

CARLOS BARCIELA Y GIOVANNI LUIGI FONTANA (DIRS.)
RAFAEL VALLEJO Y MARGARITA VILAR (EDS.)

LA INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL
DE ESPAÑA E ITALIA
EN PERSPECTIVA HISTÓRICA

PUBLICACIONS DE LA UNIVERSITAT D'ALACANT

Este libro ha sido debidamente examinado y valorado por evaluadores ajenos a la Universidad de Alicante con el fin de garantizar la calidad científica del mismo.

Publicacions de la Universitat d'Alacant
03690 Sant Vicent del Raspeig
publicaciones@ua.es
<http://publicaciones.ua.es>
Teléfono: 965 903 480

© los autores, 2018
© de esta edición: Universitat d'Alacant

ISBN:978-84-1302-002-0
Depósito legal: A 546-2018

Diseño de cubierta: candela ink
Composición: Marten Kwinkelenberg
Impresión y encuadernación:
Guada Impresores



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización nacional e internacional de sus publicaciones.

Reservados todos los derechos. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

A nuestro querido maestro Jordi Nadal

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
<i>Carlos Barciela, Giovanni Luigi Fontana, Rafael Vallejo y Margarita Vilar</i>	
1. LUCES Y SOMBRAS DE LAS POLÍTICAS INDUSTRIALES EN ESPAÑA: EL CASO DEL AUTOMÓVIL	23
<i>José Luis García Ruiz</i>	
2. GLI ESORDI DELLA PRODUZIONE AUTOMOBILISTICA ITALIANA: UOMINI, TERRITORI, SPINTE ALL'INNOVAZIONE (1898-1918)	53
<i>Giovanni Gregorini y Riccardo Semeraro</i>	
3. LA SUPUESTA ENTENTE DEL INI CON LA HISPANO-SUIZA PARA LA FABRICACIÓN EN LA SAGRERA DE CAMIONES DIESEL CON LICENCIA ALFA-ROMEO (PRIMAVERA DE 1943).....	77
<i>Jordi Nadal</i>	
4. FIAT, FRANQUISMO, FORDISMO: LA SEAT (1939-1975).....	83
<i>Andrea Tappi</i>	
5. LA GRAN METAMORFOSIS DE SEAT, 1977-1988: DE LA CRISIS CON FIAT A LA RECUPERACIÓN CON VOLKSWAGEN	105
<i>Jordi Catalan</i>	
6. CULTURA ORGANIZZATIVA E RELAZIONI INDUSTRIALI, DALLA GRANDE IMPRESA ALLA NAZIONE. UN SECOLO DI INFLUENZA FIAT	149
<i>Stefano Musso</i>	

7. QUANDO L'ITALIA FACEVA SISTEMA. LA FIAT, IL FRONTE DELLE IMPRESE ITALIANE IN URSS E LE CONSEGUENZE DELLA SUA ROTTURA (1960-1975).....	175
<i>Valentina Fava</i>	
8. SAINT GOBAIN E GLI AGNELLI. COOPERAZIONE E COMPETIZIONE PER I VETRI DI SICUREZZA NEL PERIODO TRA LE DUE GUERRE.....	199
<i>Marco Bertilorenzi</i>	
9. VENTA, ENSAMBLAJE E INNOVACIÓN: EL LARGO SIGLO DE RENAULT EN ESPAÑA, 1908-2016.....	217
<i>Mar Cebrián Villar y Esther M. Sánchez Sánchez</i>	
10. FABRICANDO EL 2 CV PARA EL MERCADO ESPAÑOL: LOS PRIMEROS AÑOS DE CITROËN HISPANIA, S.A., 1958-1972	245
<i>Xoán Carmona Badía</i>	
11. DEMANDA FRAGMENTADA GLOBALIZADA Y DESARROLLO REGIONAL: VOLKSWAGEN NAVARRA, C. 1950-2000	269
<i>Joseba De la Torre y Gloria Sanz-Lafuente</i>	
12. MADE IN GM. OPEL EN ESPAÑA (2000-2017).....	301
<i>Luis Germán Zubero</i>	
13. IL SETTORE DELL'AUTO TRA MULTINAZIONALI STRANIERE E IMPRESE LOCALI. ITALIA E SPAGNA A CONFRONTO (1900-1990)	335
<i>Veronica Binda y Mario Perugini</i>	
14. ZONAS FRANCAS E INDUSTRIA DEL AUTOMÓVIL.....	367
<i>M. Inmaculada López Ortiz y Joaquín Melgarejo Moreno</i>	
15. EL AUTOMÓVIL Y EL TURISMO EN ESPAÑA, 1900-1936	389
<i>Margarita Vilar-Rodríguez y Rafael Vallejo-Pousada</i>	

15. EL AUTOMÓVIL Y EL TURISMO EN ESPAÑA, 1900-1936*

Margarita Vilar-Rodríguez
Universidad de A Coruña

Rafael Vallejo-Pousada
Universidad de Vigo

INTRODUCCIÓN

Las comunicaciones y los transportes constituyen uno de los pilares fundamentales del turismo como práctica social y como actividad económica. Los vapores y el tren en el siglo XIX; el automóvil y el avión en el siglo XX explican en gran medida la extensión de ese fenómeno sociológico hasta adquirir la dimensión que hoy tiene. Este capítulo tiene por objeto analizar qué papel desempeñó el automóvil en el desarrollo del turismo en el primer tercio del siglo XX tanto en las posibilidades de viajar y alcanzar nuevos territorios como en la ampliación de las geografías turísticas y en las formas de hacer turismo. Sabemos que en las cuatro primeras décadas del siglo XX estamos ante una fase formativa del turismo moderno en España, cuando se sentaban las bases del sistema turístico contemporáneo español, y el turismo español experimentaba las mismas fases o los mismos ciclos del turismo internacional¹. Dentro de este contexto, ¿qué representó la irrupción de automóvil (particular y colectivo) en esta fase formativa del turismo moderno en España? ¿El automóvil se difundió también en España siguiendo la misma senda, los mismos ritmos de la motorización automovilística a nivel internacional?

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

1. Vallejo, Lindoso y Vilar (2016), Vallejo, Vilar y Lindoso (2018), Vallejo (2019, en prensa).

El desarrollo del automóvil en relación con el turismo es un tema poco estudiado en nuestro país², a diferencia de lo que sucede con el propio sector del automóvil de estas décadas iniciales de la motorización automovilística, que cuenta con aportaciones notables³. Por esta razón este capítulo se va a organizar en tres apartados. El primero se centra en la industria del automóvil internacional en su compás inicial y en su expansión hasta la II Guerra mundial, y en qué significó el coche como factor de civilización, lo que nos permitirá una aproximación general a su papel en el desarrollo turístico de este período. El segundo está dedicado a explicar la evolución del automóvil en España y a analizar, en perspectiva comparada, su condición de país más consumidor que productor de automóviles, así como los factores que favorecieron la expansión de este medio de transporte y los efectos que generó. Por último, aportaremos una primera aproximación a las relaciones entre los vehículos motorizados y el turismo en España en esta fase de conformación del sistema turístico nacional.

EL AUTOMÓVIL, INVENTO DEL S. XIX E INNOVACIÓN INDUSTRIAL IMPACTANTE DEL S. XX

Producción y consumo de vehículos

La segunda mitad del siglo XIX resultó clave para la aparición del automóvil con la invención del motor de combustión interna, que marcó una nueva era para el transporte. El 29 de enero de 1886, hace casi 130 años, nació el automóvil con una patente que registró en Berlín Karl Benz para su primer coche de combustión interna⁴. Ese mismo año, Gottlieb Daimler construía un carro motorizado. Benz desarrolló su primer automóvil en 1885. Pocos años más tarde, en 1892, Charles E. y Frank Duryea fabricaron el primer motor de gasolina y en 1894-1895 los hermanos Michelin, Louis Renault y Dion Bouton innovaron con el primer neumático para coche, el accionamiento directo y la iluminación por batería, respectivamente⁵. En torno a 1895-1896 empezó la producción fabril de los vehículos a motor en los países que iban a liderarla durante el primer tercio del siglo XX: Francia, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Italia y Canadá.

La producción de automóviles experimentó hasta 1939 una expansión vertiginosa, con dos fases marcadas por el estallido de la I Guerra mundial. La primera arroja cifras más modestas; la segunda presenta un boom de la producción y el consumo de automóviles. Las cifras absolutas no deben desdibujar, sin embargo, el extraordinario dinamismo de su crecimiento en ambos períodos y

2. Vidal (2018) y Gil (2018) son algunas de las pocas excepciones, si exceptuamos las aportaciones ya clásicas de Fernández Fuster (1964 y 1991) y Arrillaga (1955).

3. De Hernández Marco (1996), Estapé (1998), Cebrián (2010), San Román (1995), entre otros.

4. «Se cumplen 130 años del primer coche», ABC, 19 de enero de 2016.

5. Mortier (1941, p. 91).

los efectos de arrastre que aquella industria incipiente ya tuvo en sus primeros años. En Coventry, una de las cunas del vehículo a motor en el Reino Unido, la Daimler Company empezó su producción en 1895-1896, casi a la par que la Beeston Motor Company, la Coventry Motor Company, la Pennington Motor Company y otras pequeñas firmas. Pues bien, allí existía, «siete u ocho años después, uno de los más extraordinarios negocios que nunca se habían visto en el país». En 1907, «la del motor era en Coventry una industria colosal, que empleaba unas 10.000 personas, que, con un salario medio de dos libras, generaba una factura semanal de 20.000 libras solo en Coventry»⁶. Estamos en los años iniciales, pero los efectos multiplicadores eran evidentes para las localidades, las regiones y los principales países productores. El salto adelante fue vertiginoso. Francia más que Inglaterra o Alemania, junto con Estados Unidos, abanderó la producción y exportación mundial del nuevo medio de transporte, nada más iniciarse el siglo XX, pero pronto destacó Estados Unidos. La dotación de factores, la envergadura de su mercado, las innovaciones organizativas en las fases de producción y distribución y ventas, colocaron al país y a su industria automovilística en una posición inalcanzable. En 1913 ya producía el 79% de los vehículos elaborados por los aludidos seis países líderes; en 1924 y 1928 esa cuota mundial superaba el 85%, cuando la producción estadounidense pasaba de los 4,5 millones de coches, diez veces más que en 1913. Antes de la crisis del 1929, la del motor era una industria «norteamericanizada», toda vez que Canadá se había encaramado al segundo puesto en el ranking internacional (Tabla 1).

La importancia productora se tradujo casi tal cual en la posición consumidora. En 1913, Estados Unidos y Canadá, seguidos del Reino Unido, encabezaban el ranking mundial de habitantes por vehículo, y en 1921 y 1932 presentaban una extraordinaria motorización, que se aceleró en el transcurso de aquellas dos décadas: en Estados Unidos había un coche por cada 11 habitantes en 1921 y en 1932 uno por cada 6, en tanto que Canadá experimentó una progresión similar, pues en 1921 había un coche por cada 21 habitantes y en 1932 uno por cada 10 (Tabla 2). El uso del vehículo se había democratizado en estos países. Al igual que se observaba por otra parte en Francia, donde se hablaba de la «vulgarisation de ce nouveau mode de transport», o en el Reino Unido, donde «las clases medias tomaron las carreteras» en el período de entreguerras. En 1921 la primera contaba con un vehículo privado para cada 164 habitantes, en tanto que el segundo, uno por cada 114, ratios que se rebajaron en 1932 hasta los 33 y 44 habitantes por vehículo. Como observó M.L. Monginet en 1933, «el desarrollo prodigioso del automóvil en todos los países del mundo se ha efectuado en una docena de años aproximadamente. Antaño, los vehículos de lujo

6. «The Development of the Motor Car Industry in Coventry», *Godiva Procession*, Coventry Aug. 7th, 1907, pp. 22 y 24.

estaban reservados a algunos privilegiados de la fortuna; hoy día, el automóvil ha entrado en todas las clases sociales»⁷.

Tabla 1. Producción de vehículos en los seis países líderes, 1900-1928

	1900	1907	1913	1924	1928
Estados Unidos	4.000	45.000	485.000	3.504.000	4.538.759
Francia	4.800	25.000	45.000	145.000	210.000
Reino Unido	175	12.000	34.000	147.000	211.877
Alemania	800	4.000	23.000	49.000	89.950
Canadá	-	-	18.000	135.000	242.382
Italia	-	2.500	8.000	50.000	55.010
Total	9.775	88.500	613.000	4.030.000	5.347.978

Fuentes: Ville (1990, p. 180) y para 1928, Catalán (2000, p. 115).

Tabla 2. Vehículos a motor registrados en los seis países productores líderes y habitantes por vehículo, 1907-1932

Vehículos registrados	1907	1913	1920-1921	1932
Estados Unidos	143.200	1.258.000	9.240.000	21.090.726
Francia	40.000	125.000	236.400	1.251.538
Reino Unido	63.500	250.000	363.000	1.052.125
Alemania	16.200	70.600	90.900	497.275
Canadá	2.100	50.600	408.800	1.025.124
Italia	6.100	17.000	49.500	236.553
Total	271.100	1.771.200	10.388.600	25.153.341
Habitantes por vehículo	1907	1913	1920-1921	1932
Estados Unidos	608	77	11	6
Francia	981	318	164	33
Reino Unido	640	165	118	44
Alemania	3.800	950	695	132
Canadá	3.100	151	21	10
Italia	5.600	2.100	767	178

Fuente: Ville (1990, p. 192). Nota: Son «vehículos» de particulares.

7. Monginet (1933, p. 69) para la «vulgarisation» del coche en Francia; Coventry Transport Museum (2015, p. 15) para la incorporación de las clases medias a su consumo en Gran Bretaña.

Las causas de la popularización del vehículo hasta 1939 fueron varias. Por supuesto están las ganancias de productividad derivadas de la producción a gran escala, con la introducción de las cadenas de montaje y la difusión de las técnicas de la gran distribución en masa que, como explicó Chandler (1977), no estuvieron al alcance de todas las industrias ni tuvieron la misma importancia en todas ellas. La producción en cadenas de montaje aumentó rápidamente la productividad de las fábricas de automóviles y redujo los precios, lo que facilitó su difusión social. Un Ford T costaba 825 dólares en 1908 y solo ocho años más tarde, en 1916, 345 dólares. Las caídas de precios continuaron en los años siguientes. En consecuencia, se produjo una explosión de la demanda, estimulada por técnicas de comercialización como los créditos al consumo, la venta a plazos y la creación de un nada despreciable mercado de segunda mano. Los niveles salariales fueron factores añadidos para esta explosión, en medio de un furor competitivo entre las empresas, que les llevó a avanzadas estrategias de cambios progresivos en los modelos. Dentro de esta tendencia, resultó clave la segmentación del mercado por parte de las marcas. Esto les permitió ofrecer un producto adaptado para cada bolsillo, lo que se tradujo en un incremento y una diversificación de la cartera de clientes⁸. Así, en la década de 1920 y sobre todo en la de 1930 –espoleadas por la crisis internacional– tendieron a fabricar coches más pequeños, que en el Reino Unido fueron bautizados como los *baby-cars*, al alcance de un mayor número de consumidores. Estados Unidos gozaba de más ventajas también en este plano de la relación entre los salarios de un obrero y los precios de un coche. En 1929, el precio de un coche equivalía a 60 jornadas de trabajo, en tanto que en Francia a 300-400 jornadas, según el punto de vista informado del industrial André Citroën (Tabla 3)⁹.

Tabla 3. Precio-salario de un coche en USA y en Francia, 1929

	Jornadas de trabajo de un obrero para adquirir un coche
Estados Unidos	60
Francia	300-400

Fuente: *Kinos* (Madrid), 1-6-1929, 11, p. 173.

Acabada la I Guerra mundial, las empresas europeas eran conscientes de estos diferenciales. Ante la expansión multinacional estadounidense (que incluyó la

8. Una estrategia que emprendió, entre otras marcas, General Motors en la década de 1930. Sobre estos aspectos, véase Valdaliso y López (2000, p. 301, p. 358 y pp. 350-361).

9. «La producción de automóviles vista y comentada por el célebre constructor europeo Mr. Citroën», *Kinos* (Madrid), 1-6-1929, 11, p. 173.

instalación de fábricas de montaje y la absorción de empresas locales), optaron por fabricar modelos competitivos, reduciendo sus precios. Las respuestas nacionales fueron diversas. En Francia, desde 1919, Citroën lanzó al mercado el considerado primer vehículo europeo dirigido al mercado masivo, el A-Torpedo, al que siguió el Citroën C-6 Rosalía (1929) y el Sept CV (1934). Gran Bretaña inició esta carrera con el pequeño Austin Seven (1921-1937), al que siguió su rival, el Morris Minor (1929), que remodelado en 1931 fue lanzado al mercado como el primer coche por 100 libras; este y otros modelos como el Austin 7 Tourer, que se vendía por 125-140 libras, y tenía entre sus clientes objetivo a las mujeres conductoras (Figura 1), pusieron los vehículos al alcance de miles de familias. Durante la década de 1930 el número de coches privados en el Reino Unido se dobló de uno a dos millones en vísperas de la II Guerra mundial; el de licencias para vehículos privados, motocicletas incluidas, pasó de 1,76 millones en 1930 a 2,40 millones en 1938¹⁰.

En Alemania e Italia vemos procesos similares. En el primer país, la Opel lanzó en 1924 el modelo 4112 PS Laubfrosch (previo a su adquisición por la General Motors), y en 1934-1935 el P-4; por su parte, la BMW inició la fabricación de turismos en 1927 adaptando el Austin Seven, con el BMW-Díxi, en tanto que la DKW lo hizo con el Tip P de 1928, iniciativas todas ellas base de

la motorización masiva considerada estratégica por los planes nazis de recuperación económica anteriores a 1935. En Italia también se persiguió este consumo de masas, esfuerzo que culminó la Fiat en 1935 al comercializar su popular modelo Topolino. Estas apuestas por el gran consumo en Alemania e Italia hicieron que sus ratios relativamente modestas de 695 y 767 habitantes por vehículo en 1921, respectivamente, experimentaran un avance considerable, hasta alcanzar un vehículo por cada 132 y 178 habitantes en 1932, en línea con lo observado en Estados Unidos, Canadá o Reino Unido (Tabla 2).

España a su vez, en una posición en principio algo más modesta, experimentó igualmente esta extraordinaria



Figura 1. Publicidad del Austin 7 (c. 1931).
Fuente: Bastable (1998, p. 108).

10. Coventry Transport Museum (2015, p. 15) y Butler y Sloman (1980, p. 317).

motorización; según las cifras oficiales, en 1922 circulaba un automóvil de cuatro ruedas por cada 560 habitantes, en tanto que en 1929 y 1935, la ratio se había reducido a uno por cada 137 y 100 habitantes, respectivamente¹¹, cifras que, con otras que luego se verán, revelan que el número de vehículos por habitante fue mayor en España que en Italia.

El automóvil, como otros bienes de consumo duradero que entonces llegaban a las tiendas (frigoríficos, planchas y cocinas eléctricas, aspiradoras, etc.), pasó a formar parte de las compras de miles de familias en las economías más desarrolladas en la décadas de 1920 y 1930 (millones ya en Estados Unidos, Francia, Canadá y Reino Unido), de modo que una parte notable de las rentas familiares se encontró absorbida por los gastos de adquisición y mantenimiento de los vehículos a motor¹².

Efectos económicos y sociales del automóvil: una pequeña reflexión

La difusión industrial del automóvil generó antes de 1939 destacados efectos macroeconómicos (en la renta regional y nacional, el empleo, las exportaciones o las ganancias agregadas de productividad), y visibles repercusiones microeconómicas, desde las familias a los cientos de empresas de servicios y bienes para los vehículos que fueron extendiéndose por los países desarrollados o en vías de desarrollo. En estos, el vehículo se universalizó como medio de transporte y, más aún, como instrumento de civilización. Como tal indujo cambio económico y social y fue a su vez influido, circularmente, por esos cambios. Se hizo indispensable al modo de vida y al modelo de desarrollo dominantes. Estamos, por tanto, ante un fenómeno económico y sociológico de alcance, ante la expresión de lo que Robert Heilbroner ha denominado una «economía móvil», esto es, aquella cuyo funcionamiento depende del transporte de autopropulsión, hasta el punto de que si la flota automotriz quedara fuera de circulación el efecto sería tan grave y socialmente tan desastroso como lo era el de una hambruna catastrófica en la Edad Media¹³. Esta era la misma percepción de bastantes contemporáneos en una fecha aparentemente temprana como 1929, que sentían estar viviendo en la civilización del automóvil y, en general, en un nuevo orden maquinista en construcción, como sucedía con los *futuristas* italianos:

Si por un momento nos figurásemos el mundo actual sin automóvil, ¿no experimentaríamos una de las más extrañas sensaciones? ¿Cuánto tiempo podríamos resistir sin él? ¿Qué dislocación no experimentaría nuestro sistema actual de vida? Ya no es, pues, el automóvil el instrumento de lujo y placer únicamente,

11. Popularización de los vehículos y cifras para España en Hernández Marco (1996, pp. 140 y 132).

12. Ehrmann (1938, p. 14).

13. Heilbroner y Milberg (1998, p. 80).

es algo inherente a nuestra vida actual: el auxiliar más poderoso de nuestra existencia¹⁴.

Aquella percepción se debía a que dicho «auxiliar poderoso» de la existencia en 1929 se manifestaba en muchas facetas de la vida en los países desarrollados, desde las infraestructuras del transporte al urbanismo y la arquitectura, desde las fábricas a los anuncios en la prensa y los radios, desde la estructura industrial a la vida cotidiana, incluyendo aquí los usos y los movimientos turísticos. Si el barco de vapor y el ferrocarril, al incorporar a un número creciente de personas al viaje de placer, habían impulsado el turismo desde las décadas de 1820-1830 en Inglaterra, a continuación, en buena parte de Europa y en los países americanos más avanzados, el «automóvil le aseguró su florecimiento»¹⁵ y lo transformó durante el primer tercio del siglo XX.

La extensión del automóvil tuvo, como vimos, un dinamismo extraordinario y exigió, en igual medida, acciones y procesos de adaptación. En primer lugar a las políticas públicas, muchas veces dictadas por presión o en correspondencia con el asociacionismo automovilista, encarnado en principio en los elitistas Automóviles Club. Hubo que regular el registro de los vehículos, codificar unas normas de circulación y adaptar las carreteras existentes a un nuevo tipo de medio de transporte, más rápido y más invasivo.

El coche, remedio de carencias o problemas anteriores, generó otros nuevos y de nueva naturaleza. La contaminación orgánica provocada por los caballos en las grandes ciudades, eliminada con la llegada de los coches, fue sustituida por inéditas formas de contaminación, la acústica, la congestión viaria y la derivada de las gasolinas, que añadieron emisiones nocivas a la atmósfera a las ya provenientes de las fábricas y del consumo doméstico de carbón. El coche profundizó el consumo de combustibles fósiles que había inaugurado la primera industrialización. Ciudades como Nueva York se vieron liberadas de las toneladas diarias, verdaderas montañas, de excrementos animales y empezaron a convivir con problemas nuevos de las más recientes formas de movilidad¹⁶. Porque con el coche también estalló una enfermedad de civilización, los accidentes de tráfico, una grave epidemia del siglo XX. Las exigencias así fueron múltiples, muy semejantes en los países en que los nuevos transportes se extendieron y bastante acompañadas en el tiempo, sin excesivos desfases temporales, en consonancia con un mercado y un mundo más integrados. El automóvil fue uno de los signos

14. «La influencia del automovilismo en la vida moderna», *Revista de la General Motors Peninsular*, 1929, Marzo, p. 2.

15. Trimbach (1938, p. 119). Para el vapor y el ferrocarril en la ampliación de la posibilidad de viajar, ya desde las décadas de 1820 y 1840 en el caso británico, Pimlott (1947).

16. Ponting (1991) y Nieto-Galán (2004, p. 51).

de la globalización propulsada por las tecnologías de las comunicaciones y del transporte de la segunda revolución industrial.

Con su capacidad invasiva, el automóvil rompió las costuras del sistema viario existente. Hubo que ensanchar las viejas carreteras, modificar sus peraltes y el radio de sus curvas, modernizar o fortalecer los firmes, acondicionar las travesías y los cruces de caminos y, en fin, ampliar la extensión de la red viaria existente. En esa misma medida, hubo que repensar el planeamiento territorial y urbanístico, que entonces se iniciaba, en correspondencia con las vías de comunicación exigidas por las nuevas «velocidades mecánicas»¹⁷, y la vertiginosa modificación de tiempos del viaje y las condiciones de accesibilidad de un lugar a otro. La red viaria durante el siglo XIX se fue subordinando, aquí y allá, a la red ferroviaria. Ahora las tornas cambiaron, y la subordinación cambió de signo, a favor del vehículo de motor.

También se hizo necesario regular los medios de transporte colectivos motorizados, bien de mercancías o personas, algo que en España se inició en 1924. Y afrontar, con esa regulación, la tensa y compleja competencia establecida entre los tradicionales ferrocarriles y los nuevos vehículos. A medida que avanzó la década de 1920 y que las líneas regulares y discrecionales de transporte por carretera se expandían, al mismo o mayor ritmo en que lo hacía el vehículo privado, la competencia se convirtió en problema y el problema en políticas de auxilio a los ferrocarriles exigidas por los poderosos operadores ferroviarios, que se batieron en todos los países a la defensiva, un intento al fin vano, pues los vehículos de motor ganaron la contienda.

Los autocares, los autobuses, los coches particulares –o «de turismo», como se decía en España– eran más flexibles, acabaron siendo más baratos y al fin sustitutivos del ferrocarril, al menos para los viajes de cortas y medias distancias. El coche generó entusiasmos colectivos. Era percibido como un «índice de liberación», se escribió con motivo del grandioso XXIII Salón del Automóvil de París en 1929:

Hoy todo nos invita a salir: el cinematógrafo nos enseña todos los rincones del mundo; todas las naciones, convertidas en hoteleras, nos invitan con sus organizaciones de atracción de turistas. Donde quiera que dirigimos la vista hallamos un cartel: «Visitad tal sitio», «No deje de ir a tal otro». Y ante esas insinuantes llamadas se nos presenta el vehículo individual que nos podría llevar a todos esos parajes de placer o de arte. Nada de ferrocarriles, con su promiscuidad, sus horarios y sus itinerarios fijos. Es el coche de cada uno, que nos espera siempre dispuesto a la puerta, para llevarnos en familia por todos los vericuetos que

17. En expresión del arquitecto Le Corbusier. Véanse sus ideas al respecto en *Urbanisme* (1925), *La Charte d'Athènes* (1942) y en *A propósito del urbanismo* (1940, con edición en español en 1980).

nuestra fantasía quiera... El automóvil da al hombre la movilidad que ansía, le hace libre o, al menos, alarga la cadena que le une a la esclavitud de la tarea cotidiana. He aquí la razón suprema de la fascinación del automóvil sobre las masas: el automóvil es un índice de liberación»¹⁸.

Este testimonio da cuenta de tres fenómenos que el coche estaba ya alimentando a esta altura: la emergencia del turismo como fenómeno económico internacional; la promoción del consumo turístico con sus «insinuantes llamadas»; y el automóvil como instrumento al servicio de la satisfacción de esos nuevos *wants* (deseos o necesidades no básicas) que la incipiente sociedad de consumo de masas estaba generando. Las empresas de vehículos en su publicidad y en sus publicaciones de la marca¹⁹, al igual que la prensa especializada, ponían el acento en el binomio automóvil-libertad al que se refería la anterior cita.

Un fenómeno de movilidad transnacional como el turismo exigía infraestructuras articuladas internacionalmente («circuitos internacionales»), además de la mejora de las redes de carreteras nacionales y su adecuada jerarquización y organización para facilitar los movimientos de mercancías y viajeros, que desde los años veinte tuvieron un progresivo componente de movimientos turísticos. Como explicaba Angelo Mariotti en 1927, aunque originalmente el término turismo se aplicaba solo a cierta clase de viajeros, los que se movían de un lugar a otro exclusivamente por el placer, en aquel momento el concepto de turismo se había ampliado hasta comprender «gran parte di tutto il traffico dei viaggiatori» de forma que era «oggi quasi sinonimo del viaggiare»²⁰.

La historia del turismo corre paralela a la historia de las comunicaciones y de los medios de transporte que lo hacen posible y, en su caso, lo potencian o lo limitan (al igual que sucede con la historia del comercio, que no se entiende sin la de los medios de transporte). Las historias nacionales de los países que se estaban convirtiendo en estos años en destinos turísticos están jalonadas de hitos en este sentido, tanto más tempranos cuanto más temprano fue su desarrollo turístico. No nos podemos detener en esto. Solo constatar que esas

18. «El XXIII Salón Francés del Automóvil. Celebrado en París del 3 al 13 de Octubre de 1929», *Kinos*, 1-11-1929, 21, p. 334.

19. Ford y GM tuvieron sus propias publicaciones; al igual que otras muchas empresas más locales. Eran instrumentos a favor de la propaganda de la marca, la fidelización de sus clientes, la génesis de socialización en torno al vehículo y a sus muchas cualidades de distinción, confort, rapidez, libertad, deporte y... viajes de placer. Sirvan de ejemplo algunas de las publicadas en Coventry: «The All British Standard Car Review is published monthly by the Standard Motor Co., Ltd., Coventry, for the interest, assistance and entertainment of motorists, and specially «Standard» car owners (Number 1, Vol. 1, Price 2d. March-April, 1931), que dedicaba gran espacio a la mujer y el automóvil; o «The Riley Record, Published on the 15th of every month by Riley (Coventry) Limited, Coventry, Manufacturers of The Riley Car»(Vol. 1, N.º 1, Coventry, November 1927).

20. Mariotti (1927, p. 163).

realizaciones se acumularon tras la I Guerra mundial, cuando los parques móviles y los servicios por carretera se aceleraron y muchos estados comprobaron la importancia económica del turismo en sus cuentas nacionales o reconocieron su potencialidad turística.

España aprobó en 1926 un Plan Nacional de Firms Especiales (o «Circuito Nacional de Turismo»), por «el alto interés nacional de fomentar el turismo»²¹, a cargo de un organismo especial, el Patronato Nacional de Firms Especiales, dos años antes de la creación del Patronato Nacional del Turismo (abril 1928) para promover «cuantas iniciativas tiendan a mejorar el turismo». Portugal, siguiendo la estela española, creó una Junta Autónoma de Estradas en 1927, y elaboró un Plan de carreteras en 1928, redefinido en 1933, para mejorar las condiciones para el tráfico «automóvil», perfeccionar las conexiones con España y dotarse de las carreteras nacionales (de 2.^a clase) que garantizaran «as comunicações dos centros comerciais, industriais e agrícolas e de turismo com os portos marítimos e fluviaes, e as estações de caminho de ferro»²², y las de esta red con la nacional de 1.^a clase²³. La Italia de Mussolini, a su vez, constituyó el 17 de mayo de 1928 el «Ente Nazionale per le Strade», también autónomo, como el de Ferrovie dello Stato, destinado a elaborar un programa completo de reordenamiento y perfección de las carreteras italianas. El régimen fascista había aprobado en 1926 un Plan de autovías, pionero en la práctica en Europa. Francia había contemplado la construcción de autovías en 1921²⁴, pero se retrasó respecto a los regímenes totalitarios de Mussolini y Hitler en Alemania, que llevaba construidos unos 7.000 km de estas vías en 1938 (Tabla 4).

Tabla 4. Red de autovías en Alemania, Italia y Francia en 1938

País	Autovías (Kms.)	Observación
Alemania	7.000	
Italia	500	
Francia	80	En construcción. Paris-Banlieu Ouest

Fuente: Leveillé-Nizerolle (1938, pp. 77-78).

Las construcción de carreteras durante estos años tuvo más motivaciones que las turísticas, pero la del turismo ganó presencia internacional. Esto se debió a la multiplicación de demandas en este sentido, originadas por la progresión del turismo automóvil y de otras modalidades turísticas. Avanzada la década

21. Exposición del R.D-Ley creando el CNFE, de 9-2-1926.

22. En 1928 también elaboró Portugal su Código de Circulación.

23. Pacheco (2004).

24. Ley de 14-5-1921.

de 1920, el turismo exterior empezó a adquirir reconocimiento como «factor de considerable importancia económica», al proporcionar ingresos que en algunos casos superaban a las principales partidas exportadoras. Estos efectos económicos eran percibidos en los tradicionales países turísticos (Suiza, Italia, Francia...) y en otros que, a la altura de 1929 y los primeros años treinta, se mostraban como países turísticos emergentes, pese a las dificultades económicas coyunturales²⁵. Un resumen ofrecido en el informe *Promotion of Tourist Travel by Foreign Countries* (U.S. Department of Commerce, 1931) indicaba muy bien el grupo amplio de países para los cuales el turismo había alcanzado tal importancia económica como para justificar un sustancial gasto en publicidad exterior: 19 países europeos (España incluida), 6 americanos y otros 8 del resto de continentes gastaban sumas importantes para mantener abiertas oficinas de turismo en USA y atraer a sus turistas²⁶.

Los organismos internacionales (la Sociedad de Naciones de forma destacada), los estados, las administraciones regionales y las organizaciones turísticas respectivas, públicas o privadas, manifestaron en estos años un activismo inusitado, con tres cuestiones fundamentales en relación con el turismo y los transportes por carretera.

En primer lugar, la creación de grandes itinerarios internacionales solo para vehículos (autovías), ligados a las redes nacionales de carreteras, conectando de forma rápida y segura los centros de tráfico importantes. Es de destacar en este sentido el Congreso de Ginebra de 1931, promovido por la «Asociación Internacional de Automóviles Club Reconocidos», en que se establecieron cuatro grandes itinerarios internacionales²⁷, asumiendo en gran parte el proyecto Puricelli que extendía por toda Europa una red de 37.176 km. de autovías, «para el más grande beneficio del turismo internacional».

En segundo lugar, la construcción de «rutas puramente turísticas», dentro de cada país, para alcanzar regiones notables que incluso pudieran estar, desde siempre, mal servidas de caminos y carreteras. Francia fue uno de los países pioneros, ya antes de la I Guerra mundial. Su primera «route touristique» fue abierta en 1903 en Corniche de l'Estérel y dio a conocer una región aislada, con encanto, hasta entonces poco accesible; aunque la más importante fue la ruta de los Alpes, casi terminada en 1937. En Italia fueron llamativas las de los lagos, especialmente la del lago de Garde (la Gardesana) y la de las Dolomitas, adaptada para la circulación del automóvil en montaña. España promovió estas rutas turísticas por carretera como proyecto estatal a partir de 1926, y Cataluña,

25. Esta emergencia, para el caso español, se explica en Vallejo (2019, en prensa).

26. Lickorish y Kershaw (1958, pp. 43-44).

27. Son estos los cuatro itinerarios: Euroafricano; Euroasiático; Transeuropeo; y Baladriático. Trimbach (1938, pp. 123-124).

durante su régimen autonómico en la II República, entre 1931 y 1936, y otro tanto hicieron en sus respectivas provincias las Juntas Provinciales de Turismo, creadas a partir de 1928-1929, como hemos comprobado para la provincia de Pontevedra²⁸. Son solo algunos ejemplos. El automóvil llegó hasta donde no lo permitían los trenes, expandió las geografías turísticas y el deseo de la ciudadanía –motorizada o no– de acceder a los destinos que los descubridores de «vistas» (lugares con encanto turístico, usando la expresión de Dean MacCannel)²⁹ ponían en los mapas de carreteras y en la guías de turismo o en las páginas de los periódicos dedicadas al «Turismo», que en el caso español se multiplicaron desde la segunda mitad de los años veinte.

En tercer lugar, se constata que la difusión internacional del automóvil puso en las agendas políticas la regulación de los viajes transfronterizos, y la necesidad de simplificar documentos, requisitos y tasas. El movimiento en este sentido tuvo un largo recorrido. En el período de entreguerras se apoyó en dos factores: el reconocimiento de la importancia económica del turismo y su valoración como factor de concordia y entendimiento entre naciones (la diplomacia del turismo). En este aspecto se destacó la Sociedad de Naciones. Este organismo nacido de la I Guerra mundial apoyó el turismo, recomendando simplificar las formalidades de frontera, reducir o abolir las tasas por los visados, emitir «carnets de passage en douanes (Custompasses)» internacionales para vehículos de turismo y permisos de conducción internacionales. En 1929, aproximadamente 30 países autorizaron a la American Automobile Association emitir estos documentos para los turistas americanos. Esos países fueron «Algeria, Austria, Belgium, Bulgaria, Czechoslovakia, Denmark, Egypt, Finland, France, Germany, Great Britain, Greece, Netherlands, Hungary, Irish Free State, Isle of Man, Italy, Latvia, Liechtenstein, Luxembourg, Morocco, Northern Ireland, Norway, Poland, Portugal, Rumania, Spain, Sweden, Switzerland and Tunisia»³⁰. Esta lista de naciones firmantes sirve para constatar la importancia y la extensión que el turismo automovilístico había adquirido en el turismo global, así como el amplio interés oficial de los respectivos estados en promoverlo.

La crisis económica enfrió, a partir de 1929, estos ánimos aperturistas y liberalizadores del tráfico mundial de viajeros turistas. Al igual que sucedió con el tráfico global de mercancías, donde hubo un repliegue nacionalista, de proteccionismo comercial, hubo también un nacionalismo turístico en los primeros años treinta que no obstante no empañó los avances del turismo automovilístico internacional y, en general, del movimiento turístico, que repuntó a partir de

28. Museo de Pontevedra, Fondo Filgueira Valverde: documentos de la Junta Provincial de Turismo (1928-1936).

29. MacCannel (2003, 1.ª ed. 1976, pp. 53-75).

30. Lickorish y Kershaw (1958, p. 43).

1933 para volver a alcanzar un nuevo *peak year* histórico en 1937, mayor que el de 1929. La II Guerra mundial supuso un nuevo paréntesis pero, una vez acabada esta, el turismo volvió a resurgir en los mismos lugares, con los mismos medios en que había quedado en 1939 (reforzados ahora por más aviación); y también con la misma vocación, por parte de los organismos internacionales surgidos de la contienda, de ponerlo al servicio de la paz internacional y, en el caso de Europa, de la reconstrucción económica posbélica y de su integración política³¹.

Automóvil y desarrollo turístico: una nueva concepción del viaje

Emergencia turística, difusión del turismo e industria y consumo automovilístico fueron así procesos paralelos durante el primer tercio del siglo XX. Las nuevas formas de movilidad –con un *mix* de medios cada vez más inclinado a la carretera y al incipiente avión– no significaron solo cambios cuantitativos, sino también cualitativos. Los usos turísticos mudaron, al igual que lo hicieron los sujetos, y se ampliaron las geografías turísticas, resultando al fin un panorama en varios puntos diferente al que veíamos al alborar el siglo XX. La estructura del viaje, sus contenidos y su duración también se vieron influidos por la irrupción y el dinamismo de los vehículos de particulares («turismos») y de transporte colectivo.

En efecto, en cuanto a los sujetos del turismo, el automóvil provocó una mutación rápida. Al lado del excursionista, del veraneante, del bañista o agüista, a principios del siglo XX surgió el conductor *sportman*, veraniego o invernal, elitista, que tenía en el coche un elemento de diferenciación social. Este tipo sociológico incorporó el turismo automóvil a sus prácticas de ocio, asimilándolo a un deporte, fundó distinguidos Automóviles Club, organizó «caravanas turísticas» y competiciones, y promovió circuitos de carreras en los destinos turísticos a los que daba distinción. Los circuitos de Le Mans, Monza, Lasarte (San Sebastián) o Sitges (Barcelona) nacieron de este modo con el siglo XX.

Pero la extensión del coche privado y colectivo rompió esta barrera de la distinción. Y surgió, así, el excursionista de «gran turismo» en autocares al estilo Pullman, de clase media, y los excursionistas de «ingresos más modestos», de domingo o de semana, a los que apelaba, en España, la publicidad de las agencias de viajes en la década de 1930. El automóvil contribuyó a romper el monopolio del tren en el viaje turístico, a romper la «jerarquía de clases» del ferrocarril y a hacer más plurales los medios y los modos de viajar. La democratización del viaje en general y del viaje turístico en particular –incluyendo en este el excursionismo de domingo– avanzaron con el vehículo particular

31. Pack (2013).

y con los transportes colectivos por carretera. Esta mayor capilaridad social del turismo propiciada por el automóvil es visible en los países motorizados. En España tenemos igualmente ejemplos antes de la Guerra civil de 1936. En general en estos años, al igual que había hecho el tren en el siglo XIX y lo siguió haciendo en menor medida en el XX, los coches permitieron que las masas y las clases medias iniciaran sus prácticas turísticas o consolidaran las que ya venían practicando. En Inglaterra, la incorporación de las clases medias (y de muchos trabajadores) al viaje era un hecho al estallar la II Guerra mundial. Basta una ojeada a un relato para adolescentes de éxito internacional como *The Famous Five*, de Enid Blyton, cuya primera entrega fue publicada en 1942. La familia, de clase media, lleva a sus hijos a veranear con sus tíos a Kirrin Bay (Dorset), al lado de la misteriosa Kirrin Island (la «Isla del Tesoro» que da título al libro), y lo hace en el coche familiar, que los padres de los protagonistas van a emplear para sus propias vacaciones en Escocia, una vez desprendidos de sus criaturas.

The car seemed to eat up the miles as it purred along. (...) The children looked out for it as they drove along the coast. (...) Here's Kirrin Cottage, said Daddy, and he stopped the car in front of it³².

Antes de la I Guerra mundial los coches eran caros y las carreteras deficientes, así que las «touring holidays» no llegaron realmente para las clases medias británicas hasta los años 1920, escribe Paul Atterbury en *On Holiday*. En esta década y en la siguiente los «motor tours» se multiplicaron en este grupo social, cuando los precios de los vehículos bajaron, la seguridad de las carreteras aumentó y poseer una motocicleta o un coche se hizo más habitual³³.

En segundo lugar constatamos que los vehículos a motor inauguraron una nueva era en el turismo porque modificaron la «experiencia turística». El automóvil revolucionó la movilidad. Cambió el modo de viajar, de percibir el viaje. Estableció un nuevo modo de relacionarse con el paisaje. Fue un cambio de velocidad, de miradas, de percepción y experiencia. La experiencia turística mutó. El vehículo posibilitó una «manera de viajar modernísima», en línea con la «vida contemporánea» que se agitaba en «rauda carrera». El coche fue ahora sinónimo de «libertad», pero también de «prisa». Aceleró el movimiento, las imágenes, la superposición entre lo ya visto y lo que se ha de ver. «Apenas visto un paisaje, por encantador que sea, ya está fuera del alcance de los ojos, tocándose sin cesar la realidad con el recuerdo». El ansia de la marcha se apodera del automovilista, del turista automóvil. Aparece «ese delirio de correr sin parar que es la dolencia triste del turismo moderno.» En la segunda década del siglo XX, ya antes de la I Guerra mundial, y durante esta, al turismo se han

32. Enid Blyton, *The Famous Five. Five on a Treasure Island*, London, Hodder Children's Book, 1997 (1.ª ed. 1942, pp. 7-8).

33. Atterbury (2008, p. 86).

incorporado las «carreras desenfrenadas de nuestros días que se llaman excursiones en automóvil». Estos entrecomillados corresponden al prólogo que Federico Rahola escribió en 1915 para el libro *Por España y Portugal. Impresiones de un viaje en automóvil*, de Pedro Casas Abarca³⁴. Pero son aplicables a gran parte de este período. El automóvil inauguró el «Touring», el turismo de automóvil, que redujo las estancias en los lugares, abrevió los tiempos entre el origen y los destinos y fragmentó el tiempo del viaje vacacional en viajes cortos, rutas diversas y amplificadas, excursiones con las que se alcanzaron lugares hasta entonces inéditos o difícilmente alcanzables con el ferrocarril o con los medios tradicionales de transporte. Y estas fueron conquistas de las élites distinguidas, por supuesto. Pero, con el fulgurante progreso del vehículo colectivo (autobús o autocar), fueron adquisiciones de grupos sociales cada vez más amplios, en viajes organizados por agencias, por garajes, o auto-organizados por colectivos regionales (que viajan a las provincias de origen en verano), educativos, agrupaciones juveniles o juventudes de partidos políticos de masas, centros de trabajo u organizaciones sindicales, algunas de las cuales habían creado, en España ya en la década de 1920, secciones de viajes y turismo.

Esto es perceptible en el caso español, pues en 1924-1929 las líneas regulares de autobuses y los kilómetros de las mismas crecieron a tasas del 21% anual; en tanto que en los años recesivos de 1930-1933 los viajeros transportados y las líneas totales de autobuses (A y B, regulares e irregulares) crecieron a tasas del 3,8% anual, y su longitud un 2,7% anual. Mientras tanto, en el caso de Italia los kilómetros de líneas de autobús crecieron al 10,5% anual entre 1927 y 1929, según los datos recogidos por el *Annuario dell'Automobilismo 1931* del Reale Automobile Club D'Italia³⁵.

En Inglaterra comprobamos a su vez que el crecimiento de los viajes en automóvil y en autobús tras la I Guerra mundial fue posiblemente el factor más importante para el desarrollo del movimiento turístico en los años de entreguerras. Se estima que un tercio de los turistas de Gran Bretaña viajaron durante este período histórico en autocar. El viaje turístico en autocares no era desconocido antes de la Gran Guerra; hacia 1905 ya se registraban viajes colectivos de varios días de duración; pero en los años de entreguerras estos viajes ganaron una gran popularidad y difusión. El uso de autocar con fines vacacionales alcanzó unas cuotas desconocidas y cruzó las fronteras nacionales.

Tras 1919, el progreso de la motorización se aceleró. La guerra había estimulado la mejora mecánica de los vehículos de motor y con la vuelta a la paz miles de vehículos excedentes del Ejército fueron adaptados para el transporte

34. Casas (1915, pp. 7-9). Pedro Casas Abarca, pintor, fotógrafo y escultor barcelonés, fue director de la revista *Mercurio de Barcelona*.

35. Para España, AEE 1931 y AEE 1933, así como Marañón (1933).

de pasajeros. Según E. L. Taylor (1956), en Gran Bretaña uno de los primeros usos de estos autocares, en 1919 o 1920, fue el turismo de guerra, consistente en viajes de seis días por los campos de batalla de Francia y Bélgica³⁶. En 1921 aquellos autocares británicos llegaron a la Costa Azul, y en los tres años siguientes se ampliaron los viajes por Holanda, Alemania, Italia y España; el último de ellos duró 22 días y llegó hasta Gibraltar.

Esos mismos años, dos jóvenes emprendedores ingleses adquirieron al ejército americano en Francia dos camiones, en los que instalaron cabinas –de factura francesa– equipadas con techo abatible, sillones giratorios, una cocina de tipo buffet y un compartimento para inodoros. Con estos vehículos iniciaron en 1920 un servicio regular desde Calais a Niza, que tuvo un gran éxito hasta el punto de que la demanda de plazas de este «Blue Train» excedió de lejos la oferta. Más tarde, con la mejora de los neumáticos, aquellos emprendedores ampliaron la geografía de los viajes a la mayor parte de Europa; e incluso en 1924 llegaron al norte de África; más tarde, viajaron hacia Belgrado y Estambul, aunque aquí la malas carreteras cortaron la iniciativa. En 1935 realizaron un tour a Leningrado y Moscú. Los viajes colectivos de gran turismo a la URSS estaban siendo estimulados por las autoridades soviéticas durante los primeros años treinta con fines propagandísticos de su modelo político. Desde España, por ejemplo, algunas agencias de viajes organizaron «tours» de este tipo a la Rusia soviética, publicitados en la prensa de la época; el poeta Rafael Alberti dejó testimonio biográfico de sus tres «viajes turísticos» en 1932, 1934 y 1937 junto a María Teresa León³⁷.

En la década de 1930, los servicios regulares de larga distancia y tours progresaron de forma notable. Respecto a Gran Bretaña se estima que en 1939 fueron transportados en autocares 37 millones de pasajeros en ese tipo de viajes, que arrojaron un gasto total de 4,7 millones de libras. De aquellos, unos 10.000 efectuaron viajes vacacionales a Europa continental en autocares británicos.³⁸

Otra consecuencia de la expansión de los vehículos a motor fue que en el primer tercio del siglo XX, y de forma más precisa tras la I Guerra mundial, los viajes se convirtieron en una verdadera industria, entre otras razones porque en esta época se desarrolló el «transporte» comercial, que ganó en «confort», «rapidez» y «seguridad». También comprobamos que tradicionalmente el transporte absorbía una gran parte del tiempo del viaje vacacional o turístico y de su

36. Uno de esos destinos para «excursiones en grupo, viajes en autobús y tours individuales» lo ofrece Ypres, una apacible y olvidada ciudad de provincias que se convirtió en trágicamente famosa por la Gran guerra, enriquecida por los monumentos que recordaban los caídos durante la misma, como el dedicado a los 50.000 británicos muertos allí. Como observó en 1928 Stephan Zweig (2015, pp. 69-80).

37. Taillot (2012).

38. Taylor (1956, pp. 20-23).

coste. La rapidez de los medios y la bajada de precios de los viajes redujeron ambos factores, tiempos y gastos, y aproximaron los territorios y las naciones.

Se constata asimismo que se avanzó hacia un *mix* de formas y medios de transporte, hasta el punto de que en la década de 1930 vías férreas, vías marítimas, carreteras y vías aéreas se combinaron como la «red vital» a través de la que fluía la circulación turística. Las cifras disponibles permiten ver que durante las décadas de 1920 y 1930 la carretera tendió a superar a la vía férrea en el turismo internacional, sobre todo en países limítrofes. Si tenemos en cuenta el peso de cada medio de transporte en la llegada de turistas extranjeros, constatamos que a finales de la década de 1920, en los viajes internacionales –y sobre todo en los viajes inter-fronterizos– era ya perceptible que la estructura del viaje estaba cambiando. La importancia de la vía férrea había disminuido progresivamente en favor del automóvil, y se empezaba a notar la irrupción del avión.

Para estos años, las estadísticas turísticas estadounidenses, canadienses e italianas recogen bien la importancia relativa de los distintos medios de transporte. Las italianas son muy ilustrativas al respecto: muestran la nítida progresión del turismo automóvil, que si en 1931 transportaba a un poco más de la mitad de los turistas extranjeros en Italia, en 1934 ya movía a las dos terceras partes. El turismo inter-fronterizo entre Canadá y Estados Unidos es aún más rotundo en este aspecto, como corresponde a dos países de alta motorización. En 1926 los visitantes canadienses que habían accedido a Estados Unidos por carretera representaban ya el 68% del total, y en los primeros años treinta subieron hasta

Tabla 5. Turismo extranjero en Estados Unidos e Italia: vías de entrada, 1926-1934 (%)

	Estados Unidos (1)			Italia			
	Ferrocarril y Mar	Carretera	Aire	Ferrocarril	Mar	Carretera	Aire
1926	31,1	68,9					
1927	22,3	77,7					
1928	18,8	81,2					
1929	20,5	79,5					
1930	21,1	78,9					
1931	16,6	83,4		42,1	5,0	52,9	0,1
1932	15,8	84,2		37,1	5,0	57,9	0,1
1933	26,8	73,2		36,5	4,3	59,1	0,1
1934 (2)				28,4	3,9	67,7	0,1

Nota: (1) Las cifras de Estados Unidos se refieren a «Canadian visitors». (2) Datos referidos a 10 meses.

Fuentes: Trimbach (1938, p. 106) y Norval (1936, p. 99).

Tabla 6. Turismo extranjero en Canadá: vías de entrada, 1925-1933 (en porcentajes)

	por automóvil	por ferrocarril y barco de vapor	desde el extranjero
1925	82,0	17,9	0,2
1926	79,6	20,3	0,1
1927	87,0	12,9	0,1
1928	88,7	11,2	0,1
1929	89,3	10,6	0,1
1930	92,8	7,1	0,1
1931	92,5	7,4	0,1
1932	93,9	6,0	0,1
1933	91,9	8,0	0,1
1925-1933	89,5	10,4	0,1

Fuente: Norval (1936, p. 61).

el 83-84% (Tabla 5). El turismo hacia Canadá hacía un uso aún más intenso del automóvil. En 1925 un 82% de los turistas extranjeros usaban este medio de transporte; en 1933 lo hacían el 92% (Tabla 6). El automóvil se había adueñado del turismo receptivo en Norteamérica. Esto era lógico. Estados Unidos y Canadá lideraban la producción mundial de automóviles en 1928, y en 1930 ocupaban los dos primeros puestos en el ranking mundial de vehículos por cada 1.000 habitantes, con 200 y 125 respectivamente.

Por último constatamos que el transporte colectivo por carretera sustituyó a las formas alternativas de transporte que se habían ido implantando previamente en determinados itinerarios locales o de radio medio con interés turístico. Un ejemplo muy ilustrativo lo encontramos en el itinerario entre Warwick y la afamada ciudad balnearia Leamington Spa (3 millas). El 21 de noviembre de 1881 se implantó un tranvía de caballos, que sucumbió ante un «shock eléctrico» 25 años después, al inaugurarse el 5 de mayo de 1905 el tranvía eléctrico³⁹; pero, ese mismo verano de 1905 empezó a operar una línea de «motorbuses», en competencia con el tranvía, competencia que «se hizo más severa tras la I Guerra mundial y, al fin, el tranvía fue clausurado en el verano de 1930», curiosamente 25 años después de ser inaugurado. Una guía de Leamington Spa daba la clave: la empresa de autobuses Midland Red Company (*RED Way*) ofertaba viajes más frecuentes, con mayor flexibilidad a buena parte de las villas y ciudades de esta

39. Lo señaló con gracia una tarjeta humorística: «In Loving Remembrance of the Leamington and Warwick Horse Trams, Which succumbed on May 16th, 1905 to an Electric Shock. Aged 25 Years»; citada en Watkin (2013, p. 86).

área de las Midlands, y más baratos, pues ofrecía el billete de un día para todas las localidades del West Midland conectadas por la compañía⁴⁰.

Estamos ante un ejemplo más de cómo la carretera y el automóvil, en el Reino Unido y en toda la Europa continental, ganaba la batalla a los raíles. Como explicaron T.C. Baker y C.I. Savage en 1959⁴¹, el crecimiento de la industria del transporte por carretera trajo aparejado el problema de la competición entre la carretera y los ferrocarriles, un fenómeno de alcance general, como lo fue el de la motorización. La literatura económica de la época y las historias económicas nacionales están repletas de ejemplos al respecto. Los vehículos a motor de explosión revolucionaron la movilidad iniciado el siglo XX y acabaron dominando los transportes terrestres, inaugurando la civilización del automóvil. España participó de ella, en una intensidad equiparable a la de Italia, al menos desde el lado del consumo y de la extensión social del automóvil como medio de locomoción y actividad económica.

ORÍGENES Y EXPANSIÓN DEL AUTOMÓVIL EN ESPAÑA: NORMATIVA Y MOTORIZACIÓN

Se tiene constancia de que en las dos últimas décadas del siglo XIX ya circulaban automóviles con motor de gasolina por España. Algunas fuentes señalan que el primer coche de estas características circuló por tierras asturianas en torno a 1881; se trataba al parecer de un modelo importado de Francia y marca Panhard Levassor⁴². Para otras fuentes, el automóvil entró en nuestra historia de la mano del Duque de Infantado y su Serpollet de vapor importado, quien se (auto)proclamó como el primer conductor español de automóviles⁴³. Contamos ya con referencias más detalladas para el caso de Francesc Bonet i Dalmau, propietario de una empresa textil en Cataluña, quien patentó un innovador vehículo movido por un motor de explosión en 1889. Se trataba del primer automóvil construido en España; y podría ser descrito como una especie de carruaje con tres ruedas o triciclo motorizado. Bonet había traído el motor de la Exposición Universal de París y patentó su prototipo sin demasiado éxito.

En el caso de Madrid parece que el primer automóvil que circuló por sus calles llegó directamente desde París en 1898. Las crónicas de la época señalan como este vehículo causaba algunos problemas en el tráfico pues espantaba a los caballos que tiraban de los carruajes⁴⁴. Lo conducía personalmente el político

40. Watkin (2013, p. 87).

41. Baker y Savage (1974, 1.ª ed. 1959).

42. <http://ibasque.com/historias-de-los-primeros-automoviles-el-mas-antiguo-las-primeras-matriculas-la-primera-fabrica-la-hispano-suiza-barcelonesa/> (consultado el 08/10/2017).

43. Roca Maseda (2017, p. 22).

44. «El primer coche que circuló por Madrid debía dar prioridad a los caballos», ABC, 26 de enero de 2015.

conservador y alcalde de Madrid en tres ocasiones durante la Restauración, Nicolás de Peñalver y Zamora (conde de Peñalver); de él se dice que empleó cinco días en recorrer el trayecto desde la capital francesa hasta San Sebastián y otros dos para llegar a Madrid, a una media de 20 kilómetros por hora. El conde relató en una carta su excursión en automóvil de París a Irún; esta carta fue publicada en la revista *Madrid Científico* en 1898⁴⁵. En su relato detalla los recorridos y los tiempos de viaje; el estado de los firmes y las dificultades de las carreteras, por si fuese de interés al club de los «sports automovilistas». Comentaba como «las carreteras que recorrí hasta Burdeos son una verdadera obra da arte en su construcción y conservación». Otros tramos no resultaron tan cómodos, así:

en la áspera, interminable y triste carretera general de las Landas, mandada construir y enlosar por Napoleón I, para transporte de tropas y material para la guerra de España la cubierta de barro, dificultó é hizo penosa la marcha del coche, obligándome á frecuentes detenciones, para limpiar y poner en movimiento el volante de la bomba, constantemente humedecido por los golpes de agua que levantaban en su rápida marcha las ruedas delanteras del carruaje.

En su análisis comparativo ponía en evidencia el mal estado de las carreteras en España en comparación con el país vecino a finales del siglo XIX. Y criticaba las arcaicas técnicas de los camineros y las dificultades que esto suponía para el desarrollo del deporte automovilístico.

El sistema de afirmado, único que se emplea en todas las carreteras así generales como las de provincias y municipios, complementan todo lo que la ciencia recomienda y puede apetecer el más exigente para conseguir la más completa conservación de aquellos caminos incomparables. Mézclanse en proporciones variables, según el tránsito y condiciones del camino, piedra caliza y silícea ó cuarcita, con machaqueo menudo y haciéndose los recargos generales con el empleo de tierras areniscas y detritus de la misma carretera abundantemente regadas, apisonándose después, con grandes cilindros, movidos á vapor ó arrastrados por fuerza animal, resultando un piso de tal consistencia y uniformidad, que sin exageración puede compararse con el de una sala. El rebacheo es constante, por el mismo sistema, empleándose el pisón de mano; no dándose jamás el caso de una total descomposición del firme, como en nuestras carreteras acontece, convirtiéndolas en una serie de barrancos, asperezas y ondulaciones, capaces de hacer pedazos hasta un armón de artillería. ¡Y qué diré de la costumbre de nuestros camineros, de descarnar las carreteras, para recoger y vender el polvo, echando el machaqueo de tamaño descomunal, suelto, sin ninguna trabazón, dejando al cuidado de coches y carros la tarea demoledora de apisonarlo! Esto es pura y simplemente una barbaridad; y ya que la falta de medios y nuestra escasa cultura nos priven de la perfección absoluta, bien merece la

45. Madrid Científico. Revista de Ciencias, Ingeniería y Electricidad, Año V, Núm. 217, pp. 1764-1765.

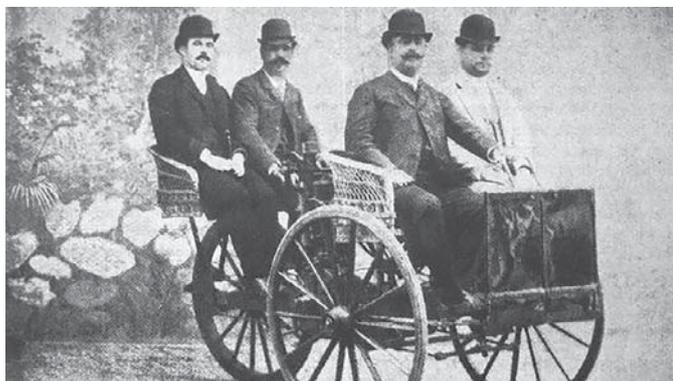


Figura 2. Francisco Bonet (el segundo por la derecha) subido en el triciclo que construyó en 1890. Fuente: El Diario,17-1-2017.

pena que nuestros inteligentes ingenieros se ocupen de estos detalles, sacando el mejor partido de una situación y de unos medios, si escasos en absoluto, no tanto que no pueda lograrse con ellos un notable mejoramiento en el deplorable estado de nuestras carreteras.

En cualquier caso, al despertar el siglo XX el automóvil en España era, como en el resto de Europa, un bien de consumo minoritario propio de gente *snob* y adinerada. Resulta curioso constatar como España fue el primer país en introducir la placa de matriculación obligatoria de los automóviles, que incluía letras y números identificativos, y en exigir permisos de circulación a sus conductores en 1900. Hasta entonces, los automóviles portaban unas identificaciones municipales similares a las de los carruajes u otros medios de locomoción de la época. En consecuencia, el «Reglamento para el Servicio de Coches Automóviles por las carreteras» (1900) inició el control administrativo de los vehículos a motor en España⁴⁶. El artículo 2 de esta normativa definía como coche automóvil a «todos los carruajes movidos por fuerza mecánica». Los propietarios de los autos debían solicitar el permiso de circulación en los gobiernos civiles de cada provincia. El texto establecía velocidades máximas de circulación (28km/h en carretera y 12km/h en los pueblos) y obligaba a señalar la presencia del automóvil «durante el día con una bocina o campana, y de noche, y sin perjuicio de las señales acústicas, con dos faroles encendidos, uno blanco y otro verde en el frente anterior, y uno rojo en el frente posterior» (art. 12). Además, los coches debían obtener el acta de reconocimiento de cumplimiento de ciertas

46. «Real decreto aprobando el reglamento para el servicio de coches automóviles por las carreteras del Estado», *Gazeta de Madrid*, 263, de 20/09/1900, pp. 1141-1142. Este Reglamento fue sustituido por otro aprobado el 23 de julio de 1918; más tarde el 16 de junio de 1926 se publicó un nuevo reglamento, mucho más amplio y detallado en la *Gazeta de Madrid*, 170, p. 1642.

condiciones técnicas, cuya inspección corría a cargo de un ingeniero mecánico o de caminos que podían someter a los vehículos a las pruebas y ensayos oportunos para garantizar las condiciones expresadas en la normativa. La novedad del automóvil quedaba patente en el artículo 14, donde se advertía de que:

siempre que los conductores observen que se produce espanto en las caballerizas, ya sea por la vista del automóvil o por el ruido que producen, están en absoluto obligados a parar el carruaje, evitando en lo posible el ruido, y solo podrán emprender la marcha después de que hayan pasado las caballerizas.

La adaptación de España a las normas automovilísticas internacionales se realizó con rapidez. En 1912, firmó el Convenio internacional relativo a la circulación de automóviles aprobado en París el 11 de octubre de 1909⁴⁷. Dentro del periodo republicano, en 1933, el gobierno firmó el Convenio de señalización de carreteras consensuado en Ginebra el 31 de marzo de 1931⁴⁸. Unos meses más tarde, por Decreto de 25 de septiembre de 1934, se publicó el «Código de Circulación» que marcaría toda la regulación en materia de tráfico, circulación de vehículos a motor y seguridad vial básica durante décadas⁴⁹. Esta normativa fue completado por un código de reglas para la expedición de permisos de conducción de vehículos (aprobado en noviembre de 1934). Este nuevo código incluía exámenes para los futuros conductores y perseguía como principal objetivo garantizar la seguridad y evitar accidentes⁵⁰. Hasta entonces, los requisitos para poder conducir habían sido muy básicos. Primero, saber leer, escribir y conducir el vehículo, así como conocer los artículos del Reglamento «que les concierne y las disposiciones vigentes sobre tránsito por vías públicas»⁵¹. Segundo, un certificado médico demostrativo de que no se padecía «enfermedad de la vista u oído que le impidiese apreciar las señales, ni otras dolencias que le incapacitasen para la conducción del vehículo». Cabe destacar que el Real Decreto de 23 de julio de 1918 contemplaba la «caducidad» del permiso de conducir para «el conductor que habiendo cometido un atropello de personas no detuviese el vehículo lo antes posible, ni preste auxilio a la víctima». Asociaciones como el Real Automóvil Club de España (RACE), fundada en 1903, representaron un importante papel en este avance del marco legal en España⁵². Entre sus principales objetivos encontramos fomentar el deporte del motor y el uso del automóvil, colaborando en la búsqueda de soluciones a los problemas que los conductores se encontraban en el origen de la circulación en España. RACE colaboró en la

47. *Gazeta de Madrid*, 17 de abril de 1912, 118, p. 186.

48. *Gazeta de Madrid* 5 de abril de 1933, 35, p. 115.

49. *Gazeta de Madrid*, 26 de septiembre de 1934, 269, pp. 2634 a 2677.

50. *Gazeta de Madrid*, 20 de noviembre de 1934, 324, p. 1416 y *Gazeta de Madrid*, 10 de noviembre de 1934, 314, p. 1213.

51. *Gazeta de Madrid*, 24 de julio de 1918, 205, pp. 231 a 237.

52. Información obtenida de la web: <https://www.race.es/historia>

elaboración de los reglamentos de circulación, en la organización de eventos del automóvil y en la firma de los convenios internacionales.

La incipiente normativa de 1900 propició el inicio de la matriculación oficial de vehículos con placa provincial. El 31 de octubre de ese mismo año se matriculó en Santa Catalina (Palma de Mallorca) el primer automóvil; un cuadriciclo de marca Clement con matrícula PM-1; de inmediato se matriculó un segundo automóvil en la isla. En el último trimestre de este año otras dos provincias inauguraban sus placas de matrícula: Cáceres (CC-1) con un triciclo de marca Clement y Salamanca (SA-1) con un Doble faetón de marca Torneau. El parque de automóviles en España creció de manera muy rápida en los primeros años del siglo XX. Entre 1900 y 1911, cincuenta provincias españolas tendrían matriculados vehículos; el mapa fue completado por Melilla (1917) y Ceuta (1922) que se sumaron unos años más tarde. En conjunto, entre 1901 y 1935 se matricularon en España 355.854 vehículos (Tabla 7).

Tabla7. Número de vehículos matriculados en España, 1901-1935

Periodo	Matriculación
1901-1905	268
1906-1910	3.685
1911-1915	7.794
1916-1920	20.029
1921-1925	81.023
1926-1930	151.455
1931-1935	91.600

Fuente: Informe elaborado por el departamento documental de la DGT (Dirección General de Tráfico).

Cabe destacar que los territorios que impulsaron el primer salto en las matrículas de vehículos en España fueron País Vasco (encabezado por Guipúzcoa –San Sebastián–, seguida de la provincia de Vizcaya), Galicia (A Coruña y Pontevedra) y la provincia de Santander; principales centros de veraneo en aquella época frecuentados por clases sociales pudientes que podían acceder a la propiedad de un automóvil en una época donde esta clase de vehículos eran un exponente de esnobismo y elevado poder adquisitivo. De este modo, de los 243 vehículos que aparecían matriculados en España en 1905, 114 estaban matriculados en Guipúzcoa, 32 en A Coruña, 18 en Vizcaya, 13 en Santander y 12 en Pontevedra. Estas cinco provincias contenían el 78% de los vehículos matriculados en 1905. El impacto del turismo en la expansión del automóvil va intrínseco a su propia denominación: coche *versus* turismo. En 1907 el periódico ABC publicaba la siguiente noticia: «Con el objeto de facilitar a varios *sportmen* madrileños los

coches que han solicitado a fin de trasladarse a las playas del Cantábrico, la sucursal de Dion-Bouton en Madrid les espera en su Exposición en el paseo de la Castellana, donde podrán admirar los modelos de coche ofrecidos a examen»⁵³. La casa francesa añadía que sus vehículos «conquistan cada día más el mercado español» con un auto que, «resistente, ligero, silencioso, infatigable, gran vencedor de cuestas y pendientes duras, es el verdadero vehículo ideal del turismo».

En la segunda década del siglo XX, Madrid y Barcelona comenzaron a liderar la matriculación de vehículos. Esta tendencia se constataba en una estadística de automóviles y conductores inscritos en los Gobiernos Civiles de las capitales de las respectivas provincias españolas, confeccionada por el Secretario del Real Automóvil Club de España, Sr. Resines y publicada por el diario El Mundo Deportivo en 1910 (Tabla 8). Al pie de la información se añadía: «Mucho ha aumentado el número de automóviles existentes, pero como se ve alcanzando solo la reducida cifra de 3.638, cantidad que sobrepaja por sí solo, algún departamento de la vecina república francesa».

Tabla 8. Vehículos matriculados y número de conductores en España, 1910

Provincias	Vehículos matriculados	Conductores
Madrid	1.027	700
Barcelona	656	702
Guipúzcoa	395	349
Vizcaya	220	230
La Coruña	141	137
Santander	118	78
Oviedo	92	94
Pontevedra	80	84
Sevilla	71	101
Palma Mallorca	71	72
Valencia	69	70
Navarra	60	71
Granada	50	64
Gerona	47	46
Málaga	43	44
Zaragoza	42	44
Restos de provincias	456	416

Fuente: El Mundo Deportivo, 29-12-1910. Elaboración propia.

53. ABC, 767, 11 de julio de 1907, p. 7.

¿De qué tipo de vehículos se trataba? Dentro de los vehículos matriculados a principios de la década de 1930, casi el 70% correspondían a turismos; alrededor de un 23% pertenecían a la categoría de «autocars y vehículos industriales»; y apenas un 7% a motocicletas (Tabla 9)⁵⁴. El automóvil denominado «de lujo» fue el vehículo que alcanzó más peso dentro de las matriculaciones en las principales provincias españolas, tal y como revela el caso de Barcelona (Tabla 10)⁵⁵. ¿De dónde procedían estos autos? A partir de los datos proporcionados por las *Estadísticas del Comercio Exterior de España*, Hernández Marco (2002) señala como, entre 1906 y 1935, se importaron en España 184.001 automóviles de turismo. La importación durante estos años estuvo inicialmente dominada de manera muy clara por fabricantes europeos, sobre todo franceses y –a distancia– británicos; mientras que el papel de los automóviles de procedencia estadounidense resultó muy minoritario. No obstante, la coyuntura de la I Guerra mundial dio inicio a un creciente predominio americano en el mercado español (Tabla 11).

En realidad, como ya se comentó, en los países europeos no productores de automóviles las marcas estadounidenses lograron una considerable cuota de mercado. A este respecto, hay que tener en cuenta que, en 1923, el modelo español más barato expuesto en la exposición de Madrid era un Landa que costaba 12.500 pesetas, mientras que un modelo «barato» extranjero como un Studebaker norteamericano superaba las 13.000 pesetas y un Citroën pequeño se podía conseguir por 8.500 pesetas⁵⁶. A la vista de estos precios, y de los datos de consumo, parece que el automóvil turismo en España estaba lejos de poder ser considerado un bien de consumo masivo como en otros países. Sin embargo, esto no contradice el hecho de que el automóvil experimentó una eclosión en España en el primer tercio del siglo XX, sobre todo a partir de los años veinte.

Tabla 9. Clasificación por tipos de vehículo, 1931

Tipos de vehículos	Mundo	%	España	%
Coches de turismo	29.083.480	76,4	114.163	69,5
Autocars y coches industriales	5.974.618	15,7	38.096	23,2
Motocicletas	2.999.902	7,9	12.062	7,3
Total	38.058.000	100,0	164.321	100,0

Fuente: El Financiero, 7-4-1933, p. 563 y Anuario Estadístico de España, 1934, p. 354.

54. Los datos publicados en el AEE corroboran esta clasificación. Véase Anuario Estadístico de España, 1934, Vehículos de transporte terrestre matriculados, cuadro III.

55. Los datos de «Automóviles matriculados en Madrid» proporcionados por la revista Madrid Automóvil, 1926, núm. 1, p. 7 revelan un resultado similar al caso barcelonés.

56. España Automóvil y Aeronáutica, 1923, n.º 8.

Tabla 10. Vehículos matriculados en Barcelona (a diciembre de cada año, en porcentajes y número total)

	Tipos de coche	1922	1925	1927	1930	1935
1	Carros de eje fijo	23,2	18,5	13,5	10,4	5,9
2	Carros de industria	20,4	17,4	13,5	9,4	5,7
3	Automóviles «de lujo»	11,9	19,0	18,3	25,5	32,2
4	Automóviles de industria, «taxis»	3,4	6,7	7,2	8,5	6,8
5	Automóviles camiones	-	-	9,2	10,0	11,9
6	Automóviles de hoteles y colegios	0,1	0,1	-	-	-
7	Auto ómnibus	-	0,3	-	-	-
8	Carretones	20,3	13,7	12,5	10,3	9,4
9	Carretillas				2,1	
10	Factones de muelles y estaciones	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0
11	Bicicletas	11,3	18,7	20,6	19,6	23,2
12	Motocicletas y sidecars	2,7	1,8	3,5	2,9	4,3
13	Coches de plaza	1,5	0,7	0,2	0,1	0,0
14	Coches de particulares	2,3	1,8	1,0	0,7	0,4
15	Coches de alquiler	2,7	1,3	0,5	0,4	0,3
	Total	27.954	32.628	39.115	41.411	44.294

Fuente: Memorias anuales de la COCINB (Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona).

Tabla 11. Distribución de las ventas de vehículos en varios países europeos por procedencia, 1933 (%)

Países	Nacionales	Americanos	Austriacos	Franceses	Italianos	Alemanes	Británicos	Otros
Alemania	91,0	6,0	0,5	1,3	1,2			
España	1,2	34,4		28,6	10,0	13,2	12,4	
Italia	98,7							1,3
Francia	94,4							5,4
G. Bretaña	98,2							2,0
Grecia		73,0		5,7	9,0	3,7	8,6	
Portugal		45,3		7,2	7,0	20,5	19,9	
Dinamarca		84,4		2,9		4,7	6,3	

Fuente: Ehrmann (1938, pp. 331-333).

En 1903 un artículo publicado en el periódico ABC, firmado por un médico y titulado «Retazos Higiénicos. El automovilismo y la salud», analizaba las

consecuencias del automovilismo desde el punto de vista higiénico. Su tesis descansaba en su utilidad médica cuando «este sport se practique como turismo en excursión, siendo pernicioso cuando se efectúe como medio profesional en carreras a grandes velocidades». Esto se explicaba porque una excursión en automóvil por buena carretera con una velocidad máxima de 70km/h, sería beneficiosa para la función respiratoria del excursionista, pues se observaría «un aumento de oxigenación de los pulmones que los vigoriza y los coloca en una verdadera inmunidad para las afecciones de pecho». En cambio, «una marcha a mayor velocidad que la indicada es altamente perjudicial, pues la rapidísima entrada del aire en los pulmones produciría graves trastornos en la circulación de la sangre congestiones y flegmasías». Como recomendación final se ofrecía un listado de «comportamientos sanos y adecuados» para el automovilista: vestimenta, modo de respirar, y ejercicios de precalentamiento⁵⁷. Parece claro que el automóvil se entendía en estos primeros años como un novedoso deporte, y su rápida progresión comenzaba a crear inquietud en la sociedad. La figura del rey Alfonso XIII de deportista, *sportsman* al estilo anglosajón (*gentleman excursionista*), servirá como modelo a imitar por buena parte de la aristocracia y la alta burguesía durante estos años. El monarca conducía ataviado con equipo deportivo los últimos y más lujosos modelos de automóvil, una imagen que se repetía con frecuencia en las portadas de la prensa de la época.

Pero el automóvil aún constituía una *rara avis* en la sociedad española al despertar el siglo XX, donde los trenes aún monopolizaban los viajes terrestres en la larga distancia. En una crónica veraniega desde San Sebastián publicada

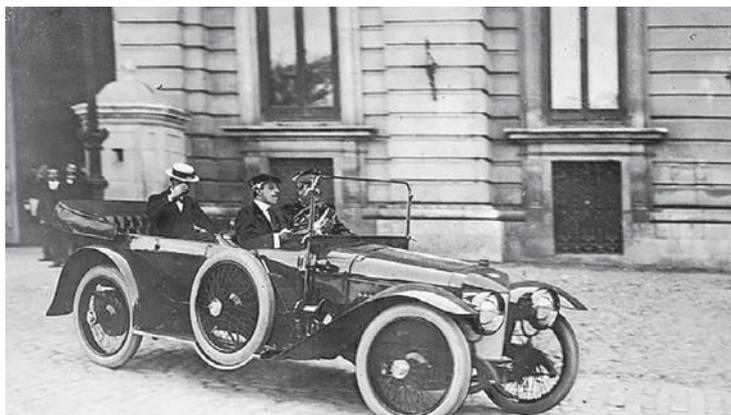


Figura 3. Alfonso XIII conduciendo un 30-40 HP en junio de 1913.
Fuente: ABC. HD (Hemeroteca Digital).

⁵⁷. ABC, 11 de junio de 1903, p. 8.

en el periódico ABC se describía con detalle el significado del automóvil en 1905:

la novedad del día ha sido la presentación en las calles de la población de un automóvil nuevo, cubierto, muy bonito y con la innovación de llevar, en vez de bocina o de sirena, que con sirena hay ya varios, un silbato como el de las locomotoras. Es lo que les faltaba a los automóviles para tener parecido con los trenes. Por la velocidad ya lo tienen, sin que la autoridad, que aquí es respetada, logre moderar la marcha de los automovilistas que se entregan al vértigo dentro y fuera de la ciudad. Estos automóviles y el Handson, que con un magnífico tronco luce estos días la marquesa de Squilache, han sido la comidilla de la gente elegante en los paseos⁵⁸.

La penetración del automóvil en España las dos primeras décadas del siglo XX superó las expectativas de los más entusiastas del moderno medio de locomoción. Se abrieron sucursales de marcas automovilistas en las principales ciudades del país y se difundieron anuncios publicitarios del sector en la prensa nacional⁵⁹. Incluso un periódico tan influyente como el ABC inauguró un nuevo suplemento titulado *Sports y Turismo* en 1912, donde el automovilismo adquirió gran protagonismo, como ponía en evidencia su diseño de portada (Figura 4). Aunque la explosión del consumo y uso automovilístico no llegarán hasta unos años más tarde, no hay duda de su creciente protagonismo.

En España, numerosísimas personas, entre ellas familias enteras de la clase media, habitantes del centro, no han visto jamás el mar. En muchos pueblos cercanos a la corte –en mis excursiones lo he presenciado más de una vez– hay gente de bastante edad y de relativamente buena posición económica que nunca ha estado en Madrid, y gente que aún no ha subido a un tren. No digamos del automóvil, medio de locomoción frecuentísimo en el extranjero; en España, solo un 1 por 1.000 –y todavía exagero– de la población nacional ha caminado en estos coches⁶⁰.



Figura 4. Cabecera del suplemento «Sports y Turismo» del periódico ABC, publicado desde 1912. Fuente: ABC. HD.

58. ABC, 30 de julio de 1905, p. 4.

59. ABC, 9 de febrero de 1908, p. 6.

60. ABC, 15 de agosto de 1911, p. 6.

Tras la I Guerra mundial, la expansión del automóvil en España se aceleró y consolidó. El número de vehículos matriculados pasó de 8.726 (1913) a 31.776 (1920), 112.800 (1925) y 358.119 en 1935⁶¹. Dentro de este contexto dejó de ser un bien de lujo, una marca de clase, una novedad para llamar la atención y crear tendencia entre la sociedad más *chic*. La progresiva democratización de su uso y su incorporación habitual al modo de vida de los españoles mudó también su imagen en la prensa. En 1925 una crónica periodística comentaba que «viajar en automóvil por carreteras excelentes, deteniéndose en hoteles suntuosos, es un placer todavía; pero comienza a ser tan vulgar, que ya se advierte su decadencia»⁶². Este diagnóstico, sin duda sesgado y exagerado, revela no obstante la «normalidad» que fue adquiriendo la presencia del automóvil en la sociedad de la época. Pero no iba desencaminado. Los niveles de vehículos por habitante en España, un país no productor pero sí consumidor de automóviles, superaron a los de Italia en las décadas de 1920 y 1930. España ocupaba, en este indicador, un lugar destacado a nivel internacional, situándose en 1930 como noveno país del mundo en vehículos a motor por cada 1.000 habitantes (Figura 5 y Tabla 12).

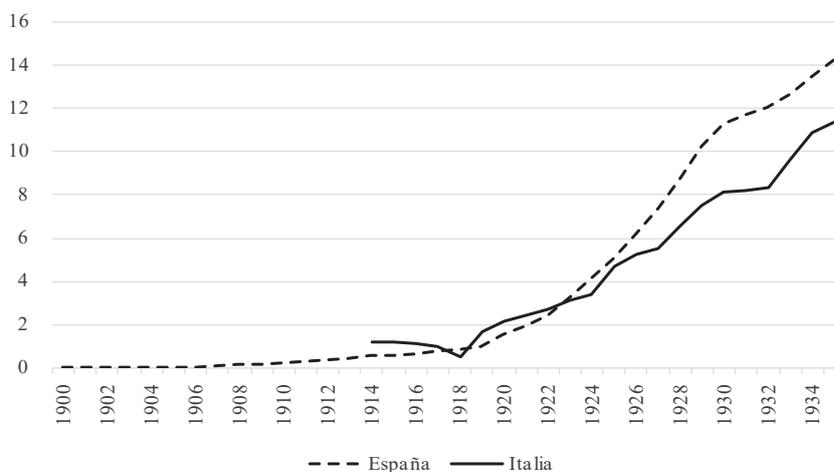


Figura 5. Vehículos a motor por 1.000 habitantes en España e Italia, 1900-1935.
Fuentes: Carreras y Tafunell (Coord.) (2005) e ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica) (2011).
Elaboración propia.

61. Datos obtenidos de Informe elaborado por el departamento documental de la DGT (Dirección General de Tráfico).

62. ABC, 31 de enero de 1925, p. 1.

Tabla 12. Automóviles en uso por 1.000 habitantes, 1914-1950

	1914	1922	1930	1950
EEUU	17,3	111,2	215,5	196
Gran Bretaña	5,8	12,3	32,8	65,3
Francia	2,7	9,2	36,6	51,4
Suiza	1,6	5,4	18,8	39,5
Bélgica	1,3	4,2	19,6	48,5
Holanda	0,7	2,6	14,2	21,9
Suecia	0,5	6,6	23,6	49,4
Alemania	0,9	2	10,1	17,8
Italia	0,7	1,7	5,9	12,1
España	0,4	1,7	8,1	6,4

Fuente: Hernández Marco, «What is different in Spain? Automobile diffusion before Spanish Civil War».

Veamos ahora qué repercusión tuvo la expansión tan espectacular de su consumo en los usos y hábitos de la población, prestando especial atención a los desarrollos turísticos.

LA REPERCUSIÓN DEL AUTOMÓVIL EN LOS DESARROLLOS TURÍSTICOS EN ESPAÑA

La I Guerra mundial marcó un punto de inflexión en la historia de Europa. Stefan Zweig describía el periodo anterior a la Gran Guerra en su obra *El Mundo de Ayer* como «la edad de oro de la seguridad». Quizás este enfoque no era compartido por muchos de sus contemporáneos, pero el sentir común fue que el conflicto marcó un antes y un después en el viejo continente. Desde su posición de neutralidad, la economía española se benefició de la coyuntura. Una vez terminada la guerra, España tampoco era la misma. La guerra generó nuevos ricos y amplió fortunas –cada vez más conectadas con las modas internacionales–, y dio paso a una sociedad más urbana no exenta de conflicto social, donde crecía el número de asalariados y se adoptaban nuevos hábitos de vida y consumo. Todas estas transformaciones influyeron en la expansión del automóvil que fue ganando protagonismo y «normalidad»; como relataba el escritor y periodista Wenceslao Fernández Flórez en un artículo de prensa publicado en 1925 «hoy cualquiera posee automóvil, aunque en España hace difícil esta posesión el cerril concepto que se tiene del auto como artículo de lujo, cuando es un artículo de primera necesidad»⁶³.

63. ABC, 31 de enero de 1925, p. 1.

A esta transformación contribuyó la celebración de eventos y ferias que sirvieron de escaparate al sector y facilitaron las transacciones y negocios. Nada que ver con la modesta primera exposición de Automovilismo, Ciclismo y Deportes celebrada en Madrid en 1907. Organizada por el conde de Peñalver, presidente por aquel entonces del Real Automóvil Club de España (RACE) y bajo el patronato de Alfonso XIII, la muestra albergaba algunos de los modelos más atractivos y modernos de principios del siglo XX. Casi en paralelo se inauguraron por entonces los Salones del automóvil en Barcelona, unos eventos con difusión limitada que, no obstante, pusieron de manifiesto la estrecha relación cultural entre la burguesía de París y la barcelonesa⁶⁴.

La I Exposición Internacional de Automóviles celebrada en el Palacio de Bellas Artes de la Ciudad Condal en septiembre de 1919 adquirió una gran dimensión y publicidad. Fue inaugurada por el capitán general de Catalunya, Milans del Bosch y acogió 58 expositores, entre ellos marcas españolas como Hispano-Suiza o Elizalde. La II Exposición se celebró en el Palacio de Arte Moderno en 1922; resultó todo un acontecimiento con 33.410 visitantes y fue clausurada por Alfonso XIII. En la V Exposición celebrada en 1927 con 55 expositores cabe destacar dos novedades: primera, incluyó a la industria auxiliar del automóvil y, segunda, se mostró especial interés por ampliar la cartera de clientes combinando modelos lujosos como el Studebaker con otros más baratos y sencillos como el Whippet. La última Exposición antes de la Guerra civil se celebró en mayo de 1935 en el marco de los Palacios de Arte Moderno. Estos eventos funcionaban como escaparates para reclamos de clientes de diverso poder adquisitivo a los que se les ofrecía una gama de vehículos cada vez más amplia y la posibilidad de la compra a crédito. A este respecto hay que tener en cuenta como la celebración de salones del automóvil se extendió de manera progresiva por las principales capitales españolas a partir de los años veinte.

A la difusión del automóvil contribuyó también el nacimiento de varias publicaciones especializadas en el mundo del motor⁶⁵. Entre otras cabe destacar *El Mundo en Auto, magazine del hogar* (1924), cuya línea editorial se centró sobre todo en artículos relacionados con el diseño y los usos lúdicos relativos a este moderno medio de locomoción, incluyendo varios reportajes sobre su uso turístico y viajero. Iba dirigida a un público de elevado poder adquisitivo al que informaba de las novedades surgidas en los grandes centros de moda como París y en la sociedad emergente de Estados Unidos. Los

64. Estos dos primeros se remontan a 1904 y 1912, respectivamente, aunque no contaron para la cronología posterior, quizá debido al reducido ámbito en que se llevaron a cabo. Para esta parte la información fue obtenida de <https://salonautomovil.wordpress.com/historia-salon-del-automovil/>

65. La información recogida sobre las revistas de la época que se publicaron en torno al automóvil en España procede de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España.

TODOS LOS AUTOMÓVILES A CRÉDITO

Diríjase a
Crédito Comercial
Parisot y C.
Plaza de Cataluña, 9
Barcelona

FACILIDADES DE PAGO EN
DOCE MESES
VENTA PARA TODA ESPAÑA

Las mismas facilidades para compra de Autos, Camiones, Tractores y Maquinaria Agrícola; Motores, Trilladoras, Amasadoras, etcétera

74 EL MUNDO EN AUTO, Mayo, 1925

VISITE USTED LA
IV Exposición Internacional Automóvil, Aeronáutica, del Ciclo y de los Sports de Barcelona
Presidencia de honor de S. M. el Rey

20 de mayo a 1.º de junio de 1925

PALACOS DE ARTE MODERNO Y DE LA INDUSTRIA
(18.000 metros cuadrados de superficie)

AUTOMÓVILES: Las mejores y más reputadas marcas del mundo, expuestas en 210 stands
AERONÁUTICA: Real Aero Club de Cataluña, Escuela Aeronáutica Naval, Líneas Aéreas Latécoère, D. Jorge Loring, Peña del Aire. **CAMIONES, ÓMNIBUS, Camión Automóvil, Puentes Marinos, Neumáticos, Neón, Globo, Accesorios de todas clases, Cruceros, Publicidades, etc., etc.**

STUTZ BERLIET MINERVA BUGATTI Automóviles de primera categoría a reducido precio.

Accesorios y repuestos de las mejores marcas
Taller de reparación y construcción de toda clase de piezas

AUTOMÓVIL SALÓN

MADRID: Alcalá, 57 y Lapuerta, 103
BARCELONA: Trinitat, 42
VALENCIA: Pta. 31 y San Juan de los Rios, 23

Figura 6. Anuncios publicitarios en la prensa española, 1925. Fuente: BNE. HD.

reportajes sobre las novedades del automóvil, sus exposiciones y posibilidades de ocio se combinaban con noticias sobre los nuevos electrodomésticos y prácticas deportivas. En 1926 cambió su título a *Revista de oro*, aunque conservó su orientación hacia un público tanto masculino como femenino de alto poder adquisitivo, al que se le ofrecían las múltiples posibilidades lúdicas de los coches más modernos del mercado. Por otro lado, encontramos la revista *Madrid automóvil*, dirigida a un público más masculino pero también de alto poder adquisitivo, que ofrecía información sobre el mercado español del automóvil al objeto de orientar al comprador y recoge disposiciones oficiales sobre la importación de los vehículos y los accesorios, así como reportajes de salones, exposiciones, campeonatos, albergues de carretera y conocimientos útiles para su mantenimiento y conservación. Dentro de esta línea editorial, cabe destacar también la publicación *España automóvil* (1907) que apareció con el subtítulo «revista técnica de automovilismo y sus aplicaciones industriales» y como «órgano oficial» de la Cámara Sindical Española del Automovilismo. A partir de junio de 1915 se siguió publicando bajo el título de *España automóvil y aeronáutica*. Desde 1928 optó por el revelador nombre de *Kinos, Automovilismo-Aeronáutica-Turismo*, donde el automóvil se relacionaba con dos actividades emergentes en la época.

Las carreras fueron otro revulsivo para el desarrollo automovilístico. En España se celebraron carreras automovilísticas desde principios del siglo XX que iban más allá de una competición deportiva; eran todo un acontecimiento social. Entre las más célebres se encuentra la París-Madrid de 1903⁶⁶. Posteriormente se celebró la Copa Cataluña de 1908 y la Volta a Catalunya entre 1916 y 1920, que más tarde derivaría en el Rally Cataluña. En 1910 se creó el Real Automóvil Club de Cataluña que años más tarde se encargaría de organizar dicha prueba. Ya en 1924 se celebraba también la carrera de las Doce Horas en Madrid y el Gran Meeting de San Sebastián⁶⁷. Desde 1915 el Real Moto Club de Cataluña celebraba pruebas automovilísticas por equipos⁶⁸. Ahora bien, cabe destacar que entre estas «Pruebas por equipos» celebradas estos años, había algunas como las llamadas «excursiones colectivas de turismo» que no eran deportivas ni de carácter industrial sino «turísticas», organizadas en forma de «caravanas» automovilísticas por los Automóviles Club, y que, como tales, en 1928 no necesitaban la autorización del Ministerio de Industria⁶⁹. Esto revela la relación entre el automóvil y el turismo y como el nuevo medio de locomoción cambió hábitos de vida y ocio.

Desde el último cuarto del siglo XIX asistimos a un proceso de progresiva turistificación en España que se extendía desde las ciudades hacia las montañas, los pueblos de las inmediaciones, las pequeñas villas o aldeas costeras con buenas playas y paisajes, o también de unas ciudades a otras, de las populosas del interior hacia las animadas del litoral, desde las del litoral hacia los pueblos inmediatos, o desde las inmediatas de los países vecinos (Francia y Portugal)⁷⁰. Durante esta época muchas ciudades costeras españolas iniciaron sus apuestas por convertirse en centros de atracción turística⁷¹, al tiempo que de ellas salían sus clases pudientes, migrando estacionalmente hacia segundas viviendas o viviendas de alquiler en las áreas de influencia. La turistificación del territorio avanzó a medida que los medios de transporte de la primera revolución industrial (trenes y tranvías) reducían tiempos de viaje y aproximaban los espacios urbanos a sus periferias. A comienzos del siglo XX las líneas de ferrocarriles

66. Scalextric, *Campeones de Rally*. Vol. I – El nacimiento de los rallies. Altaya. 2008. pp. 8-9.

67. *Gazeta de Madrid*, 19 de junio de 1929, 200, p. 472.

68. *Gazeta de Madrid*, 18 de noviembre de 1927, 322, p. 1019.

69. Según la reglamentación de las «excursiones colectivas de turismo», Circular de la Dirección General de Comercio, Industria y Seguros, *Gazeta de Madrid*, 26 de marzo de 1928, 86, p. 1.920.

70. Para esta parte, véase Vallejo, Lindoso y Vilar (2018).

71. Lindoso y Vilar (2018), para el caso de A Coruña.

de vía estrecha y la red de accesos a las montañas (ferrocarriles de montaña incluidos) se hicieron más densas y más transitadas. No obstante, el automóvil fue ganando terreno por su mayor flexibilidad. El tren contaba con trayectos rígidos y tiempos establecidos; el viaje en turismo permitía marcar el ritmo, elegir la ruta y acceder a lugares más remotos de la montaña, la playa o los balnearios, por ejemplo.

Quizás estas ventajas añadidas impulsaron la popularización del transporte por carretera que se tradujo en un estancamiento del ferrocarril frente a un creciente uso del automóvil en sus diferentes versiones (autobús, turismo, trolebús) (Figura 7 y Tabla 13). Hay que tener en cuenta que el autobús, un medio de transporte comparativamente barato, movió a 58 millones de viajeros en 1934, un 6,2 % de los viajeros totales en medio terrestre y ya algo más de la mitad de los viajeros en ferrocarril.

Tabla 13. Estructura del viaje por transporte terrestre en 1934
(millones de viajeros y %)

	Tranvía	Autobús	Trolebús	Ferrocarril	Total
Viajeros	634	58	136	101	929
%	68,2	6,2	14,6	10,9	100,0

Fuente: Carreras y Tafunell (Coord.) (2005).

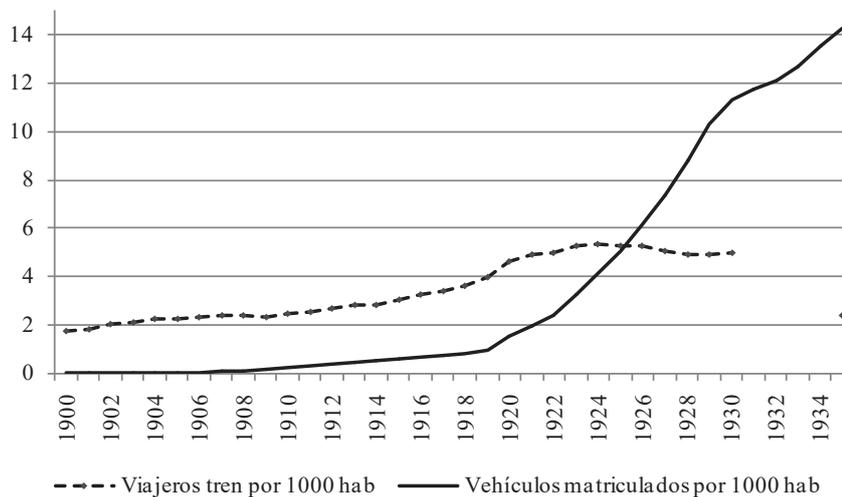


Figura 7. Vehículos matriculados y viajeros en tren por cada 1000 habitantes en España.
Fuente: Carreras y Tafunell (Coord.) (2005). Elaboración propia.

La revista *Madrid automóvil* publicaba en 1925 que los lujos y las comodidades de los autobuses ya igualaban a los de los trenes más elegantes, y que en muchos países las personas que viajaban por placer preferían el autobús al tren «pues para las jiras entre familias y grupos de amigos desde luego este vehículo no tiene igual». Las compañías que explotaban este negocio en aquella época ofrecían también vehículos automóviles para familias o grupos de amigos, en los cuales «la disposición interior permitía hacer de ellos un salón rodante, un comedor con biblioteca o dormitorios, cuando era necesario». Continuaba relatando el artículo como «en una mesa central del habitáculo, entre butacas, los turistas leen, charlan, juegan, se entretienen...»⁷². De este modo, el viaje en vehículo de motor ofrecía comodidades similares a un vagón de tren, pero con un mayor abanico de destinos. Aunque en los primeros años veinte no existían en España líneas de automóviles que realizasen grandes trayectos, la oferta provincial una década más tarde ya era considerable: 2.223 líneas de autobús que abarcaban casi 86.000 km⁷³. Algunas de estas líneas cubrían tramos desde estaciones de tren, de modo que desde donde antes partían diligencias para ir repartiendo y recogiendo a viajeros en el camino, comenzaron a circular automóviles con destino a villas sin estación de tren o a destinos turísticos a gusto del consumidor.

La distribución del transporte terrestre de viajeros entre carretera y ferrocarril en España en 1934, 79% y 21% respectivamente, no difería mucho de la situación para Estados Unidos en esa época (1939: 67 y 33%)⁷⁴. Por tanto, parece claro que el transporte por carretera progresó muy rápido en España y este avance abrió un mundo de posibilidades para el sector turístico. En realidad, desde su nacimiento, turismo y automóvil se retroalimentaron y se reinventaron.

Recordemos que, en 1933, circulaban unos 94 mil vehículos tipo turismo en España. Solo con que cada uno realizase un viaje turístico con cuatro pasajeros a bordo, el número de turistas se elevaría a 370 mil. Las posibilidades de movilidad turística no se agotaban ahí. Hay que agregar al menos 24.500 vehículos de «alquiler y taxis» y las 2.444 líneas de «servicios públicos autorizados de automóviles», léase autobuses, extendidas por casi 100.000 km. de longitud, que constituyen el principal medio de movilidad turística (excursionista) por el país, para distancias cortas y largas, nacionales y extranjeras, en competencia con el ferrocarril. En 1930, las compañías de ferrocarril transportaron 117,1 millones de pasajeros, de los que al menos un 15-20% pudieron haber sido viajes turísticos, según las estimaciones que hemos efectuado para 1886 a partir del

72. *Madrid automóvil*, 1925, 1, p. 3.

73. AEE, 1934, Transporte por carretera, Sección C, cuadro 1.

74. Según los datos obtenidos de EHE (2005) y Barger (1951).

volumen viajero extra del pico estival-otoñal⁷⁵. En la red de vía ancha en España, los viajeros transportados por km. explotado pasaron de 4.743 de media anual en 1910-1914 a 9.889 en 1925-1929, y en la red catalana pasaron de 10.119 anual en 1910-1914 a 21.900 en el decenio 1925-1934⁷⁶. En Vigo, ciudad de unos 41 mil habitantes en 1935, un domingo cualquiera de ese verano salían hacia las playas más de 7.000 personas, usando tranvía y autobús.⁷⁷ A ello hay que unir el turismo de «cruceiros marítimos» de carácter local o de cabotaje que, por ejemplo, se contemplaba en la Costa Brava, en algunas rías gallegas⁷⁸, en los cruceros organizados tocando exclusivamente puertos españoles y en los viajes entre la península y las islas Baleares (desde Barcelona, Tarragona, Valencia y Alicante), las Canarias (desde Cádiz o Málaga) y el protectorado español en Marruecos⁷⁹.

Al despertar el siglo XX, los extranjeros no veían con buenos ojos los transportes existentes en España, al igual que los alojamientos, la seguridad física y sanitaria, que consideraban inferiores a los de sus países de origen⁸⁰. A finales de los años veinte la situación era bien distinta. La norteamericana Dorothy Giles, que recorrió España desde Barcelona hasta Vigo con su propio coche Ford en 1928, comprobó por su parte que aunque había bastantes carreteras con firme terroso, estaban «muy bien hechas». En cuanto a seguridad pronto se percató de rodar más segura «on the Spanish carretera than on many an American highway», y la información disponible era buena. La Guía Michelin y las que proporcionaba el Real Automóvil Club a los automovilistas extranjeros eran suficientes para conducirse por el país, en tanto que el hospedaje a lo largo de las carreteras («the road bed») era «casi siempre bueno». Encontró, eso sí, que viajar en coche era más caro aquí que en Francia debido al mayor coste de la gasolina⁸¹. El siguiente fragmento de una crónica periodística publicada en España en 1925 resume varios de los conceptos tratados en este apartado: los cambios en los hábitos de vida, las repercusiones de los avances en los transportes y el impacto que todo esto generó sobre las prácticas turísticas:

El turista fue complicando sus apetencias. El ferrocarril sirvió sus curiosidades, el automóvil atendió sus inquietudes, el aeroplano superó sus ansias. Hoy se

75. Vallejo, Lindoso y Vilar (2016, p. 177). Para 1886 hemos estimado que la compañía Norte obtenía durante 20 semanas, de junio a noviembre, ingresos superiores a la media anual, que representaban un 23% de sus ingresos anuales.

76. Pascual (2016, II, p. 487).

77. El Pueblo Gallego, martes, 30 de julio de 1935, p. 2.

78. En la de Vigo, desde la década de 1910 operaba la sociedad de Vapores de Pasajes y Turismo.

79. Pack (2013), Cerchiello (2017). En «los vapores que sirven las líneas regulares de la península, Barcelona, Valencia, Alicante, Tarragona, llegaron ciento seis barcos de crucero con 26.871 pasajeros» a Mallorca en 1932, Aragón, marzo 1933, pp. 55-56.

80. El Economista, 1905.

81. Giles (1929, pp. 398-399); Vallejo (2019, en prensa).

recorre el mundo de punta a cabo sin excepcionales tropiezos. El ir a los Santos Lugares daba derecho a pasar a la historia hace muy pocos siglos, en tiempos de Pedro el Ermitaño, y nadie puede negar que hay en Europa muchísimas familias que viven rodeadas de consideraciones y prestigio por haber figurado un ascendiente suyo entre aquellos turistas. Hoy basta tomar un billete en una agencia, y hasta parece un poco cursi jactarse de haber ido en uno de esos rebaños de excursionistas⁸².

CONCLUSIONES

La industria del automóvil se inició en el tránsito del siglo XIX al XX. Tuvo un desarrollo fulgurante, tanto antes como después de la I Guerra mundial, aunque en términos absolutos el boom de la producción de automóviles se produjo tras la primera Gran Guerra, encabezada por seis países líderes Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Canadá e Italia. La expansión de la industria fue paralela al éxito y difusión social de este nuevo medio de transporte.

El ferrocarril, junto con los vapores, habían revolucionado la movilidad durante el siglo XIX; los vehículos a motor fueron los protagonistas de esta revolución durante el siglo XX. Pero no estamos solo ante una ampliación de los medios y las posibilidades de viajar y de transportar mercancías. Ya antes de la II Guerra mundial, los coches a motor pasaron de ser un medio de locomoción elitista, limitado a grupos de alta capacidad adquisitiva, a convertirse en un medio popularizado; de ser un medio de ocio y deportes a ser un instrumento indispensable para el modo de vida y el modelo de desarrollo de los países desarrollados o enganchados al tren del desarrollo económico. En el período de entreguerras se inauguró la civilización contemporánea del automóvil.

La progresiva y acelerada difusión del nuevo medio de transportes rompió las costuras de las tradicionales vías de transporte terrestre, incluyendo las vías férreas. Obligó a modernizar, ensanchar y ampliar las carreteras, a integrarlas internacionalmente, a jerarquizarlas nacionalmente, y a desarrollar, para el consumo interno o para los turistas extranjeros, «rutas de turismo» o carreteras especiales por sus firmas y su señalización entre los centros generadores de tráfico y los destinos con atractivos turísticos, por su riqueza cultural o su patrimonio natural. Obligó también a acompasar el crecimiento de estas infraestructuras a los desarrollos urbanísticos y arquitectónicos de la época. Exigió al tiempo reglamentar los nuevos tráficos y abordar los problemas de competencia que el vehículo de motor generó a los medios preexistentes, de forma particular al ferrocarril.

Las consecuencias socioeconómicas fueron así múltiples, sistémicas casi nos atrevemos a decir. Entre ellas se encuentra, claro, el ensanchamiento de las

82. ABC, 31 de enero de 1925, p. 1.

posibilidades de viajar, desde el punto de vista social y desde el punto de vista geográfico. La forma de viajar, la experiencia del viaje, los sujetos de los viajes mutaron sustancialmente. Lo hicieron igualmente las modalidades comerciales del viaje, el turismo como industria y las modalidades turísticas que esta industria propició. La estructura del viaje internacional mutó igualmente. Ganaron peso los viajes transfronterizos efectuados en automóvil frente a los realizados en trenes o por mar en los altamente sofisticados trasatlánticos. Las cifras del turismo internacional en los años 1920 y 1930 son contundentes al respecto, especialmente en sociedades altamente motorizadas como Estados Unidos y Canadá, líderes por otra parte en el turismo mundial, e igualmente en países que participaron de ese liderazgo turístico en la década de 1930, como Italia.

España participó de este progreso del automóvil, de la civilización del automóvil, un proceso que se consolidó ya antes del estallido de la Guerra civil en 1936. Lo hizo con los siguientes rasgos. En primer lugar, constatamos que, durante las décadas de 1920 y 1930, España se situaba entre los diez países con mayor número de vehículos por cada 1.000 habitantes. No obstante, su producción de automóviles era muy modesta a nivel internacional, hasta el punto de que se estimaba, según cifras de 1928, que ocupaba solo el puesto décimoquinto en el ranking mundial de productores de vehículos⁸³, como revela el que en 1931, por ejemplo, el consumo de vehículos de producción nacional no llegaba al 2% del consumo total (Tabla 11). España por tanto fue un país consumidor pero no productor de vehículos.

En segundo lugar, constatamos que el uso del vehículo en España, tanto para usos de transporte comercial de mercancías como de viajeros, se hizo más imprescindible que en otros países, en buena medida debido a la baja densidad de redes ferroviarias y a sus deficiencias comparadas (lentitud, confort, interconexión, etc.). Es muy llamativo a este respecto el peso que tuvo en España, dentro del parque total de vehículos, el epígrafe de «Autocares y coches industriales», unos 7 puntos porcentuales más que la media mundial a principios de los años treinta (Tabla 9). Esto explicaría que el peso del transporte por carretera en la estructura del tráfico terrestre fuera en España, hacia 1935, no sustancialmente distinto al que constatamos en los Estados Unidos inmediatamente antes de la II Guerra mundial.

En tercer lugar, observamos una misma senda o trayectoria en la difusión de los vehículos de motor en España, con los mismos ciclos o ritmo internacional: su irrupción antes de la I Guerra mundial; la explosión de su consumo una vez finalizada la misma, en la que observamos una especie de euforia del consumo y del uso automovilístico, en parte explicada por los beneficios extraordinarios que generó en el corto y medio plazo la neutralidad española en aquella Guerra.

83. Según vemos en Catalan (2000, p. 115).

Esto tuvo su reflejo en la normativa o regulación del tráfico por carretera, en que España estuvo entre los países pioneros, y en la incorporación del país a los acuerdos internacionales sobre esta regulación de los viajes y los transportes interfronterizos por carretera.

En cuarto lugar, también comprobamos que la difusión del automóvil puso en cuestión el sistema viario preexistente, y sacó a relucir la peor dotación de carreteras en términos comparados. Esto obligó a un extraordinario esfuerzo inversor, a repensar las infraestructuras terrestres en función del nuevo medio de transporte –a diferencia de lo que se había hecho desde mediados del siglo XIX, centrado en el tren–. Pero este esfuerzo inversor no llegó de forma clara hasta la segunda mitad de los años veinte. Lo hizo de la mano precisamente de un plan estatal llamado Circuito Nacional de Firms Espaciales, en 1926, ejecutado para fomentar la industria turística, cuando el turismo de los españoles por el país era un hecho de importancia creciente y cuando España aspiraba a convertirse en un país turístico receptivo en el mercado turístico nacional y estaba variando, en sentido positivo, la percepción de los extranjeros respecto a las infraestructuras de los transportes españoles, y en general respecto de los equipamientos colectivos (alojamientos, servicios de atención sanitaria, etc.).

El automóvil privado, que en España se llama «turismo», revolucionó la movilidad, empezó siendo un bien de lujo, elitista, asociado al turismo deportivo, para ganar difusión social tras la I Guerra mundial y penetrar en capas cada vez más amplias de la sociedad, aunque la difusión social del viaje por carretera debió mucho más a los viajes colectivos en autobús. Esto se produjo bien a través de las líneas regulares de autobuses, que crecieron a tasas muy dinámicas, bien gracias a los viajes organizados ocasionales o por medio de los viajes colectivos organizados de forma industrial, sistemática, por las cada vez más presentes agencias de viajes, en forma de excursiones de «gran turismo». Este tipo de viajes en la década de los años treinta ampliaron su base social⁸⁴, pues estas mismas empresas compitieron por el potencial –y real– público de la incipiente clase media española, que, según los datos que manejamos a día de hoy, se incorporó, en muchas ocasiones, al viaje turístico a través de estas excursiones organizadas, colectivas, por carretera. Muy pocos años después, en 1938, el turismo de guerra del bando franquista, por medio de las llamadas Rutas Nacionales de Guerra, prueba que esta modalidad de viaje turístico por carretera se había incorporado a los usos y a la forma de viajar por el país.

84. Para las agencias de viajes en este período, Vallejo y Larrinaga (2018); para la ampliación de la base social del turismo español en esta época, Vallejo, Vilar y Lindoso (2018).

BIBLIOGRAFÍA

- ARRILLAGA, J. I., 1955. Sistema de política turística. Editora Aguilar, Madrid.
- ATTERBURY, P., 2008. On Holiday. AA Publishing, Basingstoke (Hampshire).
- BAKER, T.C., SAVAGE, C.I., 1974, 1ª ed. 1959. An Economic History of Transport in Britain. Hutchinson University Library, London.
- BARGER, H., 1951. The Transportation Industries 1889-1946. A Study of Output, Employment, and Productivity. National Bureau of Economic Research, Inc., New York.
- BASTABLE, J., (ed.), 1998. Yesterday's Britain. The Illustrated Story of how we Lived, Worked and Played. Reader's Digest, London.
- BLYTON, E., 1997, 1ª ed. 1940. The Famous Five. Five on a Treasure Island. Hodder Children's Book, London.
- BUTLER, D., SLOMAN, A., 1980. British Political Facts 1900-1979. The Macmillan Press Ltd., London.
- CARRERAS, A., TAFUNELL, X. (coord.), 2005. Estadísticas Históricas de España Siglos XIX y XX, Bilbao, Fundación BBVA.
- CASAS ABARCA, P., 1915. Por España y Portugal. Impresiones de un viaje en automóvil. Serra Hermanos y Russell, Barcelona.
- CATALÁN, J., 2000. La creación de la ventaja comparativa en la industria automovilística española, 1898-1996. Revista de Historia Industrial 18, pp. 113-56.
- CEBRIÁN, M., 2010. La implantación comercial de Renault en España: la Sociedad Anónima Española de Automóviles Renault, 1909-1958. Revista de Historia Industrial 43, pp. 127-161.
- CERCHIELLO, G., 2016. La evolución de los cruceros en España. Desde sus comienzos hasta la actualidad (1848-2016). Publicacions de la Universitat de València, Valencia.
- CHANDLER, A. D., 1977. The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business. Harvard University Press, Cambridge, M.A.
- COVENTRY TRANSPORT MUSEUM, 2015. Your Journey Starts Here (Guide Book). CTM, Coventry.
- EHRMANN, M., 1938. L'automobile de tourisme en France. Imprimeries Delmas, Bordeaux.
- ESTAPÉ, S., 1998. Estrategia y Organización de una filial: El caso de Ford Motor Ibérica, 1920-1954. Fundación Empresa Pública, Documento de Trabajo, 9807, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L., 1967. Teoría y Técnica del Turismo, II. Editora Nacional, Madrid.
- FERNÁNDEZ FUSTER, L., 1991. Historia general del turismo de masas. Alianza, Madrid.
- GIL DE ARRIBA, C., 1992. Casas para baños de ola y balnearios marítimos en el litoral Montañés 1868-1936. Fundación Marcelino Botín, Universidad de Cantabria, Santander.
- GIL DE ARRIBA, C., 2018. Los espacios litorales españoles en la estructuración de las geografías turísticas del primer tercio del siglo XX. En: Vallejo, R., Larrinaga, C. (dir.), Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país de turismo, 1900-1939. Sílex, Madrid (en prensa).

- GILES, D., 1929. *The road through Spain*. The Penn Publishing Company, Philadelphia.
- HEILBRONER, R. L., MILBERG, W. S., 1998. *The Making of Economic Society*. Prentice Hall, N. J.
- HERNÁNDEZ MARCO, J. L., 1996. La oferta automovilística en España antes del «SEAT-600»: 1906-1957. *Economía Industrial* 307, pp. 131-148.
- HERNÁNDEZ MARCO, J. L. (s.f.), What is different in Spain? Automobile diffusion before Spanish Civil War. En: https://www.academia.edu/32718665/Was_it_different_in_Spain_Automobile_diffusion_before_the_Spanish_Civil_War
- Istat (Istituto Nazionale di Statistica), 2011. *L' Italia in 150 anni: sommario di statistiche storiche 1861-2010*. ISTAT, Roma.
- LEVEILLÉ-NIZEROLLE, C., 1938. *Le Tourisme dans l'Économie Contemporaine*. Librairie de Recueil Sirey, Paris.
- LICKORISH, L. J., KERSHAW, A. G., 1958. *The Travel Trade*. Practical Press, London.
- LINDOSO, E., VILAR-RODRÍGUEZ, M., 2018. El despertar del turismo urbano en España: baños de mar, ocio y urbanismo en A Coruña, 1900-1935. *Cuadernos de Turismo* 42 (en prensa).
- MACCANNEL, D., 2003 (1ª ed. 1976). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina, Barcelona.
- MARAÑÓN, L., 1933. Política de transportes. *Revista Nacional de Economía*, 109-111 y 112.
- MARIOTTI, A., 1927. *Lezioni di economia turistica*. Edizioni Tiber, Roma.
- MONGINET, M. L., 1933. *Action collective en faveur du tourisme étranger en France*. Bordeaux Impr. y. Cadoret, Delmas, Bordeaux.
- MORTIER, G., 1941. *Le tourisme et l'économie nationale*. B. Arthaud Editeur, Grenoble.
- NIETO-GALÁN, A., 2004. *Cultura industrial. Historia y Medio ambiente*. Rubes, Barcelona.
- NORVAL, A. J., 1936. *The Tourist Industry*. Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd., Londres.
- PACHECO, E., 2004. *Alteração das acessibilidades e dinâmicas na Região Norte: expectativas, intervenções e resultantes*. Faculdade de Letras da Universidade de Porto. *Disertação de Doutoramento*.
- PACK, S., 2013. Turismo en la Europa de posguerra. De la diplomacia esterliniana al consumismo de masas. *TST: Transporte, servicios, y telecomunicaciones* 24, pp. 138-66.
- PASCUAL I DOMÈNECH, P., 2016. *El ferrocarril a Catalunya (1848-1935)*. 2 vols. Ed. Eumo, Barcelona.
- PIMLOTT, J. A. R., 1947. *The Englishman's Holiday*. Faber and Faber, London.
- PONTING, C., 1991. *A Green History of the World*. Sinclair-Stevenson Limited, London.
- ROCAMASEDA, R., 2017. *El automóvil en la historia de España*. RACE, Madrid.
- SAN ROMÁN, E., 1995. El nacimiento de la SEAT: autarquía e intervención del INI. *Revista de Historia Industrial*, 7, 141-65.
- TAILLOT, A., 2012. El modelo soviético en los años 1930: los viajes de María Teresa León y Rafael Alberti a Moscú. *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine*. De 1808 autemps présent, 9.

- TAYLOR, E. L., 1956. The development of motor coach touring. *The Tourist Review* 1: 1, pp. 20-23.
- TRIMBACH, A., 1938. *Le tourisme international*. These, Paris.
- VALDALISO, J. M., LÓPEZ, S., 2000. *Historia Económica de la Empresa*. Crítica, Barcelona.
- VALLEJO R., LINDOSO, E., VILAR-RODRÍGUEZ, M., 2016. Los antecedentes del turismo de masas en España, 1900-1936. *Revista de Historia de la Economía y de la Empresa X*, pp. 137-188.
- VALLEJO R., LINDOSO, E., VILAR-RODRÍGUEZ, M., 2018. El turismo como actividad económica. La dimensión económica del turismo en España (1900-1939). *Demanda turística*. En: Vallejo, R., Larrinaga, C. (dir.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país de turismo, 1900-1939*. Sílex, Madrid.
- VALLEJO, R., LARRINAGA, C., 2018. Las agencias de viaje: operadores turísticos. En: Vallejo, R., Larrinaga, C. (dir.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país de turismo, 1900-1939*. Sílex, Madrid.
- VALLEJO, R., 2019. Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: la conformación de un sistema turístico. *Ayer* 113, 1 (en prensa).
- VIDAL, J., 2018. Los nuevos sistemas de transporte y el turismo: aportación del automóvil y la aviación a la movilidad en la España del primer tercio del siglo XX. En: Vallejo, R., Larrinaga, C. (dir.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país de turismo, 1900-1939*. Sílex, Madrid.
- VILLE, S. P., 1990. *Transport and de Development of the European Economy, 1750-1918*. The Macmillan Press Ltd., London.
- WATKIN, J., 2013. *Royal Larmington Spa Revisited*. The History Press, Strough.
- ZWEIG, S., 2015. *De viaje. Bélgica e Inglaterra*. Sequitur, Madrid.