



Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research

www.elsevier.es/ihe



Reseña

Kirsty Hooper. Mondariz-Vigo-Santiago. A brief history of Galicia's Edwardian tourist boom. Mondariz, Fundación Mondariz Balneario, 2013, 95 págs., ISBN: 978-84-616-3969-4.

La historia de los orígenes y de la evolución del turismo en Galicia está por hacer. Su conocimiento actual surge a través de diversas publicaciones en las que pocas veces el objeto central es en exclusiva el turismo, con la excepción de las abundantes –y en algunos casos, excelentes– monografías dedicadas, desde la década de 1990, a los balnearios gallegos y al Camino de Santiago. Como consecuencia, la historia del turismo en Galicia nos llega a través de aproximaciones parciales, fragmentarias. Las proporcionan los trabajos sobre la literatura de viajes y los testimonios de sus protagonistas, la publicidad, el cartelismo turístico o los pioneros de la fotografía, así como los estudios históricos sobre las ciudades portuarias o, más específicamente, sobre sus puertos.

Si a un ciudadano normal, o incluso a un lector informado, le preguntásemos cuándo empieza el turismo en Galicia como actividad económica es probable que tenga dificultades para responder. A través de las historias de las ciudades portuarias constatamos que ya en la década de 1880 se inauguran en sus arenas las primeras casas de baños, en Vilagarcía o en Vigo, y que sus puertos son referencia para los viajeros extranjeros en el tránsito del siglo XIX al XX. La revolución de los transportes marítimos con los vapores transatlánticos las convierte en empujones de la movilidad internacional. A ellas llegan y de ellas salen emigrantes, pero también lo hacen turistas extranjeros que buscan «salud y recreo», o simplemente «recreo», en las periferias del placer del Atlántico y del Mediterráneo. «Year after year our horde of pleasure-seekers are marshalled by companies for the invasion of Europe», escribió en 1906 Edgar T. A. Wigram (*Northern Spain*, Londres). Las ciudades ven crecer, con ellas, los hoteles «continentales», «modernos» o «internacionales», y, por tanto, una infraestructura receptiva acorde con las expectativas de esos visitantes. Al tiempo, se convierten igualmente en estaciones obligadas hacia los *spots* o lugares de interés turístico (aunque *hinterlands*). Los puertos son polos difusores de actividad económica.

Pues bien, todos estos componentes están en la excelente monografía de Kirsty Hooper *Mondariz-Vigo-Santiago. A brief history of Galicia's Edwardian tourist boom*. En ella cuenta cómo la pequeña villa balnearia de Mondariz, donde se sitúa el que es, con el de A Toxa, el principal balneario de Galicia, y las ciudades de Vigo y Santiago de Compostela se convierten en los ejes de un paquete turístico para visitantes británicos, ideado por un grupo de hombres de negocios de Galicia y de Gran Bretaña, que la autora sintetiza en 3 elementos: «spas, steamships and sardines» (Hooper, 2012). El libro narra cómo se fragua y se desarrolla un proyecto turístico o, más exactamente, cómo se construye un destino turístico (aunque la autora no lo designe así) a partir de sus objetivos y sus principales agentes. Y lo hace de forma didáctica, documentada, en 5 capítulos: los orígenes (1899-1908); la idea (1909); el proyecto (1909-1910);

los periodistas ingleses (1910); los resultados y secuelas (1911-1914). En los inicios del proyecto encontramos una concurrencia de objetos para convertir Galicia: unos, los de una empresa gallega para convertir Galicia en un destino turístico internacional y al turismo como motor de desarrollo, a partir de su riqueza balnearia, pensando en el turismo británico; otros, los de una compañía naviera, la Booth Steamship Company, de profundizar su nicho de negocio en el mercado turístico de vacaciones que había iniciado en 1901 tras un acuerdo con la agencia T. Cook. La Booth Line realizaba viajes turísticos a Portugal y Madeira desde 1907; Vigo, Mondariz y Santiago venían a ser una extensión de ese negocio. Los líderes del proyecto son inicialmente Enrique Peinador, el propietario del Gran Hotel Balneario de Mondariz, y Federico Barreras Massó, empresario de la industria conservera viguesa, Alfred Allen Booth, propietario de la Booth Line, y Oliver Thomas Gibbons, responsable de la British La Toja Company.

Al servicio del objetivo se desarrolla una estrategia de creación del destino, con varios elementos. Primero, una serie de escritos que, en distintas fases, elaboran libros de viajes para forjar la imagen del destino, acentuando sus atractivos y su interés para los gustos del turista británico; Martin Hume, Rachel Challice, Annette M. B. Meakin, Catherine Gasquoine Hartley, Walter Wood, J. Harris Stone y Walter Gallichan son algunas de estas figuras, financiadas para romper los estereotipos negativos creados por Borrow y Ford en el siglo XIX, y combatir la deficiencia y vacío en la popular guía de Baedeker. Segundo, la promoción del destino en origen, a través de la Cámara de Comercio de España en Londres y de la sección británica de la Asociación para el Fomento del Turismo en Galicia, creada, entre otros, por Barreras y Peinador en 1910; en esa campaña jugó un papel decisivo el consignatario vigués anglófilo Estanislao Durán, también ligado al negocio balneario. Tercero, la financiación de la visita a Galicia de periodistas británicos especializados en viajes, en 1910, o de periodistas gallegos a Gran Bretaña, en 1910-1911, y la elaboración de guías turísticas en Galicia, de notable factura, como la titulada *Mondariz-Vigo-Santiago*, editada en 1912 en castellano e inglés.

El *boom* del turismo eduardiano dio lugar al «boom del conocimiento británico» de Galicia. Esa literatura generada entre 1907 y 1912, que Hooper conoce muy bien, era publicitaria pero de una extraordinaria calidad, acorde con la altura intelectual de aquellos intérpretes que mostraron la realidad de una Galicia rural, tradicional, con problemas objetivos expresados en la pobreza de sus clases populares, la emigración, el caciquismo o la fragmentada propiedad de la tierra, pero también una Galicia con riqueza patrimonial, histórica, natural y cultural, en vías de transformación, con agentes modernos, empeñados en fomentar su desarrollo a partir de sus intereses empresariales en sectores con gran potencial, como el turístico.

La guerra mundial truncó esta primera experiencia turística anglogallega. En 1913 la guía de la Booth Line, *Spain (Galicia)*,

Portugal & Madeira. Illustrated Guide, alcanzaba su sexta edición. Tras la guerra, Galicia se cayó de ese paquete turístico de la Booth Line. Eso no significa que el objetivo de atraer turistas extranjeros decayera para los grandes balnearios, como A Toxa, cuya villa termal había sido modelada desde sus orígenes al gusto británico. «Geográficamente La Toja está situada divinamente para servir de balneario inglés y no de balneario español», escribía en 1934 el británico J. H. Sander, de AJOTAL Limited y La Toja Spa Company Ltd. Esto no está en el libro de Hooper, como tampoco están otros proyectos de la entente británico-gallega iniciada en 1907, como el de invertir en la ría de Arosa en promociones inmobiliarias orientadas al turismo elitista, al calor de la expectativa de que la isla de Cortegada, donada a Alfonso XIII –casado con una británica–, se convirtiera en lugar de veraneo de la corte. Este libro, muy bien escrito, contiene en todo caso una información valiosa, original, que lo convierte en referencia ineludible para la historia del turismo en Galicia a la que aludíamos al principio.

Bibliografía

Hooper, K., 2012. *Spas, steamships and sardines: Edwardian package tourism and the marketing of Galician regionalism*. *Journal of Tourism History*, 4 (2), 205–224.

Rafael Vallejo Pousada
Universidade de Vigo, Vigo, España

<http://dx.doi.org/10.1016/j.jihe.2014.11.004>

Luis Germán Zubero. Historia económica del Aragón contemporáneo. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 2012, 484 págs., ISBN: 978-84-15274-54-4.

En la estela de las historias económicas regionales que abrió Jordi Nadal con la de Cataluña en el año 1988, y que luego siguieron la más sintética de Jordi Maluquer, también sobre Cataluña, y las de Carles Manera, José Miguel Martínez Carrión y Antonio Parejo, sobre Mallorca, Murcia y Andalucía, respectivamente, aparece ahora la de Aragón. Su autor, Luis Germán, es sin duda uno de los mejores conocedores de la historia económica contemporánea de aquella región, sobre la que ha publicado numerosos trabajos, y ha abordado esta síntesis utilizando no toda la bibliografía propia y ajena aparecida en las 3 últimas décadas, sino también investigación de primera mano destinada a cubrir los huecos que consideraba necesario llenar.

La parte introductoria del libro plantea el marco metodológico a seguir, en el que se combinan elementos tradicionales de la historia económica con otros procedentes de la geografía económica y de las teorías del crecimiento endógeno, y presenta una primera aproximación a la trayectoria de la economía aragonesa en el contexto del desarrollo regional de España. Llama la atención el autor sobre el hecho de ser Aragón y el conjunto de las regiones del Valle del Ebro, junto con Valencia, las únicas regiones que durante el siglo xx consiguieron transformar su especialización agraria en industrial.

Los capítulos dedicados propiamente a la historia económica de Aragón se organizan, a su vez, en 3 grandes apartados cronológicos; uno muy breve, dedicado a la herencia del Antiguo Régimen y la transición al liberalismo; los otros 2, dedicados a los siglos xix y xx, respectivamente, cada uno notablemente más extenso que el anterior. Se trata de un libro en el que se priorizan las épocas más recientes, en la línea de la mayor parte de los trabajos citados sobre regiones españolas.

Luis Germán caracteriza una economía aragonesa de finales del Antiguo Régimen caracterizada por una especialización cerealista orientada hacia la demanda del mercado catalán, así como por la ausencia de un capital comercial local que se beneficiara de este tráfico. Compañías de comercio francesas, navarras y catala-

nas habrían, así, ocupado ese lugar, al igual que lo hicieron estos u otros grupos no locales en algunas otras partes de España. Son estos rasgos que Aragón compartiría –podríamos añadir– con la mayor parte de las regiones españolas que en el siglo siguiente no fueron capaces, o lo fueron muy tardíamente, de incorporarse a la Primera Revolución Industrial.

La Revolución Liberal y, en especial, la llegada del ferrocarril, habrían afectado bien a la economía aragonesa. Con la especialización cerealícola consolidada en el siglo anterior, y situada más cerca de Cataluña que las provincias castellanas que concentraban hasta mediados del xix la fabricación de harinas en España, Zaragoza comenzaría a desarrollar una industria harinera propia, promovida, ahora sí, por el capital local, que constituiría el primer eslabón de una industria alimentaria a la que pronto se incorporarían también el aceite, el vino y, ya desde la década de 1890, el azúcar de remolacha. Esta última habría desplazado de su lugar de abeja a la primitiva harinera, cuando, durante la crisis financiera, Cataluña empezaba a molinar los ahora baratos cereales de importación en Sant Martí de Provençals, el nuevo «pulmón industrial de Barcelona», según la afortunada denominación de Nadal. La fabricación del azúcar de remolacha, en la que Aragón llegaría a producir a mediados de los años veinte casi la mitad del total español, constituirá durante el primer tercio del siglo xx un auténtico complejo agroalimentario que provocaría tanto una importante transformación de la agricultura, como el desarrollo de un notable sector alcoholero basado en el aprovechamiento de las melazas de aquel tubérculo. Esta industria agroalimentaria, eje de la primera y débil industrialización aragonesa, habría, a su vez, inducido ya en los años del cambio de siglo una incipiente industria metalúrgica dedicada a su propio equipamiento, así como al de la construcción y el transporte.

Al lado del complejo agroalimentario y la incipiente metalme-cánica, el de la generación eléctrica se convertiría en un tercer pilar de la industria aragonesa. Los abundantes recursos hidráulicos del Pirineo y del Ebro se ponen ya en explotación durante los primeros años del siglo, y centrales como las de Lafortunada o Seira, de Hidroeléctrica Ibérica y Catalana de Gas, respectivamente, se sitúan entre las principales centrales del país. En vísperas de la Guerra Civil Aragón llega a generar casi el 20% de la energía eléctrica española, y aunque la mayor parte de ella se destina al País Vasco y Cataluña, aunke, en todo caso, el establecimiento de 2 nucleos eléctricos electroquímicos en Sástago y Sabiñánigo.

Al igual que ocurre en esta época en otras regiones periféricas españolas, el éxito de uno o 2 determinados sectores industriales –el agroalimentario, en este caso, y en menor medida el eléctrico– no fue suficiente para incorporar la economía aragonesa al más dinámico del conjunto estatal, y revertir el declive poblacional y económico relativo que había provocado su no incorporación a la primera generación de regiones que habían experimentado la Primera Revolución Industrial. Sí lo fue, de todos modos, para producir una mejora en el peso de la industria aragonesa dentro del conjunto español, y para provocar una no despreciable concentración industrial en torno a la ciudad de Zaragoza, aunque ello fuera a costa de provocar una agudización del dinamismo poblacional y económico entre el entorno de la capital y el resto de la región.

Tras un breve capítulo acerca del período 1930-1950 sobre el que la valoración negativa del autor no difiere sustancialmente de la dominante sobre el período en otras regiones, el libro se cierra con 2 capítulos sobre la segunda mitad del siglo xx, separados por el eje del estallido de la crisis de los setenta. En el primero de ellos se sector el crecimiento y el cambio estructural desarrollado en el sector agrario –superior al del conjunto español–, así como el cambio de especialización industrial desde el sector agroalimentario al metalúrgico durante la etapa desarrollista, cambios que en todo caso no evitaron que el desempeño general de la economía