplomáticos que residen en el extranjero.

En España, lo que querían este tipo de promotores burgueses era un tipo de institución similar a la que ya existía con un reconocido éxito en los países mencionados, y que tenía más que ver con un consorcio entre sector privado y público que con el impulso en solitario de la Administración. En estos países, los Sindicatos de Iniciativa se habían creado como entidades asociativas sin ánimo de lucro propio y recogían el esfuerzo de los diferentes agentes interesados en el fomento de la actividad en el destino, ya fueran los primeros clubs de automovilistas, hoteleros y restauradores o comerciantes como también los gobiernos locales o las federaciones de municipios. Por otro lado, a la influencia de las personalidades que conocían los beneficios del turismo en el extranjero, se añadió la propia influencia de las colonias de veraneantes en los principales focos del primer turismo de la época, como es el caso de San Sebastián y Palma de Mallorca, que serán pioneras en disponer de una sociedad de este tipo.

### Actividad

Reflexionad al respecto de las similitudes y diferencias entre las primeras sociedades de fomento del turismo y los actuales consorcios de promoción turística, al estilo de Barcelona Turisme, en la capital catalana.

Con todo, será en la Ciudad Condal donde nazca uno de los organismos más activos de la promoción turística en España, la **Sociedad de Atracción de Forasteros y Sindicato de Iniciativa de Barcelona**, creada por diferentes miembros del consistorio de la ciudad a partir de la experiencia de las iniciativas europeas. La mayor parte de sus primeros miembros procedían del movimiento regeneracionista catalán, una corriente reformadora que surge tras la crisis provocada por la pérdida de las últimas colonias americanas y que busca regenerar la vida social y económica del país desde una perspectiva todavía clasista y relativamente conservadora. La acción de la Sociedad sería fundamental en la conformación de la imagen de Cataluña y Barcelona como destinos turísticos, pero también en la **creación de la Comisaría Regia**, uno de los primeros entes de promoción turística de ámbito nacional, la **edición de la principal publicación turística** del momento *Barcelona Atracción*, o la organización de los **primeros congresos sobre el sector turístico del Estado**.

No obstante, aparte del impulso de la Administración pública a la actividad, el principal fenómeno que va a incidir en la transformación de la misma durante estos años es **la aparición de dos nuevos medios de transporte: el avión y el automóvil**.

### El marqués de Bailén

En España, quizás uno de los promotores turísticos más representativos sea Carlos Arcos y Cuadra (1909, 1919, reedición de 1974), marqués de Bailén y reconocido diplomático en diversas capitales europeas como Berlín. El marqués de Bailén, al igual que una pequeña minoría de visionarios, preveía un futuro "espléndido" para el turismo en España, ya fuera por las cualidades culturales, históricas, climáticas o gastronómicas de las que gozaba la península, como por el "carácter distendido de sus ciudadanos con el visitante extranjero".

### Lectura recomendada

C. Arcos y Cuadra (1918/1974). *De las grandes ventaj as económicas que produciría el desarrollo del turismo en España (1909) seguido de la industria del turismo en España*. Barcelona: Alba.

### Reflexión

En este mismo sentido, resulta interesante apreciar cómo esta forma "mixta" de fomento turístico fue fundamental en los orígenes de la actividad en Europa (etapa prefordista) y, posteriormente, fue cayendo en desuso a favor de la actuación de las administraciones públicas (etapa fordista o turismo de masas) para recobrar su protagonismo (bajo nuevas formas) a finales del siglo XX (etapa postfordista).

En relación con este último, aunque su desarrollo parte de unas décadas atrás, en concreto de la década de los ochenta del siglo XIX (a partir del desarrollo del **motor de explosión por parte de Karl Benz en 1886**), será en los primeros lustros del siglo XX cuando realmente revolucione el mundo del turismo por diferentes razones: el eterno afán de las clases más pudientes por diferenciarse del resto de viajeros va a llevarles a tomar este medio como icono de una nueva forma de entender el turismo. Así las cosas, **la irrupción del automóvil privado** sacudirá profundamente las estructuras establecidas hasta el momento, puesto que supone, entre otras cosas, una **mayor independencia del turista** con respecto al destino en el que va a pasar sus vacaciones.

Además, a partir de 1910, aparece la producción en cadena por parte de la fábrica de Henry Ford, lo que facilitará la proliferación del automóvil en todo el mundo. Su difusión comportará la necesidad de acondicionar **nuevas vías de comunicación** (las autopistas que irán apareciendo en Europa y Estados Unidos), y en torno a las mismas se construirán **nuevos hoteles, fondas, pensiones y restaurantes** para que los viajeros descansen y se repongan en sus desplazamientos hacia las localidades turísticas. Su aparición será decisiva en el mundo del turismo, ya que la flexibilidad, autonomía y rapidez que aporta provocará **la puesta de moda nuevos destinos turísticos** que, hasta el momento, tenían poco atractivo por la dificultad en el acceso y que ahora en gran parte desplazarán a anteriores preferencias.

Por otro lado, el **avión** es el otro medio que irrumpiría en esta época y transformaría por completo el mundo en el siglo XX. Su desarrollo para uso turístico no se popularizaría hasta los años cincuenta, aunque su evolución sería importante en las primeras décadas de la centuria. El **primer vuelo de los hermanos Wright, en 1903**, era tan sólo el presagio de un rápido desarrollo tras el impulso que, por **motivos bélicos**, experimentaría la aviación tras la Primera Guerra Mundial. La década de los años veinte sería la de los **ases de la aviación**, aviadores que iban sumando nuevos retos a su palmarés cubriendo etapas cada vez más largas y que en su momento estuvieron en la cúspide del imaginario popular. Es también en esta década cuando se desarrollan las primeras líneas comerciales, como KLM o Lufthansa, aunque éstas utilizaban todavía aparatos militares de la Gran Guerra, reconvertidos para transportar a viajeros aunque ruidosos e incómodos. Y es que, por esta época, el avión aún competía con otros medios como el **dirigible**, cuyo prototipo más conocido era el **Zeppelin**.



En la historia de la aviación, el período que media entre 1918 y 1939 es conocido como la **edad de oro de la aviación**.

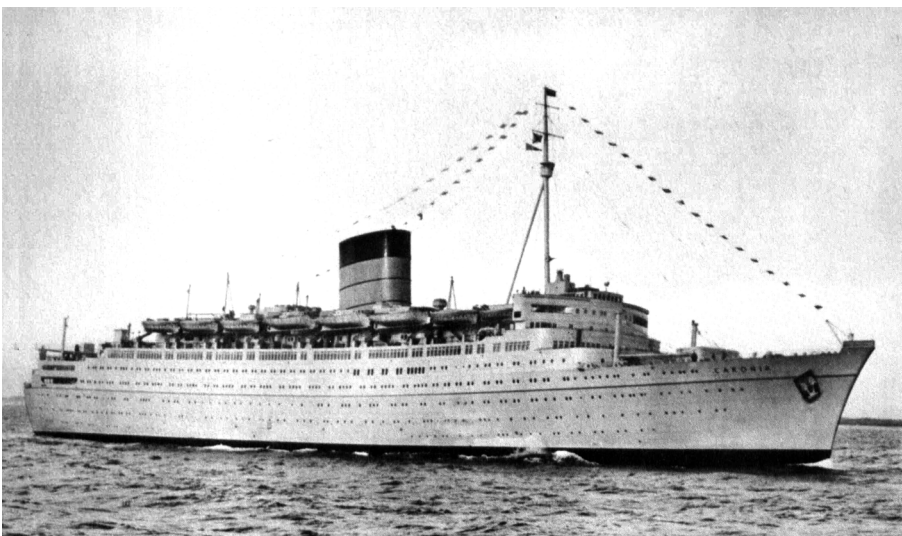
El automóvil y el avión iban a revolucionar el mundo del transporte y, finalmente, del ocio y el turismo en las décadas venideras, pero los verdaderos **reyes del movimiento turístico durante estos años seguían siendo el ferrocarril y el barco**.

El tren había sido el gran protagonista de la anterior etapa, símbolo máximo de la primera Revolución Industrial y pieza clave para la aparición del turismo moderno. A principios del siglo XX, seguía siendo el transporte predilecto y su diseño evolucionaba gracias a los avances en relación con su potencia, su tamaño y la velocidad que podía alcanzar. Estas décadas son, además, las que observan el desarrollo del ferrocarril como medio de transporte de lujo, vinculado al ocio burgués. A finales del XIX, se habían desarrollado los trenes-litera, que permitían rutas más largas, lo que había dado lugar a los paradigmáticos **Orient Express y Transiberiano**, cuyos servicios eran extraordinarios.



El Orient Express introdujo una nueva forma de viajar asociada al lujo.

Por lo que respecta a la navegación marítima, en el siglo XIX había experimentado importantes avances a partir de la progresiva transformación de su arquitectura y de la sustitución de la vela por el **barco de vapor** a partir de 1820. A principios del siglo XX, el barco de vapor disfrutaba de su época de mayor apogeo gracias a las grandes naves del periodo, los trasatlánticos, auténticas muestras del progreso que cubrían las mayores rutas marítimas, especialmente la del Atlántico Norte. Tanto el ferrocarril como el barco de vapor desplazaban a todo tipo de personas, desde las más humildes, que viajaban para trabajar y/o emigrar a otros países, como las más pudientes, que lo hacían por ocio. En este sentido, las **estancias reservadas para la burguesía** eran una muestra de los principales avances que aparecían en relación con el alojamiento y la restauración de la época.



Los trasatlánticos eran los reyes del transporte de viajeros de largo recorrido a principios del siglo XX.

Y es que, durante estos años, además del impulso público y de la revolución de los transportes, en el mundo del turismo se produce una **importante transformación por lo que respecta a la oferta hotelera y a la restauración.**

En el mundo de la hotelería, el gran cambio vendría de la mano del **nuevo concepto de hotel**, en cuya aparición tendría un papel destacado el suizo **César Ritz**. Sus aportaciones son variadas, pero en general se le considera como el padre del hotel moderno, incorporando una serie de servicios (generalización de la electricidad, baños en las habitaciones, decoración, iluminación, ascensores, etc.) que hasta el momento no existían en el mismo y estableciendo una atención personalizada para cada cliente (servicio de habitaciones, nuevo concepto de recepción). Los avances en la hotelería de Ritz son el primer paso para una **progresiva profesionalización e industrialización de la oferta de alojamiento**, hasta aquel entonces de carácter tradicional, familiar y de factura artesanal, a medida.



César Ritz introdujo un concepto de hotelería radicalmente moderno que transformó el sector.

Por otro lado, se producen importantes transformaciones en el mundo de la **restauración**, que también había sido una actividad artesanal y poco profesionalizada. Durante gran parte del siglo XIX, predominó el modelo de la **casa de comidas**, pensada para los trabajadores que habían de comer fuera de sus hogares. El **concepto de restaurante** tenía dificultades de consolidarse debido a que comer fuera era muy caro, e inició su recorrido en algunos de los elementos anteriormente mencionados y ligados al ocio burgués, tanto el transporte de lujo en ferrocarril como en barco. Asimismo, **se modernizaron los hoteles**, cuyos mejores representantes ahora incorporaban buenos servicios de restauración con **cocineros reconocidos**; en paralelo, **la extensión del au-**

#### Maxim's

Uno de los establecimientos más conocidos fue el **Maxim's** de París, que, aunque ya gozaba de reputación entre la juventud acaudalada de la capital francesa, alcanzaría un gran prestigio a partir de la Exposición Universal de 1900.



**tomóvil y de las carreteras** hizo posible (sobre todo en Estados Unidos) la aparición de los **restaurantes de carretera**. Finalmente, a raíz de la fama que obtuvieron determinados cocineros en el servicio de ricas familias burguesas o en reconocidos hoteles, se dio la posibilidad de que éstos abrieran su propio establecimiento y que tal cosa se fuera popularizando con el tiempo. No obstante, la prohibición del alcohol en Estados Unidos y la crisis de los años treinta en todo el mundo occidental frenarían el desarrollo de la restauración, cuyo despegue como industria tendría lugar a partir de los años cincuenta.

Durante estos años, a la par de las transformaciones en el mundo del transporte y la oferta turística, se producían también importantes cambios en la **intermediación**. A finales del siglo XIX, se había producido la incorporación de los **cheques de viaje**, por parte de la agencia de viajes **American Express**, que permitían a los viajeros disponer de una cantidad de dinero que podían recuperar en las oficinas de la agencia de los destinos a los que viajaban. En las siguientes décadas, el crecimiento de las agencias sería notable, cubriendo las nuevas necesidades del viajero con **nuevos servicios**, ya fuera por medio de viajes en los grandes barcos de la época como en los lujosos ferrocarriles y **ampliando el número de rutas** que se explotaban hasta el momento. Será además en este período cuando se desarrolló el confort en el transporte a partir de las invenciones de **G. M. Pullman** y cuando las dos grandes compañías de la época, Cook y Wagons-Lits, se fusionen para crear la mayor compañía de intermediación del mundo.

### **Actividad**

Realizad una indagación al respecto de la evolución de la empresa American Express en relación con la actividad turística y otras actividades económicas.

Para captar la transformación en el mundo del turismo que se produce entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del XX, es indispensable ver cómo la acción pública, el transporte, la oferta y la intermediación conllevan **importantes cambios en la demanda turística**, tanto por la influencia o la interacción con estos elementos como por los **cambios de todo tipo** (sociales, políticos, económicos y tecnológicos) que, en general, se producen en este período histórico y que **influyen, decisivamente, en los gustos y preferencias de los consumidores**.

### **3.2. Los cambios en la demanda: la progresiva popularización y diversificación de la actividad**

Efectivamente, es en esta etapa cuando la demanda turística experimenta una mayor transformación desde su surgimiento, hacia inicios del siglo XIX. En la mayoría de los casos, se trata de una evolución desde anteriores formas turísticas que ya habían tenido un dilatado ciclo de desarrollo, desde la irrupción de la actividad a inicios del XIX.

En este sentido, resulta interesante comenzar hablando del **turismo de litoral** o, como en esta época se conoce, del **turismo de baños**. Su desarrollo parte, como ya se ha dicho, del **turismo de balneario** del siglo XIX. Como también se apuntó, el **desplazamiento de los casinos** que operaban en la mayor parte de los complejos balnearios, del centro y este de Europa hacia los **destinos del litoral**, aceleró el auge de estos últimos, cuya celebridad ya se había iniciado décadas atrás. Fue así que destinos como la Costa Azul o algunas ciudades costeras del norte de España, (Santander, San Sebastián) se convirtieron en *resorts* turísticos donde las clases aristocrática y burguesa acudían, especialmente en invierno, para realizar un conjunto de actividades similares a las que se habían llevado a término en los complejos balnearios (paseos, cenas de gala, recepciones, juego). A este fenómeno se llamó la moda del **baño en aguas frías**, pues en la mayor parte de estos destinos el baño seguía siendo considerado desde una perspectiva terapéutica y todavía no tenía el componente de ocio que aparecería tiempo después. De hecho, los viajeros acudían a estos destinos más por la bonanza del clima y el disfrute del paisaje y el patrimonio de estos destinos que por motivos relacionados con el baño.

En las primeras décadas del siglo XX, se iba a producir una transformación fundamental, la de la extensión de este fenómeno a nuevos destinos que, con el tiempo, se convertirían en los paradigmáticos destinos del turismo genérico y masivo por excelencia: el turismo de sol y playa. Es el tránsito de la moda de baños en aguas frías a la moda de **baño en playas cálidas**. Diferentes son los motivos asociados a esta transformación. Por un lado, el aspecto cultural juega un papel fundamental. La Costa Azul, antes de que apareciera la gran corriente de ricos viajeros que la harían conocida en todo el mundo, fue popularizada por los principales artistas franceses (especialmente pintores) de su época. Lo mismo iba a suceder en otros destinos más al sur. En Cataluña, por ejemplo, son los artistas (pintores, escritores) como Santiago Rusiñol o Ferran Agulló los que participan de manera directa en la creación del imaginario pintoresco de estos nuevos destinos del litoral, como Sitges o la Costa Brava, aunque este proceso también se reproduce en otras zonas, como la costa andaluza o el Levante.



Localidades como Sitges, en la costa catalana, se convirtieron en los nuevos destinos del turismo que se popularizaba en las primeras décadas del siglo XX.

Obviamente, **la irrupción del automóvil desempeña una función determinante** en estos cambios, ya que ahora los turistas no quieren verse sujetos a las rígidas disposiciones que se establecían en los centros balnearios, sobre todo en cuanto a determinados horarios y prácticas de los clientes, y preferirán la libertad que les supone los centros de baños de mar, como los anteriormente mencionados, donde empezarán a adquirir nuevas residencias (y en determinadas ocasiones fastuosas), dando paso a lo que sería el germen del contemporáneo fenómeno de la segunda residencia. No obstante, poco a poco, y como ha sucedido en la gran mayoría de los fenómenos turísticos aquí descritos, estos destinos van a ir popularizándose, abriéndose a una demanda cada vez más amplia e interclasista. De hecho, en todo el litoral español, y desde los años veinte e inicios de los treinta, los *resorts* reservados a la burguesía van a ir acogiendo a un mayor número de viajeros, que acuden en los primeros **autocares turísticos**, en viajes cortos, de fin de semana muchas veces, y organizados en muchas ocasiones por las primeras agencias de viaje que operan en el país, como **Viajes Marsans**, creada en 1930.

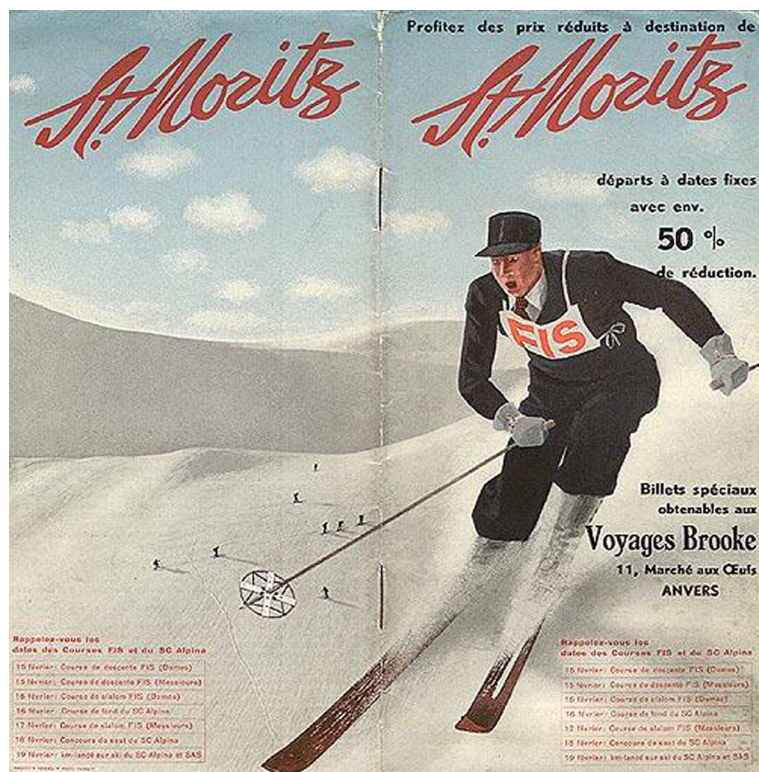




Viajes Marsans fue la pionera de la intermediación turística en España.

También es importante observar la transformación de anteriores formas turísticas que dará lugar a las primeras expresiones del **turismo rural**. En este sentido, es inevitable hablar de la influencia del **excursionismo** en el turismo burgués del siglo XIX. El fenómeno parte, de nuevo, de la influencia de los ilustrados mediante instituciones, como la **Sociedad de Amigos del País**, y también de la **moda romántica** por los destinos del interior y la montaña, y en relación con éstos, por las virtudes filosóficas, paisajísticas e higiénicas de un mundo rural del que se aleja la civilización industrial. En el siglo XIX, dicho mundo va a comenzar a identificarse como una especie de "reducto de la pureza humana", desde una perspectiva naturalista, patriótica y científica. En una Europa donde se forman nuevas naciones como Alemania o Italia, el reencuentro con las raíces rurales resulta indispensable para la construcción de nuevas identidades. En futuras naciones como Irlanda, o en regiones como el País Vasco, Cataluña o Galicia se produce un fenómeno similar en torno al **resurgimiento del nacionalismo**.

El **excursionismo científico** será el principal heredero de estos fenómenos, aglutinando a personas de diferente procedencia y donde prima la clase burguesa. Su visión del mundo rural, aunque tenga un objetivo analítico, acabará por ser fundamental en la creación de la imagen de los destinos rurales y de montaña, llegando su eco a un mayor número de destinatarios, interesados por este redescubrimiento del territorio. Pero también es fundamental el auge del **alpinismo en países como Francia, Suiza y Austria**. Se trata de una moda que se inicia de la misma forma que en los anteriores casos aquí comentados pero que, finalmente, llegará con fuerza a Gran Bretaña, facilitando un importante movimiento de ricos viajeros, que acuden en verano a estos destinos con el fin de deleitarse con las maravillas que les ofrecen los Alpes.



Los Alpes fueron el gran destino turístico europeo en los primeros años del siglo XX.

En estos países se desarrollarán los embriones de las primeras instituciones dedicadas al fomento del turismo, los Sindicatos de Iniciativa, como se dijo anteriormente, pero también de un gran número de sociedades, que se encargaban de crear y conservar nuevos **refugios**, así como de editar **publicaciones especializadas** y **organizar viajes**, incidiendo en el colectivo obrero, y en concreto en la juventud, mediante sus secciones correspondientes, conformando la base de las actuales organizaciones de **turismo juvenil**.

Asimismo, se desarrollarán otras formas de turismo en el campo, como el mismo **campismo**, en tienda de campaña o en **bungalows**. De hecho, es conocido el origen de estos últimos que, en muchos casos, proviene de la reutilización de antiguos vagones de tren para alojarse temporalmente en el campo. En todo caso, la mayor parte de estos fenómenos tiene una relación obvia con el excursionismo, pero también con otros movimientos de corte político –especialmente reformistas– o social. De la misma forma, aparece a principios del siglo XIX una nueva forma turística que aún sigue teniendo plena vigencia en muchos países, sobre todo en Gran Bretaña, la del **bed and breakfast** o estancia en una casa de campo en la que dormir, desayunar, disfrutar de la vida rural y convivir, en ocasiones, con los propietarios de la casa.

También del desarrollo del excursionismo nacerá otro de los turismos prototípicos del siglo XX, el **turismo de esquí** o **turismo blanco**. A partir de su popularización en Suiza y Austria en las últimas décadas del siglo XIX, durante los primeros años del XX, las vacaciones invernales y la nueva moda del esquí

se van a hacer habituales entre la alta sociedad europea, compatibilizándose con las estancias en los balnearios centroeuropeos o las florecientes ciudades costeras de la Riviera y el Adriático en la temporada de verano.

La reputación y profesionalidad de la **hotelería suiza** jugó un papel relevante en la lenta pero continua difusión de la práctica del esquí, que iría expandiendo su alcance geográfico desde los **Alpes** al resto de Europa. A lo largo de la década de los veinte, se desarrollará la mayoría de los clubes de esquí que todavía existen. De los Alpes, el nuevo deporte pasará a la cordillera de los **Pirineos**, donde aparecerá pronto un polo de atracción internacional de carácter excepcional: Superbagnères, que desde 1912 había quedado unido al prestigioso complejo balneario de Bagnères de Luchon mediante un ferrocarril de cremallera. Con la proliferación de los accesos ferroviarios y la construcción de teleféricos, los lugares de alpinismo y práctica de deportes blancos alcanzan su madurez en la década de los veinte, y la frecuencia de visitantes se convierte en estable, aunque todavía sin el carácter masivo que tendría medio siglo después (Fernández-Trapa y otros, 1986).

Pero si hay un turismo paradigmático en esta época es el **turismo urbano**, sin excesivas variaciones con respecto a las formas que tenía en el siglo XIX y donde el viajero está interesado en conocer los **recursos patrimoniales** (artísticos, arquitectónicos, museísticos o urbanísticos) de la ciudad.

El turismo urbano también recoge la herencia del movimiento generado por las **exposiciones universales**, así como por las **ferias y el movimiento comercial** asociado que se celebraban en estos municipios desde épocas inmemoriales. Quizás, una de las mayores novedades del periodo sería la aparición de algunos de los principales eventos que darían impulso a este tipo de turismo durante el siglo XX: los **acontecimientos deportivos**, donde destaca la aparición de los **juegos olímpicos** y de los campeonatos **mundiales de fútbol**.

#### Lectura recomendada

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).



Los juegos olímpicos se convertirían en uno de los fenómenos masivos más relevantes del siglo XX.

### Actividad

Seguro que en la Red podéis encontrar información al respecto de la historia de los juegos olímpicos o los mundiales de fútbol. Analizad cómo han evolucionado estos acontecimientos en cuanto a movilización de viajeros y repercusión para los destinos organizadores.

Los primeros tendrían su primera edición en Atenas, la cuna del olimpismo, en 1896, a raíz de la iniciativa del barón Pierre de Coubertin, y alcanzarán una fama tan relevante que se convertirán en uno de los principales símbolos de la modernidad de este momento histórico. Por lo que respecta a los segundos, aunque se prepararon durante años, su primera edición tendría lugar en 1930, en Uruguay. Ambos eventos movilizaron a un gran número de personas y son representativos del modelo social de *sportmen* u hombre de deporte, que promueve la aristocracia (reyes como Alfonso XIII) y la burguesía como ejemplo de modernidad ligado a la salud, que se extenderá al resto de clases sociales, popularizándose progresivamente hasta convertirse en el fenómeno masivo actual.

Esta **popularización se irá haciendo extensiva** a todos los fenómenos anteriormente relacionados desde los años veinte y treinta, incluso a pesar de la crisis de esta década. A este respecto, serán fundamentales las **mejoras sociales** que definitivamente consiguen los trabajadores a principios del siglo XX, como la reducción en la semana laboral, en el año medio de trabajo y también la reducción de la edad de jubilación junto con la mayor cobertura social y sanitaria gracias a la extensión de las responsabilidades de los Estados de los países más avanzados de Europa. No obstante, **los problemas sociales**, como la crisis de los años treinta y la tensión internacional (fascismo, influencia soviética) en la Europa anterior a la Segunda Guerra Mundial **frenaron el empuje** que

tenía esta nueva forma de entender el turismo, donde un mayor porcentaje de la población empezaba a tener acceso a sus servicios y donde se promovían nuevos destinos.

Tras los conflictos bélicos habrá que **esperar al menos veinte años** (con la excepción de Suiza, por haberse mantenido teóricamente neutral y el fenómeno del *domestic travel* en Estados Unidos) para que este nuevo fenómeno retome sus pasos e incluso crezca y se desarrolle hasta cuotas impensables para la mayoría de analistas: estamos hablando del **turismo de masas o turismo contemporáneo**, el que todavía sigue siendo mayoritario en todo el mundo y en el cual los turismos genéricos son preponderantes.

#### Escuela Berlinesea

A partir del momento en el que el turismo deja de ser una actividad minoritaria y experimenta un cierto despliegue, la ciencia y la academia empiezan a aproximarse al sector. Fruto de este cambio de percepción es la llamada **Escuela Berlinesea**, que actuará como lugar de encuentro de gente que se interesa por el turismo desde una perspectiva económica y social.



## Actividades

1. Al respecto de las primeras manifestaciones y antecedentes del turismo, ¿creéis que realmente podemos hablar de fenómenos turísticos o proto-turísticos? Justificad vuestra respuesta.
2. En este apartado hemos visto cómo la crisis de los fenómenos proto-turísticos, en una parte del mundo, no implica que en otros lugares se mantengan o sigan evolucionando. ¿Cómo entendéis que se produce este hecho en la actualidad? ¿Existen diferentes formas de interpretar el ocio y el viaje en Occidente y Oriente?
3. En la Edad Moderna el ocio y el viaje se recuperan en Europa gracias a un conjunto de elementos que desembocarán en la aparición del turismo moderno, justo cuando se produce la primera industrialización. ¿Cuál creéis que es la principal fuerza que favorece la aparición y el desarrollo de la actividad turística? ¿O en verdad pensáis que se trata de la influencia de un conjunto de elementos? Justificad vuestra respuesta.
4. Los viajeros románticos crearon el imaginario turístico de muchos destinos. Buscad uno cercano a vuestra experiencia y explicad el modo en que se ha creado la imagen turística del mismo.
5. La burguesía fue, en gran medida, la responsable de la evolución de un turismo elitista durante el siglo XIX y principios del XX. ¿Qué creéis que ha quedado de este turismo elitista? ¿O es que hoy en día hay otro tipo de turismo elitista que no tiene que ver con las clases sociales?
6. A principios del siglo XX se produce una gran transformación de la oferta turística que se dirige a la industrialización y profesionalización de la misma. ¿Creéis que es un proceso cerrado o, por el contrario, todavía subsiste en paralelo a la oferta convencional otro tipo de oferta de carácter artesano y poco profesionalizada?
7. También en el mismo período histórico (primeras décadas del siglo XX), se produce una transformación de la demanda turística, que se populariza pero también se diversifica. Comparad el perfil de la demanda de este momento con el que posteriormente tendrá en la etapa del turismo de masas y, lo que quizás resulte más interesante, con el que tiene en el actual paradigma postfordista. Buscad las similitudes y diferencias en este sentido.



## Glosario

**alpinismo** *m* Inicialmente, una modalidad del montañismo o actividad consistente en realizar excursiones por las montañas; es importante para el mundo del turismo porque facilitó la aparición de fenómenos como el turismo de esquí y porque, asociada a esta actividad, se desarrolló una hotelería moderna que influiría decisivamente en el desarrollo del sector.

**casino** *m* Instalación dedicada al juego cuya relevancia para la historia de la actividad turística radica en el hecho de que los tradicionales destinos balnearios de Centroeuropa, y los primeros destinos de litoral del Mediterráneo, se desarrollaron en relación con las actividades del juego.

**César Ritz** *m* Hotelero suizo que es considerado el padre del moderno concepto de hotelería, incluyendo todo un conjunto de innovaciones en los establecimientos, tanto instalaciones como servicios, que transformarían este tipo de negocios y acelerarían la transformación del sector desde una etapa artesanal a un nuevo período de profesionalización.

**excursionismo** *m* Actividad física consistente en realizar travesías o rutas en la naturaleza con una motivación relacionada con lo deportivo, cultural, recreativo u otras. Su importancia para el desarrollo turístico radica en el hecho de que facilitó el descubrimiento y puesta en valor de muchos destinos de interior en Europa y Estados Unidos.

**exposiciones universales** *fpl* Acontecimientos de carácter internacional cuyo propósito era mostrar las principales innovaciones técnicas y científicas de cada país. Acabó siendo un fenómeno de gran importancia por su capacidad para movilizar (y lo que es muy importante, libremente) a un gran número de personas a los destinos organizadores.

**Grand Tour** *m* Concebido como un viaje de formación de las clases altas británicas o, en ocasiones, ligado a viajes por motivos científicos o diplomáticos con destino a los lugares representativos de la cultura clásica (especialmente en Italia), acabará por ofrecer una nueva visión del mundo que será determinante para crear las arquetípicas imágenes turísticas que hoy en día tenemos de muchos destinos.

**Indian Mail** *m* Es el viaje que hacían los funcionarios de la Compañía Británica de las Indias Orientales y sus familiares desde Gran Bretaña a la India. Su trayecto hacia el subcontinente transitaba por un conjunto de destinos cuya popularidad iría siendo creciente, primero en Gran Bretaña y luego en todo el mundo.

**peregrinación** *f* Desplazamiento o viaje de las personas a un determinado destino, por motivaciones religiosas. Puede ser susceptible de debate su adscripción o no a la actividad turística, aunque es cierto que hoy en día los peregrinos realizan un conjunto de actividades en los destinos muy similares a las de cualquier turista (alojamiento, restauración, compras, entre otras).

**rutas comerciales** *fpl* El comercio se encuentra en el origen de la actividad económica y las rutas creadas en relación con este fenómeno no sólo propiciaron el desarrollo económico de muchos países y regiones, sino que facilitaron la creación de redes culturales y de las primeras imágenes relacionadas con el mundo del viaje.

**termalismo** *m* Actividad relacionada con el aprovechamiento terapéutico e higiénico de las aguas termales, desde una perspectiva médica y, posteriormente, también social y económica, y donde el ocio y el turismo se han situado siempre en una posición central.

**Thomas Cook** *m* Se le considera el padre de la empresa turística. Nacido en Melbourne en 1808, su negocio se inició con la organización de un viaje para obreros a la ciudad de Leicester con motivo de un congreso antialcohol. Fue de los primeros en crear el concepto de producto turístico, creando un paquete a medida donde se incluía desplazamiento, alojamiento y comidas para el viajero. De los viajes para obreros, Cook pasó a organizar grandes viajes para la clase burguesa, inicialmente en base a las rutas creadas por el Grand Tour y el Indian Mail, y más tarde añadiendo nuevas rutas. Su empresa acabó por convertirse en una de las primeras multinacionales del mundo turístico.

**Yellowstone** *m* Uno de los principales parques nacionales de Estados Unidos. Su importancia para el mundo del turismo radica en el hecho de que fue el primer espacio natural protegido por un Estado.

## Bibliografía

- 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". En: M. Barke; J. Towner; M. T. Newton (eds.). *Tourism in Spain. Critical issues* (pág. 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, pág. 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.

