

LA IMAGEN SOCIOECONÓMICA DE ESPAÑA EN LAS PRIMERAS GUÍAS TURÍSTICAS DIRIGIDAS AL PÚBLICO ANGLOSAJÓN, 1840-1930: UNA COMPARACIÓN CON LAS GUÍAS ESPAÑOLAS

*Luis Perdices de Blas**

Universidad Complutense de Madrid
<http://orcid.org/0000-0001-6890-1129>

*José Luis Ramos Gorostiza***

Universidad Complutense de Madrid
<http://orcid.org/0000-0002-1187-1464>

RESUMEN

En este trabajo se analizan las primeras guías turísticas sobre España publicadas entre 1840 y 1930. El objetivo es resaltar el contraste existente entre la visión socioeconómica del país que reflejaban las guías extranjeras dirigidas al público anglosajón, donde ciertos estereotipos mantuvieron un peso notable, y la visión que ofrecían las poco difundidas guías españolas, dirigidas al turista nacional, que sí dieron cuenta de la transformación del país.

Palabras clave: España; guías turísticas; imagen socioeconómica; turismo; siglo XIX; primer tercio siglo XX.

Fecha de recepción: 25 de abril de 2023.

Fecha de aceptación: 4 de octubre de 2023.

* Departamento de Economía Aplicada, Estructura e Historia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid. Campus de Somosaguas. 28223 Pozuelo de Alarcón. MADRID (España). E-mail: perdices@ccee.ucm.es.

** Departamento de Economía Aplicada, Estructura e Historia. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid. Campus de Somosaguas. 28223 Pozuelo de Alarcón. MADRID (España). E-mail: ramos@ccee.ucm.es.

The socioeconomic image of Spain in the first tourists' guidebooks aimed at the Anglo-Saxon public, 1840-1930: A comparison with the Spanish guidebooks

ABSTRACT

This paper analyzes the first tourists' guidebooks on Spain published between 1840 and 1930. The aim is to highlight the contrast between the socioeconomic vision of the country reflected in the foreign guidebooks aimed at the Anglo-Saxon public, where certain stereotypes maintained a notable weight, and the vision offered by the little-known Spanish guidebooks, aimed at the national tourists, which did give an account of the transformation of the country.

Keywords: Spain; guidebooks; socioeconomic image; tourism; 19th century; first third of the 20th century.

1. INTRODUCCIÓN

En el siglo XIX la literatura de viajes experimentó una gran expansión. Aparecieron incluso afamadas revistas especializadas, como los *Nouvelles annales des voyages* (1819-1865) o el *Tour du Monde* (1860-1914)¹. Pero, además, desde mediados del siglo XIX y en paralelo al avance del proceso industrializador, comenzó a surgir en Europa un fenómeno nuevo, el turismo organizado, que inicialmente sentaría sus bases en los países más adelantados de la época². De hecho, el país pionero fue el Reino Unido, donde Thomas Cook empezó a montar viajes organizados en la década de 1840. Y es que la industrialización permitió un espectacular desarrollo de las tecnologías de transporte, a la par que el surgimiento de una creciente clase media adinerada que podía permitirse realizar viajes de placer huyendo de la uniformidad y el tedio³. Cambiaba la forma de viajar y la forma de preparar los viajes.

Las primeras guías turísticas, que acabarían siendo un elemento esencial de la industria turística que se iría conformando progresivamente, aparecieron ya en la década de 1830 de la mano de los editores John Murray y Karl Baedeker, y fueron seguidas, en las décadas siguientes, por las de otros como George Bradshaw, John Longmans o Louis Hachette. Pretendían ser esencialmente prácticas, útiles y manejables, y con el tiempo fueron proporcionando una información crecientemente impersonal y sintética para la previsión, seguridad y comodidad del turista (tarifas y líneas ferroviarias, moneda y bancos, alojamientos, planos de ciudades, museos, mapas, ilustraciones de monumentos, etc.). Además, proponían itinerarios específicos con los que hacerse una idea, en un tiempo limitado, de los principales atractivos del país visitado. En este sentido, se fueron distinguiendo cada

1 Rivas (2006: 175).

2 Anteriormente la actividad turística había estado reservada a las élites, como en el caso del *Grand Tour*. Con posterioridad, acabaría apareciendo el turismo de masas, que en España comenzaría a desarrollarse ya en la segunda mitad del siglo XX. Sobre los orígenes del turismo moderno en el Reino Unido y España véanse, respectivamente, Walton (1983) y Vallejo y Larrinaga (2018).

3 Borocz (1992: 713).

vez más claramente de los libros de viaje al uso, que se centraban en las observaciones y valoraciones subjetivas de su autor: las guías se fueron convirtiendo esencialmente en “un producto comercial e industrial” de un sello editorial, “concebidas como un instrumento más que como una pieza literaria” de autor⁴.

Sin embargo, pese al supuesto carácter aséptico y objetivo de las guías turísticas, había determinados tópicos heredados de la literatura de viajes –y a veces originados bastante tiempo atrás– que se trasladaron a dichas guías a la hora de hacer referencia, sobre todo en su parte introductoria, a aspectos tales como las costumbres y peculiaridades de la población. Además, los itinerarios seleccionados, que condicionaban y dirigían la mirada del visitante, se correspondían a menudo con una determinada imagen estereotipada del país que se quería transmitir y que en cierto modo era la ya “esperada” por parte del turista. De hecho, las guías tendieron a reforzar determinados clichés y estuvieron “cargadas de mensajes que crearon poderosas imágenes de los destinos”⁵. Por otra parte, también es cierto que algunas de las informaciones proporcionadas por las guías turísticas esbozaban implícitamente una “fotografía” muy básica del nivel de desarrollo socioeconómico de un país en un momento dado (estado de puertos y carreteras, red ferroviaria, servicios públicos, grado de urbanización, producciones principales, etc.). De este modo, a medida que las guías se iban revisando con nuevas ediciones, era esperable que dicha fotografía fuera cambiando poco a poco, reflejando cierto proceso de transformación.

En este trabajo se analizarán las guías turísticas sobre España publicadas entre 1840 y 1930, dirigidas tanto al público anglosajón como al nacional⁶. El objetivo es resaltar el contraste existente entre la visión socioeconómica del país que reflejaban las guías extranjeras dirigidas al público anglosajón, donde ciertos estereotipos mantuvieron un peso notable, y la visión que ofrecían las poco difundidas guías españolas, que estaban dirigidas al turista mayoritario en la España de entonces, que generalmente era nacional (si bien esto cabría matizarlo según subperiodos y regiones turísticas).

No hay una clara especificidad de las guías escritas en lengua inglesa que justifique su análisis independiente respecto a las guías extranjeras escritas en otras lenguas (francés, alemán, etc.). Tampoco es que aquí se considere que la mayoría de los visitantes extranjeros que venían a España por entonces fueran anglosajones, ni que el inglés fuera en aquellos años el idioma mayoritario para la elaboración de guías turísticas destinadas a un público extranjero (pues, de hecho, el francés era en gran medida el idioma de la intelectualidad europea y las clases altas). El motivo de que este trabajo se centre sólo en las guías en inglés es meramente práctico: dadas las limitaciones de espacio, es necesario acotar. No obstante, en el siguiente apartado –y antes de pasar a examinar la imagen socioeconómica de España reflejada en las citadas guías escritas en inglés– se ofrece un

4 Ruiz (2014: 58). Sobre los orígenes de las guías de viaje y su importancia turística para determinados países véanse François (2012) y Anisimov *et al.* (2016).

5 Moreno (2022: 50). Sobre el papel de guías como la Baedeker a la hora de “construir una mirada” e incluso popularizar la alta cultura entre las clases medias, véanse Koshar (1998: 339), Palmowski (2002: 106, 111, 116) y MacKenzie (2005: 21-22).

6 La afirmación de que las guías sobre España escritas en inglés iban destinadas al público anglosajón es cierta en términos generales, pero debe matizarse: el público de turistas refinados y de alta condición social de la época (ya fueran españoles, ricos “indianos” o extranjeros) manejaba normalmente varias lenguas y podía consultar guías escritas en distintos idiomas.

panorama global y sintético de cuáles fueron las principales guías turísticas de España, en distintos idiomas, aparecidas a lo largo del periodo considerado. Este arranca en la década de 1840, cuando se publicaron las primeras guías turísticas generales sobre España, y termina en 1930, cuando se produjo un cierto estancamiento del número de visitantes extranjeros que se prolongaría durante la II República.

Existe ya un trabajo previo sobre las guías turísticas en lengua inglesa de Vázquez, Lario y Figueroa (2015), pero su enfoque es distinto: se ocupa de analizar la percepción que se recogía en dichas guías de los servicios españoles de alojamiento, transporte y ocio, junto a ciertas apreciaciones generales sobre el país, mientras que el presente artículo, como se ha dicho, se centra en examinar específicamente la imagen socioeconómica de España que transmitían las citadas guías en lengua inglesa, comparándola luego con la que ofrecían las guías españolas de la época.

2. LAS PRIMERAS GUÍAS TURÍSTICAS DE ESPAÑA

A mediados del siglo XIX España estaba aún muy lejos de ser un país turístico, pues, en relación con los países europeos económicamente más desarrollados de la época –como Reino Unido, Bélgica o Francia– era atrasado, políticamente inestable y tenía importantes carencias en infraestructuras de todo tipo⁷. No obstante, empezaba a despertar un creciente interés en algunos extranjeros –especialmente franceses y británicos– atraídos por su pintoresca imagen y su alejamiento de los “camino trillados”⁸. Por otra parte, si bien el número de turistas extranjeros fue reducido durante toda la centuria respecto a países como Italia, Suiza o Francia, no fue irrelevante, y además fue en aumento a partir de 1880; con todo, el turismo decimonónico en España fue esencialmente un fenómeno nacional, es decir, “asociado al turista del país más que al visitante procedente del extranjero”⁹.

Las primeras guías de carácter general sobre España aparecieron en la década de 1840, aunque en realidad estaban aún mucho más cerca del libro de viajes que de la guía propiamente dicha¹⁰. Por ejemplo, en 1841 se publicó en París, dentro de la colección Guías Richard, la *Guide en Espagne et en Portugal* de Quéting, repleta de tópicos románticos. Ante “semejante tejido de desatinos” que caricaturizaban al país, el inquieto Francisco de Paula Mellado intentó responder con su *Guía del viajero en España* (1842), que conocería cuatro ediciones hasta 1872. Pero –como él mismo reconoció– se vio superado por la magnitud de la empresa dada la falta de datos estadísticos y buenos diccionarios geográficos¹¹.

7 Véase, por ejemplo, el panorama de las economías europeas del XIX presentado por Giovanni L. Fontana (2003).

8 Moreno (2022: 11). Sobre el interés que despertó España entre los intelectuales del romanticismo véase Aymes (1983).

9 Vallejo, Lindoso y Villar (2020: 15). Sobre este hecho, también Barke y Turner (1996: 24-31). Hacia 1930, España todavía no era un país turístico líder, pero sí emergente. Vallejo (2019: 181).

10 La *Guide du Voyageur en Espagne* (1823) de Bory de Saint Vicent, pese a lo que pudiera hacer pensar su título, es básicamente la obra de un geógrafo y naturalista. Por otra parte, como muestra el catálogo de Serrano (1993: 117-386), a lo largo del siglo XIX se publicó un amplio número de guías *particulares* –la mayoría anónimas– centradas en ciudades o regiones, trazado de ferrocarriles, baños para enfermos, itinerarios específicos de viaje, etc. En concreto, fueron habituales en muchas ciudades las llamadas “guías de forasteros”, que proporcionaban informaciones prácticas.

11 Paula Mellado (1841: iv-v). Tuvo cuatro ediciones hasta 1872.

Además, la organización de la guía resultaba poco operativa, pues planteaba itinerarios radiales desde Madrid atendiendo a las carreteras más frecuentadas.

De forma muy reveladora, John Murray no había incluido a España en su primera guía, el *Handbook for travellers on the continent* (1836), que conoció numerosas reediciones a lo largo del siglo¹². Sin embargo, en 1845 se publicó en dos gruesos tomos (que sumaban más de mil páginas) el exitoso *Handbook for travellers in Spain* de Richard Ford, que resultaba singular dentro de la propia serie de guías que este editor venía publicando. Murray había encargado a Ford la elaboración de la guía sobre España en 1839, aprovechando que había residido en el país entre 1830 y 1833, especialmente en Sevilla, Granada y –en menor medida– Madrid. Con la inestimable ayuda de colaboradores como Pascual Gayangos¹³, el resultado fue una visión muy personal que huía de todo lo que indicara modernidad y exaltaba la imagen de país romántico y excepcional: se destacaba particularmente lo exótico y lo pintoresco, y se otorgaba un gran peso al pasado árabe y a Andalucía¹⁴. En definitiva, Ford dibujaba un país “distinto” y atrasado, aún no contaminado por los valores utilitarios y crematísticos de la civilizada e industrial Inglaterra, y al que había que aplicar un “patrón oriental” para intentar comprenderlo¹⁵. En las dos siguientes ediciones de 1847 y 1855, aún en vida de Ford, Murray intentó reducir el número de páginas y el peso de las opiniones, especialmente las más desdeñosas, pero el texto seguía estando muy lejos de una guía al uso como la que el propio Murray había editado sobre Portugal. Sería entre 1869 y 1898, en las seis ediciones póstumas¹⁶, cuando el texto original de Ford sufriría modificaciones sustanciales (supresión de comentarios personales, reestructuración de rutas, inclusión de planos de ciudades, etc.) que lo irían aproximando a una moderna guía de viajes, al tiempo que se aludía a algunas de las principales transformaciones que había ido experimentando el país. No obstante, el acento seguía puesto esencialmente en destacar la singularidad española en el contexto europeo.

En torno a 1860 apareció una nueva hornada de guías extranjeras. Todas incluían conjuntamente a España y Portugal y podían ya considerarse merecedoras de tal nombre, si bien aún se seguirían “estilizando” como producto editorial de características bien definidas (concisión, practicidad, manejabilidad, etc.). La más importante de las francesas fue la voluminosa Guía Joanne *Itineraire descriptif de l'Espagne et Portugal* (1859), escrita por el hispanista Alfred Germond de Lavigne, editada por Louis Hachette, y reeditada en 1866 y 1880 con mayor número de planos y mapas. Con mucho menor impacto, también se publicó la Guía Garnier en 1864, elaborada por A. Lannau-Rolland¹⁷.

12 Incluía Holanda, Bélgica, Prusia, el norte de Alemania y el curso del Rin hasta Suiza.

13 Véase Ford (1974).

14 Esta visión estaba en perfecta sintonía con la imagen sobre España ofrecida por literatura de viajes de la época: véanse González Moreno (2010) y Vega (2004).

15 Gilbert (1945); Perdices y Ramos (2016).

16 1869, 1878, 1882, 1890, 1892 y 1898.

17 Las guías turísticas de Adolphe Joane, de cubierta azul, se iniciaron en 1841. En 1855 fueron adquiridas por Hachette, y en 1863 este editor incluyó a los países ibéricos en la colección de bolsillo de las Guías *Diamant*, de menor tamaño y contenido que las Joanne, y con ocho ediciones adicionales hasta 1900. Desde 1898 las Guías Joanne dedicadas a España y Portugal pasarían a estar firmadas por Paul Joanne y Ernest Franco. Ríos (2014: 82-83).

Entre las guías británicas, se publicaron en 1865 dos de amplia aceptación durante el último tercio del siglo XIX. Por un lado, la Guía Ilustrada Bradshaw, escrita por el abogado y filólogo londinense Richard S. Charnock, quien señalaba en el prefacio que, si bien existían muchos libros sobre España, esta era la primera guía verdaderamente práctica, proporcionando al turista todos los detalles que necesitaba saber sobre cada ruta propuesta¹⁸. La guía se reeditaría anualmente hasta alcanzar en 1899 la edición treinta y cinco. En principio, se mantuvieron sin cambios las descripciones de monumentos, tradiciones e historia, así como el prefacio, mientras que se iban actualizando los datos estadísticos o la información sobre hoteles y medios de transporte. Sin embargo, la labor de puesta al día de los conocimientos prácticos se fue descuidando, y para 1899 la guía estaba ya obsoleta, hasta el punto de que en una de las páginas iniciales se remitía abiertamente a los lectores a buscar información actualizada en la *Bradshaw's Continental Railway Guide*¹⁹.

Por otro lado, estaba la Guía O'Shea, con al menos trece ediciones entre 1865 y 1905, inicialmente publicada en Londres por Longmans. Su carácter singular viene dado porque estaba escrita por Henry G. O'Shea, que había nacido en Madrid en una familia de origen irlandés y llegó a servir en el cuerpo diplomático español, aunque se acabó estableciendo en Biarritz convertido en ciudadano francés. La guía de O'Shea fue novedosa porque se organizaba alfabéticamente por ciudades en vez de por rutas. En las primeras ediciones se dejaba traslucir claramente la impronta de su autor en opiniones y comentarios, pero a partir de la séptima edición (1885), cuando John Lomas pasó a encargarse de actualizarla, se fue atemperando dicha perspectiva personal hacia un tono más neutro²⁰.

Las primeras guías estadounidenses sobre Europa se referían a itinerarios por el continente, y no estaban dedicadas a países concretos. España fue incluida sucintamente en la guía Appleton de 1870, dentro de un amplio recorrido por catorce países: tras una sección de información práctica general, se recogían 165 rutas con distancias, tarifas ferroviarias, etc.²¹. Se reeditaría en 1878 (en dos volúmenes), 1881 y 1888. Sin embargo, la guía norteamericana más popular fue la *Satchel Guide for the Vacation Tourist in Europe* (1872), y en ella España no aparecía en ninguno de los recorridos propuestos, pensados para una disponibilidad variable de dinero y tiempo (de cuatro meses a tres semanas). Y siguió sin aparecer en las ediciones revisadas de la obra publicadas hasta 1925²². De hecho, más del cincuenta por ciento del espacio de esta exitosa guía se dedicaba a las Islas Británicas e Italia seguidas de Suiza y Austria, mientras que la parte este del continente, junto a las penínsulas ibérica y escandinava, eran prácticamente ignoradas. España, que no había

18 Charnock (1895: iii).

19 George Bradshaw se había especializado desde 1839 en la novedosa edición de apreciadas guías ferroviarias, que incluían publicidad de forma creciente. Pero ya en la década de 1850, una vez fallecido Bradshaw y en el sello de W. J. Adams and Sons, comenzaron a publicarse también guías turísticas por países. Hooper (2020: 32-33).

20 Hooper (2020: 33).

21 El recorrido comenzaba en las Islas Británicas, Francia, Bélgica, Países Bajos y los estados alemanes, para desviarse luego hacia los países meridionales (Portugal, España e Italia) y terminar en Rusia. Al final se añadía un capítulo sobre Dinamarca, Suecia y Noruega. A España se le dedicaban 13 rutas. Véase Appleton, 1870. Las guías Appleton se habían iniciado en la década de 1840 para facilitar los viajes en ferrocarril por Estados Unidos y Canadá.

22 La guía Satchel para Europa se reeditó anualmente entre 1872 y 1939. Las ediciones con revisiones significativas corresponden a los años 1877, 1889, 1895, 1908, 1912, 1924 y 1925.

formado parte del *Grand Tour* de los británicos, tampoco figuraba entonces entre los principales destinos recomendados para los turistas estadounidenses: ello indicaba el lugar secundario que se otorgó a España en el turismo europeo durante el siglo XIX, al menos hasta la Gran Guerra²³, pese a la existencia de algunos celebrados libros de viajes como el de la norteamericana Katharine Lee Bates (1900).

En este sentido, también es significativo que las Guías Black no dedicaran ningún libro a la península ibérica²⁴, y que las primeras guías Baedeker y Cook sobre España tardaran mucho en aparecer (1897 y 1912 respectivamente) en comparación con las dedicadas a otros países. Por ejemplo, Baedeker –al igual que Murray– tenía ya desde los años treinta del siglo XIX guías sobre destinos centroeuropeos, y además contaba desde los años setenta con guías de lugares exóticos como Siria o Egipto; para países como Italia elaboró incluso guías específicas por regiones²⁵. Algo similar cabe decir en el caso de Cook²⁶.

Antes de que, con el cambio de siglo, surgiera una nueva serie de guías extranjeras de España, se publicaron con poco éxito dos guías españolas. Por un lado, la meritoria *Nueva Guía del Viajero en España y Portugal* (1886), del militar, geógrafo y cartógrafo Emilio Valverde y Álvarez, en dos gruesos tomos de más de mil páginas, y muy lejos –por tanto– del concepto de guía turística que ya se había impuesto por entonces. En realidad, se trataba de una compilación en dos volúmenes de guías específicas sobre distintos territorios ibéricos, que se publicaron también por separado. Tras una reseña histórica y geográfica de cada territorio, se organizaba por líneas férreas y carreteras deteniéndose en las principales poblaciones. Por otro lado, estaba la guía del célebre diplomático y arqueólogo Eduardo Toda i Güell, de 1892, dentro de la serie de Guías López, que hasta entonces se había especializado en Barcelona y sus contornos. Era la primera guía española general que se ajustaba al estándar de este tipo de publicaciones (concisión, manejabilidad, informaciones prácticas, buenos planos de ciudades, etc.), y de hecho pretendía explícitamente llenar la laguna que suponía la inexistencia de guías nacionales como las Baedeker, Murray o Joanne²⁷. Sin embargo, con una única edición, parece haber tenido poca difusión. Por tanto, es razonable pensar que buena parte de los turistas nacionales, que fueron mayoría entre los que recorrieron la península hasta 1930²⁸, empleaban habitualmente también las guías extranjeras.

23 Borocz (1992: 718-19, 724).

24 Las Guías Black fueron publicadas entre 1839 y 1919 por Adam y Charles Black, de Edimburgo. Entre sus destinos, además de los usuales (Italia, Suiza, etc.) y de partes específicas de las Islas Británicas y Francia, estaban lugares como Egipto, Palestina o Noruega.

25 Como señala Moreno (2022: 56), la producción de guías sobre España hasta la Gran Guerra fue muy inferior respecto a lo sucedido con otros países: dieciséis ediciones de Murray, Baedeker y Cook, frente a ciento seis para Italia o veinticinco para Egipto.

26 Por ejemplo, en las décadas de 1870 y 1880 Cook había publicado ya guías monográficas sobre distintas partes de Italia, Francia y Alemania, además de sobre territorios como Egipto, Palestina o Siria. Y antes de aparecer en 1912 la guía sobre España, se habían publicado las de la India, Noruega, Dinamarca, partes de China, Argelia y Túnez.

27 Toda (1892: 1-2). Sólo existían “guías locales de algunos importantes centros de población” (p. 2). En el ámbito de las guías locales y su difusión hay un amplio terreno de estudio que sobrepasa los límites de este trabajo.

28 Vallejo, Lindoso y Vilar (2016: 182; 2020: 16-20).

Casi finalizado el siglo XIX, aparece por fin la primera guía Baedeker dedicada a España y Portugal, primero en alemán (1897) y luego en inglés (1898) y francés (1900), teniendo como colaborador al historiador del arte Carl Justi. La guía Baedeker, editada en octavo e identificable por su cubierta roja con letras doradas, incorporaba un novedoso sistema de estrellas para valorar lugares de interés y se caracterizaba por la calidad, precisión y continua actualización de sus informaciones y mapas²⁹. De hecho, fue considerada la mejor guía del siglo XIX, una auténtica “biblia” para el turista: según indicaba Pérez Galdós, eran “libros inapreciables” en manos del viajero, “modelos de imparcialidad, de método y de rectitud”, con el “arte exquisito de clasificar las cosas, distinguiendo admirablemente lo principal de lo secundario, para evitar que la atención [...] se fatigue”³⁰. Para el caso concreto de España, la guía Baedeker –con sucesivas ediciones en tres idiomas³¹– acabó imponiéndose a sus competidoras británicas Murray, Bradshaw y O’Shea, que en los primeros años del siglo XX dejaron ya de publicarse.

La primera década del siglo XX fue quizá la primera década verdaderamente turística de la historia de España³². Y el primer tercio del siglo vio surgir otra cosecha de nuevas guías sobre la península ibérica. Además de las francesas Conty (1905) y Michelin (1910) –ligada a los incipientes viajes en automóvil–, apareció por fin en 1912 la primera guía Cook consagrada *exclusivamente* a España (como mucho tiempo antes lo había estado la de Murray-Ford). Escrita por el ingeniero Albert F. Calvert, que ya entonces contaba con dos obras sobre el país³³, era una guía “de autor” en comparación con la mayoría de las que Cook venía publicando desde hacía décadas. De hecho, tras una segunda edición en 1923, en 1930 se publicaría otra guía Cook más convencional, firmada por Roy Elston e incluyendo de nuevo a Portugal, tal como había venido siendo la norma. Otra novedad editorial fueron las guías Blue, promovidas a partir de 1918 por los hermanos James y Findlay Muirhead, que durante años habían sido los editores en inglés de las guías Baedeker. Adquirieron los derechos de los *Handbooks* de Murray, y llegaron a un acuerdo con el editor Hachette (propietario de las guías Joanne) para la edición de los mismos textos en inglés y francés entre 1917 y 1933. Las dos primeras guías Blue sobre la península ibérica no aparecerían hasta 1929 (España del sur y Portugal) y 1930 (España del norte). En 1930, se publicaría también la primera guía Satchel sobre España y Portugal, a cargo de William y Sarah Crockett: habían pasado casi sesenta años desde que estas famosas guías norteamericanas iniciaran su andadura (1872). Y finalmente, cerrando este largo

29 Sobre la Baedeker véanse Bruce (2010) y Lavour (1970).

30 Pérez Galdós (1961: 1626).

31 Los años de las ediciones en alemán fueron 1897, 1899, 1906, 1912 y 1929, en inglés 1898, 1901, 1908 y 1913, y en francés 1900, 1908 y 1920. En la guía Baedeker de España y Portugal, como en las guías de otros editores, no se incluían las islas Canarias: serían incluidas, curiosamente, en la guía Baedeker, de 1911, titulada *El Mediterráneo*.

32 Moreno (2022: 112). Respecto a las formas adoptadas por el turismo en la España de finales del siglo XIX y el primer tercio del siglo XX, véanse Larrinaga (2002), Cirer-Costa (2019) y Gil de Arriba y Larrinaga (2021).

33 *Impressions of Spain* (1903) y *Southern Spain* (1908). En 1924 publicaría, en tres volúmenes, *Spain*.

recorrido, hay que hacer también referencia a la detallada guía española del crítico de arte Ángel Vegue, que aparecería en dos volúmenes en 1929³⁴.

3. LAS GUÍAS PUBLICADAS EN INGLÉS Y LA PERVIVENCIA DE ESTEREOTIPOS

En su pionero *Handbook* de 1845, Ford definía España como el país más exótico y singular de Europa³⁵, enfatizando su herencia árabe y sus rasgos de tradición y pintoresquismo (trajes, costumbres, bailes, toreo, etc.), y dejando de lado todo aquello que pudiera oler a modernidad o transformación. España “no [era] país para el economista político, aparte de que [pudiera] darle ejemplo de la decadencia de la riqueza de las naciones”³⁶. Era un Oriente cercano, una “Berbería cristiana”³⁷ “entre Europa y África, entre la civilización y la barbarie”, donde la “crueldad más fría” se encontraba junto a las “fogosas pasiones africanas”³⁸. Se trataba del país de la imprevisión, el individualismo extremo, la indolencia, el desprecio hacia el comercio y la “imaginación oriental”³⁹. Era además refractario a la innovación, receloso de lo extranjero, carente de espíritu comercial, y víctima de la ignorancia y el mal gobierno crónico⁴⁰.

Aunque esta imagen de Ford pueda resultar hoy caricaturesca, lo cierto es que sus ecos iban a dejarse notar en mayor o menor medida en las guías turísticas dirigidas al público anglosajón hasta 1930. Dichas guías prácticamente no prestaron atención al reflejo de actividades económicas concretas, y –por tanto– no es posible detectar en ellas, con el paso del tiempo, evidencias claras de la progresiva transformación, diversificación y modernización del tejido productivo español. Sin embargo, en contraste, sí hay una notable pervivencia de estereotipos socioeconómicos, en buena medida ya presentes en Ford.

Es verdad que estas guías mencionaban de pasada ciertas mejoras que se iban dando progresivamente en aspectos tales como la extensión del transporte ferroviario o la disponibilidad y calidad de los alojamientos. Pero, en general, se referían sobre todo a rasgos indicativos de la persistencia del atraso relativo español respecto a los principales países europeos. Por ejemplo, en su edición de 1908, en plena etapa de prosperidad del patrón oro, la Baedeker señalaba la insatisfactoria situación de las finanzas públicas (que había hecho que la peseta se depreciara muy por debajo de su valor nominal), la baja velocidad de los trenes y su escasa comodidad, las deficiencias e impuntualidad de los vapores costeros, el mal estado general de las carreteras, la inexistencia de alojamientos al nivel de los grandes hoteles europeos, o el extendido analfabetismo entre camareros, porteros y

34 Hay ediciones previas de 1924 y 1926, con el mismo título y sin que figure autor, editadas en Madrid en 2 volúmenes por Enrique López.

35 Ford (2008, I: 1).

36 Ford (2008, I: 129). Cuando puntualmente se refería a lo económico, señalaba los problemas típicos de un país atrasado (escasez de capital financiero y humano, instituciones inadecuadas, retraso técnico), y destacaba que la ventaja de España residía claramente en el sector primario. Sobre lo económico en el *Handbook*, véase Perdices y Ramos (2016).

37 Ford (2008, I: 3).

38 Ford (2008, I: 129-130).

39 Ford (2008, III: 212; II: 325; IV: 143; V: 202; II: 14).

40 Ford (2008, III: 126-29; I: 129).

servientes⁴¹. La guía Bradshaw, coincidiendo en esas apreciaciones sobre hoteles y ferrocarriles, ya había subrayado anteriormente que las carreteras españolas estaban entre las peores de Europa y que la educación estaba muy poco difundida, pues las clases bajas carecían de instrucción alguna salvo en las grandes ciudades⁴². Por su parte, el *Handbook* de Cook, de 1912, si bien reconocía avances como la extensión de la iluminación eléctrica, insistía en que se trataba de un país ciertamente atrasado tanto en desarrollo intelectual como material, incluso en comparación con Italia. En este sentido, por ejemplo, se refería a la escasa libertad de las mujeres (especialmente en las ciudades de provincias), o dedicaba una amplia sección a la llamativa existencia de zonas semisalvajes e inaccesibles como Las Hurdes, donde sus míseros habitantes, sucios y malnutridos, habían malvivido aislados al margen de toda civilización, sin médicos ni maestros⁴³. También denunciaba, en perspectiva histórica, el mal gobierno y la incompetencia de una administración poco fiable y corrupta⁴⁴. Hacia 1930, tanto la guía norteamericana Satchel como la *Blue Guide* seguían aún apuntando aspectos tales como la baja frecuencia y velocidad media de los trenes, o el mal firme de las carreteras secundarias, pero reconocían una mejora significativa de los establecimientos hoteleros o de la red viaria principal y los servicios automovilísticos, ya en abierta competencia con el ferrocarril⁴⁵.

La referencia a actividades económicas concretas, cuando se daba, era muy parca y genérica, centrada únicamente en destacar las principales producciones agropecuarias y mineras con matizaciones regionales⁴⁶. Sin embargo, el sector secundario estaba prácticamente ausente. Por ejemplo, la guía Bradshaw solo afirmaba fugazmente que “la industria manufacturera de España [había] decaído mucho” y que el gobierno aún poseía algunas manufacturas en franco declive; de hecho, la ventaja comercial del país residía en su producción natural, combinada con su posición geográfica y su extenso litoral dotado de buenos puertos⁴⁷. Por su parte, la Baedeker de 1908 se limitaba a mencionar de pasada que Cataluña abastecía al resto de España de productos como papel, jabón o paños de sus fábricas textiles⁴⁸. En guías posteriores –como Cook, Satchel o Blue– prácticamente ni se mentaba la actividad industrial.

En contraste, algunos estereotipos socioeconómicos se subrayaban y repetían, reproduciendo una y otra vez una imagen singular, muy *distinta* del estándar de la Europa más avanzada, una imagen que en muchos de sus rasgos básicos parecía “congelada” desde

41 Baedeker (1908: xi, xviii, xxi-xxii, xxx).

42 Charnock (1895: 4). Desde la edición de 1865 la guía mantuvo esencialmente la misma introducción general (sección I), y por tanto reproducía estas mismas apreciaciones.

43 Calvert (1912: 18, 32, 63-68).

44 Calvert (1912: 59-62). La pérdida de las últimas colonias ofrecía la oportunidad de concentrarse en las necesarias reformas internas y colocar al país sobre una base socioeconómica firme (pp. 62-63).

45 Crockett (1930: xxiv-xxvi); Muirhead (1929: v, civ, cvii, cx). Desde comienzos del siglo XX el turismo había empezado a verse como una industria, aumentando las inversiones en mejora de los establecimientos hoteleros: Larrinaga y Vallejo (2019: 4). Sobre la mejora de las infraestructuras de transporte y la actividad turística véase Gil de Arriba (2019).

46 Véase, por ejemplo, la guía Bradshaw –Charnock (1895: 2)– o la Baedeker (1908: 6-7, 167, 192, 220, 279, 282, 455-56).

47 Charnock (1895: 3). Esta misma apreciación estaba ya en la edición de 1865.

48 Baedeker (1908: 220).

el *Handbook* de Ford. Es cierto que este ya había roto con el viejo mito del bandidaje⁴⁹; Bradshaw también lo desmentía en su edición de 1865, y el resto de las guías ponía la seguridad en España al nivel europeo, elogiando la labor de la Guardia Civil y destacando de paso su pintoresca apariencia⁵⁰. Sin embargo, se enfatizaban muchos otros tópicos de vieja raigambre. Por ejemplo, la mendicidad por oficio era una auténtica plaga, sobre todo en el sur del país⁵¹. El sentido de dignidad y orgullo de los españoles era acusado: hasta el individuo más humilde esperaba ser tratado como un caballero, y quizá por ello el trato común entre gentes de distinta extracción estaba marcado por un mayor grado de cortesía e igualdad que en otras partes de Europa⁵². Las corridas de toros eran el espectáculo nacional –a cuya descripción dedicaban la mayoría de las guías notable atención–, y los toreros, grandes estrellas que podía llegar a ganar sumas millonarias; la mezcla de pasión, color y crueldad de este fenómeno de masas hablaba por sí misma de la sociedad española⁵³. Buena parte del territorio (en zonas como Castilla, Murcia o Aragón) era árido y desolado, y recordaba al norte de África⁵⁴. La herencia árabe-oriental, tras casi ocho siglos de presencia musulmana, era profunda, especialmente en el este y el sur de la península: no sólo se apreciaba en los monumentos y la fisonomía de muchos habitantes, sino también en bailes, música, toponimia, vocabulario, cultivos, técnicas de riego, etc.⁵⁵. Las festividades religiosas inundaban el calendario y pautaban la vida del país, con celebraciones tan llamativas como la Semana Santa o el Corpus, y la religiosidad de la población –tradicionalmente elevada– parecía estar recuperando terreno⁵⁶.

No obstante –especialmente en las guías Baedeker y Cook– era al hablar de la gran diversidad española donde los tópicos se desplegaban con mayor prodigalidad. Se afirmaba que las características nacionales, pese a los avatares históricos, habían sobrevivido esencialmente sin cambios⁵⁷: el español en general era individualista, antagónico a lo extranjero y convencido de su propia superioridad⁵⁸, además de poco viajado e imprevisor por naturaleza⁵⁹. Pero había importantes particularidades regionales. En actividad, diligencia y bienestar, catalanes y vascos estaban por encima del resto. Los vascos, en concreto, celosos de sus libertades y tradiciones, contaban con mejores medios de comunicación y tenían un nivel de “civilización” superior a otras partes del país⁶⁰. Por su parte, Cataluña era la más europea de las regiones españolas, y el catalán, siempre receloso del centralismo

49 Ford (2008, I: 1, 67).

50 Por ejemplo, Baedeker (1908: xxix); Calvert (1912: 25); Satchel (1930: xxiii).

51 Baedeker (1908: xxix); Calvert (1912: 33). A ello se unía la extendida “extorsión” de las propinas: Baedeker (1908: xxviii); Charnock (1895: 11).

52 Baedeker (1908: xxix-xxx). Calvert (1912: 18). Muirhead (1929: cxv).

53 Baedeker (1908: xxxi-xxxiv). Según Calvert (1912: 28, 134), la tauromaquia, una de las principales instituciones españolas, había de tenerse en cuenta para cualquier examen del carácter nacional. Deportes como el juego de pelota o los incipientes fútbol y tenis, nada tenían que hacer –como espectáculos– frente a los toros, recreación principal para todas las clases sociales.

54 Baedeker (1908: 5, 191, 282). Muirhead (1929: cix).

55 Baedeker (1908: xiv, 4, 6, 280, 282).

56 Calvert (1912: 30-31, 33).

57 Calvert (1912: 59).

58 Baedeker (1908: xliv).

59 Calvert (1912: 23, 60).

60 Baedeker (1908: 4). También Calvert (1912: 61).

de Madrid, era –como el vasco– un hombre de negocios nato, “en llamativo contraste con el lento castellano y el perezoso andaluz, que [eran] meros cultivadores de la tierra y se [contentaban] con la satisfacción de los deseos más elementales”⁶¹. En particular, el campesino castellano, enemigo del arbolado y opuesto a toda innovación, con métodos y aperos ancestrales, era orgulloso, grave y reservado: mientras que el volátil andaluz derrochaba viveza, gracia, ingenio y espontaneidad, siempre dispuesto a la diversión y al disfrute de fanfarronadas⁶². Por su parte, asturianos y gallegos –como los extremeños– se habían quedado rezagados y eran pobres, tendiendo a emigrar pese a ser laboriosos y vivir en territorios de exuberante naturaleza, en parte porque la educación estaba allí muy descuidada y el transporte era deficiente⁶³. Finalmente, la dureza del medio en el que se desenvolvían los aislados asentamientos de Aragón parecía asociarse naturalmente a la melancolía, la intolerancia y la pobreza⁶⁴.

En cualquier caso, quedaba claro lo que se destacaba del país y se quería transmitir al turista extranjero, que nada tenía que ver con la modernización o transformación socioeconómica. Como declaraba en su introducción la guía Satchel de 1930, la España de los castillos era una tierra de magia y misterio, *única* por el carácter de su gente y su cultura, por los contrastes de su variado y montañoso paisaje con “extraños y románticos ríos”, y especialmente por la huella de la civilización árabe⁶⁵. Igualmente, por las mismas fechas, la *Blue Guide* comenzaba su prefacio se refiriéndose a “ese rincón suroccidental de Europa profundamente interesante y significativo, donde el Oriente moruno, expulsado después de siglos de ocupación, [había] dejado huellas imborrables”, y que tan rico era en “asociaciones literarias, históricas y románticas”⁶⁶. Es decir, casi cien años después de la publicación del *Handbook* de Ford, la imagen de España seguía muy vinculada a lo romántico y lo pintoresco, y quedaba especialmente sintetizada en Andalucía, con su pasado ideal de bandoleros, toreros y contrabandistas, su carácter semi-africano, y la supuesta impronta oriental en su música, sus bailes y la exuberante imaginación de sus gentes⁶⁷. Pero esto no era en absoluto específico de las guías turísticas anglosajonas, sino que también estaba muy presente en las guías francesas y probablemente fue un rasgo común a todas las guías extranjeras sobre España para el periodo considerado.

61 Baedeker (1908: 220). En términos similares se expresaba Calvert (1912: 61-62): frente a los andaluces, indolentes y amantes del placer, estaban los serios, trabajadores, emprendedores y prósperos catalanes, que nunca carecieron del espíritu comercial que faltó a los españoles de otras regiones debido al desprecio hacia la actividad mercantil.

62 Baedeker (1908: 6, 323).

63 Baedeker (1908: 168, 455).

64 Baedeker (1908: 191).

65 Crockett (1930: xix). Hasta la década de 1920, los artículos sobre España publicados en la revista norteamericana *National Geographic* también reflejaron la imagen romántica y pintoresca. Ya en dicha década, y sobre todo en la de 1930, aunque se mantuvo esencialmente la misma imagen, empezó un creciente reconocimiento de signos de modernidad, especialmente en las grandes ciudades. García-Álvarez, Puente-Lozano y Trillo-Santamaría (2014: 550).

66 Muirhead (1929: v). Se señalaba además que las recientes mejoras en las posibilidades de viajar se habían hecho con menor sacrificio que en otros países respecto al sabor y color local.

67 Baedeker (1908: 323-24). Calvert (1912: 27). Muirhead (1929: cix-c).

4. LAS GUÍAS ESPAÑOLAS Y LA TRANSFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA DE ESPAÑA

El atraso económico de España, según Jordi Maluquer, se forjó principalmente entre 1820 y 1870, pero luego se asumieron los retos de la Segunda Revolución Industrial y se convergió con Europa entre 1870 y 1913⁶⁸. Este proceso de aproximación continuó entre 1913 y 1935, en parte debido a un menor crecimiento del resto de Europa. El PIB per cápita español creció un 2,2 % entre 1870 y 1913, y un 1,6 % entre 1913 y 1935. El crecimiento del 2,5 % del PIB entre 1913 y 1929 fue el mayor antes del “milagro económico” de los años sesenta del pasado siglo⁶⁹. Por tanto, España no se estancó o retrocedió: aunque comparativamente con los países más adelantados europeos se quedó inicialmente atrasada, empezó a reducir distancias a partir de la década de 1870. Como resultado, tanto en lo económico como en lo cultural –generaciones de 1898, 1914 y 1927– se vivió una Edad de Plata desde finales del siglo XIX hasta el comienzo de los años treinta del siglo pasado.

En este apartado se analizarán cuatro guías españolas elegidas tanto por su relevancia como por su representatividad, pues, dada su fecha de edición, abarcan desde la España de la diligencia hasta la de la introducción de las innovaciones de la Segunda Revolución Industrial, pasando por el periodo de construcción de la red ferroviaria⁷⁰. Se trata de la guía de Paula Mellado (1843), publicada en pleno periodo de retroceso relativo, las de Valverde (1886) y Toda (1892), al comienzo de la convergencia con los países europeos más adelantados, y la de Vegue (1929), a finales de la Edad de Plata. Su visión contrasta tanto con la de la guía O’Shea (examinada al final de este apartado por las razones que se expondrán más adelante), como con la de las guías extranjeras (recogidas en el epígrafe anterior), que optaron más claramente por resaltar estereotipos.

Las cuatro guías citadas recopilaron información básica sobre aquellos servicios que los turistas podrían encontrar en España, que desde finales del siglo XIX eran similares a los de los países más adelantados. Toda, en las primeras páginas de su guía de 1892, previno al lector de no dejarse llevar por los tópicos: España contaba con más de 10.000 kilómetros de red ferroviaria, seguridad pública y cómodos alojamientos, sin que por ello hubiera que negar la existencia de mendigos, como en todas partes⁷¹. En el mismo sentido, Vegue señaló en 1929 que la publicación de su guía se hacía necesaria por “los progresos realizados en la Península durante el último decenio, así en punto a vías de comunicación, como en lo relativo al ensanche y embellecimiento de las principales ciudades, creación o reforma de museos, implantación de nuevas industrias, etc.”⁷².

Asimismo, las citadas guías reflejaron con cierto detenimiento las transformaciones socioeconómicas que estaban prendiendo en España. La guía de 1842 de Paula Mellado

68 La forma de entender la idea de España como país atrasado ha ido cambiando con el tiempo; es decir, dicha idea es en parte una construcción social. Véase Nadal y Sudrià (1993) sobre la controversia en torno al atraso económico español en la segunda mitad del siglo XIX.

69 Maluquer (2014: 135-36).

70 Sobre la visión de la España de la primera mitad del siglo XIX en guías o libros de viaje, especialmente en referencia a algunos territorios específicos, véanse –por ejemplo– Hernando (2004), Lindoso y Vilar (2015) o Rubio (2019). Respecto a la imagen del país en el siglo anterior puede consultarse, entre otros, Freixa (1991).

71 Toda (1892: 6-12).

72 Vegue (1929, I: iii).

comenzaba señalando que la situación topográfica del país favorecía que se aclimatasen con facilidad todo tipo de plantas y semillas⁷³, por lo que el sector primario proveía de lo necesario a los nacionales, e incluso generaba un importante caudal exportador. No obstante, las regiones del centro se veían afectadas por los escasos medios de comunicación. Precisamente para paliar este problema, en los últimos años se había proyectado la construcción de canales y el fomento de la navegación fluvial con el fin de favorecer el progreso económico, justo cuando se comenzaba a disfrutar de un periodo de paz tras la primera guerra carlista⁷⁴. Pero la ventajosa situación de España no sólo se cifraba en un suelo que permitía obtener las mejores y más abundantes producciones agrícolas, o en un subsuelo rico en minerales diversos, sino también en sus extensas fronteras marítimas –que facilitaban la pesca y el comercio– y en su proximidad a los países europeos más avanzados, como Reino Unido y Francia⁷⁵. Entre las principales desventajas españolas se enumeraban la sequedad y aridez de parte del territorio, la dificultad de canalizar los ríos, la falta de cercamiento de las tierras, y la vecindad de un país atrasado como Portugal, que no podía constituir un mercado importante para los productos españoles⁷⁶. Por otra parte, a pesar de las pérdidas territoriales en América tras las guerras de independencia, el comercio con las nuevas repúblicas hispanoamericanas se había ido incrementando considerablemente⁷⁷, en tanto que el crecimiento del sector agrícola había sido tal respecto a 1803, que “algún autor francés” lo había calificado incluso de “prodigioso”⁷⁸. Por tanto, Paula Mellado proyectaba la imagen de un país atrasado respecto a Inglaterra o Francia, pero no estancando.

En 1886, la guía de Valverde expresaba con toda claridad en sus conclusiones que, si bien España y Portugal estaban retrasadas respecto a los países europeos más ricos, poseían un inmenso potencial en tierras aún por cultivar y en un sector industrial “ansioso” de capital. No obstante, para aprovecharlo debían romper primero “las cadenas políticas” obstaculizadoras de su avance⁷⁹. Llegaba incluso a señalar que confiar en sectores productivos como el agrícola, significaba apostar por una “riqueza inagotable” que marcaría un porvenir mucho más “brillante” que “la costosísima posesión de nuestras lejanas colonias”⁸⁰. Esto era precisamente lo que, en su opinión, no reflejaban algunas guías extranjeras –“incompletas”, “apasionadas” y “faltas de exactitud”⁸¹.

La guía de Toda (1892) era la que recogía más información económica. Además, incluía numerosas páginas de anuncios de las principales empresas españolas, que abarcaban desde fundiciones siderúrgicas hasta fábricas de textiles de algodón y refinerías, pasando por fabricación de maquinaria, pianos, productos químicos, conservas alimenticias, y todo tipo de actividades comerciales y servicios propios de un país “moderno”⁸². Es decir, en

73 Paula Mellado (1842: 16).

74 Paula Mellado (1842: 17).

75 Paula Mellado (1842: 18).

76 Paula Mellado (1842: 19).

77 Paula Mellado (1842: 23-24).

78 Paula Mellado (1842: 26).

79 Valverde (1886, II: 960).

80 Valverde (1886, I: xii).

81 Valverde (1886, I: iv).

82 El índice de los anuncios en Toda (1892: 477-82). Eran 40 páginas al principio y otras 243 al final.

esta publicidad estaban representados todos los sectores de la primera y la segunda Revolución Industrial, reflejando una creciente diversificación del tejido productivo.

Por último, Vegue (1929) resaltaba en el prólogo de su guía los principales avances que se habían producido en España, en particular en el sector secundario: “las [industrias] metalúrgicas, principalmente la del hierro, con sus fabricaciones de rieles, alambres, calderas de vapor, locomotoras, maquinaria, armas, damasquinados, monederos de plata y joyería; la construcción de automóviles (Hispano-Suiza, Barcelona); la de pianos; las industrias textiles, florecientes sobre todo en Cataluña; la fabricación de papel en las Provincias Vascongadas; [o] las pesqueras en el Cantábrico y las costas de Galicia”⁸³. En el mismo sentido, llegó incluso a afirmar que Madrid no era “la capital más provinciana”, como maliciosamente apuntaban algunos, sino una urbe “moderna e industrial”⁸⁴.

Este reflejo de la transformación de la economía española se puede apreciar con mayor claridad al diseccionar el contenido de estas guías por regiones. A modo de ilustración, basta detenerse únicamente en los siguientes tres casos: Cataluña y las vascongadas, asociadas con la pronta introducción de los cambios derivados de la Revolución Industrial, y Andalucía, donde los viajeros extranjeros se recreaban sólo en los monumentos musulmanes, el folclore y los lugares pintorescos⁸⁵.

De Bilbao señalaba Paula Mellado (1842) que, aparte de productos agrícolas, tenía desde fábricas de papel y hierro colado, hasta astilleros para la construcción de buques mercantes⁸⁶. Y de la actividad catalana destacaba, por ejemplo, la producción agrícola de Igualada, así como sus “manufacturas de lana y estambre, hilados y tejidos de algodón, [y] fábricas de indianas, curtidos, sombreros y armas”⁸⁷. Más interesantes eran sus pinceladas sobre la actividad económica andaluza. Bailén –visitado por los anglosajones por haber sido escenario de la famosa batalla de la guerra de la Independencia– producía mucho aceite, pero también contaba con “telares de lienzos de lino, fábricas de jabón, de vidrioado vasto y de teja y ladrillo”, además de 44 molinos de aceite⁸⁸. Asimismo, por ejemplo, se refería al retroceso de Cádiz y Sevilla tras la pérdida de los territorios americanos⁸⁹; sin embargo, el comercio de esta última iba “tomando nuevo impulso”, pues se habían mejorado sus comunicaciones y su agricultura era “de lo más floreciente de toda la provincia, consistiendo [su] riqueza principal en vinos y aceite” que se exportaban a todos los mercados europeos por “su exquisita calidad”⁹⁰.

83 Vegue (1929, I: xxxiii).

84 Vegue (1929, I: 73). Tenía un sector manufacturero en el que trabajaban unos 70.000 obreros, con un movimiento de capitales que permitía operar de 25 a 30 bancos.

85 Los tres casos citados se refieren a los contextos regionales y urbanos españoles más conocidos en el extranjero, y que por tanto fueron también recogidos en algunas de las guías en inglés, como las Baedeker y Cook. Las apreciaciones presentes en dichas guías respecto al nivel de desarrollo de estas zonas compartían algunos tópicos con las guías españolas.

86 Paula Mellado (1842: 144).

87 Paula Mellado (1842: 250).

88 Paula Mellado (1842: 184).

89 Paula Mellado (1842: 193).

90 Paula Mellado (1842: 199-200). También escribió un extenso libro de viajes con la intención de corregir lo publicado por algunos franceses, que habían “disparatado más al hablar de nosotros que si hablasen de la luna”. Paula Mellado (1850, I: 3).

Valverde recalca en 1886 que Bilbao descollaba por su industria y comercio. La primera, en particular, tenía un nivel “de desarrollo y apogeo que pocas poblaciones [podían] igualar [en] su prodigiosa altura”; al mismo tiempo, la exportación de hierro iba disminuyendo con el fin de transformarlo en sus propias fabricas situadas en la ría del Nervión, entre Bilbao y Portugalete⁹¹. En cuanto a la otra zona industrial española, Cataluña, afirmaba que “la actividad [era] la prenda más preciada del carácter catalán”, así como su afán por “las grandes empresas”: eran entusiastas del progreso conservando siempre sus costumbres⁹². Describía también minuciosamente los rasgos de una ciudad moderna como Barcelona, incluyendo su cinturón industrial, que estaba formado por poblaciones que compaginaban su gran antigüedad con sectores productivos industriales modernos como el textil: Manresa⁹³, Tarrasa⁹⁴ y Sabadell⁹⁵. Figueras y Reus también sobresalían, tanto por su producción agrícola como industrial: la primera por sus fábricas de aguardiente, curtidos, jabón, licores y fundiciones de hierro⁹⁶, y la segunda porque era la zona más industrial de Tarragona con productos alimenticios y bebidas, alfarería, baldosas de mosaico, bujías, cartapacios, cerrillas, baúles, curtidos, gas, guantes, fundiciones de hierro, hilados de algodón, jabón, ladrillos, loza, tejas, tejidos de algodón y seda, y tintas de escribir. Entre sus fábricas, eran notables las de Luque, Marca y Compañía, la Sedera, y la de Soler, Romeu y Miarons⁹⁷.

Valverde definía Andalucía como un “delicioso país, agradecido por la naturaleza”⁹⁸, que permitía el desarrollo de la minera y de cultivos de todo tipo, pudiendo incluso “obtener inmensa riqueza con la libre plantación del tabaco y otras plantas tropicales”⁹⁹. No se debía buscar al andaluz en el tipo pendenciero, abigarrado y holgazán –tan del gusto de los viajeros del romanticismo–, sino “en las labores del taller y el trabajo del campo”. Siendo los sevillanos el prototipo andaluz, no era adecuado fijarse en aquellos individuos “criados en la holgazanería”, pues no podían “servir de original para dar a conocer al honrado sevillano”¹⁰⁰. Enumeraba las diferentes producciones agrícolas, mineras y manufactureras andaluzas, desde la industria vitivinícola gaditana –ubicada, entre otros lugares, en Jerez, Puerto de Santamaría y Sanlúcar de Barrameda¹⁰¹– o la industria “perfectamente desarrollada” de Algeciras –con fábricas de curtidos, sombreros, baldosas, yeso, guantes, corcho, jabón, ceras, etc.¹⁰²–, hasta la producción de la vega granadina, en la que también existían minas de carbón y plomo, así como fábricas de elaboración de azúcar, paños, curtidos, naipes, harina, pólvora, sombreros, papel, etc.¹⁰³. No obstante, sobresalía en su descripción la provincia malagueña. Málaga era una “ciudad comercial por excelencia”, en la que

91 Valverde (1886, I: 828, 840).

92 Valverde (1886, II: 136).

93 Valverde (1886, II: 224).

94 Valverde (1886, II: 228).

95 Valverde (1886, II: 228).

96 Valverde (1886, II: 243).

97 Valverde (1886, II: 265).

98 Valverde (1886, II: 329).

99 Valverde (1886, II: 332).

100 Valverde (1886, II: 340).

101 En esta última, consideraba dignas de visitarse las bodegas de Pedro Rodríguez: Valverde (1886, II: 511).

102 Valverde (1886, II: 521).

103 Valverde (1886, II: 492).

la industria había tenido “mayor desarrollo, compitiendo con otras poblaciones fabriles españolas [...] e igualando por lo menos, con su movimiento mercantil, a las primeras plazas comerciales de la Península”¹⁰⁴. Junto a sus principales producciones agrícolas (cereales, vinos, uvas y pasas, naranjas, aceite, frutas, etc.), tenía “fábricas de abanicos, curtidos, fieltros, hielo artificial, vinos, aguardientes y demás licores, algodones y tejidos de todas clases, fundiciones de hierro y otros metales, [y] laboratorios e ingenios para la elaboración de azúcar”; de entre todas estas actividades, despuntaban particularmente “la fábrica de hilados del marqués de Guadiaro y la de Larios, la herrería de Heredia, la fábrica de la Sociedad azucarera, y la Atarazana e Poluts”¹⁰⁵. En la provincia de Málaga también sobresalía Marbella, no sólo por su producción agrícola, sino sobre todo por los ingenios de azúcar y sus fábricas de fundición de hierro, que eran “de las mejores de España, y [...] forma[ban] su principal riqueza y elemento de prosperidad”¹⁰⁶.

Toda (1892) reflejaba extensamente la actividad agrícola, comercial y –sobre todo– industrial de Cataluña, y en particular de Barcelona, la ciudad “más industrial y comercial de España”¹⁰⁷, con un puerto adecuado a las nuevas necesidades¹⁰⁸. Ponía especial atención en tres poblaciones que luego se convertirían en distritos de la capital catalana: Sans¹⁰⁹, San Andrés de Palomar¹¹⁰, y San Martín de Provensals, “primera población fabril de España, o como la llaman algunos, el taller de Barcelona”¹¹¹. También aludía a otros centros del cinturón industrial barcelonés: Sabadell, Tarrasa, Manresa, Sant Feliu, Granollers y Mataró¹¹². Del otro gran foco industrial español –las provincias de Vizcaya y Guipúzcoa– reseñaba la alta calidad de su hierro (consumido en España, Francia, Inglaterra y Estados Unidos) y su producción de acero¹¹³. Empero, lo que más sorprende hoy es su descripción de la actividad económica de Andalucía, que rompía con muchos estereotipos.

Comenzaba haciendo un oportuno comentario sobre la seguridad: “la ley del progreso” imperaba y el bandolerismo era “sólo un triste recuerdo”¹¹⁴. Por su puesto, hacía referencia al sector turístico o a la riqueza agrícola (como la de la campiña del Guadalquivir y la vega granadina, o la vinícola de la provincia gaditana), pero ponía aún más énfasis en las actividades relacionadas con la Revolución Industrial. Así, incidía en la minera jiennense

104 Valverde (1886, II: 448).

105 Valverde (1886, II: 462).

106 Valverde (1886, II: 524).

107 Toda (1892: 28).

108 Toda (1892: 30).

109 Toda (1892: 44).

110 Toda (1892: 45). Entre las páginas 48 y 49 de su guía, introdujo una separata de treinta y seis páginas numeradas en romanos y titulada “Barcelona industrial y mercantil”, que incluía una extensa relación de comercios y fábricas ordenados alfabéticamente por ramas. Iban desde talleres artesanos hasta los sectores más modernos –como refinerías de petróleo o fabricación de maquinaria industrial y agrícola–, pasando por sectores tradicionales de la Revolución Industrial –como el hilado y tejido de algodón o la siderurgia– y empresas de servicios (hoteles, restaurantes, etc.). Como ejemplo de la información suministrada, véase lo recopilado sobre La España Industrial, la fábrica textil sita en Sans y que había sido premiada en las exposiciones internacionales de París (1867, 1878 y 1889), Filadelfia (1876) y Barcelona (1888). Toda (1892: xx-xxi).

111 Toda (1892: 45).

112 Toda (1892: 24-26, 54, 62).

113 Toda (1892: 109-112).

114 Toda (1892: 231).

(minas de carbonato de sodio de Vilches¹¹⁵ y de cobre y plomo argentífero de Linares¹¹⁶), cordobesa (donde “el valle de Bélmez [constituía] una de las cuencas carboníferas más importantes y productivas de España”¹¹⁷), onubense (minas de pirita de Riotinto¹¹⁸), malagueña (minas de hierro y galena, con tres altos hornos en la ciudad de Málaga¹¹⁹), y almeriense (minas de azufre de Gádor¹²⁰).

En segundo lugar, eran reveladoras sus páginas sobre el tejido productivo sevillano: la rica campiña del Guadalquivir¹²¹; las minas de “fosforita, hierro magnético y cobre, y [los] aluviones auríferos” de Peñaflores¹²²; y los sectores turístico e industrial. Al referirse a este último apuntó:

“Después de Barcelona, Sevilla es sin disputa alguna la ciudad de España en donde mayor desarrollo ha adquirido la industria. Háyanse actualmente establecidas en ella numerosas fábricas de aguardientes, cervezas, básculas, camas de hierro, relojes, fósforos, tejidos de todo género, azulejos, sederías, cintas, curtidos, guantes [...], y en general, de toda clase de manufacturas. Es renombrada su fábrica de porcelana, instalada en el antiguo convento de la Cartuja, y lo es más aún la fundición de hierro y acero de Portilla, White y Compañía”¹²³.

Describía extensamente dicho establecimiento, fundado en 1857 y dedicado a las “construcciones mecánicas de toda clase y forma para la industria y la agricultura, y muy especialmente a [...] máquinas y calderas para buques de vapor”; además, destacaba cómo se estaba ampliando el negocio, hasta el punto de que los talleres de maquinaria y artillería se extendían en 1.500 m² y ocupaban a más de 950 operarios¹²⁴. En suma, Andalucía era mucho más que monumentos musulmanes, toreros y folclore.

Dentro del actual País Vasco, Vegue (1929) se fijaba en Bilbao, cuya población ofrecía “un ejemplo característico de la adaptación de un pueblo antiguo al progreso moderno”¹²⁵, y resaltaba sus minas de hierro y su industria siderúrgica y de construcción de barcos en la margen izquierda del Nervión, particularmente en Sestao y Portugalete¹²⁶. Por otra parte, destacaba que Cataluña era una de las regiones españolas donde –conjuntamente– estaban más adelantadas la agricultura, el comercio y las manufacturas, con sus centros principales en Tarrasa, Sabadell, Mataró, Manresa, Igualada y Sans¹²⁷. La primera impresión que producía Barcelona, donde estaba a punto de inaugurarse la Exposición Internacional

115 Toda (1892: 230).

116 Toda (1892: 231).

117 Toda (1892: 248-49).

118 Toda (1892: 268-70).

119 Toda (1892: 298-99).

120 Toda (1892: 323-24).

121 En concreto, se refiere al caso de Carmona: Toda (1892: 251).

122 Toda (1892: 250).

123 Toda (1892: 263).

124 Toda (1892: 264).

125 Vegue (1929, I: 14).

126 Vegue (1929, I: 16-18).

127 Vegue (1929, I: 204).

de 1929, era la de una ciudad moderna, rica y fabril¹²⁸. De hecho, los barceloneses eran entusiastas de todo aquello que significase “progreso”, “laboriosidad”, “viva inteligencia”, “pasión por los negocios”, previsión y reflexión¹²⁹. Respecto a Andalucía, señalaba que sus alegres habitantes eran falsamente tachados de holgazanes, cuando eran tan laboriosos como “los españoles más trabajadores”¹³⁰. Subrayaba además algunas de las actividades más destacadas: de Sevilla, la celebración de la Exposición Iberoamericana (1929)¹³¹; de Huelva, las minas de Riotinto¹³²; de Málaga, su industria de fundición de hierro¹³³; y de Granada, sus minas de plomo, hierro, cinc y cobre, sus canteras de material de construcción, mármoles, calizas y yesos, o la fabricación de alcoholes y azúcares de caña y remolacha¹³⁴. Incluso tuvo palabras para Córdoba, de la que sólo se solían destacar sus monumentos musulmanes: en el pasado había tenido manufacturas de platería, joyería, seda, cuero y azulejos, y en la actualidad contaba con “buenas fábricas de aguardientes, aceite, almidón, cerrillas, curtidos y jabón; fundiciones de hierro y plomo; etc. [...]. [Eran] principalísimas su industria de fabricación de utensilios esmaltados y la explotación de minas de cobre del cerro Muriano”¹³⁵.

Finalmente, se aborda en este epígrafe la peculiar guía de O’Shea (1865). Si bien su inclusión aquí puede resultar un tanto forzada, no puede considerarse tampoco plenamente una guía extranjera. Aunque escrita en inglés, se incluye en este apartado porque su autor, de origen irlandés, había nacido en España y había vivido muchos años en el país. Por eso, en principio cabría esperar que –a diferencia de las guías extranjeras analizadas en la sección anterior– ofreciera una visión más precisa de los cambios que se estaban produciendo en la península. De hecho, su autor señalaba en el prefacio que su conocimiento de España no era resultado de un simple viaje apresurado¹³⁶, y que había evitado hacer reflexiones que pudieran levantar heridas en un pueblo tan “sensible, generoso y afectuoso” como el español¹³⁷. No obstante, en ese mismo prefacio apuntaba que, en su intercambio epistolar con su amigo Washington Irving –uno de los forjadores de los estereotipos románticos–, había reflexionado sobre los rasgos del carácter inglés –“franqueza, integridad, sinceridad, iniciativa, perseverancia, amor al orden y al hogar”– en comparación con la honradez del español, que pervivía en los lugares más atrasados y alejados de la Corte¹³⁸.

En su edición de 1899, la guía O’Shea señalaba ya que España poseía una red de ferrocarriles que unía todas sus provincias, una red de vapores que conectaba sus costas –aunque los únicos cómodos y rápidos fueran los de la Compañía Transatlántica–, un pionero sistema postal creado en el siglo XVI, un sistema de telégrafos adecuado, alojamientos y comidas sin motivo de queja, o un buen servicio de agua corriente suministrado

128 Sobre esta exposición, Vegue (1929, I: 296-99).

129 Vegue (1929, I: 261).

130 Vegue (1929, II: 387).

131 Vegue (1929, II: 416-17).

132 Vegue (1929, II: 439-40).

133 Vegue (1929, II: 447).

134 Vegue (1929, II: 457).

135 Vegue (1929, II: 403).

136 O’Shea (1865: viii).

137 O’Shea (1865: ix).

138 O’Shea (1865: ix).

en Madrid por el Canal de Isabel II¹³⁹. Incluso la denostada capital del reino había entrado en la senda del progreso de las más importantes ciudades europeas, pese a su inadecuada situación geográfica, su escasa riqueza monumental –¡sin restos del pasado musulmán!–, y la inestabilidad política que paralizaba la actividad privada¹⁴⁰.

Por tanto, en 1899 se incidía en aquellos avances que redundaban en una mayor comodidad de los turistas, pero sorprendentemente el resto de la guía reproducía todavía la misma visión socioeconómica de España de la primera edición de 1865, que a su vez reflejaba una economía sin grandes transformaciones. Es decir, se habían “congelado” los posibles avances que se pudieran haber producido en treinta y cuatro años. De hecho, si se compara la primera edición de la guía, de 1865, con la décimo primera, actualizada en 1899 por John Lomas –que había viajado el año anterior por España y presumía de los “enormes” cambios introducidos–, se aprecia que los párrafos que describen la situación socioeconómica son prácticamente los mismos que los publicados en 1865, sólo con ligeros retoques en algunas cifras.

O’Shea realizaba en tres páginas una radiografía de la economía española, que definía principalmente como agrícola¹⁴¹, lo que era cierto. Pero lo pasmoso eran las razones que aducía para explicarlo: por la fertilidad del suelo –que se podía entender como una ventaja absoluta– y porque los españoles tenían “pocos deseos” y un “*sol criador*” que era “el gran agricultor natural de España”, pues sin más les abastecía de todo lo necesario. El carácter de los españoles también explicaba que se dedicasen a la agricultura, dado que consideraban este sector como el más honorable, y además carecían de las cualidades que requerían actividades como el comercio (“orden, regularidad, contabilidad, trato con extraños y cierto conocimiento de lenguas”). Para explicar el atraso de la agricultura, O’Shea concadenaba numerosas causas que iban desde la intolerancia religiosa (que había llevado a expulsar a los industrioses musulmanes y a los ricos judíos), hasta la creación del monopolio ganadero de la Mesta, pasando por la concentración de la tierra en manos de propietarios absentistas, la inseguridad, la centralización, o el descubrimiento de América (que había provocado una sed de oro y el abandono de las actividades productivas). Aludía asimismo a las reformas institucionales que se habían introducido en la década de 1830 –la abolición de la ley de la primogenitura, la desamortización de las tierras de la Iglesia, la tibia reforma arancelaria, etc.–, pero dividía las regiones españolas en cinco zonas sólo en función del cultivo predominante: el Norte del maíz, el Este de la naranja, el Sur del vino, el Oeste del pasto, y el Centro de los cereales.

Al describir las vascongadas, realizaba una valoración favorable –entre otras cosas– por la similitud que tenían con Gran Bretaña¹⁴². Los vascos eran físicamente una “raza superior”: fuertes, altos, musculosos, y muchos de ellos rubios con ojos azules debido a

139 O’Shea (1865: xii, xiv, xvi-xx).

140 O’Shea (1899: 259; 1865: 270).

141 El siguiente resumen aparece en O’Shea (1865: xiii-xv), y, con leves cambios en algunas cifras, en O’Shea (1899: xxxv-xxxvii). La bibliografía suministrada sobre asuntos agrícolas es prácticamente la misma en ambas ediciones: O’Shea (1899: xli; 1865: xv-xxiii).

142 Además, O’Shea estuvo personal y económicamente vinculado al País Vasco, tanto por su residencia en Biarritz como por sus inversiones en diversos negocios (ferrocarril, importación de bacalao, etc.). Cuando falleció, en 1905, Pedro Manuel de Soraluze lo calificó de “vascófilo” en unos apuntes necrológicos.

su ascendencia celta (sic)¹⁴³. Aunque describía rápidamente su riqueza agrícola, minera y manufacturera, se centraba en su paisaje rural, muy similar al inglés y muy diferente al castellano (“polvoriento, lúgubre, desierto y salvaje”)¹⁴⁴. Bilbao era una ciudad limpia pero sin interés, excepto para descansar durante unos días de las rutas por las regiones “menos civilizadas”¹⁴⁵. Los catalanes, por otra parte, eran los más industriuosos, emprendedores, trabajadores, honestos y entusiastas del progreso: “son los escoceses de este país, como los andaluces son los irlandeses, y los asturianos los galeses”¹⁴⁶. Barcelona y sus alrededores (Manresa, Mataró, etc.) era uno de los principales focos industriales, y la ciudad condal era la más industrial y comercial de España. Aunque se la llamaba “la Manchester del Lancashire español (Cataluña)”, carecía de la apariencia de una ciudad industrial porque afortunadamente dicha actividad se situaba en las afueras¹⁴⁷.

En cuanto a Andalucía, consideraba que allí estaban los monumentos más interesantes de España, contruidos por los musulmanes¹⁴⁸, y calificaba al califato de Córdoba como el culmen del “glorioso dominio musulmán”¹⁴⁹. Luego resumía los estereotipos más comunes: los andaluces eran “los irlandeses, los gascones, los atenienses de España; con ellos todo [era] alegría, luz, ingenio, amor, *dolce far niente*; la vida [era] placer, corridas de toros, *pelar la pava*”, pero con un lado oscuro de “exageración, superstición, pereza insuperable, mediana valentía”¹⁵⁰. Cuando se refería a la riqueza agrícola andaluza, la fundamentaba en la fertilidad del suelo y en los métodos de regadío introducidos por los musulmanes¹⁵¹. Por supuesto, destacaba la riqueza minera de Riotinto, Linares, Marbella, etc.¹⁵², pero no se refería a los progresos industriales o sólo realizaba alusiones muy vagas. Así, en la edición de 1899, describiendo el puerto de Cádiz, informaba de que su comercio estaba reviviendo, bien comunicado por ferrocarril y con nuevas líneas de barcos de vapor. En cuanto a las manufacturas, se limitaba a afirmar que iban “surgiendo aquí y allá”¹⁵³, pero sin entrar en detalles. En suma, la principal riqueza andaluza se derivaba de la generosa Naturaleza y de las innovaciones introducidas por los musulmanes en la Edad Media.

En definitiva, las cuatro guías turísticas españolas analizadas en este epígrafe (Paula Mellado, Valverde, Toda y Vegue), aunque centradas básicamente en suministrar información básica sobre monumentos, rutas, historia, alojamientos o comunicaciones, reflejaron en buena medida los principales cambios económicos experimentados por el país a lo largo del tiempo. Es cierto que se basaron también en algunos estereotipos, pero lo hicieron en mucha menor medida que las guías extranjeras o que la guía O’Shea, y gracias a esto consiguieron transmitir mejor una cierta imagen global de la realidad socioeconómica del

143 O’Shea (1899: 59; 1865: 59).

144 O’Shea (1899: 61; 1865: 60).

145 O’Shea (1899: 67).

146 O’Shea (1899: 106-07; 1865: 106).

147 O’Shea (1899: 43; 1865: 42).

148 O’Shea (1899: 16).

149 O’Shea (1899: 112).

150 O’Shea (1899: 16; 1865: 15).

151 O’Shea (1899: 16-17; 1865: 15). La rica vega granadina –la región más ignorante de España y con una alta tasa de mortalidad– era resultado de la fertilidad de su privilegiado suelo y las innovaciones introducidas por los musulmanes. O’Shea (1899: 203-04; 1865: 174).

152 O’Shea (1899: 17; 1865: 16).

153 O’Shea (1899: 99).

momento. A ello contribuyó también su enfoque, con mayor detalle informativo a nivel regional y urbano, que fue otro de sus rasgos distintivos frente a las guías extranjeras.

5. CONCLUSIONES

Por una mera cuestión práctica de la limitación de extensión propia de un artículo de investigación, en este trabajo se ha optado por centrar exclusivamente la atención, para el periodo considerado, en las guías turísticas de España escritas en inglés. Pero dichas guías no presentan ninguna clara especificidad que justifique su estudio independiente respecto al conjunto de las guías turísticas sobre España escritas en otras lenguas por extranjeros. Por eso, lo que cabe concluir respecto a las guías anglosajonas publicadas entre 1840 y 1930, sería esencialmente extrapolable –por ejemplo– a las guías francesas. De hecho, en general todas las guías turísticas crearon representaciones e imágenes llamativas para intentar atraer al turista, aunque con algunas diferencias de contenido para adaptarse a los intereses y contextos culturales de sus lectores potenciales. Por otra parte, si bien en las primeras guías se dejaba notar aún bastante la impronta del autor, luego se fueron distinguiendo progresivamente más de los libros de viaje, dejando cada vez menor espacio a las observaciones personales y a las valoraciones subjetivas. Es decir, las guías se fueron convirtiendo en un producto comercial e industrial de un sello editorial, concebidas más como un instrumento que como una pieza literaria de autor.

Las exitosas y muy reeditadas guías dirigidas al público anglosajón analizadas en este trabajo (Murray, Bradshaw, O’Shea, Appleton, Baedeker, Cook, Blue, Satchel) reflejan dos cosas. Primero, que a España se le otorgó un lugar secundario en el turismo europeo al menos hasta la Gran Guerra. Y, segundo, que la fascinación por el estereotipo exótico estaba muy arraigada entre los europeos¹⁵⁴, por lo que fue un elemento clave a explotar por la política turística española¹⁵⁵. De hecho, como señala Sasha Pack, el reto de la marca turística española a lo largo del siglo XX iba a ser “proyectar un imaginario diferenciador sin repugnar al viajero medio”; promocionar un exotismo “cómodo” luchando al mismo tiempo contra “la supuesta incapacidad para adaptarse a las formas modernas” y “los estigmas de la diferencia nacional”, que constituían “un acopio singular de imágenes negativas de un país bruto, pobre, sucio, vanidoso o poco sofisticado”¹⁵⁶.

En cambio, las cuatro guías españolas que han sido examinadas y que tenían un mayor nivel de detalle informativo a escala regional y urbana, sí dieron cuenta de las transformaciones económicas de España entre 1840 y 1930, lo que sin duda vino condicionado por el tipo de lectores a los que iban destinadas. Es cierto que estas guías manejaron también algunos tópicos y lugares comunes, pero se sirvieron de ellos en mucha menor medida que las guías extranjeras. Dichas guías fueron la de Paula Mellado (1843), publicada en pleno periodo de retroceso relativo, las de Valverde (1886) y Toda (1892), al comienzo de

154 Sobre dicho arraigo, véase Kagan (2021: 97-134) para el caso estadounidense, y Burns Marañón (2014) y Shelmerdine (2003: 78-85) para el británico.

155 Pack (2019: 137). Soriano y Terrón (2021: 197). Moreno y Villaverde (2019: 96-97). Sobre el uso y fomento del estereotipo como imagen de marca turística por parte de las autoridades españolas, véase también Afinguénova y Rodríguez Merchán (2014).

156 Pack (2008: 657-658). Pack (2019: 133, 135).

la convergencia con los países europeos más adelantados, y la de Vegue (1929), a finales de la Edad de Plata. De todas ellas, la de Toda fue la que más se asemejó a la estructura de las extranjeras, pero suministrando una nutrida información económica y rompiendo con los tópicos más habituales. Así, llegó a decir de Sevilla que era la ciudad más industrial después de Barcelona, describiendo extensamente sus fábricas (como la fundición de hierro y acero de Portilla, White y Cía.), y dando a entender que tenía algo más que la Giralda, los toros y un rico folclore.

El problema con las guías españolas fue de difusión: tuvieron pocas reediciones y no se tradujeron a otros idiomas, seguramente porque iban dirigidas al turista nacional, que representaba un tipo de “cliente” muy concreto, diferente al de las guías Cook o Baedeker. La completísima guía de Toda, por ejemplo, solo tuvo una edición. Quizá la Guía O’Shea podría haber suplido la escasa presencia de las guías españolas, al reunir el autor y su obra unas características propicias y singulares: de origen irlandés pero nacido en España, vivió muchos años en ella y publicó su exitosa guía en inglés en el Reino Unido, con trece ediciones entre 1865 y 1905. No obstante, reprodujo todos los estereotipos al uso (como los relativos al carácter andaluz y la herencia musulmana), no prestó atención a los avances industriales, y ofreció una imagen “congelada” de la economía española (sin cambios significativos en cuarenta años).

En suma, las guías españolas, que sí dieron cuenta de la transformación socioeconómica del país, no tuvieron el suficiente empuje, mientras que las guías extranjeras, con una gran difusión, no se desprendieron de los estereotipos. Aunque admitieron ciertos avances en las facilidades para viajar (medios de transporte y alojamientos), la huella marcada por Ford, atemperada, perduró: la tópica España de “los mágicos palacios de Aladino”, perfilada por Ford en 1845¹⁵⁷, seguía viva en la España de los misteriosos castillos a la que aludía la guía Satchel en 1930.

Finalmente, cabe plantear también posibles líneas futuras de estudio, referidas a cuestiones relevantes no abordadas en este trabajo. Por ejemplo, los rasgos comunes y diferenciales entre las guías escritas en inglés y las escritas en otros idiomas (alemán, francés, etc.) durante el periodo considerado; o las similitudes y diferencias entre las guías turísticas de España de esta época y las de etapas posteriores (II República, franquismo, etc.).

Declaración responsable: Los autores declaran que no existe ningún conflicto de interés en relación con la publicación de este artículo. Las tareas se han distribuido del modo siguiente: los dos autores han contribuido a partes iguales en todo el proceso de elaboración del trabajo (planteamiento y diseño general, fuentes bibliográficas, desarrollo y redacción de los distintos apartados sobre las guías turísticas de España, y conclusiones). Por lo tanto, el resultado final es responsabilidad compartida de ambos autores en todos los aspectos.

157 Ford (2008, I: 129-30).

6. BIBLIOGRAFÍA

- AFINOGUÉNOVA, E., y RODRÍGUEZ MERCHÁN, E. (2014): «Picturesque violence: tourism, the film industry, and the heritagization of ‘bandoleros’ in Spain, 1905–1936», *Journal of Tourism History*, vol. 6 (1), pp. 38-56.
- APPLETON, D., *et. al* (1870): *Appleton’s European Guide-Book Illustrated*. Nueva York, D. Appleton and Co.
- ANISIMOV, E., BEKASOVA, A., y KALEMENEVA, E. (2016): «Books that link worlds: travel guides, the development of transportation infrastructure, and the emergence of the tourism industry in imperial Russia, nineteenth–early twentieth centuries», *Journal of Tourism History*, vol. 8 (2), pp. 1-21.
- AYMES, R. (1983): *L’Espagne romantique: témoignages de voyageurs français*. París, Éditions Métaillé.
- BAEDEKER, K. (1908): *Spain and Portugal. Handbook for Travellers*. 3ª ed, Leipzig, Karl Baedeker Publisher.
- BAEDEKER, K. (1911): *The Mediterranean: seaports and sea routes*, Leipzig, Karl Baedeker Publisher.
- BARKE, M. y TOWNER, J. (1996): «Exploring the history of leisure and tourism in Spain», en Barke, M., Towner, J. y Newton, M.T. (Eds.), *Tourism in Spain: Critical Issues*. Wallingford, CAB International, pp. 3-31.
- BATES, K.L. (1900): *Spanish Highways and Byways*. Nueva York, Macmillan.
- BOROCZ, J. (1992): «Travel-Capitalism: The Structure of Europe and the Advent of the Tourist», *Comparative Studies in Society and History*, vol. 34 (4), pp. 708-741.
- BRUCE, D.M. (2010): «Baedeker: the perceived inventor of the formal guidebook», en Butler, R.W. y Russell, R. (Ed.), *Giants of Tourism*. Wallingford, CABI Publishing, pp. 93-110.
- BURNS MARAÑÓN, T. (2014): *Hispanomanía*. Barcelona, Galaxia-Gutenberg/Círculo de Lectores.
- CALVERT, A.F. (1912): *The Traveller’s Handbook for Spain*. Londres, Thomas Cook & Son.
- CHARNOCK, R.S. (1895): *Bradshaw’s Illustrated Handbook to Spain and Portugal*. Londres, W. J. Adams & Sons.
- CIRER-COSTA, J.C. (2019): «Spain’s tourism models in the first third of the twentieth century», *Munich Personal RePEc Archive*, Paper nº 91824, Disponible en <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/91824/>
- CONTY, H.A. de (1905): *Guides pratiques Conty: Espagne et Portugal*. París, Imprimerie Chaix.
- CROCKETT, W.D. y S.G. (1930): *A Satchel Guide to Spain and Portugal*. Boston, Houghton Mifflin Company.
- ELSTON, R. (1930): *Cook’s Traveller’s Handbook to Spain and Portugal*. Londres, Simpkin Marshall.
- FORD, R. (1974): *Letters to Gayangos*. Exeter, University of Exeter.
- FORD, R. (1982): *Cosas de España (el país de lo imprevisto)*, 4 vols. Madrid, El Bibliófilo.

- FORD, R. (2008): *Manual de viajeros por España y lectores en casa [1845]*, 7 vols. Madrid, Turner.
- FRANÇOIS, P. (2012): «“If It’s 1815, This Must Be Belgium”: The Origins of the Modern Travel Guide», *Book History*, vol.15, pp. 71-93.
- GARCÍA-ÁLVAREZ, J., PUENTE-LOZANO, P. y TRILLO-SANTAMARÍA, J.M. (2014): «Representing Spain: cultural image and geographic knowledge in *National Geographic*’s articles on Spain (1888-1936)», *GeoJournal*, vol. 19 (5), pp. 539-556.
- GERMOND DE LAVIGNE, A. (1859): *Itineraire descriptif de l’Espagne et Portugal*. Collection des Guides Joanne, París, Hachette.
- GILBERT, E.W. (1945): «Richard Ford and His *Hand-Book for Travellers in Spain*», *The Geographical Journal*, vol. 106 (3-4), pp. 144-151.
- FONTANA, G.L. (2003): «El desarrollo económico de Europa en el siglo XIX», en Di Vittorio, A. (Ed.), *Historia Económica del Europa: siglos XV-XX*. Barcelona, Crítica, pp. 185-302.
- FREIXA, C. (1991): *La imagen de España en los viajeros británicos en el siglo XVIII*. Tesis Doctoral, Barcelona, Universitat de Barcelona.
- GIL DE ARRIBA, C. (2019): «“Geografías turísticas”: moda y modos de viajar en la España de la primera mitad del siglo XX», *Ayer*, n° 114, pp. 147-174.
- GIL DE ARRIBA, C., y LARRINAGA, C. (2021): «La cornisa cantábrica como región turística en las primeras décadas del siglo XX (1902-1931)», *Investigaciones de Historia Económica*, vol. 17 (1), pp. 26-36.
- GONZÁLEZ MORENO, F. y B. (2010): «(Re) Discovering Spain: English Travellers and the Belated Picturesque Tour», en Almeida, J.M. (Ed.), *Romanticism and the Anglo-Hispanic Imaginary*. Nueva York, Rodopi, pp. 341-360.
- HERNANDO, B. (2004): *Viajeros en la España de Fernando VII (1808-1833)*. Tesis Doctoral, Madrid, Universidad San Pablo CEU.
- HOOPER, K. (2020): *The Edwardians and the Making of a Modern Spanish Obsession*. Liverpool, Liverpool University Press.
- JOANNE, P. (1909): *Espagne et Portugal [1898]*. Collection des Guides Joanne, París, Hachette.
- KAGAN, R.L. (2021): *El embrujo de España. La cultura norteamericana y el mundo hispánico, 1779-1939*. Madrid, Marcial Pons.
- KOSHAR, R. (1998): «“What Ought to Be Seen”: Tourists’ Guidebooks and National Identities in Modern Germany and Europe», *Journal of Contemporary History*, vol. 33 (3), pp. 323-340.
- LANNAU-ROLLAND, A. (1864): *Nouveau guide général du voyageur en Espagne et en Portugal*. París, Garnier Frères.
- LARRINAGA, C. (2002): «El turismo en la España del siglo XIX», *Historia Contemporánea*, n° 25, pp. 157-179.
- LARRINAGA, C. y VALLEJO, R. (2021): «The origins and creation of the tourist hotel industry in Spain from the end of the 19th century to 1936. Barcelona as a case study», *Tourism Management*, vol. 82, pp. 1-12.
- LAVAUR, L. (1970): «El Baedeker y su siglo (1839 -1939)», *Estudios Turísticos*, n° 26, pp. 15-53.

- LINDOSO, E., y VILAR, M. (2015): «La literatura de viajes y el transporte en Galicia desde el último tercio del siglo XVIII hasta mediados del XIX», *Cuadernos de Estudios Gallegos*, vol. 62 (128), pp. 207-247.
- MacKENZIE, J.M. (2005): «Empires of Travel: British Guide-Books and Cultural Imperialism in the 19th and 20th Centuries», en Walton, J.K. (Ed.), *Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict*. Toronto, Channel View Publications, pp. 19-38.
- MALUQUER, J. (2014): *La economía española en perspectiva histórica*. Barcelona, Pasado y Presente.
- MORENO, A. (2022): *De forasteros y turistas. Una historia del turismo en España (1880-1936)*. Madrid, Marcial Pons.
- MORENO, A. y VILLAVERDE, J. (2019): «De un sol a otro: turismo e imagen exterior española (1914-1984)», *Ayer*, vol. 114 (2), pp. 95-121.
- MUIRHEAD, F. (Ed.) (1929): *Muirhead's Southern Spain and Portugal*. The Blue Guides, Londres, Macmillan.
- MUIRHEAD, F. (Ed.) (1930): *Northern Spain with the Balearic Islands*. The Blue Guides, Londres, Macmillan.
- NADAL, J., y SUDRIÀ, C. (1993): «La controversia en torno al atraso económico español», *Revista de Historia Industrial*, n° 3, pp. 119-224.
- O'SHEA, H.G. (1865): *Guide to Spain and Portugal*. Londres, Longmans, Green and C.
- O'SHEA, H.G. (1899): *Guide to Spain and Portugal*. 11ª ed., edición de John Lomas, Londres, Adam and Charles Black.
- PACK, S.D. (2008): «Tourism, modernization, and difference: a twentieth-century Spanish paradigm», *Sport in Society*, vol. 11, n° 6, pp. 657-672.
- PACK, S.D. (2019): «Turismo e identidad europea de la España contemporánea: tres reflexiones», *Ayer*, vol. 114, n° 2, pp. 123-146.
- PALMOWSKI, J. (2002): «Travels with Baedeker – The Guidebook and the Middle Classes in Victorian and Edwardian Britain», en Koshar, R. (Ed.), *Histories of Leisure*. Oxford, Berg, pp. 105-130.
- PAULA MELLADO, F. de (1842): *Guía del Viajero en España*. Madrid, Establecimiento Tipográfico Calle del Sordo.
- PAULA MELLADO, F. de (1850): *Recuerdos de un viaje por España*, 3 vols. Madrid, Establecimiento Tipográfico de Mellado.
- PERDICES, L., y RAMOS, J.L. (2016): «La España de Richard Ford: el contraste entre la imagen exótica y la descripción económica», *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, vol. 20, pp. 111-135.
- PÉREZ GALDÓS, B. (1961): *Obras Completas. Vol. 6*, Madrid, Aguilar.
- QUÉTIN (1841): *Guide en Espagne et en Portugal: comprenant des notions étendues sur la statistique des deux royaumes*. Guides Richard, París, L. Maison.
- RÍOS, M.T. (2014): «De mapas y guías», en Miguel, C. y Ríos, M.T. (Eds.), *Visite España. La memoria rescatada*. Madrid, Ministerio de Cultura, pp. 67-97.
- RIVAS, P.E. (2006): *Historia y naturaleza del periodismo de viajes*. Madrid, Miraguano.
- RUBIO, C. (2019): «Los indómitos montañeses del Norte y la Suiza española. Estereotipo vasco y paisaje en las guías de viaje del siglo XIX», *Historia Social*, n° 94, pp. 23-46.

- RUIZ, J.A. (2014): «De libros y viajeros (desde el siglo XIX hasta principios del XX)», en Miguel, C. y Ríos, M.T. (Eds.), *Visite España. La memoria rescatada*. Madrid, Ministerio de Cultura, pp. 48-65.
- SERRANO, M.M. (1993): *Las guías urbanas y los libros de viaje en la España del siglo XIX. Repertorio bibliográfico y análisis de su estructura y contenido*. Barcelona, Universitat del Barcelona.
- SHELMERDINE, B. (2003): *British perceptions of Spain during the 1930s and their use in the interpretation of the events of the Spanish Civil War*. Tesis Doctoral, Preston, University of Central Lancashire.
- SORIANO, M. y TERRÓN, A. (2021): «When national stereotypes become a brand: the case of Spain's destination branding», *Cuadernos de Turismo*, nº 47, pp. 179-202.
- TODA, E. (1892): *Guía de España y Portugal*. Barcelona, Enrique López Editor.
- VALLEJO, R. (2019): «Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: la formación de un sistema turístico», *Ayer*, vol. 114, nº 2, pp. 175-211.
- VALLEJO, R., y LARRINAGA, C. (Dir.) (2018): *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*. Madrid, Sílex.
- VALLEJO, R., LINDOSO, E. y VILAR, M. (2016): «Los antecedentes del turismo de masas en España», *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa*, nº 10, pp. 137-188.
- VALLEJO, R., LINDOSO, E. y VILAR, M. (2020): «Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX», *Investigaciones de Historia Económica*, vol. 16, nº 1, pp. 12-22.
- VALVERDE, E. (1886): *Nueva guía del viajero en España y Portugal: viaje geográfico, artístico y pintoresco por la Península Ibérica*, 2 vols. Guías Prácticas Valverde, Madrid, Imp. de Fernando Cao y Domingo de Val.
- VÁZQUEZ, M., LARIO, M.C. y FIGUEROA, C. (2015): «La visión de España a través de las guías de viaje en lengua inglesa (siglos XIX y XX)», *Revista Turismo & Desarrollo*, nº 24, pp. 41-54.
- VEGA, J. (2004): «Viajar a España en la primera mitad del siglo XIX: una aventura lejos de la civilización», *Disparidades. Revista de Antropología*, vol. LIX, nº 2, pp. 93-125.
- VEGUE Y GOLDONI, A. (1929): *Novísima guía. España y Portugal: manual del viajero y del turista*, 2 vols. Madrid-Barcelona, F. Beltrán-A. Doménech.
- WALTON, J.K. (1983): *The English Seaside Resort: A Social History, 1750-1914*. Leicester, Leicester University Press.

