

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO IV

EL POTENCIAL DEL TERMALISMO PROPULSOR DEL TURISMO

1. Delimitación de un nuevo sector de actividad no Industrial

Antes de la revolución industrial, las actividades productivas que se realizaban en la mayoría de los pueblos catalanes estaban en mayor medida relacionados con el sector agrícola y ganadero. Estos a su vez necesitaban del agua de lluvia para el regadío, el autoabastecimiento, los rebaños, así como para diferentes trabajos de manufacturación de productos de primera necesidad. Observamos que el agua es uno de los elementos claves del mundo agrario y, a través del paso del tiempo, como recurso básico de la explotación agrícola es un factor importante para la actividad de cualquier población campesina, unida a una tierra fértil y a una climatología apropiada.

Por tanto, los bienes de la naturaleza como el agua son un importante factor de la producción, además de ser un bien escaso, pero con unas características diferenciales al de los otros factores productivos. Sin embargo, la mayor parte de los bienes que consideramos como indispensables no existen en las cantidades deseadas, es decir; son escasos en relación con las necesidades del ser humano. Por tanto, llegaríamos a una primera diferenciación entre:

- Bienes libres, que son aquellos que se encuentran en cantidad suficiente para satisfacer todas las necesidades.
- Bienes económicos, son escasos en relación con dichas necesidades.

El agua¹ entraría dentro de los bienes escasos y renovables por el momento, con una valoración que la aportan los consumidores. Por tanto, una vez establecidas las propiedades beneficiosas de agua en general, llegamos a la específica del agua

¹El agua potable, la que no goza de ninguna propiedad cualitativa específica y no es un elemento escaso en algunas zonas, muchas veces no se le da valor, ya que se dispone de forma inmediata y abundante, pero en su sentido inverso genera conflictos en cuanto a su uso y propiedad. Aspecto que se acentuará un poco más, en el agua termal ya que no es abundante y además recoge unas cualidades específicas con relación a su ubicación espacial, junto a la tierra donde emerge y es útil, en cuanto a que actúa de manera beneficiosa para los organismos vivos en una época en que el Estado controlaba de forma muy directa su utilización.

termal y mineromedicinal, junto a la valoración en función de lo que cuesta obtenerla y en sus cualidades o características físico-químicas, que en el siglo XIX configuraría una determinada demanda.

El agua termal y mineromedicinal será, pues, otro de los recursos naturales que aparecen vinculados a muchas poblaciones del ámbito rural catalán y que tradicionalmente han aprovechado como recurso básico, en beneficio propio, fuera de los trabajos agrícolas. No obstante, la búsqueda de nuevas vetas o manantiales, para no quedarse sin suministro en épocas de sequía, determina el fenómeno de llevar a cabo prospecciones para la captación de agua, realizando pozos o minas dentro de determinadas fincas agrícolas. En algunos casos el agua detectada no será apta para el regadío, lo que conllevará sendos análisis para establecer su potabilidad, así como otras utilidades. En otros, con algunos problemas, como en Tona, en principio se descarta el nuevo yacimiento de agua por su primera impresión desfavorable para el consumo humano, así como a sus características organolépticas, además de no ser apta para el regadío. Aunque se puede observar a principios del siglo XIX que en algunas poblaciones, como en La Garriga, era habitual que parte de la población tuviera agua termal en sus casas, para la curación de heridas de determinados animales que acudían de manera regular a determinados manantiales.

Además de las tradicionales disputas sobre la propiedad y utilización del agua común para los trabajos agrícolas, cabe señalar también las referentes a los pozos de agua termal y de los manantiales mineromedicinales, propiciado en parte por la titularidad de la propiedad en su dominio privado o público, una vez detectadas sus cualidades. La superación de los problemas y conflictos se realizará mediante pactos particulares o públicos y compras y permitirán establecer unas nuevas relaciones sociales en torno a dicho tema, pero con un mayor matiz de complejidad que las aguas corrientes. Ya que dentro de ellas se dará una nueva componente de acción farmacológica y terapéutica, en una actividad que parte de un principio diferente al agrícola y al industrial, pues se centrará en la salud.

En el siglo XIX, dentro de un contexto rural y agrario, con unas mínimas infraestructuras con respecto a comunicaciones, ¿cómo se desencadenaría el nacimiento de un nuevo producto, en este caso, en respecto a las aguas termales?. Uno de los primeros indicativos, entre otros, sería en la detección de la afluencia o concurrencia hacia una determinado espacio donde se localiza un manantial.

En esta época, ¿de qué manera podríamos decir que estamos delante del inicio de una nueva actividad?. La desaparición de las actividades y oficios, tradicionales, ante la aparición de nuevas, junto a un cierto aumento del nivel de vida, se refleja en unos nuevos objetivos económicos aunque no sea de forma inmediata, en las poblaciones donde se ubican los manantiales. Por tanto, delante de los resultados curativos, una de las primeras acciones será el conocer la composición y propiedades de las aguas para poder establecer la calidad y el potencial curativo de las mismas y determinar cuales son validas o no.

Pero todavía faltaría añadir un último detalle ¿quién o quienes decidirán que aguas son beneficiosas o no?, ¿quién o quienes tendrán poder para hacerlo?. La valoración medicinal de las aguas termales estará en manos del colectivo médico y farmacéutico mediante la observación de los resultados, junto a los análisis químicos y el estudio de sus propiedades en un intento de determinar los elementos claves de su acción curativa.

Dos etapas se manifiestan hasta mediados del siglo XIX en el desarrollo del termalismo: una informal, en la que el termalismo es propiciado por el conocimiento popular al respecto y otra etapa formalizada, en la que el termalismo empieza a estar controlado por el Estado y en la que se constata su validez delante de la enfermedad y sus expectativas económicas.

Por otro lado, el Estado delante de las posibilidades sanitarias que en el ámbito general ofrecen las aguas termales y mineromedicinales se apropiará del control, el uso y la gestión dentro del principio del bien común o colectivo, delimitando unas atribuciones públicas delante de las privadas. Pues ante todo el agua termal sería parte de esta riqueza y recursos económicos que en la mayoría de los casos va asociada a una determinada zona, y que muchas veces no se constata de manera directa. Para ello llevará acabo diferentes actuaciones y acciones entre ellas:

- La constitución de una reglamentación de baños respecto a su uso y práctica.
- El establecimiento de la figura del médico-director de baños.
- La declaración de determinadas aguas *De Utilidad Pública*.
- La creación de la especialidad de hidrología médica.

Estas cuatro disposiciones principales son algunos de los elementos iniciales que configuran las bases del desarrollo de un sector nuevo de actividad no-industrial, aunque en la época y ante el fervor social y de desarrollo de la fenomenología industrializadora, el hecho de producir salud se ve como una de las necesidades de la sociedad del momento, la cual establece en denominarla Industria Balnearia.

Este interés se manifiesta por el gran número de análisis y estudios químicos que se realizarán sobre los manantiales de los diferentes tipos de aguas distribuidas por todo el territorio, durante todo el siglo XIX y principios del XX. Esto se reflejará en muchos de los estudios y trabajo realizados por dicho colectivo en las memorias, topografías médicas, informes, revistas y publicaciones. En estas se diferencian dos líneas de contenidos:

- Los que corresponden a la propia disciplina médica.
- Los que estarán fuera del ámbito de dicha especialidad o servicios extrabalnearios.

En relación a los primeros, destacan los análisis químicos de las propiedades de los diferentes manantiales, las enfermedades tratadas, las descripciones de los procesos patológicos, los resultados en los pacientes, así como el equipo de las instalaciones balnearias. Con respecto a los segundos, fuera del ámbito estricto de la disciplina médica, los facultativos abordarán y tratarán aspectos de otras disciplinas como la arquitectura, la geografía, la demografía, la historia, la arqueología, las cuales vincularán a sus tratamientos aspectos como el aprovechamiento climático, la actividad física con el paseo o el excursionismo, la descripción de monumentos o construcciones singulares, así como del régimen alimenticio, o las características higiénicas que ha de reunir una casa o edificación entre otros detalles.

Las terapias, las cadencias y las actividades extrabalnearias de soporte a las prácticas termales conllevarán otras no termales, tanto para los enfermos o bañistas, como para los acompañantes de los anteriores. El poder descansar, sin necesariamente tener una enfermedad o tener que desplazarse a lugares determinados, propicia la búsqueda de otras actividades, que no estén vinculadas de manera directa al conjunto de terapias que se incluyen en los tratamientos termales específicos para las personas que padecen alguna enfermedad.

Podemos diferenciar dos tipos de actividades, por tanto, que se darán en el establecimiento balneario y que aparecen de una manera claramente diferenciadas:

- Actividades termales o balnearias
- Actividades No-termales o extrabalnearias

Tanto en las actividades balnearias como extrabalnearias podrían estructurarse como básicas, complementarias, suplementarias y extrasuplementarias. En las actividades termales o balnearias, las de carácter básico corresponderían a tratamientos termales. En las actividades no-termales o extrabalnearias, las de carácter complementario eran las de alojamiento y restauración; las suplementarias el descanso y recreo, y las extrasuplementarias; el excursionismo y la residencialización.

Por otra parte, el desarrollo de este nuevo sector condujo a delimitar diferentes niveles espaciales dentro del recinto balneario y en el ámbito de actividad de los enfermos y acompañantes en relación al conjunto de servicios que propiciarán las actividades balnearias. De esta forma se dan los siguientes espacios:

- Internos y externos.
- Los circunscritos en el ámbito de las localidades que albergan dichos centros termales o balnearios, que abarca su entorno urbano y extra urbano.
- Los de las poblaciones adyacentes.

Por otro lado, en la industria balnearia, las instalaciones como la galería de baños donde se organiza y se practican los tratamientos terapéuticos, se asimilarían a los procesos productivos y de transformación de la fábrica o de la factoría (Finkel, L., 1995). Es decir; al establecimiento acudían personas enfermas, y que mediante la hidrología se intentaban transformar en personas sanas.

En el proceso de desarrollo se utilizarán los conocimientos médico-científicos especializados dentro del marco de la hidrología, que vehiculados a través de los equipos de tratamiento – duchas, bañeras, barras, saunas, inhalaciones, pulverizaciones - específicos para las aguas termales, mineromedicinales y en función de las características de la enfermedad del paciente objeto y sujeto del tratamiento producirá unos resultados con diferentes niveles de recuperación de la salud.

En la industria balnearia el ser humano es el foco de actividad principal, objeto de los tratamientos y sujeto que producirá unos beneficios económicos. Por tanto dentro de las instalaciones balnearias encontraremos estructuradas dos zonas espaciales de actividad claramente delimitadas: por un lado la que corresponde al trabajo, dentro de la galería de baños y otra la que corresponderá al no-trabajo con respecto al resto de dependencias. En el establecimiento balneario encontramos, de esta manera, diferentes subespacios, siendo los más significativos los siguientes:

Zona de trabajo o zona de baños

Zona de no-trabajo:

- El comedor y el restaurante
- El alojamiento y los servicios extrabalnearios.

Estas últimas actividades de no-trabajo son las que permiten llevar a cabo las tan conocidas actualmente como actividades de ocio y recreo en espacios establecidos con dicha finalidad (Puig Rovira, J.M., Trilla, J., 1996). Se pueden encontrar por consiguiente, salas para jugar al bridge, salones donde realizar tertulias o de música para escuchar interpretaciones al piano o de algún pequeño grupo de músicos, o bien en algunos casos la sala de lectura o biblioteca donde

poder consultar los diarios, revistas locales o bien libros de ámbito local o general. Junto con la representación de obras teatrales en el teatro del balneario o en espacios abiertos, junto a zonas ajardinadas externas y que ocupan el espacio alrededor del balneario, además de una intensa actividad cultural. Estos junto a los anteriores sitúan el nivel de prestaciones y calidad del establecimiento balneario.

La vida del ser humano hasta la Revolución Industrial tenía un carácter continuo y unificado, no dejando de ser dura y penosa. El tiempo disponible con respecto a las actividades no productivas con la industrialización todavía quedará más reducido de lo que ya estaba hasta el punto de desaparecer. Se trabajaba para vivir, con jornadas superiores a doce horas para la mayoría de la población, ya que el tiempo humano disponible se ocupa absolutamente en la fábrica, junto a las tareas familiares para las mujeres y algo de descanso (Puig Rovira, J. M., Trilla, J.,1996).

La concepción durante el siglo XIX de las relaciones económicas con respecto a la etapa anterior ha cambiado, ya que no se busca el intercambio de productos, o el equilibrar los gastos y los ingresos, sino el incesante aumento de beneficios y dentro de esta idea se hace necesaria la salud. Es la consecuencia de la moral puritana del trabajo que tiende a despreciar cualquier forma de actividad fuera del mismo. Las conquistas sociales, entre ellas, la salud, el reposo y el descanso entre otras, serán los primeros argumentos que el hombre tomará como arma para hacer frente a esta dinámica de poseer y acaparar sin límite, en una nueva visión de la realidad. Para llevarlo a cabo se hará necesario desvincularse de la fábrica de los centros de producción y en este sentido los establecimientos balnearios son los únicos que en principio disponen de todo aquello que incita al ocio, al recreo, al descanso, donde jugará un papel importante la salud física y mental.

Esto se refleja en las instalaciones de los establecimientos balnearios ya que el trabajo propuesto es en el espacio exterior a los mismos, sobre la base a los paseos y actividades excursionistas realizados en un marco abierto de posibilidades dentro de las localidades en espacios en que todavía no ha llegado la industrialización. Son “trabajos” o actividades que aunque tienen una duración limitada, pueden llevarse a la práctica de manera independiente y no vinculada a

ningún centro termal dentro del soporte del establecimiento balneario o aprovechando las infraestructuras de las localidades.

Aunque no parezca en principio necesario la actividad balnearia como extrabalnearia requieren una cierta infraestructura y del soporte de dos tipologías de personal: uno especializado, dentro de la disciplina médica y la otra dentro de una creciente especialización en lo que podríamos considerar actividades domésticas.

Las actividades médicas disponen de una formación científica dentro del ámbito académico y universitario, en el plano médico y a su vez en la especialidad de la hidrología, con respecto a las prácticas hidroterapéuticas en el tipo de aplicaciones, los periodos de las aplicaciones, la conveniencia o no de hacerlas mediante duchas o baños según sus variantes, el tiempo necesario y si además es conveniente compaginarlas con algún tipo de dieta.

En las actividades domésticas² en principio será un personal no-profesionalizado, dentro del contexto de empresa familiar conservador (Sarries, L., 1994), que aprovechara los conocimientos que dispone con respecto al mundo rural, pero que empezará a especializarse en las actividades gastronómicas o del hospedaje. Desde el cocinero al camarero, pasando por la camarera de habitaciones o el recepcionista. Todos ellos deben de ir adquiriendo unos conocimientos centrados tanto en los productos animales como vegetales, además de lo que corresponde a la bebida, la higiene y la pulcritud.

Se da, por tanto, una confluencia de dos sistemas de trabajo: el primero en la línea de la metodología de la organización científica y el segundo dentro del llamado sistema doméstico según Eric J. Hobsbawn (Aizpuru, M., Rivera, A., 1994). Este último dentro de la organización del trabajo de la familia campesina, ya que en muchos casos, los trabajadores domésticos eran del campo, sin tierras, dedicados a tiempo completo a una actividad, en la cual no se da la manufactura. Por otra parte, existen una serie de elementos característicos en esta naciente actividad balnearia

² Denominamos actividad doméstica, debido al hecho de que en principio en el siglo XIX, los ámbitos rurales los trabajos de hacer las habitaciones y la comida era realizado por personal del servicio doméstico o por las propias familias que regentaban las casas de baños. No se daba una profesionalización en hotelería, restauración y otros servicios.

del siglo XIX, que dispone de algunos puntos de contacto dentro de la nueva dinámica industrializadora, pero divergentes en su operatividad y funcionalidad como eran:

- La idea o concepción del trabajo dentro de un sistema doméstico
- Una estructura patriarcal
- La existencia de una unidad productiva y dos sistemas de trabajo:

Uno con pautas claras y definidas dentro de la medicina.

El otro con pautas poco claras, delimitadas y definidas, con relación a los servicios de restauración, hospedaje o de soporte y atención al cliente.

- Una cierta independencia de los productores
- Aparición de elementos de lujo y sofisticación fuera del ámbito de la ciudad.

Junto a otros elementos que sectores próximos a la industria ya poseían pero que en la actividad balnearia no aparecían como:

- La falta de gremios en su inicio
- El trabajo fuera de control del gremio
- No se da un trabajo artesanal
- La no-separación entre productor – consumidor
- Un producto sin componentes manufacturados; agua, clima, vegetación y relieve
- Diferencia de valoración del trabajador del campo con respecto a la ciudad, en parte por una falta de cualificación profesional.

En los antecedentes a la Revolución Industrial otros ámbitos artesanales, manufactureros, ya disponen de ciertos niveles de desarrollo de estamentos o instituciones de soporte a su actividad estructurada en gremios. Aunque en el

desarrollo del sector conocido en la actualidad como el de los servicios, a principios en el siglo XIX no dispone de una manifestación explícita y formalizada en cuanto a la actividad que aglutina, pero que se vincula a la industrialización, en sus antecedentes. Por tanto, dentro del contexto del mundo rural en algunos casos algunas actividades se encauzarán dentro de los procesos de protoindustrialización, aspecto que no se da en la actividad balnearia, por en principio la utilización de elementos mecánicos es mínima. La idea de previa a la industrialización se ha definido como protoindustrialización, *“Al proceso producido en aquellas regiones rurales en las que la mayoría de la población vivía en gran parte de la producción manufacturera dirigida a los mercados interregionales o internacionales”* (Aizpuru, M., Rivera, A., 1994: p 49). En este sentido también observamos un cierto paralelismo que nos permitiría hablar de un protobalnearismo por el hecho que la actividad y la concurrencia a las casas de baños y balnearios se circunscribe a determinadas regiones catalanas y en menor medida a la afluencia internacional.

Un soporte básico que no necesitará la actividad balnearia es la utilización directa de maquinaria pesada, así como un elevado número de personal obrero no cualificado para realizar su cometido. El sistema doméstico de producción del balneario, como se puede observar, estaba asociado en gran medida y en función de su localización al mundo rural y agrario, el cual no disponía de tecnologías dinámicas, sino que en un principio eran más bien estáticas y rudimentarias dentro de una organización primitiva y de valores sociales tradicionales. No obstante, a los avances de los sistemas de comunicación facilitará que algunas zonas más próximas a las ciudades se incorporen al proceso preindustrializador. Si que determinados descubrimientos, avances científicos y de la tecnología de la época permitirán una mejora en la aplicación terapéutica del agua termal y mineromedicinal.

Se podrían considerar, por tanto una serie de causas que determinan el aumento de una nueva actividad en los balnearios y que se enmarcaría dentro de las consecuencias de la industrialización, pero que no seguirán las mismas pautas:

- Las condiciones de vida en la época y la degradación de las relaciones sociales.

- La disponibilidad de las clases aristocráticas y burguesas de combinar libremente el tiempo de descanso y de trabajo.
- La incorporación rápida de los conocimientos científicos dentro del ámbito de la medicina y sistemas de tecnología avanzada a los centros balnearios.
- El crecimiento de las rentas y de la riqueza en determinados grupos sociales que dispondrán de una mayor capacidad de gasto.
- La articulación de nuevas necesidades, junto con la aparición de gustos e intereses de una sociedad en constantes cambios
- La liberalización de la circulación y la movilidad de las personas

También se puede establecer una síntesis conceptual de lo que comporta la industrialización con respecto a una actividad no-industrial.

Por un lado, la fábrica o industria situada en un entorno de cemento y metal cerrado dispondría de toda una serie de grandes espacios fríos, ocupados por elementos mecánicos, que producen humos, ruido, en un contexto deshumanizado. Con una concentración elevada y en ocasiones hacinada de grupos humanos sujetos a una disciplina laboral y a la actividad repetitiva, automática y esclavizante de la maquinaria. En un medio que en la mayoría de los casos era agresivo para el colectivo de trabajadores, que a menudo eran afectados por enfermedades endémicas como la tuberculosis o epidemias de tifus y la viruela, con la consiguiente pérdida de la salud. En un trabajo a jornal, al cual se incorporaban a edades infantiles, con una formación casi nula, junto con largas horas de trabajo y un único espacio como la taberna para el ocio o el recreo o en ocasiones la calle donde se llevaban acabo algunas fiestas populares.

En contraposición a la fábrica, el establecimiento balneario aparece situado en un espacio abierto, articulando su arquitectura con entornos de singular belleza, donde se combina el cemento con la vegetación, donde el trabajo se centra en tratamientos y terapias sobre la base del agua termal la cual ayuda a la revitalización del organismo. Con actividades de moderado esfuerzo físico, con juegos tranquilos, con unos clientes selectos, junto a instalaciones de estanques, parques y jardines,

para fomentar el paseo, la contemplación el contacto con la naturaleza. Complementado con actividades nocturnas al aire libre, como bailes o dentro de los salones del balneario, con el quinteto que armoniza la velada. Con excursiones a lugares pintorescos, las cuales están en algunos casos combinados con las practicas hidroterápicas, propician el descubrimiento de la naturaleza del patrimonio cultural. En un contexto de espacios abiertos con aires sanos, limpios de los espacios rurales, acompañados con una buena alimentación.

En consecuencia, lo descrito en los puntos anteriores corresponde a dos grandes ámbitos de actividad empresarial, el primero en un contexto urbanizado, que determinan una actividad industrial en contraposición a otra no-industrial, en este caso en un contexto semiurbanizado y por reurbanizar. Por lo tanto, en una primera aproximación general se pueden apreciar la delimitación de los aspectos básicos del termalismo y de la balneaoterapia con unos nacientes vínculos entre la salud, el descanso, el ocio y tiempo libre. Dentro de una naciente configuración que no tiene marcadas, ni delimitadas de forma clara su conceptuaización, las atribuciones y competencias.

Por otra parte, si se puede concretar que antes del siglo XX se daba el hecho de que se podían identificar dos sectores claramente estructurados: el primario con la agricultura, la ganadería, la pesca y la minería, así como el secundario, el cual abarcaba todos los procesos manufactureros e industriales. A los señalados había que facilitar transporte, comunicaciones, entre otras necesidades, es decir dar servicio a los anteriores. Con respecto al sector terciario o de los servicios, en los cuales se incluyen las actividades comerciales, de comunicaciones y transporte, o en las cuales no hay un producto claramente tangible y delimitado, aparece una de las primeras necesidades del ser humano (además de la alimentación) en este sentido que es la salud y el descanso físico o mental.

Para poder valorar la presencia final y el peso económico de cada uno de los sectores de actividad, tanto de forma global, como de detalle y establecer claramente las diferentes divisiones y agrupaciones económicas habría que esperar al siglo XX. De esta forma, al llegar al año 1952 se establecerá por parte del gobierno la *Clasificación Nacional de Actividades Económicas* – C.N.A.E.-, en una

orden del 29 de octubre, dentro del criterio de seguir las normas internacionales, con el objetivo de la comparabilidad de las estadísticas de los diferentes países.

2. Creación de un nuevo servicio o producto colateral a la industrialización

Antes de introducirnos en el estudio de un nuevo servicio o producto, hay que diferenciar, a partir de las clasificaciones históricas internacionalmente reconocidas, lo que es cada uno de ellos. En primer lugar, se entiende como servicio lo que constituye toda gestión, operación, trámite o encargo que se efectúa por orden ajena, sin que se transfiera ni entregue ninguna cosa tangible, a excepción de la documentación representativa del derecho al mismo (Aragay, J.J., Grande, A., 1978).

En este sentido hay que tener presente que el producto dentro del sector servicios además presenta unas peculiaridades muy específicas que son las siguientes: no es tangible, ni homogéneo y es subjetivo. En el primer aspecto, la intangibilidad está motivada porque el tipo de práctica balneoterápica, no puede almacenarse, ha de realizarse en el momento concreto e “in situ”. Por otro lado, este aspecto impide su materialización, transporte, envío y almacenamiento, lo cual conlleva el desplazamiento del consumidor, en este caso el enfermo o bañista.

Respecto al segundo, la heterogeneidad se fundamenta en que intervienen diferentes variantes en los tratamientos, como el agua termal, mineromedicinal o marina como tratamiento específico para cada caso, las instalaciones de la galería de baños con los diferentes aparatos hidroterápicos, así como el soporte de los servicios de atención al cliente. Los buenos o malos resultados de los tratamientos son apreciados de manera directa por el enfermo o bañista y que se encuentra dentro de la apreciación emocional y sensible del cliente, así como de todos los aspectos que configuran el entorno donde ha realizado las prácticas hidroterápicas.

En general, es aceptado como producto el resultado del proceso productivo o como el agregado final de diferentes elementos simples o compuestos par generar uno de nuevo. En nuestro caso, el agua termal, los conocimientos sobre hidrología del médico - director de baños y los aparatos hidroterápicos, hay que diferenciarlo de lo que es un artículo manufacturado, pues este último es toda materia susceptible de transferirse, venderse o transformarse.

En la actividad productiva de los establecimientos balnearios, podemos observar un conjunto de características que los definen como rígidos e inelásticos a cambios de producción, como son:

- No se puede guardar, acumular o almacenar las existencias para otro momento, y pierde todo potencial de producción como; terapias, tratamientos, estancias, servicios de restauración, entre otros, la venta de aguas envasadas¹.
- El producto, en este caso es la terapia, debe venderse exclusivamente donde se genera, ya que los manantiales termales o mineromedicinales, así como las instalaciones y equipos no pueden trasladarse a donde exista demanda, lo que su pone una estaticidad o inmovilidad espacial de la oferta.
- Las características de los establecimientos e instalaciones balnearias no permiten cambios importantes en la concepción y diseño de nuevos productos diferentes lo que determina una inmovilidad para aplicar procesos de reconversión productiva y una rigidez estructural.
- No es posible tampoco cambios periódicos de los deseos y tendencias que manifiestan los segmentos de la demanda, es una oferta estática – las limitadas variantes de los tratamientos, son sobre las aplicaciones del agua termal o mineromedicinal -. Por otro lado, el proceso productivo de la actividad termal, está marcado por una fuerte estacionalidad, que en la actualidad esta cambiando, gracias a una nueva visión de la salud y del turismo especializado.

La cadena productiva en una industria convencional transforma o ensambla diversos productos para crear uno de nuevo. En el caso de la actividad balnearia el enfermo o bañista recibe una serie de tratamientos, los cuales no alteran su identidad y solo es percibido por el propio cliente.

Los servicios adquieren una componente importante de elasticidad y dinamismo, lo que nos introduciría dentro de la nueva modalidad de producto que empezó a configurarse a finales del siglo XIX. Es el que hemos caracterizado como

¹ El agua envasada puede ser una excepción sino se tienen en cuenta los análisis hechos a pie de manantial, a temperatura de surgencia, con respecto a los realizados en laboratorio.

intangible y de servicios que además se completa con el trato individualizado, las atenciones personalizadas o la sociabilidad propia de los seres humanos, los cuales adquieren un valor económico subjetivo.

El nuevo servicio suponía la combinación de estos dos elementos intangibles y tangibles pseudomaterializados en un concepto de salud, que a su vez era un producto de primera necesidad, con diferentes aplicaciones y variantes según las enfermedades. Aunque tenían una cierta continuidad temporal, pudiéndose dar los tratamientos de una forma seriada y que en cierto sentido suponía una pseudoindustrialización del ámbito balneario dentro de la concepción del siglo XIX. En dicho sentido, justifica su denominación en la época de Industria Balnearia, pudiéndose observar que se aplicaban unos métodos, con unos tiempos de utilización, que producían unos resultados, los cuales generaban una productividad, que guarda un paralelismo con los sistemas industriales típicos de la época.

Tabla 19.

Resultados generales de los tratamientos hidroterápicos en España y Catalunya en el año 1868

Situación en el tratamiento	Resultados numéricos finales		
Curados	6.652 enfermos o bañistas		
Aliviados	10.587	“	“
Sin Resultados	3.673	“	“
Exacerbados	637	“	“
Fallecidos	46	“	“

Nota: Según la Gaceta Oficial de Madrid en 1868, se daba una falta de exactitud en la estadística, debido a la falta de las Memorias de los Directores de Establecimientos.

Fuente: Taboada, M. (1870) *Anuario de Hidrología Médica Vol I.*

En principio, los beneficios y resultados relativos a la mejora de algunas enfermedades y dolencias en algunos enfermos determinan una pseudoproducción, estos facilitaron su difusión así como el desarrollo gradual de la actividad termal y la afluencia de clientes cada vez mayor. Los resultados del trabajo en los balnearios se

recogen (ver tabla 19) por parte de los médicos directores de baños contemplando los siguientes conceptos respecto a los enfermos tratados: curados, aliviados, sin resultados, exacerbados o incluso fallecidos. Con el paso del tiempo, delante de los resultados y el avance de la medicina hay dos momentos diferenciados por la creación de este nuevo producto:

- Dentro del siglo XIX, el producto sería específicamente para los tratamientos balneoterápicos como elemento sanitario de primer orden.
- Ya en pleno siglo XX, y sobre todo en los años veinte, los servicios balneoterápicos pasaran a un segundo lugar formando parte de los servicios complementarios, debido a los avances de la medicina.

Los enfermos en muchas ocasiones no iban solos, sino acompañados de familiares, parientes, amigos o sirvientes, en parte por las limitaciones que acarrea algunas de sus enfermedades.

Los bañistas o enfermos eran los que utilizaban las terapias hidrológicas y los servicios complementarios, y en el caso de los acompañantes, también se aprovecharán los lugares o espacios destinados a los anteriores. Los alicientes por tanto, serán de variada naturaleza, en una época que no existía en principio ni la radio y mucho menos la televisión, lo que facilitará la creación de alternativas aplicadas: bridge, billar, croquet, law tennis, entre otras actividades.

De unas primitivas instalaciones en casas agrícolas durante el siglo XIX, de las cuales su utilidad directa era la de las aplicaciones terapéuticas de una manera precaria, cada vez más se intentará cubrir las demandas y las necesidades de los enfermos o bañistas. Dada la posición social de los concurrentes, se buscará el complementarlas con las comodidades que normalmente disfrutaban en las ciudades. Profundizando en la especialización y tal como hemos visto el producto principal, que de manera directa se ofrecía a los enfermos eran las aplicaciones y tratamientos con aguas termales, mineromedicinales y marinas junto a éste hay los servicios complementarios, el cual como producto indirecto actuará de soporte del anterior, ya que muchos bañistas no harían uso de las instalaciones complementarias, solo las que correspondían a los tratamientos balneoterápicos.

Tenemos, por tanto, una oferta que empezará a diferenciarse con un producto específico para los no-enfermos o acompañantes, ya que sus necesidades no eran de manera principal los tratamientos balnearios, sino el cubrir su estancia con actividades que en principio eran para los enfermos o bañistas, pero que también aprovecharán sus acompañantes. Por tanto, la diferenciación del producto será posible en cuanto su objetivo final si hay tratamiento balneoterápico o no.

De hecho, el conjunto de instalaciones que se construirán para el balneario así como las estructuras e infraestructuras para su operatividad, incidirán directamente sobre el entorno espacial de una manera directa. Es el reflejo de una nueva cultura que modifica el espacio del entorno así como los hábitos y comportamientos sociales.

Este conjunto de modificaciones determina un producto concreto con una identidad propia y definida, ya que a cada balneario en función de su localización espacial le corresponde un conjunto geográfico – histórico; El cual está vinculado a su climatología, su paisaje, su cultura y lo configura como el primer referente de los posteriores resorts hoteleros.

La relación entre las temporadas de baños y de veraneo mantenía en principio un cierto paralelismo con el periodo de descanso establecido en el ámbito social para las clases adineradas. Muchas de las actividades termales se realizan en los periodos de los meses de junio, julio, agosto y septiembre debido a una mejor climatología. Pero con los cambios en las costumbres y actividades sociales, industriales o comerciales abre la posibilidad a cualquier mes del año (Lanquar, R.,1991) para llevar a cabo la temporada de descanso, fuera del termalismo, pero sin perder sus vínculos climáticos con el veraneo.

Disponemos, por tanto, de toda una serie de elementos que determinarán este nuevo producto, pero la base o la esencia del mismo continua siendo el agua termal, mineromedicinal o marina sobre la cual recae el diferente potencial, en base a sus características y propiedades curativas, así como el entorno natural donde se localiza, al que se agregará las instalaciones balnearias. Por tanto, desde un punto de vista económico, la tierra como tal es un recurso al cual se vincula también el agua, y que

con el paso del tiempo, ha sido un elemento clave, según en que zonas o lugares nos hallemos, adquiriendo mayor o menor importancia.

Antes de la revolución industrial, los trabajos que se realizaban en la mayoría de los pueblos catalanes, estaban en mayor medida relacionados con el sector agrícola y ganadero. Pero, la valoración medicinal de las aguas termales, como recurso económico natural, fue un factor determinante de una nueva actividad. Una cierta idea de su valor nos lo permite apreciar a través de algunos conflictos propiciados por el uso y disfrute de los manantiales o los pozos, en casos como en Banyoles, Caldes de Montbui, La Garriga o Vallfogona, que llevó a múltiples disputas entre las casas Consistoriales y los propietarios, o la iglesia, lo cual manifiesta la importancia del valor de este tipo de aguas, y que junto a las prácticas balnearias permitirán establecer nuevas relaciones sociales y productivas.

Entre los primeros en comercializar las aguas termales y mineromedicinales serán los apotecarios y farmacéuticos de las localidades donde se localizan los balnearios, lo que propiciará que realicen los primeros ensayos o elaboración de productos. Es un inicio de los primeros pasos hacia la proyección del agua termal, que se comercializará envasada fuera de los centros balnearios en forma de los lodos minerales, o como productos cosméticos.

El primer punto de venta será en la farmacia local, repartiéndola y llevándola en carro a domicilio como en Caldes de Malavella, o en San Hilari Sacalm por el popular "Jaumet", el cual se dedicaba a repartir el agua de Font Vella, o en La Garriga, donde los encargados de esta distribución eran los hermanos Vinyes, pero que se les conocía con el sobrenombre "dels Francisquets" (Blancafort, P., 1976). La justificación venía dada por el hecho de que había personas que tenían que tomar los baños y estaban imposibilitadas para desplazarse y no se movían de sus casas.

Además de la comercialización y distribución local, cabe señalar la explotación y el envasado de las aguas a gran escala por toda Catalunya (véase figura 33), y que se desarrollará, en un primer momento de manera más bien artesanal.

Pero la mecanización y rápida industrialización favorecieron la construcción de diferentes industrias embotelladoras, de las cuales algunas continúan en la

actualidad. Sobre la base de la distribución provincial, podemos observar en la tabla 20 algunas de las aguas que ya eran comercializadas en los siglos XIX y XX.

Figura 33.

Distribución geográfica de algunas de las aguas termales y mineromedicinales comercializadas desde el Siglo XIX hasta la actualidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de la Monografía y Guías de Establecimientos Balnearios y Aguas Minerales y Terales de España de 1892, 1907, 1927 y La Vanguardia de 6 de noviembre de 1994

En la provincia de Girona son varias las localidades de renombre que se mantienen debido a la tradición de sus aguas, entre ellas Caldes de Malavella, que es una de las más antiguas. Desde finales de siglo XIX, se comercializa el agua que lleva el nombre de la propia localidad, así como la del balneario Vichy Catalán, junto a otras marcas como San Narciso o Imperial. Otra población de renombre es Sant Hilari Sacalm, dentro de las más de cien fuentes de que dispone el municipio destaca la de Fontvella, en Amer la Fontpicant.

Tabla 20. Aguas termales y mineromedicinales envasadas relacionadas con sus respectivas localidades balnearias

Provincia	Localidad	Nombre del agua	Comercialización	Año D.U.P.
Barcelona	La Garriga	Founier	Se comercializan	D U P. 1930
	Caldes de Montbui	Thermión	No se comercializan	
	Mont Alt		No se comercializan	
Tarragona	Benifallet	Cardó	Se comercializan	D U P. 1887
	Vallfogona de Riucorb		No se comercializan	
Lleida	Caldes de Boí	Font del Bou	Se comercializan	D U P. 1887
Girona	Amer	FontPicant Fonter	Se comercializan	D U P. 1903
	Caldes de Malavella	Vichy Catalán Malavella San Narciso Imperial	Se comercializan	D U P. 1883
	Campelles – Vall de Ribes	Aigua de Ribes	Se comercializan	D U P 1928
	Sta Coloma de Farners	Orión	No se comercializan	
	Sant Hilari de Sacalm	FontVella Fonter	Se comercializan	D U P. 1879
	Vilajuïga	Vilajuïga	Se comercializan	D U P 1929

D.U.P = Declaradas de Utilidad Pública

Fuente: Elaboración propia

En las estribaciones de los Pirineos Centrales, en la Vall de Ribes, en Campelles el Aigua de Ribes sigue envasándose y distribuyéndose desde principios del siglo XX, al igual que la de Vilajuïga; pero en ambos casos dejaron de funcionar sus balnearios en la década de los años treinta del siglo pasado. También el balneario Termas Orión comercializó sus aguas en las primeras décadas del siglo XX, pero sin continuidad.

Del mismo modo, en la provincia de Barcelona el agua de algunos manantiales de La Garriga también se intentará su distribución, pero sólo se comercializará el del agua "Fournier" para bebida, declarada de utilidad pública en marzo de 1930. Es un agua más bien fría, con características oligometálicas y que se utilizarán para su embotellado en régimen de mesa (Pardo, J., 1951). En Caldes de Montbui, también se llevará a cabo un intento de comercialización del agua denominada Thermion, pero no prosperará.

En relación con la provincia de Tarragona, el agua de balneario de Vallfogona de Riucorb se comercializará a principios del siglo XX, pero con el conflicto de la guerra civil perderá su continuidad. En Benifallet son conocidas las aguas del balneario Cardó, el cual fue cerrado en la década de los años treinta, pero continúan siendo explotadas sus aguas.

Finalmente, en la provincia de Lleida, el Balneario de Caldes de Boí es donde se concentran el mayor número de manantiales, llegando a las 38 surgencias, con variadas composiciones y características. Sus aguas declaradas de utilidad pública desde 1887, son las más significativas en la provincia, conocidas con la denominación de la Font del Bou.

En la actualidad se han incorporado al consumo el agua de nuevos manantiales, los cuales no tienen un vínculo directo con establecimientos termales o balnearios destacando, entre ellas en la provincia de Barcelona, Aigua de Viladrau, Font Aiguaviva en Santa Margarida i els Monjos, o el agua del Montseny de Sant Esteva de Palautordera, en Tarragona Fontdalt en Tivissa; en Lleida Font del Pi en Guissona; en Girona Sant Aniol; Font del Regàs, Font Agudes en Arbucies, Girona en Sant Aniol de Finestres, Les Creus, en Maçanet de Cabrenys. En la actualidad habría que añadir las de la figura 20 siendo la producción de agua envasada de Catalunya en el año 1993, representa el 45.4 %, con respecto del total de España.

La experimentación con el agua termal y mineromedicinal, llevará a su utilización para la elaboración de productos cosméticos, como la Bañolencia en Banyoles, o el Tarquín de la Puda de Montserrat, o los de Blancafort, que en la actualidad ya no se comercializan. Los que si han tenido una continuidad han sido los productos de Vichy Catalán y en los de Caldes de Boí.

De esta manera el agua termal y mineromedicinal es un producto:

- Para los servicios hidrológicos; terapéuticos y farmacológicos
- Para la elaboración de productos de cosmética
- Se envasa para su comercialización y distribución
- Se utiliza como elemento geotérmico

Se puede apreciar que en principio y por si misma el agua termal y mineromedicinal en su utilización más simple no tiene ningún vínculo directo con el fenómeno de la industrialización, más bien en su manipulación para su envasado y utilización con respecto a su composición y propiedades físico - químicas. En el mundo rural se utilizaba aplicándola de manera directa, en principio sin la articulación de ningún artilugio o elemento mecánico. No obstante, dentro de las propias expectativas que genero su uso, y los avances científico-técnicos, se le irán añadiendo nuevos instrumentos más complejos y en este aspecto supondrán, una aportación significativa en la incorporación al proceso de envasado industrial.

De la pila de madera y la ducha de regadera se pasará al aprovechamiento de todo el equipo material y tecnológico que facilita el desarrollo industrial en la manipulación de dicho producto natural. No en su transformación, ya que si fuera así perdería todas sus cualidades y propiedades. Las aguas termales y mineromedicinales por tanto como producto en si misma, generan toda una serie de servicios a su alrededor a los que podríamos añadir además de la componente de salud, la lúdica recreativa, deportiva y como reclamo turístico.

Apreciamos pues que el fenómeno termal facilitará que en las diferentes localidades donde surgen las aguas adquieran unas connotaciones de lugar de referencia concreto o de encuentro, siendo la motivación básica las características específicas de sus aguas para diferentes enfermedades, que fomentan otro tipo de actividad recreativa –en cierto sentido inactividad - delante de la actividad del trabajo. Además las aguas dinamizan el propio entorno social donde se enmarcan con una invitación a dejar de lado por unos momentos la industria, la fábrica, con aspectos que no tienen ninguna relación directa con la producción de productos manufacturados en cadena.

El establecimiento termal y balneario no deja de ser una empresa con unos objetivos productivos, pero circunscritos fuera del ámbito industrial. Evidencia de que el agua termal y mineromedicinal es un recurso natural elemental, al cual se le han vinculado toda una serie de servicios, propiciados por su manipulación utilizados con finalidades terapéuticas y de salud consolidándose como factor económico destacable.

2. 1. Nuevas entidades de servicios personales y soporte a la industria del forastero

A finales del siglo XIX y principios del XX es una época en la que se producen toda una serie de acontecimientos y cambios tecnológicos muy rápidos, que casi no dan tiempo a ser asimilados por la sociedad. En especial para la naciente industria turística, ya que en función de dicho desarrollo se empiezan a establecer contextos espaciales diferenciados en la Península Ibérica, con dinámicas y ritmos de implantación concretos. El intento de puesta en marcha de una España centrada en la más en la agricultura que con respecto al comercio y la industria, en contraposición a una Catalunya que cada vez más recoge el abanico de posibilidades que ofrece su situación geográfica, su proximidad a Francia y el puerto de Barcelona, lo que le permite cada vez más el despegarse del resto de la península.

Esto se manifiesta en la comunidad catalana debido a un desarrollo más avanzado con respecto al resto de la península, en su dinámica industrializadora y por las nuevas entidades de servicios que se generan. Este vanguardismo viene dado en parte por la gente foránea y extranjera que visita Catalunya y necesita disponer de un cierto conocimiento respecto a como moverse, desplazarse o realizar el viaje por nuestras tierras, todavía desconocidas. Así como el medio de transporte más indicado a seleccionar, en función de las carreteras, la ruta marítima, o bien el tipo de alojamiento.

Esto permite empezar a establecer una precaria regularidad en las comunicaciones, ya no solo en el transporte terrestre, con la aparición de las compañías de diligencias como la llamada Diligencias Generales o por otra parte la de Postas. Aunque en otro ámbito, las empresas que disponían de una fuerte implantación en las rutas comerciales con respecto al transporte de mayor volumen, tanto de mercancías como de viajeros, fueron las compañías navieras o de vapor como la Transmediterránea, creada en 1916, o bien otras como la Marítima de Barcelona o Vapores Vinuesa, hasta la expansión y desarrollo del ferrocarril.

Las evidencias de esta dinámica se recogen en el movimiento, frecuentación de viajeros y de la estadística de pasajeros desembarcados en el puerto de Barcelona. Esta fue elaborada por la Sociedad de Atracción de Forasteros (Barcelona Atracción, 1927: nº 194). En la tabla 21, nos muestra por quinquenios, este gradual crecimiento de pasajeros desembarcados en el puerto de Barcelona. Estos datos nos permiten acercarnos a una de las primeras actividades realizadas de seguimiento sobre el movimiento de pasajeros, que llevara acabo un organismo dedicado de manera casi exclusiva a la industria del forastero “turística” por primera vez desde principios del siglo XX.

Tabla 21
Pasajeros desembarcados en el Puerto de Barcelona

Períodos					
Quinquenios	1908-12	1913-17	1918-22	1923-25	1926-31
Pasajeros	4.199	5.460	4.221*	9.152	15.840

(*) período de la guerra

Fuente: Sociedad de Atracción de Forasteros. (1927: p 237) Barcelona Atracción revista nº 194.

Estos datos recogidos por parte de una de las primeras instituciones que tenía una cierta preocupación e interés, aunque de un modo general por el movimiento de forasteros con respecto a la ciudad Condal. Este estudio nos permite comprobar el crecimiento de visitantes por diversas motivaciones de manera gradual a Barcelona.

Otras entidades que irán haciendo su aparición en esta época serán las agencias de viajes. Estas, se caracterizaban por su escaso numero, además de su dedicación especial a la industria del forastero o “turismo receptivo” de manera principal los visitantes extranjeros. En parte, debido a su vinculación con empresas de transporte marítimo o de ferrocarril de fuera del país, ya que la falta de promoción y su practica profesional aún no estaba legislada. Muchas agencias fueron creadas con motivo de las Exposiciones Universales (1888) o Internacionales (1929), pero que paulatinamente irán desapareciendo ya que su actividad aún no era relevante para la economía.

Esta alternancia de empresas cuenta con unos antecedentes en Catalunya y un referente en viajes Marsans. Será una de las primera agencias que iniciara su actividad hacia el año 1910, en la Rambla de Canaletas nº 2 y 4, estando respaldada su operatividad y soporte por la Banca Marsans de Barcelona, lo que le permitirá contar con sucursales en diferentes capitales de España y de actividades de recepción y soporte de otras agencias.

El desarrollo del ferrocarril irá paulatinamente desplazando en ciertos aspectos al transporte marítimo y permitía el establecimiento de agencias centradas en este sector, como la Compañía Internacional de Wagons-Lits. Dichas agencias ofrecían todo un abanico de posibilidades y comodidades debido en parte a la introducción de mejoras en los convoys. Por otra parte, las características físicas y distancias entre poblaciones era un de las opciones que Nagelmacker (Fernández Fúster, L, 1991b) valoraba para la implantación de los coches cama, los cuales hacia 1911 circulaban en España una treintena de Wagons-Lits entre las diferentes líneas, una de ellas correspondía a Madrid – Barcelona o más adelante el establecimiento en los años veinte, el Internacional Expreso en Barcelona. Por otra parte, aparece hacia el año 1921, la primera compañía española de aviación C.E.T.A, o Compañía Española del Trafico Aéreo fundada por Jorge Loring, y más adelante la tercera compañía Iberia con la línea de Madrid-Barcelona.

En relación con el alojamiento, hacia el año 1928, se constituía la “Cambra Hotelera” que empezará a desarrollar su actividad de forma paralela al conjunto de la hotelería del país, llevando a termino programas de acción profesional, de propaganda defensa promoción y fomento de la propia industria. Pudiendo destacar de estas empresas de alojamiento dentro de la hotelería catalana hoteles como el Colon, Cuatro Naciones, Continental y Oriente dentro de los más significativos.

Por otra parte, se incrementa la presencia de entidades y asociaciones que de una u otra forma se vinculan con la industria del forastero o denominadas de “turismo activo” en la época y que fomentan la creación de centros de reunión para dar soporte a sus actividades. Estos se especializaran según sea el objetivo de su actividad y su nivel social, destacando entre ellos hacia el 1934, los Automóvil Club de Catalunya y Balears o el Club Náutico de Barcelona o los centros de Excursionismo de Catalunya.

Junto a las anteriores, las nacientes empresas inmobiliarias, que vinculadas a la industria constructora se convertirán en promotoras del desarrollo de “urbanizaciones” con finalidades higienico-recreativas, como paso previo al turismo “residencial”. Entre ellas cabe destacar las llevadas a cabo en Puigcerdà, Olot, la Pineda en Blanes, S’Agaró y San Telm en San Feliu de Guixols dentro de la provincia de Girona. Terramar en Sitges, Castelldefels, Valldoreix y Bellaterra en la provincia de Barcelona y en Tarragona Salou, o Coma-ruga como las más significativas.

Finalmente, decir que las acciones encaminadas a dar soporte a algunas actividades turísticas o industria del forastero se ocupa desde principios del siglo XX, la Sociedad de Atracción de Forasteros en el caso de Barcelona. En la línea de la anterior, empezará haber una implantación territorial destacable de este tipo de instituciones, haciéndose su evidencia más presente hacia los años treinta, con una importante presencia, debido al incremento y desarrollo de nuevos centros de Iniciativa, junto a los que ya existían. Esto supondrá un consiguiente aumento de las acciones de información y de promoción de la industria del forastero o turística dentro del ámbito local. Estas instituciones serán en parte las introductoras y las promotoras de la antigua actividad de la industria del forastero, hacia la nueva actividad turística. Entre las más significativas citamos las siguientes:

La Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, Terrassa, La Garriga, Montmeló, Sant Cugat del Vallès, de Sitges o el Sindicato del Turismo de Vic, Vilanova i la Geltrú, Torelló, Argentona, de Palautordera, de Cardedeu, así como el Fomento de Turismo de Manresa. Los de las comarcas del Bages, Berguedà, Solsona y el Sindicato de Turismo de Lleida, Falset y Tàrraga. El Sindicato de Iniciativas en Tarragona, y la Asociación de Iniciativas y Atracción de Forasteros de Reus. También encontramos estas sociedades en Girona, la Jonquera, Puigcerdà, Tossa, Olot, la Costa Brava, Lloret de Mar o bien la Sección de Turismo de la Cámara Mercantil de Portbou, junto con una de mayor alcance denominada Fomento del Turismo del Pirineo Catalán, con las filiales de Ripoll, Ribas de Freser, Camprodon, la Seu d’Urgell y la Vall d’Aran. Sin olvidar la Cámara Oficial de Turismo de Andorra, entre las más significativas.

Además de las grandes ciudades, en determinadas poblaciones de Catalunya se empezará a recoger esta inquietud de captación de gente foránea en las localidades

de ámbito rural. Seguirán en parte la línea de actuación a menor escala de las entidades de la metrópoli, promocionando, informando y potenciando los temas sociales, o de los recursos naturales, históricos o artísticos del municipio. La base o el substrato social hacia quien se dirigen las actuaciones de difusión promoción o servicio, serán las familias burguesas o los enfermos, de manera principal de Barcelona que iban a tomar los baños o a veranear con un determinado potencial económico. Los bañistas y veraneantes iban a pasar las mejores temporadas a dichas poblaciones, por razón de la mejor climatología de los meses de mayo a octubre, residiendo de manera conjunta dichos colectivos en la colonia veraniega que frecuentaba o bien en los balnearios durante el invierno (Mauri, J., 1954: vol III).

De los más de cien centros y sociedades de “Atracción de Forasteros” diferentes que habían en ese momento, tal como hemos visto, distribuidos por Catalunya, se han seleccionado dos localidades con la finalidad de conocer el innovador planteamiento y la organización interna por parte de sus promotores sociales. La primera ubicada en un espacio de costa como es Caldes d’Estrac – Caldetes, en la que encontramos a finales del siglo XIX la Junta Patriótica para el Fomento de Caldetes; y la otra, la Sociedad de atracción de Forasteros de La Garriga, en una zona de interior, ya dentro del siglo XX, con una filosofía de atención al bañista y forastero.

2.1.1. La Junta Patriótica de Fomento de Caldetes

La Junta Patriótica de Fomento de Caldetes es una de las asociaciones precursoras en estudiar el contexto espacial de la relación balnearios y servicios complementarios. La observación por parte de diferentes personalidades de la localidad de la falta de instalaciones, junto a la necesidad de establecer una serie de mejoras de cara a la gente forastera, con una finalidad de hacer más llevadera y cómoda la estancia, motivó en general la creación de asociaciones o entidades a escala local, para la canalización de las acciones a realizar.

Es una de las primeras asociaciones que se constituiría con una finalidad y un objetivo desvinculado de la actividad agrícola e industrial en Caldes d’Estrac –

Caldetes, el 10 de julio de 1898, en el Salón del Balneario de Aguas Minero-medicinales de Caldes d'Estrac, denominándola, Junta Patriótica de Fomento (Archivo Municipal de Caldetes., Libro de actas, 11.3., 1898).

Por consiguiente, el núcleo germinador partió de las fuerzas vivas más representativas de la localidad y de diferentes capas sociales que fueron estableciendo su residencia en ella; como gente de la aristocracia, de la burguesía, industriales, comerciantes o artistas, así como los representantes del consistorio municipal de manera unipersonal, como el alcalde, junto a él, el juez de paz, el médico director de los baños termales, como representante del cuerpo médico en la población o de la iglesia.

Entre los antecedentes cabe señalar un sondeo previo realizado por el médico Leoncio Bellido, junto con las ideas básicas de determinadas personalidades de la localidad, las cuales compartían de una manera positiva el proyecto. Dicho médico expuso desde el cargo que ocupaba, el hecho de haber llevado a cabo un examen de la situación y de las condiciones que reúne Caldetes como hospedería de los Baños Minerales y Marítimos, junto a la conveniencia de dotar a la población de mejoras que embellezcan el suelo de la urbe, procurando medios y elementos de distracción y de entretenimiento para los bañistas. Todo ello en cierta medida motivado por un cierto retroceso de Caldetes como Estación Balnearia.

La Junta, para poder realizar dicho cometido, establecerá un reglamento y una estructura operativa compuesta por una junta general, una directiva, una presidencia y una secretaria, donde la masa social estaba diferenciada en cuatro perfiles de socios. Los temas que trataran serán de mejora de las calles, de la población, con actividades de distracción y entretenimiento de los bañistas, así como de mejoras para que no se quedara la actividad balnearia lejos de las últimas innovaciones.

Habrá que esperar al siglo XX y a raíz de las desavenencias entre miembros del Consistorio y el doctor Cusí, médico director, para que tuviera lugar la formación de la denominada "Societat de Caps de Família de Caldes d'Estrach", en la que los integrantes de la misma querían ostentar la representatividad de la propiedad de los baños, reclamando la titularidad al Ayuntamiento, sobre la base de algunos principios de la antigua sociedad del siglo XIX. En su organización se establece una

Junta General compuesta por los socios, una directiva, con un presidente y vicepresidente y un secretario.

Los objetivos de esta sociedad variarán substancialmente ya que la idea principal y así lo indican sus estatutos, en su artículo primero, era la reivindicación de los derechos que los naturales del lugar tenían sobre las aguas mineromedicinales, el establecimiento de baños y los terrenos existentes en la población de Caldes d'Estrac, cercanos a la riera, así como la administración de los mismos. La situación social es también diferente ya que estamos en un momento de plena efervescencia republicana.

2.1.2. La Sociedad de Atracción de Forasteros de La Garriga

Una localidad de interior donde la frecuentación de forasteros se hacia cada vez más evidente era La Garriga, la cual disponía de aguas termales y de instalaciones balnearias, lo que ayudó a fomentar la creación de una Sociedad de Atracción de Forasteros. Se constituyó de acuerdo a unos estatutos firmados el 4 de enero de 1929, estaba estructurada por una Junta General, mediante la cual se articulaba una Junta Directiva, y su actividad se dedicaba a editar folletos de propaganda, organizar festivales, restaurar algunas fuentes de los alrededores y participa en concursos, fue como un primer instrumento de coordinación a veces y de enfrentamiento otras entre el ámbito publico y el privado de la historia de la industria turística.

Sus estatutos están configurados por cinco capítulos, más uno adicional, y constan además de diecinueve artículos. Su capítulo primero trata sobre el objeto de la sociedad; el capítulo segundo de los socios; el capítulo tercero de la organización de la sociedad; el cuarto, se dedica a los recursos de la sociedad; en el capítulo quinto está dedicado a las disposiciones generales y el capítulo adicional hace referencia al domicilio donde se sitúa la sede.

Consta de una Junta General de socios una directiva y otra consultora que articulan la gestión y su operatividad. Hay que destacar que en su capítulo primero, en el primer artículo resume su objetivo principal que es el de la atracción, el captar gente

foránea hacia la población, facilitándoles datos, noticias que les puedan ser útiles. Por otro lado, en su apartado b) manifiesta claramente sus intenciones en el ámbito de actuación privada de la sociedad, actuando directamente sobre la industria turística, dentro de su campo de acción. En el apartado c) hace referencia a la presión que hay que ejercer delante de la administración en todos sus niveles, así como al propio ámbito municipal, a incidir en mejoras en la población con acciones de embellecimiento, higiene o de servicio público, entre otros. También en los apartados e) y f), se recogen los aspectos publicitarios, del excursionismo o de organización de fiestas.

Las acciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros se situarán en la realización de una propaganda mediante diferentes folletos, publicados por dicha entidad, como es el caso de un díptico elaborado en castellano y en inglés sobre los atractivos de la población de La Garriga.

La actuación de la sociedad se manifiesta a través de diferentes artículos en folletos o periódicos, como por ejemplo el del "Congost" de 16 de julio de 1933, en el cual aparece un artículo de Francesc de Paula Jubany, entonces presidente de la Sociedad de Atracción de Forasteros de La Garriga, con motivo de la "Festa Major" en el cual hace referencia a una serie de propuestas para que las familias que acuden a veranear lo sigan haciendo, incidiendo en llevar a cabo iniciativas como el de la construcción de piscinas o incluso el establecer la residencia permanente del "President de la Generalitat" para la temporada de verano.

Se recoge y manifiesta el deseo de realizar mejoras en la urbanización de la localidad, de sus calles, plazas, la limpieza o bien el pintar las paredes y fachadas, junto a la mejora de la iluminación o incluso la creación de parques y jardines así como el potenciar la mejora de la iluminación.

La financiación de la Sociedad era en mayor medida privada, pero también en determinadas ocasiones recibía ayudas o subvenciones como el soporte dado por la participación en un stand, en la "Exposició del Turisme Català", celebrado en Barcelona del 30 de enero al 15 de febrero de 1932 (Benzecry, A., 1985b: p 786).

2.1.3. Asociación de dueños de balnearios

El 3 de enero del año 1916, se creó la Asociación de Dueños de Balnearios y Manantiales Minero-Medicinales de Catalunya, con el objetivo de proteger y fomentar los intereses de la industria balnearia, cuyo presidente fue Salvador Roca, propietario del balneario de La Espluga de Francoli. Otros propietarios o administradores ocuparán los diferentes cargos de una de las primeras juntas directivas, que recogemos en la tabla 22, entre ellos Pablo Garriga, propietario de La Puda de Montserrat, José Cabestany, co-propietario del Balneario de Cardó, Pedro Plantada copropietario del balneario Broquetas, Francisco Bardi, administrador del manantial de Santa Rita de San Gervasio, Antonio Piera copropietario del Balneario de Vallfogona de Riucorb, Martí Pages, propietario del Balneario de San Hilario de Sacalm y su secretario general Manuel Folch y Torres.

Esta asociación mantendrá unos vínculos muy directos y estrecha relación con otra entidad catalana y barcelonesa dedicada al turismo, la *Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona*. En la memoria de la Asociación de Dueños de Balnearios del 22 de enero de 1917 se recoge el agradecimiento y reconocimiento al soporte publicitario realizado por dicha sociedad, así como la cesión de un espacio en las oficinas de dicha sociedad, convirtiéndose en sede conjunta de ambas entidades. Entre los trabajos más significativos desarrollados por dicha institución, encontramos el recogido en la memoria del año 1918, con respecto a la recopilación de información por las diferentes estaciones termales sobre las mejoras a realizar en comunicaciones por carretera o vía telefónica en pleno desarrollo en la época.

Esta entidad actuará durante la Mancomunitat de Catalunya solicitando acciones de ayuda y de soporte en temas de infraestructuras con respecto a los balnearios. El resultado será una entrevista con Enrique Prat de la Riba, presidente de la Mancomunitat en aquellos momentos, de la cual se elaborará un informe solicitado por el propio Prat de la Riba con respecto a los puntos tratados, para que a partir de su estudio se tuviese presente en el plan de obras publicas que llevaba a termino dicha institución.

Tabla 22.

Organigrama de la Asociación de Dueños de Balnearios y Manantiales
Mineromedicinales de Catalunya en el año 1917

Presidente
Dr. Salvador Roca
Vicepresidente
Pablo Garriga
Tesorero
José Cabestany
Contador
Pedro Plantada
Secretario
Francisco Bardi
Vocales
Antonio Pieray Martín Pages
SecretarioGeneral
Manuel Folch y Torres

Fuente: Memoria de la Asociación de Dueños de Balnearios y Manantiales Mineromedicinales de Catalunya (1917).

La junta directiva de la asociación tenía planteados diferentes proyectos, entre los que cabe destacar el estudio de la formación de un sindicato o cooperativa que permitiera el obtener las mejores condiciones de artículos de consumo de alimentos, cristalería, mantelería o envases para el embotellado de las aguas. Por otra parte el negociar la rebaja de impuestos o exención de los mismos con respecto al consumo de las aguas termales y mineromedicinales por parte de los ayuntamientos.

Éstas son algunas de las entidades, empresas, organizaciones e instituciones precursoras, debido a su proyección social y que inician su desarrollo en el siglo XIX con una cierta estructura organizativa interna y que empezarán a intervenir de forma directa en la industria del forastero y del turismo. Manifiestan rasgos comunes de relación con la actividad balnearia, la industria del forastero y del turismo, gracias a la iniciativa personal o al soporte de instituciones más bien privadas que públicas,

todas ellas con diferentes niveles en las relaciones políticas, económicas, sociales y culturales en un naciente mercado por estructurar y explotar.

3. Antes que la legislación y reglamentación turística fue la balnearia

Uno de las áreas que, además de las consideraciones médicas y sanitarias, muestra la antigüedad de la actividad balnearia y de servicios es la reglamentación y legislación desarrollada en su entorno. Así mismo, empezarán a manifestarse cada vez más normas y escritos legislativos que definirán esta actividad, sobre los análisis de las aguas termales, el baño y normas de conducta. También se constituye la figura del médico director de baños o del centro termal. El trabajo de los médicos directores de balnearios, es un legado importante el cual hace referencia a la memoria anual. Las topografías médicas que escriben hacen referencia a los lugares en donde habitualmente ejercen su cargo, contienen información sobre el medio físico, el suelo, el clima, el lugar donde nacen las aguas, la influencia de estas condiciones en el organismo, describiendo el establecimiento y las cualidades de las aguas, y sus resultados.

Dos líneas de actuación diferenciadas con respecto a la legislación y reglamentación, así como de normativa, hay que destacar: la que establecerá la propia disciplina a través del colectivo médico y la de la administración pública o del Estado, con relación a los centros termales. Éstas inciden con unas connotaciones concretas, debido a la situación de precariedad de la salud pública en los siglos XVIII y XIX, y es una vía acción tomada en contra de las enfermedades y de las epidemias desde las instituciones oficiales, incidiendo de forma directa en el control de la higiene pública.

Este conjunto de normas llevará de forma gradual a un principio de coordinación dentro del colectivo médico, de manera que en España y por consiguiente en Catalunya la medicina fue una de las primeras disciplinas científicas en dotarse de instituciones propias. En 1734 se crearía la Real Academia Matritense y de manera gradual, a mediados de siglo, aparecen los Colegios de Cirugía de Cádiz, Barcelona y Madrid. Carlos III, aprueba a finales del siglo XVIII, los Estatutos de la Real Academia Médico Práctica de Barcelona, llegándose a constituir en la segunda década del siglo XIX. De manera gradual empezarán a desvincularse aquellos temas que no tenían una finalidad curativa, apareciendo sociedades específicas para la salud pública y se observan de manera paralela actividades de ocio, recreo o veraneo.

En este contexto se realiza también la articulación de una reglamentación para los establecimientos termales, sobre las bases en que debían regirse la calidad y las atribuciones del médico director, entre otros aspectos. Este reglamento será variado, modificado y refundido en los siguientes: el primero en un R.D. de 29 de julio de 1816, que trata sobre el establecimiento de los médicos para el uso de aguas medicinales, los cuales son los que determinarán sobre la aplicación y uso de las mismas. La creación de la figura del médico para uso de aguas medicinales o como director de baños se debe a Fernando VII. Ésta se verá complementada por otra R.O. de 28 de mayo de 1817, en que se establece el reglamento que se mandará observar para el gobierno y uso de todas las aguas y baños minerales de España.

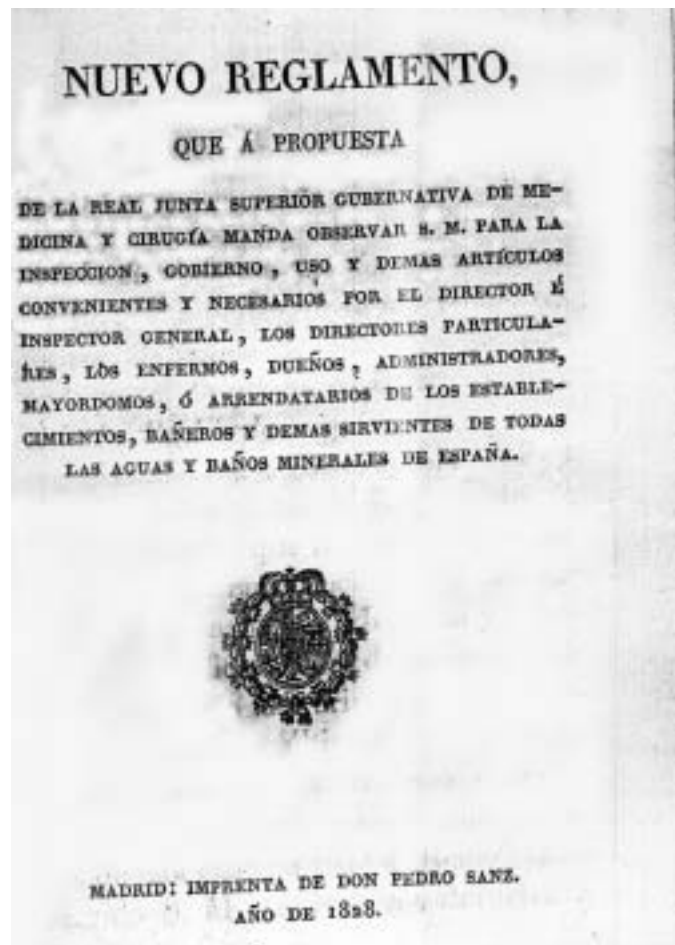
No será hasta el 9 de octubre de 1828 que se publica el denominado "*Nuevo Reglamento que a propuesta de la Real Junta Superior Gubernativa de medicina y cirugía manda observar S.M. para la inspección, gobierno, uso y demás artículos convenientes y necesarios por el Director e Inspector General, los Directores Particulares, los Enfermos, Dueños, Administradores, Mayordomos, ó Arrendatarios de los Establecimientos, Bañeros y demás sirvientes de todas las Aguas y Baños Minerales de España*" (véase figura 34).

El Nuevo Reglamento constaba de seis capítulos principales, siendo el primero de ellos el que hacía referencia a *la dirección y inspección general* que correspondía a la Real Junta Superior Gubernativa de Medicina y Cirugía, su dirección e inspección general de aguas minerales del reino. El segundo capítulo se centraba en *las competencias de los directores particulares de aguas minerales*, sus atribuciones, deberes y obligaciones. El tercer capítulo regula el comportamiento de la demanda, pues los enfermos que concurren a tomar las aguas o baños minerales, no podían beber el agua o bañarse sin tener la papeleta (receta) firmada por el médico director, y de la exclusión de pago de los pobres. En el cuarto capítulo hacía referencia a *los dueños, administradores, mayordomos, o arrendatarios de los establecimientos de baños y aguas minerales*, de sus prerrogativas y limitaciones y de la separación de los aspectos o asuntos propios de los, médico - políticos. El capítulo cinco se refiere al personal, *los bañeros y demás sirvientes*, y a la su supeditación jerárquica y nombramiento por parte de los directores.

El capítulo sexto y último hace referencia a la observancia y cumplimiento de este reglamento por todos los establecimientos que dispongan de aguas

mineromedicinales.

Figura 34. Nuevo reglamento sobre legislación de Baños de 1828



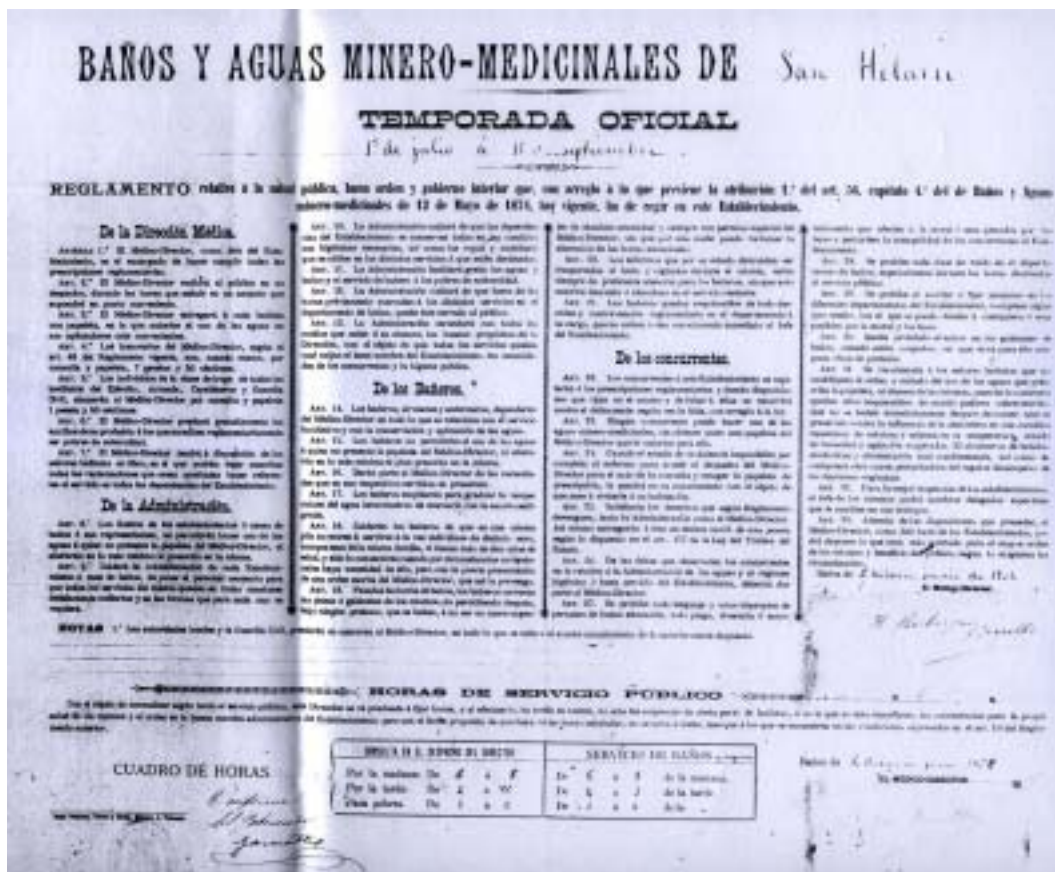
Fuente: Arxiu Municipal de Puigcerdà

Pero no obstante, estas nuevas disposiciones se irán refundiendo en otros reglamentos, como el de 3 de febrero de 1834, que estuvo vigente hasta la publicación del R.D. del 11 de marzo de 1868. La creación de las direcciones interinas de baños minerales se llevará acabo en una R.O. de 4 de junio de 1850, sobre la base de la importancia de las aguas minerales como agente curativo. A partir del artículo 96 de la ley de Sanidad, de 28 de noviembre de 1855, podemos observar que esta ley establece que los establecimientos de baños y aguas minerales están bajo la inmediata inspección y dependencia del Ministerio de la Gobernación, (Martínez, M., 1886: p 928) y que apuntan hacia una dualidad de elementos que se darán a la vez y serán significativos en la articulación de los intereses del gobierno y los de los empresarios, y no exento de conflictos. Esta articulación de relaciones, entre los intereses públicos y

los privados, será responsabilidad de una misma persona, el médico director de baños, hecho que les permitirá ocupar una posición de elite dentro de la clase médica.

Figura 35.

Reglamento de uso interno de los establecimientos balnearios de 1874



Fuente: Arxiu Municipal de Sant Hilari de Sacalm

Hay que hacer mención a los años cuarenta del siglo XIX, durante los cuales se desarrollarán los tratados sobre las indicaciones de los baños de mar y métodos de cura en la ley de aguas de 3 de agosto de 1866, lo que favorecerá que las prácticas se empiecen a prescribir para un amplio abanico de enfermedades, entre las que se pueden considerar: respiratorias, cardíacas, dermatológicas, hepáticas, renales, digestivas, entre otras.

Junto a las prescripciones médicas, los establecimientos de aguas minerales deberán seguir unas reglas, las cuales en un primer momento se establecieron en marzo de 1869 y firmadas por el ministro de la Gobernación, Práxedes Mateo Sagasta. De esta reglamentación hemos destacado algunas de las normas que no han llamado en especial la atención en nuestro estudio. En la primera de ellas, hace mención de su

dependencia con respecto al Ministerio de la Gobernación, para hablar en la segunda, de la posibilidad de modificar la temporada de apertura del balneario. La tercera, al hecho de que todo establecimiento balneario tendrá un médico director que debía velar por la conservación del manantial, analizar y estudiar las aguas, debiendo realizar así mismo el historial de la actividad realizada. Hay que destacar en la regla octava, la obligatoriedad para los médicos directores de baño, de prestar gratis servicios a los pobres de solemnidad. La libertad de mejorar o no, o bien construir fondas y otras oficinas dedicadas o destinadas a la comodidad y el recreo dentro del centro termal, pero con una indicación de no impedir el libre comercio de tiendas, bazares, fondas o cantinas fuera del perímetro del establecimiento, se indicada en la regla duodécima (Taboada, M., 1870: p 349, Vol. I).

Un nuevo reglamento orgánico provisional se aprobará en el 28 de septiembre de 1871, en un real decreto, derogándose, el 12 de mayo de 1874. Con el gobierno de la primera República se aprobará el nuevo reglamento en un decreto del 12 de mayo de 1874, *El reglamento para el régimen de los establecimientos balnearios y aguas minerales* (Martínez, M., 1886), (véase figura 35).

Este nuevo reglamento constará de seis capítulos y de setenta y ocho artículos, de los cuales hemos extraído los más relevantes: El primero, hace referencia a *la dependencia, inspección y dirección de los establecimientos balnearios*, su estructura jerárquica, poniendo el énfasis principal, en la dependencia del Ministerio de la Gobernación, de los Alcaldes y de los Médicos Directores. En el segundo menciona *la necesidad de la autorización del Ministerio de la Gobernación para su apertura y su consecuente declaración de utilidad pública*, para abrir al público, y de la forma en que se concede dicha autorización. Con respecto al tercero, trata *de los establecimientos y la provisión de las plazas de los médicos directores*, la igualdad de categoría de dichos establecimientos para los concursos¹ y oposiciones de los médicos directores de baños. En el cuarto aborda *los deberes, derechos y atribuciones de los médicos directores, de la situación normativa a que están sujetos*. En su apartado número cinco

¹ En el decreto del 12 de mayo de 1874, en su artículo 32, dice que para aspirar a las vacantes y presentarse, se necesita ser español, tener 23 años de edad o más y el título de doctor o licenciado en medicina. En el artículo 33, se hace referencia a las pruebas que debían superar, las cuales eran tres: La primera contestar seis preguntas teórico-prácticas, la segunda la redacción de una memoria en el plazo de ocho horas, sin libros y sobre hidrología médica y la tercera un caso práctico aplicado sacado a suertes. Los que superaban las pruebas eran nombrados médicos directores por el Ministerio de Gobernación.

aborda cuestiones de los dueños, administradores o arrendatarios de los establecimientos de aguas minerales y de los bañeros y demás sirvientes, este recoge aspectos sobre algunas normas de funcionamiento interno, para pasar al apartado seis a tratar de *los enfermos que concurren a los establecimientos de aguas minerales*, de las normas a que están sujetos dentro de este reglamento.

Por último, dentro del capítulo seis y en su artículo adicional de 12 de mayo de 1874, se indica la forma de cubrir las vacantes de los médicos directores. Son significativas las circunstancias concurrentes en el médico director de baños, con funciones administrativas, investigadoras y clínicas a demás de las atribuciones de funcionario del estado, puesto que la reglamentación establecía que las plazas se tenían que ganar por concurso oposición, según se indica en el capítulo tres, en su artículo veinticinco, de dicho reglamento.

La existencia de este colectivo específico del cuerpo de médicos de baños no complacerá a todos, pues los demás médicos pensaban que las aguas mineromedicinales deberían ser prescritas por cualquier facultativo, al igual que lo hacían con otros medicamentos (Rodríguez, J.A., 1997: p 54). Pero los ataques no vendrán solo de otros médicos, sino que siendo la mayor parte de establecimientos balnearios españoles explotados por industriales o empresarios privados, éstos no estaban dispuestos a asumir que el Estado controlase sus empresas a través de la imposición de sus facultativos, ya que era una manera de fiscalizar la actividad en sus establecimientos. Este desacuerdo se reflejará en la progresiva asociación de propietarios, cristalizando ya en 1871, en la Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia.

La actividad realizada por los médicos en los centros termales era en principio ajustada a la temporada oficial balnearia, y en la mayoría de los casos en un medio rural, pero estos, no tendrán las limitaciones y los inconvenientes, que padecían los médicos rurales de su época, ya que el médico director de baños² vivirá el resto de su tiempo en la ciudad y goza cada vez más del prestigio social de la profesión de su época.

Debido a la presión, el gobierno irá incorporando cambios en los sucesivos

² El gobierno, en una Real Orden de 19 de febrero de 1877, estableció el *Escalafón provisional de médicos-directores de baños y aguas mineromedicinales*, por oposición, concurso, méritos y servicios demostrando su capacidad y suficiencia. (Maraver, F., 1997: p 45).

reglamentos de baños, y asimismo los médicos del cuerpo hacia 1877 crearán la Sociedad Española de Hidrología Médica y la revista los *Anales*, como su órgano de expresión y también aparecerá el *Anuario Oficial de las aguas mineromedicinales de España*. En estas publicaciones los médicos de los balnearios defenderán sus intereses profesionales y corporativos y se convertirán en su vehículo de propaganda, así como del progreso de la ciencia hidrológica y de la medicina termal, al considerar los manantiales como una riqueza pública y no-privada.

Esta legislación y reglamentación recogida nos manifiesta el hecho, de que empezará a tomar una cierta importancia y relieve la trascendencia económica de la actividad balnearia y termal. Abre nuevas posibilidades a la necesidad de salud y estructura y establece unas pautas de configuración en una determinada línea de actuación delante del vacío existente en la época en las relaciones entre cliente y servicios prestados en los establecimientos balnearios y que condicionará todo el desarrollo posterior.

Con el avance de la bacteriología empezarán a emerger ciertas modificaciones en la estructura nuclear a nivel socio-productivo, de la que será denominada industria balnearia, que seguía la línea del higienismo, con no pocas resistencias en su seno. Aunque se observa un cambio hacia la denominada "*Nueva higiene*", delante de la "*Vieja higiene*", y que terminara imponiéndose, como consecuencia de la introducción de la técnica bacteriológica, que se produce hacia 1904, además de las reformas en el seno de las cátedras de higiene, junto a un cambio de la política sanitaria (Urteaga, J. L., 1976: p 34).

Estos cambios, así como la reglamentación, se proyectarán hacia los balnearios de litoral, pero con unas ciertas peculiaridades, debido en ocasiones a la función de las competencias del control de suelo y de las aguas litorales entre instituciones locales y centrales. Uno de los trámites para el asentamiento de un balneario en este nuevo ámbito de litoral, estará precedido por un periodo de información pública (Vera, J. F., 1987), en el que se podían presentar alegaciones o reclamaciones a dicha actividad. La atribución de competencias entre organismos públicos que participaban en la normativa de las instalaciones balnearias se encontraba la Jefatura de Obras Públicas, la Comandancia de Marina, el Gobierno Civil y las Alcaldías. Del mismo modo hay que hacer notar la coincidencia del Ministerio de Fomento o el de la Inspección Sanitaria, en la jurisdicción sobre un mismo espacio.

Por otro lado, en Catalunya y desde el 3 de enero del año 1916 existirá la Asociación de Dueños de Balnearios y Manantiales Minero-Medicinales de Catalunya, que se constituye con el objetivo de proteger y fomentar los intereses de la industria balnearia en Catalunya, cuyo presidente era Salvador Roca, propietario del balneario de La Espluga de Francoli. Numerosas personalidades de instituciones barcelonesas aparecen vinculadas a dicha asociación, tal como se cita en las memorias que publica, con respecto a su actividad y que será una primera forma de vertebrar las acciones ha realizar de una forma conjunta.

En el reinado de Alfonso XIII, durante la dictadura de Miguel Primo de Rivera, se designa en la Real Orden de 7 de marzo de 1928 una comisión interministerial para llevar a cabo el refundir y recopilar de los diferentes textos sobre balnearios y aguas mineromedicinales. El objetivo era complementar las lagunas que existían en la reglamentación, mediante la introducción de propuestas y modificaciones, para que al final se entregara al Gobierno para su aprobación un nuevo reglamento más unificado. Su aprobación realizada en Madrid el 25 de abril de 1928, mediante el Real Decreto y Ley número 743, en la que se estructura un primer *Estatuto sobre la Explotación de Manantiales de Aguas Minero-Medicinales*.

Dicho estatuto se estructura en siete títulos y ochenta y cuatro artículos, en donde se contemplan los principios fundamentales. De ellos hemos extraído las aportaciones siguientes: el título primero, hace referencia a la propiedad de las aguas minero-medicinales y de los derechos y obligaciones con respecto a su explotación; en el segundo, del uso de las marcas de envases y etiquetas en la actividad industrial de las aguas minero-medicinales; al llegar al tercero, se centra en el expediente de declaración de utilidad pública y demás tramites que han de preceder a la explotación de las aguas mineromedicinales; en el título cuarto, con respecto a la asistencia médica en los establecimientos balnearios de aguas mineromedicinales y del régimen de estas; en el título quinto, tocará el tema de la inspección sanitaria en los establecimientos de aguas mineromedicinales y al embotellamiento de las aguas y obligaciones relacionadas con esta actividad de envasado; en el sexto, reconoce la existencia y actividad con respecto a la Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia y de su actuación en las mejoras y fomento de la riqueza minero-medicinal y por último en el título séptimo sobre las multas y las sanciones. Además, también se recogerá la regulación en la introducción y venta en España de aguas minero-medicinales

extranjeras.

Los cambios más significativos que se adoptan hacen referencia a los temas de la propiedad de las aguas mineromedicinales, privilegios limitaciones y actividades operativas y funcionales del personal medico. Uno de los más relevantes de su principal objetivo legislativo se asienta en atribuir al descubridor del manantial oculto la propiedad de este en lugar del dueño del terreno. También esta nueva reglamentación abrirá la posibilidad de empezar a liberalizar la obligatoriedad de que el cuerpo de médicos directores de balnearios haya de ser pagado por el sector público y que permite el ejercicio de la medicina en los balnearios y un trato de igualdad absoluta entre los directores contratados y los demás médicos. Así mismo, se regula el sistema de inspección de los establecimientos balnearios, el cual pasará a depender de los inspectores provinciales de sanidad, empezando a relegar a los médicos directores de baño.

Hay un hecho que se recoge en el título séptimo, en el artículo 70, apartado 3º, en solicitar a los centros oficiales la adopción de medidas sobre abaratamiento de transportes, construcción y conservación de caminos y el fomento a la concurrencia a los balnearios, así como en el 4º, sobre los aspectos de la organización de la publicidad de los establecimientos, en el orden al fomento del turismo y a la conquista de mercados de las aguas mineromedicinales.

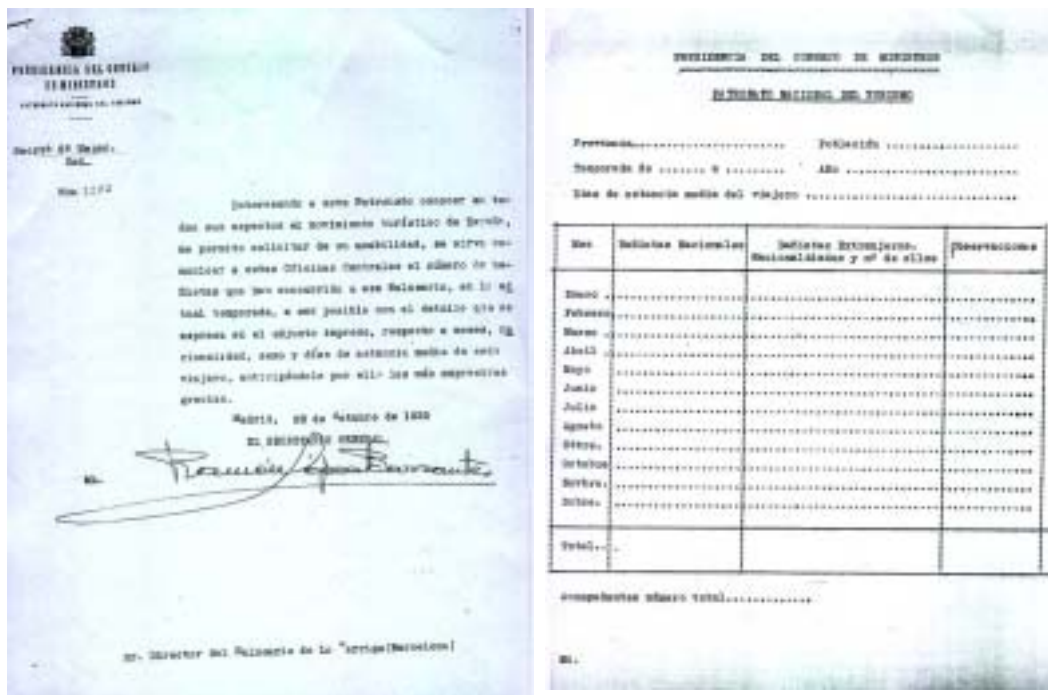
Así pues, se empieza a detectar un interés creciente por la fenomenología del turismo por parte de la administración pública. Así por ejemplo, en dos documentos reproducidos en la figura 36, donde podemos observar como el Patronato Nacional de Turismo, se dirigirá a los diferentes establecimientos balnearios en el año 1932, es este caso al Balneario Blancafort, solicitando el número de bañistas que concurrieron en el Balneario, con el objetivo de conocer el movimiento turístico en España. Se puede concluir que por aquellos años, la relación entre las actividades balnearias y turísticas era ya manifiesta, pero que no llegará a consolidarse por que en cierto sentido suponía un sistema de control y fiscalización.

La Asociación de Dueños de Balnearios y Manantiales Minero-Medicinales de Catalunya se creó el 3 de enero del año 1916, y desde entonces funcionó con el objetivo de proteger y fomentar los intereses de la industria balnearia. La asociación se catalanizará y en este sentido en el año 1932 pasa a denominarse *Associació Catalana de Balnearis i Aigües Minero-Medicinals*, en un momento de cambios y de

reforma de los Estatutos el 8 de abril del mismo año, que se recogen en el boletín, motivados por temas laborales de organización interna de los establecimientos balnearios en el área de hostelería y restauración.

Figura 36.

Comunicado de la Presidencia de Ministros al Balneario Blancafort en 1932



Fuente: Fundació Mauri de La Garriga

Con la instalación de la IIª República y como resultado de los acuerdos de la Comisión Mixta para la implantación del Estatuto de Autonomía, puestos en funcionamiento el 2 de agosto de 1933, las competencias sobre la industria balnearia serán traspasadas a la Generalitat de Catalunya junto con los servicios de beneficencia y las competencias en materia de sanidad y asistencia social. Hasta este momento funcionaban las Juntas Provinciales, las cuales se regían por la legislación del estado central. Pero a partir del 1 de febrero de 1934, sobre la base de las competencias que irá adquiriendo la Generalitat en la época de la República, se acordará disolverlas y encomendar las funciones a un Patronato, bajo la presidencia del respectivo Comisario de la Generalitat de Catalunya. Se establece un decreto a 1 de junio de 1934, de Lluís Companys y con el Conseller de Sanitat i Assistència Social Josep Dencàs, en ese momento. En este decreto de 1 de junio de 1934 le sigue un anexo del reglamento que

será aplicado a todos los establecimientos de aguas mineromedicinales y balnearios de Catalunya, sí como con respecto a la dirección, administración del establecimiento, sobre el médico hidrólogo, sobre el personal externo e interno, y una relación de los médicos hidrólogos y su destino correspondiente en los balnearios de Catalunya.

Cada vez más el gobierno autonómico se preocupará por las condiciones higienico-sanitarias incidiendo en aspectos de ordenación y reglamentación de los lugares donde se da una actividad o servicio público tanto en los espacios abiertos como cerrados. La disposición del boletín oficial de 6 de junio de 1934, número 157, sobre la higiene y sanidad de la playa donde se indica la necesidad de inspeccionar los baños de mar, de las poblaciones marítimas, donde las alcaldías tienen jurisdicción sobre los mismos, es un buen ejemplo de ello.

Al mismo tiempo empezará a preocuparse por las condiciones sanitarias de hoteles, restaurantes, cafés bares, tal como queda reflejado en el boletín oficial número 165, del 14 de junio de 1935. En el 5 de marzo de 1937, hay un cambio significativo, teniendo en cuenta en el periodo histórico y cronológico que vive la sociedad de la época. Así, una de las actuaciones que se llevará a cabo por parte de la Generalitat Republicana en el *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* número. 75, es la de suprimir el cargo de medico hidrólogo oficial, quedando libre el ejercicio de la medicina en todos los balnearios. Uno de los que recogerá, será el de que ningún balneario podrá poner en práctica tratamientos sin la correspondiente prescripción médica.

En los diferentes balnearios estudiados las normas e indicaciones que se introducirán tendrán dos vertientes: la derivada de la legislación del reglamento oficial estatal y la que corresponde a la práctica médica. Para el espacio tradicional de los balnearios de montaña, estas aplicaciones seguirán unas normas con una cierta regularidad y monotonía o repetición para cada año por parte de los pacientes. En el caso de los balnearios de litoral, en principio se seguirán gran parte de la normativa de los balnearios tradicionales, pero que irá introduciendo variantes. La presencia del médico en la galería de baños aseguraba el seguimiento de los tratamientos de una manera diaria, más constante y no tan elástica en la toma de baños. En el caso de los balnearios de litoral, prácticamente desaparecerá la presencia del médico, dejando de ser habitual, ya que no hay obligatoriedad.

En España la línea de costa era de titularidad pública y los balnearios de litoral habían de seguir las normativas legales, escritas a tal efecto, siendo la más

antigua la ley de aguas de 3 de julio de 1879 (Martínez Alcubilla, M., 1886), la cual declaraba el uso y disfrute público de las aguas marinas. Por estas razones en la explotación de las aguas marinas los gobernadores civiles de las capitales de provincia, la Jefatura de Costas y Obras Públicas, junto a la Comandancia de Marina, eran las instituciones que otorgaban los permisos o las licencias de explotación. En las localidades menores, como Caldetes, eran los alcaldes quienes autorizaban y si estas eran permanentes se hacía a través del Ministerio de Fomento (Gíl, C., 1994: p 89).

La superficie a ocupar por las instalaciones estaba sujeta a la zona de las dependencias balnearias, pero la realidad era que se ampliaba mucho más de lo autorizado. La utilización de estas instalaciones era para una minoría de personas con una cierta capacidad económica, de clase media, ya que podían pagarse las tarifas de acceso y servicios balnearios. El resto de la población, sin recursos, no podrá hacer uso de dichas instalaciones o en todo caso se les daba opción de hacerlo fuera de los horarios, o bien, se verá desplazada a otros espacios adyacentes, en la playa libre, en los cuales podrán practicar el baño, a semejanza de los recintos cerrados, pero sin las limitaciones que suponía la reglamentación y la privacidad de los anteriores.

Una vez finalizada la Guerra Civil, y pocos años después, concretamente hacia el 7 de Junio de 1941, se vertebró la Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia desde la administración central y se ubicarán las instalaciones en Madrid. Se nombra un letrado asesor, el cual daba los servicios jurídicos y administrativos a los asociados en aquella época. Recuperada la figura del médico director de baños se fijarán las normas para las distintas prestaciones de pensión, jubilación, fallecimiento entre otras de los médicos del Cuerpo de Baños.

Del mismo modo, dentro de la dinámica de reorganización por parte del gobierno franquista de las instituciones, y de manera concreta la que hace referencia a la asociación empresarial, se propone realizar una revista mensual, como órgano de la Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia, que debía recoger las aspiraciones de los balnearios españoles, para que sirviera de información al público, con respecto a las ventajas que reportan a la salud pública las curas de aguas mineromedicinales.

El conjunto de la documentación en torno a reglamentaciones y disposiciones

permite una aproximación a la normativa de las actuaciones realizadas desde el Estado sobre los centros balnearios y que recogen la regulación de una actividad, no tan solo con respecto al baño, sino también con respecto a los servicios de atención al público antes del turismo “anteturística”. La documentación hace referencia a diferentes momentos, no exentos de innumerables cambios, y pero que evidentemente es sólo una pequeña parte del extenso fondo documental existente por investigar. Las leyes, normas y las costumbres, que son evidencia de la implantación y el desarrollo de las actuaciones que hasta aquí ha incidido en la sociedad española y catalana, manifestándose en unos resultados concretos en torno a la sociedad y los balnearios, nos muestran relevantes aspectos de la articulación de las relaciones sociales dentro de diferentes contextos espaciales termales y balnearios implicados en su objetivo final de prestación de servicios y que desencadena aspectos importantes de las prácticas turísticas.

4. Primeros ensayos de una organización turística.

Uno de los parámetros que permite relacionar los antecedentes geográficos e históricos del turismo son las actuaciones realizadas por las instituciones privadas y públicas, a escala local y estatal, durante los siglos XIX y XX. Es un momento de constantes cambios, en que hay entidades y empresas que empiezan a gestionar actividades de servicios. Sin embargo, la documentación localizada sólo nos permite conocer como se organizaban, entidades y asociaciones privadas en un periodo donde empiezan a aparecer actuaciones empresariales para el desarrollo de un fenómeno, que en ese momento no se conoce como turismo, pero que presenta la situación de una naciente industria turística.

Así, en esta época emergen de forma gradual agrupaciones interesadas por el entorno natural junto a entidades como "l'Associació Catalanista d'Excursions Científiques" (1876), o el "Centre Excursionista de Catalunya" (1891), que disponen de normas internas de carácter informal y realizan salidas y actividades de reconocimiento del territorio o culturales, resiguiendo los lugares más significativos del Principado.

Junto a las actividades industriales aparecen otras no-industriales que dan soporte a las actividades balnearias y a las actuaciones para la atracción de empresarios, visitantes y forasteros hacia Catalunya. Un claro ejemplo de ello se refleja, en la celebración de "l'Exposició Internacional" el 20 de mayo de 1888 en Barcelona. Se trata de un primer intento para potenciar y revitalizar la atención hacia España y, en concreto, a Barcelona.

Las referencias de los textos parecen evidenciar la pretensión de emular a los países vecinos como Francia, Italia, Reino Unido, Suiza, Austria e, incluso a Estados Unidos. A finales del siglo XIX, el desarrollo del veraneo y del turismo en los países europeos ya es un hecho. Francia por las playas mediterráneas, Italia por su herencia monumental y Suiza por su atractivo natural. En España, también se dan puntualmente actuaciones en el ámbito local, con proyectos de activación del veraneo y de un primitivo turismo. Catalunya, en cambio, ya dispone de un desarrollo técnico e industrial destacado, que produce cambios en la dinámica social, la construcción de industrias

fabriles¹ en entornos rurales.

El progreso de la industrialización influye en la actividad balnearia y en su evolución hacia el fenómeno veraniego y turístico en las zonas de interés sanitario², climático, higiénico y deportivo. También en las áreas rurales se evidencia que la realidad de la industrialización repercute en la salud de las personas, ya que conlleva factores de riesgo. Con estos cambios y todavía sin el desarrollo de la bacteriología y una farmacología, la industria balnearia desarrolla toda una reglamentación propia que canaliza el carácter sanitario, social y mercantil del sector e indirectamente hacia la evolución de una primitiva industria turística, con la afluencia de forasteros a través del ferrocarril.

En España la aparición de organismos oficiales gestores de la naciente actividad turística no se produce hasta la primera década del siglo XX y en gran parte por la presión del sector privado y desde las instituciones locales no oficiales, que lideran el fenómeno desde el siglo anterior. Así, durante mucho tiempo y a pesar de la importancia de la fenomenología preturística en el sector productivo, este no aparece como actividad económica reconocida en los documentos oficiales.

La operatividad de los organismos locales es una realidad mucho antes de que los organismos públicos estatales presten atención al fenómeno del veraneo y del turismo. Así, por ejemplo, en 1903 el alcalde de San Sebastián, José Elósegui, promueve la creación de un Centro o Sindicato de Iniciativas y Turismo (uno de los más antiguos de la Península Ibérica).

La actividad turística se manifiesta con la presencia de forasteros y extranjeros en un determinado lugar (primitivos turistas) que visitan (en ocasiones expolían) restos arqueológicos y monumentales y que requieren de un control, que ejerza una comisión específica creada con este propósito. El alcance del fenómeno lleva al gobierno de la época a promulgar un Real decreto, de 6 de octubre de 1905, que promueve el ministro de fomento Alvaro Figueroa, Conde de Romanones, que crea la *Comisión Nacional*

¹ El desarrollo de Colonias Industriales en sincronía la aparición de Colonias Balnearias o de Veraneo es un fenómeno similar a la existencia de zonas residencialización o de industrialización del siglo XX.

² En las zonas con aguas termales y mineromedicinales.

para fomentar en España las excursiones artísticas y de recreo del público extranjero. Se trata de un primer reconocimiento oficial de las actividades artístico – recreativas que tendrá continuidad. Diversas ciudades españolas se percatan de la potencialidad del fenómeno y así, en Mallorca, en el año 1906 se crea el *Fomento de Turismo de Mallorca*, y en 1908 el “*Sindicato de Iniciativa o Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona*”, entre otras.

La actividad previa de asociaciones particulares de carácter no lucrativo que potencia actuaciones culturales, recreativas, excursionistas o urbanistas incide en una mejora de los servicios, aunque esto queda diluido en la multiplicidad de aspectos del nuevo fenómeno. La participación activa de la Iglesia en esta dinámica cultural se constata a menudo en las publicaciones locales, en las guías de rutas o de excursionismo y ejerce una fuerte influencia social junto a la efervescencia cultural y artística del incipiente modernismo. La creación de los denominados Sindicatos de Iniciativa o de Sociedades de Atracción de Forasteros tiene sus precedentes en países vecinos como Francia y su promoción inicial se debe a los empresarios, comerciantes o agentes sociales con implicación directa en los servicios a los visitantes o forasteros.

Los orígenes de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona ilustra el funcionamiento y la estructuración de estas entidades. En el año 1907 en el Ayuntamiento de Barcelona a iniciativa del concejal Luis Duran y Ventosa constituye una ponencia municipal para la atracción de forasteros con una partida presupuestaria específica y que pretende la promoción internacional de la ciudad. En 1908 el señor L. Duran y Ventosa reúne un grupo reducido de personalidades en el Ateneo Barcelonés, a quienes expone su proyecto. En esta reunión se constituye la primera directiva de la sociedad: Domingo J. Sanllehy, presidente Federico Rahola, Mariano Rubio y Bellve, vicepresidentes, José Bertrán Suñol, tesorero, Hércules Cacciani, contable, Manuel Ribe, secretario, y Luís Duran y Ventosa, Sixto Quintana, Jaime Algarra, José Rogent, Pedro Clapés, José Puig y Cadafalch, Carlos Pompidor, Bartolomé Amengual, Enrique Vilalta, Narciso Masferrer y Luis Figuerola como vocales. Todos ellos son personalidades relevantes de la vida empresarial y política catalana y barcelonesa. Esta reunión se realiza a principios de 1908, y en el mes de abril se constituye la sociedad. Su objetivo es facilitar a los forasteros cualquier tipo de información relacionada con su visita a la ciudad, con excursiones por Catalunya y el viaje a las

Baleares. Proporcionar descripciones de las bellezas naturales, artísticas y arqueológicas y del país, relación de tarifas de hoteles, pensiones y servicios públicos y cualquier otro dato que contribuya a una estancia agradable incluyendo la protección a los posibles abusos (Barcelona Atracción, 1933: nº 263).

Su ejemplo deriva en la constitución de sociedades paralelas en otras localidades como en Menorca, en 1909, o en Tarragona en 1911. El resultado de su actividad se refleja en las actas de asambleas de las sociedades y en las publicaciones, realizadas. Así, la Sociedad de Barcelona publica regularmente la revista "Barcelona Atracción"³ desde el año 1911, hasta el comienzo de la guerra civil, reapareciendo en los años cuarenta.

El 19 de junio de 1911 el gobierno de José Canalejas y Méndez, de talante reformista y democratizador, crea la "Comisaría Regia de Turismo", encargada de promover el desarrollo del turismo y la divulgación de la cultura artística y popular. Su responsable, el Marqués de la Vega Inclán, tiene como principal tarea la vigilancia y control de la conservación eficaz de los monumentos. Sin embargo, la inexistencia de un inventario del tesoro artístico y cultural, conlleva su desaparición. A pesar de ello, la creación de esta Comisaria nos certifica la aparición del uso del término turismo, en las disposiciones oficiales (Farreras, A., 1973: p 24).

Asimismo, en 1912 se da un paso significativo desde las instituciones oficiales con la organización y realización del "*V Congreso Internacional de Turismo*" en Madrid, que continua la tarea de la Asamblea de Lisboa, que había organizado el anterior congreso. Aquí se empieza a debatir temas como las comunicaciones, la publicidad, el alojamiento, la arquitectura o los sindicatos de iniciativa (Memoria General, 1912). En el resto de España crecen los colectivos interesados en el turismo y en la promoción de actividades relacionadas. Algunos ejemplos de ellos son el Club Alpino Español, también llamado "*Twenty Club*" y fundado el 1912, La Sociedad Peñalara, constituida en 1913, la Cámara Oficial Hotelera creada en 1928, o la Agencia de Viajes Marsans.

Sin embargo, el ámbito institucional español hasta finales de los años veinte del siglo pasado no promueve ningún otro organismo oficial relacionado con el

³ La oficina de la de la Sociedad de Atracción de Forasteros estaba ubicada en la "Rambla del Centre nº.30", la cual en aquella época disponía además de teléfono, el 1515.

turismo. Un Real Decreto de 25 de abril de 1928, del directorio militar de Miguel Primo de Rivera, crea el Patronato Nacional de Turismo con la Comisaría Regia integrada en él. Su presidente es el señor Amadeo Enrique María de Borbón y de Castellví, Duque de Santa Elena y sus vice-presidentes los señores Joan Antoni Güell i López, Conde de Güell, Manuel Falcó y Escadón, Marqués de Pons y Joaquín Santos Suárez, que se vinculan a las delegaciones creadas: la delegación de arte, la de propaganda y la de viajes. Además, se crean seis subdelegaciones regionales con agrupaciones provinciales y sedes:

- La Región Central, con las provincias de: Burgos, Logroño, Soria, Valladolid, Palencia, Segovia, Avila, León, Madrid, Toledo, Ciudad Real, Cuenca y Guadalajara. Su sede esta en Madrid.
- La Región Cantábrica, con las provincias de Navarra, Guipúzcoa, Alava, Vizcaya, Santander, Asturias, La Coruña y Lugo. Su sede está en Santander.
- La Región de Aragón, Catalunya y Baleares con las provincias de Barcelona, Girona, Lleida, Tarragona, Zaragoza, Huesca, Teruel y el Archipiélago Balear. Su sede está en Barcelona.
- La Región de Levante con las provincias de: Castellón de la Plana, Valencia, Alicante, Albacete y Murcia. Su sede está en Valencia.
- La Región de Andalucía, Canarias y el Protectorado Español de Marruecos con las provincias de Sevilla, Córdoba Jaén, Granada, Málaga, Almería, Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas, junto a la zona del Protectorado de España en Marruecos. Su sede está en Sevilla.
- La Región Occidental con las provincias de Pontevedra, Orense, Zamora, Salamanca, Badajoz, Cáceres y Huelva. Su sede está en Salamanca.

De las atribuciones de este organismo relacionamos las más significativas, de conformidad con el articulado de su Real Decreto de creación. El artículo primero señala su dependencia de la presidencia del Consejo de Ministros y el segundo las funciones asignadas: divulgar el conocimiento de España, fomentar y apoyar iniciativas para la mejora del turismo, estimular el desarrollo de la industria hotelera, implantar escuelas profesionales de turismo, promover y apoyar la propaganda, fundar centros o

agencias de turismo o cualquier otra labor que contribuya al prestigio de España. En el artículo trece del Real Decreto hace referencia a las cuestiones económicas para mantenimiento del Patronato y crea un seguro obligatorio para el transporte de viajeros por vía marítima y ferrocarril, incluso para el ganado.

Figura 37.

Distribución de las delegaciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros de España y Catalunya



Fuente: Barcelona Atracción (1927: nº 194)

En su implantación territorial se crean hasta doscientos cincuenta delegados, repartidos por toda España y Catalunya (ver figura 37), del mismo modo que para Europa y las Américas (ver figuras 38 y 39), que tenían como misión hacer difusión y atraer forasteros o turistas hacia España.

Una de las primeras actuaciones del Patronato Nacional de Turismo (a partir de ahora P.N.T.), es el nombramiento de un delegado en Barcelona que recae en el Conde de Ruiseñada. La existencia del P.N.T. supone por primera vez, una actuación oficial decidida para la ordenación y la reglamentación en materia turística.

El potencial de la naciente industria empieza a reflejarse en las publicaciones estadísticas que se hacían a través del Patronato Nacional de Turismo - P.N.T.- las cuales recogen el balance del turismo en diferentes naciones (tabla 23).

Tabla 23. Balance turístico entre diferentes naciones en el año 1929

Naciones	En millones de pesetas	
Francia	Saldo activo	1.600
Italia	" "	700
Suiza	" "	200
Austria	" "	190
España	" pasivo	25
Alemania	" "	187
Inglaterra	" "	200
Estados Unidos	" "	396

Fuente: Muntayola, A., (1932: p 24). *Organització Turística a Catalunya*.

Estos datos muestran como fluctuaba en ese período la balanza comercial internacional en relación con la actividad del turismo y con especial referencia a la industria hotelera – pernoctaciones -. Es de destacar la clara preocupación por la vertiente económica de la fenomenología turística, sobre la base de sus ingresos⁴ el reconocimiento como núcleo generador de riqueza para el país receptor de turistas.

Aquí también, debe hacerse mención del empuje empresarial que supone La Exposición Internacional de Barcelona, inaugurada el 19 de mayo de 1929. Es la segunda gran exposición internacional⁵, idea de Puig i Cadafalch, con el objetivo

⁴ Se recogen datos estadísticos de diferentes países relativos al promedio de la diferencia de saldos entre ingresos de exportaciones y los gastos de importación, asignando un saldo activo a los países que presentan un saldo positivo para las exportaciones.

primordial de que la ciudad de Barcelona siguiera la tendencia modernizadora del resto de Europa. La exposición tuvo un gran éxito y una gran afluencia de público.

En 1932 se constituye la Federación de Turismo de Catalunya y Baleares y en 1933, la Federación Española de Sindicatos de Iniciativa y Turismo. El Patronato de Turismo de Catalunya, ya funciona como corporación de carácter público.

Sobre la base de la importancia de los temas económicos el fenómeno turístico se conoce en esta época como "*Industria del Forastero*" y más adelante también como "*Industria Turística*". En este período el turismo adquiere una nueva dimensión, por que se amplía a otros nuevos sectores de la sociedad que nunca hasta entonces lo habían practicado porque era más propio de las clases privilegiadas. Así mismo, el turismo adquiere especialización, iniciando el camino hacia una gradual fragmentación (ver tabla 24).

Del mismo modo, el turismo puede diferenciarse en interno (nacional) y en externo (internacional) y los organismos sociales impulsores de turismo activo y de turismo receptivo, que responden a la necesidad de propaganda y a la de organización de servicios de información, tutela y guía del viajero. En la primera se pueden encontrar numerosas instituciones, empresas y agentes organizadores de la actividad turística, nacional o internacional, que actúan de manera independiente, pero que se consideraban como organismo del turismo activo. Entre ellas las asociaciones regionales denominadas Touring-Clubs o los Automobil-Club, afiliados a la Alianza Internacional del Turismo de Bruselas.

Al mismo tiempo se puede observar que también por Europa y América del Norte, Central y del Sur (figuras 39, 40 y 41) se están implantando numerosas delegaciones de las sociedades de atracción de forasteros y del fomento del turismo hacia España, con la finalidad de atraer al forastero o naciente turista.

En esta época se perfila el denominado turismo receptivo a través de las cincuenta Sociedades de Atracción de Forasteros o Sindicatos de Iniciativa ya existentes y junto a éstas existen las Agencias de Viajes, nacionales o internacionales, la hostelería y las escuelas profesionales de turismo.

⁵ Las obras fueron dirigidas por el ingeniero Marià Rubió i Bellver. Se pretendían terminar en 1917, pero se acabaron en septiembre de 1929.

En cambio, al turismo activo le corresponde la labor de control y organización con la inspección de los servicios de cama y mesa, del estado de la rotulación de caminos y carreteras la propuesta de nuevas vías de acceso y refugios, la inspección de los servicios de transporte, información⁶ de correspondencias y horarios, la conservación de las bellezas naturales y la dirección del tipo de material publicitario sobre itinerarios de interés deportivo.

Tabla 24.

Primeros segmentos de especialización de la actividad turística en 1932

Especialización turística	
a.	Turismo por curiosidad
b.	" cultural
c.	" deportivo
d.	" religioso
e.	" artístico
f.	" científico – económico
g.	" higiénico o de salud y reposo

Fuente: Muntanyola, A., (1932: p 35). *Organització Turística a Catalunya*.

Las pautas de este tipo de turismo llevan a cuidar y mejorar la calidad de la alimentación del cliente, proteger los atractivos turísticos para incentivar la afluencia turística, fomentar las actividades deportivas, facilitar información, tutelar y guiar al turista. Además, de industrializar “tecnificación” los servicios indispensables para la circulación, procurar manutención y alojamiento al forastero, difundir propaganda al mercado consumidor, para mantener su concentración, aumentar y mantener su adicción y fidelidad.

⁶Los servicios de información, de acogida del forastero, la propaganda y su distribución, se concentran en marcas genéricas y, en ellas, los Sindicatos de Iniciativa o Sociedades de Atracción de Forasteros. Queremos destacar como algunas ideas conductoras vertebran y agrupan actividades concretas que encadenan a las demás, el viaje, la salud, la curiosidad, el intercambio entre culturas, o los negocios.

Figura 38.

Distribución de las delegaciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros en Europa (1927)



Fuente: Barcelona Atracción. (1927 nº 194)

En esta naciente actividad turística, se empezara a diferenciar de manera conceptual el turismo receptivo el "*Turisme Receptiu*", a hora de definir actitudes y cuidados hacia al cliente, como un antecedente del actual concepto de calidad.

Todo ello converge en el turista, sujeto y objeto de integración a una ordenación, que en su vertiente económica, ha sido certificada como "*Industria del Forastero o del Turisme*". Otros factores definitorios del turismo se aglutina en una región o lugar, como clima, paisaje, aguas de salud, abundancia de caza, pesca y curiosidades naturales (volcanes, acantilados, playas, cascadas, glaciares, valles, nieve). Ambos, turista y factores definitorios, se combinan en las motivaciones psicológicas del individuo, en la necesidad de descanso y reposo, en la costumbre o la necesidad de cambiar de residencia por razones de clima o modas de clases sociales.

Figura 39.
Distribución de las delegaciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros en
América del Norte y Central (1927)



Fuente: Barcelona Atracción. (1927 n° 194)

Figura 40.
Distribución de las delegaciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros en
América del Sur (1927)



Fuente: Barcelona Atracción. (1927 nº 194)

Con la IIª República, instaurada en el año 1931, se publica un decreto que pretende reorganizar el Patronato Nacional de Turismo y otorga al Director General de Turismo, las facultades del presidente, vocales y Junta del Patronato. Pero, otro decreto suprime la Dirección General de Turismo y pasa los servicios y competencias a la Subsecretaría de la Presidencia del Consejo de Ministros, restableciendo el Patronato Nacional de Turismo, y dando la posibilidad de crear con carácter consultivo el Consejo General de Turismo. Con la liquidación del antiguo régimen monárquico y las posibilidades que abría el Estatuto de Autonomía de Catalunya, que prevee una organización propia, el naciente gobierno de la Generalitat de Catalunya toma la iniciativa frente a la indefinición de la política del gobierno de la República respecto al tema de turismo.

La Generalitat ejerce de modo inmediato sus nuevas competencias. Este poder delegado obliga a mantener abiertas las oficinas de información turística y a difundir por Catalunya el material de propaganda turística del resto de España editada por el Patronato y permite la posibilidad de elaborar su propio material publicitario o de propaganda.

Antes de la guerra civil, dos instituciones, el Patronato Nacional de Turismo y la Generalitat, una a nivel del Estado central y la otra a escala autonómica, serán las que desarrollan la articulación, de una forma oficial y las pautas de acción y actuación a realizar, sin dejar de observar los aspectos locales de instituciones como los Sindicatos de Iniciativa, como verdaderos ejes impulsores de la naciente industria turística.

A partir de estas circunstancias el turismo en Catalunya se estructura y desarrolla con características específicas respecto de España que sea acentúan desde la constitución de la República, en especial en relación con el entorno natural. Prueba de ello es el ambiente renovador renacentista ("renaixença") que sigue aún proyectando un continuo dinamismo en la cultura catalana realizando los atractivos de determinados lugares como memoria histórica, artística o geográfica, desde diferentes ámbitos de determinadas localidades y ciudades catalanas.

Con el tiempo las instituciones que dinamizan el sector del turismo son más activas. Así, por ejemplo del 2 al 7 de junio de 1934, junto con la VII Feria de Barcelona, se celebra el Primer Salón del Turismo y los Deportes, una propuesta de Carles Buigas recogida por la "Federació de Turisme de Catalunya i Balears" y por

"l'Associació d'Hotelers i Similars de Catalunya". Este Salón comprende tres secciones temáticas:

- La sección A, está dedicada a los viajes alrededor del mundo, a la selva africana, a la danza y al transporte a través del tiempo.
- La sección B, a la exhibición de corporaciones oficiales, entidades y empresas, particulares, clasificados en nacionales y extranjeros en seis grupos o apartados.
- La sección C, trata de instalaciones locales, municipales y de los parques.

Los seis apartados que agrupan a los expositores son (Farreras, A., 1973):

- € Grupo 1. Organismos nacionales, regionales y locales de fomento del turismo. Agencias de Viaje y empresas de urbanización. Balnearios y Sanatorios y centros de educación y cultura física.
- € Grupo 2. Transportes. Compañías de ferrocarriles, empresas de navegación, aviación, autocares y automóviles.
- € Grupo 3. Artículos de viaje, de deporte y objetos y productos típicos y exóticos.
- € Grupo 4, Oferta relacionada con el alpinismo y el excursionismo y con las costumbres regionales. Estudios geográficos y arqueológicos.
- € Grupo 5. Propaganda turística. Cinematografía, fotografía, artes gráficas, guías, mapas, empresas de publicidad, prensa y radio.
- € Grupo 6. Hostelería, construcción y distribución. Decoración, mobiliario, alimentación, artículos sanitarios y maquinaria.

Los Sindicatos de Iniciativa, las Federaciones, los Touring-Clubs y los Patronatos de Turismo multiplican sus acciones a través de Asambleas, Ferias Comerciales, locales y generales. Sin embargo, estos avances preparan al país para la organización del sector, quedaran interrumpidos por la inestabilidad social y política creciente.

No obstante, en el año 1934, la Federación de Sindicatos de Iniciativa de Catalunya, con la presidencia del señor Manuel Ribe, realiza su primera asamblea en Barcelona del 15 al 16 de junio. A continuación se relacionan los temas más

destacados de sus conclusiones: Una declaración oficial a favor de los sindicatos de turismo; la habilitación del aeropuerto; la publicación de una guía de museos; la confección y publicación de un calendario de fiestas; la publicación de folletos conjuntos; la necesidad de conservación de los bosques; la declaración de parques nacionales para determinadas zonas de Catalunya; y observaciones al estado de las carreteras (Barcelona Atracción, 1934: nº 278, p 247–252).

La segunda asamblea de esta Federación se celebra al cabo de un año, en 1935, en Tarragona. En esta ocasión las conclusiones se resumen en la cooperación de la federación con "l'Exposició de Turisme de Tarragona", la edición de un folleto de propaganda, la cooperación en la repoblación forestal, la reflexión sobre el plan general de urbanizaciones, el análisis de los ingresos de los sindicatos, la instalación de campos de aterrizaje, la construcción de paradores en "la collada de Tosses" y en el "port de la Bonaigua" y finalmente, sobre la numeración y rotulación de carreteras.

La tercera asamblea de la federación se realiza el día 3 de mayo de 1936 en Sitges. Sus conclusiones presentan dos cuestiones importantes que recogen las inquietudes del momento: La Federación de Catalunya asume a partir de esta asamblea la representación de todos los Sindicatos adheridos, delante de la Federación Española. Los sindicatos y la Junta de la Federación fomentan la publicación de secciones de turismo en prensa catalana, incluso colaborando en su confección. La cuarta reunión de Sindicatos asambleístas se propone celebrarla en Vic, pero ya no se realizó a causa del conflicto civil.

En general y en esa época los Sindicatos de Iniciativa, se lamentan de falta de recursos, que atribuyen a las causas siguientes, la falta de ejemplo del poder público, que nunca ha prestado interés al turismo, aboca a la indiferencia las actuaciones de corporaciones públicas y privadas el hecho de que la tradición se fundamenta en aspectos literarios antes que económicos, hay más escritos que hechos constatados y la falta de un programa de acción concreto.

Acabada la Guerra Civil, la Dirección General de Turismo dispone algunas acciones inmediatas como refleja un formulario enviado a la Alcaldía de Montgat el 11 de diciembre de 1939, que muestra una recopilación de datos para la reorganización turística de España (véase figura 41). Así, finalizado el conflicto bélico, el Patronato Nacional del Turismo pasara a un segundo plano, deja de ser un

organismo autónomo y se convierte en la Dirección General de Turismo de 1940 a 1950, su actividad queda limitada por la posguerra, la segunda guerra mundial y la política exterior franquista.

En este contexto las pocas actuaciones de la Dirección General de Turismo se dirigen hacia el control y la vigilancia de la actividad hotelera (sus precios se fijan oficialmente). El estancamiento de la industria hotelera se debe a la casi total extinción del turista, incluso del interior, y se crece con las dificultades para el transporte, la alimentación y el desplazamiento. No es hasta el período entre 1950 y 1965, cuando la expansión del sector se retoma y cuando se crea la Subsecretaría de Turismo.

En 1951 se crea el Ministerio de Información y Turismo (Decreto del 19 de julio) al cual se asignan cinco direcciones generales: la de Prensa, Información, Radiodifusión, Cinematografía - teatro y turismo. Su objetivo, antes que la potenciación del turismo, se centra en el control de los medios de comunicación y en censura de aquello que pudiera perjudicar los intereses del estado. Su misión era la manipulación y la instrumentalización del turismo a través de la proyección del ideario político del régimen. Las funciones de la Dirección General se resumen en inspección, gestión, promoción y fomento de actividades relacionadas con el viaje, la industria hotelera, la información, la atracción y la propaganda destinadas a forasteros al fomento del interés dentro y fuera de España.

En el año 1952 la Secretaría General para la Ordenación Económica y Social de la Presidencia del Gobierno realiza un documento denominado *Estudios para un Plan Nacional de Turismo*, que consta de diez capítulos y que recoge la actividad turística del año anterior, los ingresos generados por las visitas de los turistas, la imagen que se pretende transmitir desde la administración, los meses con mayor afluencia, los destinos más frecuentes, los medios de transporte más habituales, la capacidad hotelera, el incremento de la propaganda y la formulación de nuevas propuestas legislativas.

Pero, a pesar de la precariedad y situación de las infraestructuras en España, se inicia la recopilación información sobre la actividad turística y la realización de estudios sobre este sector. Un ejemplo es la revista *Mundo Turístico* en su edición internacional, publicará algunas de las primeras cifras relativas de visitas de turistas extranjeros a


España - para 1952 hay con 1,4 millones de turistas y cuatro años más tarde, en 1956, la cifra publicada es de 2,5 millones -, además, ofrece información acerca de la duración media de la estancia de los turistas extranjeros en España, también para ese período (entre 5 y 7 siete días).

Figura 41.

Escrito de la Dirección General de Turismo sobre la reorganización turística de España de 1939

TURISMO
"Rutas de Guerra"


AYUNTAMIENTO DE MONTGAT
Entrada n.º *434*
Fecha *15-XII-39*


 DIRECCIÓN GENERAL DEL TURISMO
 OFICINA DE INFORMACIÓN
 DE
 BARCELONA
 N.º *434*

En Junio de 1938 primero y Octubre del mismo año después, el entonces Ministerio del Interior, hoy de la Gobernación, decretó la reorganización turística de España a base de Rutas de Guerra y, en su articulado disponía la cooperación de los diversos organismos de la Administración central, provincial y local para la rápida obtención de todos aquellos datos necesarios a la Dirección General del Turismo para el cumplimiento de los citados decretos.

Por lo tanto, le adjunto formulario que se servirá cumplimentar a la mayor brevedad reuniéndole a estas Oficinas.

Dios guarde a Vd. muchos años.
 Barcelona 11 Diciembre 1939
 Año de la Victoria
 EL JEFE PROVINCIAL DEL TURISMO


Jesús Gorrity
 Jesús Gorrity

SR. ALCALDE EN EL AYUNTAMIENTO DE MONTGAT.-

Fuente: Ajuntament de Montgat

En comparación con otros países, estas cifras parecen dar un lugar preferente a nuestro país, frente a otros como Italia, con un período de permanencia es sólo de 3,5 días; Suiza, con sólo de 5 días, y sólo parecido o inferior a Inglaterra, con 6 días, o Francia, con 7 días de permanencia media. Cabe destacar que, en ese momento, el lugar donde el turista desea permanecer más tiempo es un dato significativo atendiendo a los ingresos que genera la actividad turística.

Para España, en 1955, esta actividad alcanza una cifra de 3.000 millones de pesetas y el porcentaje de turistas más elevado corresponde a visitantes procedentes de Portugal, Francia, Bélgica, Gran Bretaña, Holanda o Alemania –de mayor a menor valor relativo. En relación con las provincias que se manifiestan como más atractivas, destacan las andaluzas o la de Madrid. Otra de las informaciones recopiladas para 1955 hace referencia al número de vehículos que cruzan –en ambos sentidos- la frontera de la Jonquera de Girona durante el mes de agosto (aproximadamente, 38.247 vehículos) (Mundo Turístico, nº 5-6, 1955: p11). En 1955, el Ministerio de Información y Turismo, con Arias Salgado al frente, publica que la cifra de ingresos en divisas por la estancia de turistas asciende a 4.000 millones de pesetas.

En Catalunya en la década de los años cincuenta también se empieza a controlar la actividad turística a través de las oficinas municipales de turismo de Barcelona se recopilan diversos datos estadísticos a través de la solicitud de información de los visitantes, que se recogen en diversos puntos de la ciudad⁷. Las consultas recibidas en función de la nacionalidad del visitante se resumen en tabla 25, que permite establecer el perfil de los visitantes de la época a la ciudad.

De los datos obtenidos en las distintas oficinas de atención a viajeros y turistas durante los seis primeros meses de 1956, se han seleccionado las que ocupan las cinco primeras posiciones. Realizando un análisis de síntesis, la de mayor afluencia la recoge la estación de Francia, seguida de las Casas Consistoriales.

⁷ Estas oficinas de información se localizaban en la plaza de Catalunya, la Estación de Francia, el Aeropuerto, el Pueblo Español, la Tenencia de Alcaldía, la Estación Marítima y las Casas Consistoriales.

Tabla 25. Consultas y movimiento de viajeros en las oficinas de turismo de Barcelona durante los seis primeros meses del año 1956

Oficinas de Turismo	Nacionalidades		Totales
Plaza Catalunya		Consultas telefónicas	2472
		Nº total de nacionalidades	81
	Española		7502
	Francesa		1832
	Ingleses		1386
	Alemanes		1293
	Norteamericana		1079
	Resto		1634
		Total	14726
	Nacionalidades		
Aeropuerto		Nº total de nacionalidades	57
	Norteamericana		2386
	Españoles		2253
	Ingleses		1540
	Francesa		869
	Alemanes		850
	Resto		1742
		Total	9640
	Nacionalidades		
Pueblo Español		Nº total de nacionalidades	67
	Francesa		1677
	Españoles		1750
	Ingleses		1704
	Norteamericana		1333
	Alemanes		1190
	Resto		1508
		Total	9162
	Nacionalidades		
Casas Consistoriales		Nº total de nacionalidades	S/D
	Ingleses		4726
	Españoles		3129
	Francesa		3133
	Alemanes		2947
	Israelita		1040
	Norteamericano /Italiano		361
	Resto		2668
		Total	18004
	Nacionalidades		
Estación de Francia		Sin Especificar	51659
Estación Marítima		Sin Especificar	1185
Feria de Muestras		Nº total de nacionalidades	26
	Franceses		87
	Alemanes		64
	Españoles		55
	Ingleses		50
	Italianos		22
	Resto		131
		Total	409

Fuente: Elaboración propia a partir del: *Resumen de las oficinas municipales* del Ayuntamiento de Barcelona (1956).

En la valoración global, las consultas mayormente realizadas son por parte de un viajero o turista de ámbito nacional, al que le siguen ingleses y franceses, ocupando el cuarto y quinto lugar alemanes y norteamericanos, respectivamente.

En la oficina de la Plaza Catalunya las consultas mayoritarias para ambos trimestres corresponden a un viajero o turista de nacionalidad española, a mucha distancia de franceses e ingleses. Respecto al aeropuerto del Prat, los turistas norteamericanos ocupan el primer lugar, seguidos de los españoles e ingleses, alternándose en un cuarto lugar los franceses y alemanes.

En las visitas al Pueblo Español, hay una proximidad destacada con pocas fluctuaciones en las nacionalidades francesa, española y inglesa, en los primeros puestos. Por último, es de destacar además la aparición de las nacionalidades italiana e israelita, detectada en las Casas Consistoriales.

En los puntos de atención de la estación de Francia y Marítima, no se disponen de datos concretos. Si, sin embargo con respecto a la Feria de Muestras donde franceses, están a la cabeza, seguidos de los alemanes y españoles. Es de destacar el peso específico de las nacionalidades que ocupan las primeras posiciones, observando un cierto desequilibrio en el contexto global, entre nacionalidad española y las extranjeras a favor de estas últimas. Aunque la componente más acentuada dentro de cada grupo es la española, le sigue la inglesa, francesa y alemana, ocupando la norteamericana una quinta posición.

Entrando la década de los sesenta, se simplificaron los trámites de visados y aduanas, liberalizando los controles de divisas, modificando el tipo de cambio, junto con una cierta estabilidad de los precios. La apertura exterior del régimen está muy relacionada con el turismo por la necesidad de divisas, que ayudan a reducir el déficit comercial y al reequipamiento industrial y por la necesidad de proyección de una imagen acorde con los intereses del régimen, que utiliza todos los medios a su alcance para transmitir la unión territorial, la uniformidad cultural y espiritual y la pseudoperspectiva de extrema libertad.

A pesar de la tendencia en el retraso legislativo en relación con las actividades turísticas, el 8 de julio de 1963, se promulga la Ley de Competencias en Materia Turística, que fija unas primeras pautas y criterios definitorios del turismo y

de la actividad turística, que relaciona y establece las competencias del Ministerio de Información y Turismo, inaugurando una época en que dicho ministerio va a adquirir un notable peso y protagonismo en la política española.

5. Difusión balnearia, veraniega y turística en guías, periódicos y revistas.

Hablar del viaje es una de las variables, un paso previo que permite poder determinar la fuerza o el potencial de atracción de diferentes espacios y la manera de salvar la distancia entre ellos. Vincular el viaje a la información de que se dispone, y la manera de difundirla, es otro elemento que puede hacer atrayente o no, un desplazamiento o viaje. La persuasión de los medios de difusión, oral, escrita o junto con la promoción publicitaria, es algo que incide directamente en las personas que desean desplazarse.

Dentro de este contexto, junto a la voluntad propia de desplazarse, surge esta relación sincrónica del espacio y el tiempo como apreciación personal. En cierto sentido es la relatividad de dos dimensiones que condicionan nuestra objetividad. Después de analizadas muchas definiciones, la que a nuestro entender recoge mejor esta concepción de cambio espacial será aquella en la cual por viaje podemos entender cualquier tipo de desplazamiento físico de una o más jornadas. Pero precisando un poco más la Organización Mundial del Turismo ha sintetizado una clasificación de todos los viajeros en un intento de llegar a una concreción diferenciada del termino turista. Para ello, parte del genérico “viajeros”, que divide en aquellos que se incluyen en las estadísticas de turismo y aquellos que no se incluyen¹ (Fernández Fúster, L. 1991c).

No obstante, el viaje en la mayoría de los casos supone una necesidad en la búsqueda de información ya de fuentes orales o escritas que hagan referencia a determinados lugares de interés y una ventaja para quien disponga de ella, con la finalidad de especular sobre las vivencias del destino propuesto. Esto genera la aparición de publicaciones que se denominaran guías y monografías, que recogen experiencias de viajeros del siglo XVI, y del XIX, con el “*Grand Tour*”, hasta las de

¹ Corresponderían a los trabajadores fronterizos, nómadas, pasajeros en tránsito, refugiados miembros de las fuerzas armadas, representantes consulares y diplomáticos, inmigrantes temporales o permanentes (Fernández Fúster, L., 1991c: p 32).

ámbito local que editaran los comerciantes de pequeñas poblaciones, o más delante de una manera más profesionalizada como las guías “*Baedeker*”.

Estas publicaciones, aunque todavía limitadas, estaban dirigidas a una exclusiva clase social, que en la mayoría de los casos realizaba un viaje de placer o en ocasiones obligado. Era este sector social el que disponía del potencial y los medios necesarios para poder realizar el desplazamiento con un mínimo de garantías, para llegar a su destino, pero para la mayoría, la limitación de sus recursos no se lo permitía (Wade, M., 1992).

La precariedad de las infraestructuras, de las vías de comunicación y la inseguridad eran presentes durante esta época. Tenía que haber otras motivaciones que realmente hicieran superables estos sacrificios o cambios de residencia, los cuales aportaran a quien los realizaba, un valor añadido, además del puramente económico. En este sentido se empieza a evidenciar que la salud puede ser uno de los factores a considerar como punto de partida, ya que esta, comporta una situación de mejora física, de descanso, en resumen de placer, sin descartar otros.

La renovada lectura de los estudios y trabajos de los autores de la Grecia y la Roma clásica en los siglos XVIII y XIX aporta el redescubrir un subyacente trabajo de campo, ya realizado en la antigüedad con respecto a determinados lugares sobre el baño. Estos trabajos incorporados a las nuevas tendencias sociales aparecen en los temas higiénicos dentro de la naciente medicina y con ellos, el agua termal, que experimenta una revalorización en su potencialidad curativa, difundiéndose al conjunto de la sociedad y sobre todo a las clases acomodadas. Este hecho, puede ser uno de los factores que incide en el uso terapéutico y profiláctico de las aguas de salud y, por lo tanto, en el viaje al balneario.

El incremento del nivel de fiabilidad de la información se produce dentro del colectivo de científicos, con un objetivo paralelo, en algunos casos, fuera de la concepción divulgativa. Es el caso de los viajes realizados por exploradores o investigadores, como Humboldt (1769 -1859) o Darwin (1809 -1882), sin embargo serán otros eruditos los que trabajaran en este sentido, dentro de un criterio más divulgativo. El ir y venir de un lugar a otro ya no se detendrá y seguirá su desarrollo con los escritos de los autores ilustrados y más adelante los románticos (Sánchez, A.,

1981), que pondrán en algunos casos su enfoque bucólico, en la literatura de los textos, con descripciones de montañas en el ámbito regional, lo cual supondrá un cierto filtro a la realidad, unido a la consideración estética y pictórica de los paisajistas o de costumbres como Alexandre de Laborde (1773 -1842) o George Borrow (1803 - 1881), entre otros.

En el siglo XIX se formaliza cada vez más la literatura de las guías. La información que facilitan en sus contenidos se puede diferenciar tres componentes (Serrano, M^a. M., 1993):

- € La primera hace referencia al patrimonio artístico-monumental, incluyendo también apreciaciones y referentes geográficos, climáticos, de alojamiento y de transporte.
- € La segunda, la falta de rigurosidad y anticientificidad que de forma progresiva y gradual ira en disminución. Junto con la componente ideológica y en algunos casos tendenciosa de sus contenidos, por parte de quienes elaboraban los textos y los temas que trataban. Estaban en general realizados por el médico, el farmacéutico, el maestro, el abogado, el cura párroco o el comerciante, con ciertos estudios y conocimientos del lugar donde residían.
- € La tercera, la componente mítico-religiosa, que todavía será un hecho, donde se narra en estos textos temas históricos y leyendas en la estructura interna de las guías, las cuales tenían un marcado cariz eclesiástico.

En Catalunya se manifiesta otra componente importante, el excursionismo, con textos en boletines donde se recogen descripciones de rutas a determinados lugares, a fuentes o manantiales, de la ubicación de los balnearios y la tipología de sus aguas. Los dibujos y gravados según la época, dan paso a la fotografía, elaboración de planos y descripciones literarias más ajustadas en ocasiones a la realidad, es una ayuda significativa al “forastero” (Serrano, M^a. M., 1993).

La recopilación bibliográfica realizada por María del Mar Serrano (1993), sobre las guías de viaje del siglo XIX, refleja el conocimiento de muchas zonas de España y de Catalunya, lo que permite comprender la gradual difusión de lugares que hasta ahora eran desconocidos. Es de destacar en este inventario de folletos, guías, monografías, observar en sus contenidos la explicación de viajes, excursiones, o

lugares histórico-artísticos, sobre monumentos concretos de los años 1806, 1821 o 1836: La Giralda de Sevilla, la Catedral de Barcelona, o bien diferentes guías generales y manuales de forasteros, del Ayuntamiento de Barcelona, Catalunya o específicas de los barrios de Gràcia y Sants, o de zonas del Ampurdán, o sobre Montserrat y el Montseny, ya no solamente de autores españoles sino también ingleses que visitan España.

El desarrollo de este tipo de literatura en forma de guías estará en cierto modo vinculada a las transformaciones socioeconómicas de la época, como apunta María del Mar Serrano (1993). Estas guías serán utilizadas por los sectores más privilegiados, pero gradualmente se extenderá a una parte más amplia de la sociedad. El viaje aparece casi siempre vinculado algún documento "*guía*" y a dos puntos espaciales de referencia, que podríamos fijar en un origen o emisor como punto de partida, sin olvidar el proceso propio de viajar, llegando o no al destino final destino o receptor. Este es un aspecto que se mantiene constante en todo viajante de cualquier época.

La elección de la documentación del destino escogido y el viaje puede condicionar la planificación y preparación del desarrollo del propio proceso. En este sentido y dentro de las lecturas realizadas hemos apreciado tres componentes que nos han ayudado aproximarnos a la experiencia de promoción y difusión de las guías:

- La primera, disponer de un manual o folleto publicitario, que permitía establecer una primera aproximación a datos y características con una cierta perdurabilidad geográfica - espacial, histórica y temporal, en mayor o menor grado del lugar de destino.
- La segunda, el descubrir de forma gradual durante el itinerario, los cambios espacio - tiempo que se producen a lo largo de la realización del viaje. El trayecto es el integrador relativo de todas las variables que se incorporan y desaparecen de forma constante, durante la vivencia y percepción del propio viaje. El cual es el que permite valorar, calibrar, contrastar y verificar la veracidad del contenido de la información de las guías.

- La tercera, descubrir por la propia experiencia y percepción, la fiabilidad de la guía misma, mediante las expectativas, que conlleva y va generando en sí las informaciones que aparecen y la realidad del propio viaje. La evolución de las guías llevará en mayor grado a intentar poner en evidencia el objetivo final, con respecto al propio objetivo, de la manera más clara posible. El comprobar el grado de correspondencia de las expectativas iniciales y las finales, la relación entre la imaginación y la propia realidad, nos permitirá descubrir el nivel de fiabilidad de las publicaciones.

En las guías, se observa un intento, quizás, de reflejar de la manera más detallada posible el goce y disfrute en el límite de las expectativas que se tenían y las que podía ofrecer un lugar, o ambiente, por el atractivo de sus descripciones, mediante los diferentes caminos que le pueden llevar a él y con los medios técnicos disponibles.

Esta primera vinculación del contenido subjetivo con el físico, espacial, literario e histórico, con los comerciales, económicos, médicos, que se iría incorporando a las guías y anuncios, servirá, para verificar y constatar si se cumplen las expectativas expuestas en la redacción de los soportes publicitarios. Se trataba de crear un interés, provocar la curiosidad, junto a la incorporación de nuevas vivencias, en un entorno cómodo, confortable y saludable. Siendo esta última característica la que de forma gradual se incorporaría al ámbito que podríamos identificar dentro de una etapa preturística (López Palomeque, F., 1994: p 19).

Durante el siglo XIX ya existía una cierta propaganda, pero la tranquilidad publicitaria era mucho más palpable si la comparamos con la actualidad, ya que en los periódicos y revistas se insertaban anuncios, entre los cuales destacaban los Establecimientos Hidroterápicos y los Baños de Mar. En los siglos precedentes el mejor "spot" publicitario siempre ha sido el "boca a oreja" (Piernas, N., y otros. 1997), ya que la recomendación personal y la persuasión verbal y gestual que conlleva, superaban de lejos cualquier forma de difusión comercial conocida. Solo se puede apreciar una limitación, su lentitud de transmisión, aunque dentro del contexto histórico de la época no era todavía un factor determinante. La aparición de los nuevos sistemas de radiodifusión serán los que empiezan a establecer un cierto cambio en los medios de comunicación y de difusión.

En los temas de salud ha habido convicciones y tradiciones populares profundas compartidas por amplios sectores de la sociedad sobre curas y remedios heredados, transmitidos de una generación a otra y dentro de ellas la de las aguas curativas. En Catalunya han habido fuentes termales de importancia conocida desde siempre, diferenciadas por la bondad y cualidades principales de cada una de las aguas que brotaban de las mismas. Los temas científicos en esta época, en la mayoría de las ocasiones pasaban a un segundo plano en una etapa en que todavía el peso de las opiniones de la tradición y el prestigio social de una determinada familia tenía una influencia y un reconocimiento casi la mayoría de las veces irrefutable, lo cual propiciaba su difusión.

El reencuentro con estos lugares naturales, gracias en cierto modo al privilegio de disponer de dicha información, quizás incitaba a buscar lo que podían ser lo más beneficioso para la salud junto a la singularidad de lo exclusivo en ciertos sectores de la sociedad del siglo XIX. Esta atracción solía estar relacionada con la salud por su contexto climático, con una frecuentación motivada por las fuentes o manantiales de aguas mineromedicinales y centrada en los periodos estivales, en entornos donde la reciente industrialización todavía no había hecho acto de presencia o no tenía aún una fuerte implantación.

En la mayoría de casos en la información de los diferentes textos se explica la localización espacial de una estación termal o balnearia, el entorno o la zona de influencia de donde estaba situada, sus alicientes naturales como el clima, el paisaje, la accesibilidad, los aspectos culturales, la amabilidad de la gente del lugar, junto con los servicios que se ofrecían en la época, la tipología de las aguas de salud y los tratamientos que se podían recibir con ellas.

El agua siempre ha sido un elemento de pureza, de higiene, pero cuando toma su protagonismo como elemento sanador a casi nadie de la clase burguesa se le acudía en dicha época, realizar una operación tan arriesgada de ir a tomar las aguas o desplazarse a un lugar con fines curativos, sin el consejo o prescripción del médico correspondiente. Ya que se trataba de una receta del todo imprescindible y un salvoconducto para probar las aguas del manantial o las marinas. El papel del médico resultará el más determinante en la toma de la decisión (Soler, G., 1995), de hecho

serán los que indicarán que aguas hay que tomar, esto supondrá que ejercen de promotores de unos balnearios u otros según los casos de una manera involuntaria².

La primitiva promoción o difusión de determinados espacios una vez pasado el primer empuje de las curas termales y hidroterápicas, dará paso a la publicidad con una marcada componente ambiental, climática y espacial. Se introduce para acotar un entorno climático la terminología de Estación de Verano o de Invierno, que integraba las características de dichas condiciones. Además, se vinculan a esta idea, otros factores de promoción hacia los balnearios y serán aquellos recursos patrimoniales de las poblaciones, regiones o países, donde hay un establecimiento termal y que disponen de atractivos históricos, santuarios, restos arqueológicos, museos, archivos, instituciones culturales, que incentiva la posibilidad de hacer pequeñas excursiones y que gracias al paso de la vía de ferrocarril por la localidad y un servicio de auto-omnibus desde la estación hasta las instalaciones termales completa un primera oferta de promoción de infraestructuras. Junto con la buena organización hotelera-balnearia, el confort, la higiene, el respeto hacia la gente foránea, y si además se editan guías de los detalles más relevantes de la localidad, son los elementos básicos más importantes. Determinadas localidades y algunos centros termales fomentarán, la promoción de sus recursos y podemos observar un incremento y presencia destacada de guías del viajero³, con otras motivaciones diferentes a las médicas y de salud.

La publicidad sobre los balnearios y más sobre todo acerca de los de litoral se recoge sobre algunos tratamientos que siguieron algunos monarcas españoles, como la reina Isabel II, en la segunda mitad del siglo pasado. Queda reafirmado por la promoción y los anuncios, como el que apareció en la *Gaceta de Madrid* el 17 de julio de 1847, la cual estaba referida a diferentes técnicas, como la difusión de los baños de

² Así por ejemplo, hay constancia que el Alcalde de Barcelona en 1899 y doctor Bertomeu Robert, es el responsable de haber popularizado a finales del siglo XIX las bondades y bellezas del pueblo montañés de Camprodón, recomendando a sus pacientes que fueran a tomar sus aguas. Pero además dicho sea de paso, él iba también a pasar los veranos a dicho lugar.

³ En los estudios realizados por María del Mar Serrano (1993) en su libro sobre, *Las guías urbanas y los libros de viaje en la España del siglo XIX*, podemos observar que la información que aparece en ellas, nos pone en antecedentes de un gradual aumento de los escritos y descripciones sobre determinados lugares, debido a viajeros de épocas anteriores, pero que crecerá más con los

En Catalunya la difusión y publicidad balnearia la tenemos constatada en diferentes ejemplos específicos con respecto a los baños de mar en el *Diario de Barcelona*, en el siglo XIX (véase la figura 42), sobre los Baños Orientales (1857) de la calle Montjuic de San Pedro, o de la Casa Soler (1857) en la Barceloneta, o de La Puda de Montserrat (1858) o también a unas primeras referencias aparecidas sobre los baños de mar en Palamós, o en Cadaqués (1858) o sobre las aguas minerales de La Garriga, (1859), en que ya se hace referencia al Establecimiento del señor Blancafort, o los baños de mar de la Barceloneta, o de Vista Alegre (1859). También los periódicos de ámbito rural de algunas poblaciones que irán haciendo su gradual aparición a finales de siglo, serán agentes difusores y promotores no solo de la localidad sino también de sus comercios e instalaciones hoteleras o balnearias. Así, por ejemplo, en *La Voz del Pirineo*⁴ en 1881, informando sobre la inauguración del establecimiento termal de Vernet. Esta promoción llevará a realizar guías de las aguas minero medicinales o minerales y de los balnearios de España en 1896, o de las aguas de San Hilari de Sacalm⁵, las que serán un punto de referencia junto a otras publicaciones más elaboradas. Con el paso del tiempo la publicidad balnearia se hará más especializada pudiendo observar en la figura 43, la diferencia en los objetivos que manifiestan, tanto el Balneario Colon (1916), como el de Vallfogona de Riucorb (1925).

Otro fenómeno que se desarrolla durante el siglo XIX en Catalunya será el hecho de descubrir los encantos paisajísticos y naturales del país a través del excursionismo, gracias a la inclusión en muchos casos en los folletos de los balnearios, pequeños mapas con itinerarios como el de la figura 44, del balneario de La Puda de

⁴ Este periódico a principios de siglo pasaría a denominarse "*La Cerdanya*" el cual ya hacia difusión de los Baños de Las Escaldas y de los ecos de sociedad de la colonia de veraneantes durante la temporada estival de Puigcerdà. Hay otros ejemplos de prensa periódica relacionada con las colonias de veraneantes. En Sant Hilari de Sacalm a principios del siglo XX, se publicará *L'Estiuada*; en Camprodon a finales de siglo *La Costinyola* (1892), *La Frontera* (1896), *La Font Nova* (1904), o *El Muntanyenc* (1924). O bien, en los años treinta empezará a publicarse la Revista de S'Agaró, en la localidad de su mismo nombre.

⁵ Francesch Carreras Candi, en su libro; "*Notes Historiques de Sant Hilari Ça-Calm*" de 1911, nos aporta en el capítulo X, p 67-68, respecto a "*La aygua plicant*", una visión del despertar de la actividad termal, junto con unas fotografías de la época las cuales recogen una instantánea muy sugerente de la actividad entorno a dicho fenómeno debido a la condición de veraneante del autor.

Montserrat. Estos circuitos en los alrededores del balneario es un complemento que se incorpora en ocasiones al disfrute de una estancia, junto a una oferta del paisaje dentro del lugar de residencia, adquiriendo cada vez mayor importancia. El movimiento cultural de la “renaixença” facilitó un gran impulso al reconocimiento del territorio y al fomento de la actividad excursionista, apareciendo publicaciones, boletines y guías, en las que habrá descripciones de lugares de destacada belleza y rutas a seguir para llegar a ellos. Algunos de estos textos impulsan la geografía local y los estudios paisajísticos, facilitando los vínculos de conexión entre el excursionismo, el termalismo y el veraneo, en una nueva dinámica de la promoción de las actividades tradicionales que se realizarán en una localidad.

Figura 43. Publicidad de dos Balnearios de reconocido prestigio el del Colón (1916) de ámbito marítimo y el de Vallfogona (1925) de montaña



Fuente: Caballé, T., (1916). *La Torres dels Encantats. Leyendas de Caldetas* y (Arrom, D., 1925). Archivos del Instituto de Medicina Práctica.

Hay que tener presente que hasta el primer cuarto del siglo XX la concepción burguesa del esfuerzo físico era una cualidad asimilada al obrero en la fábrica o para el agricultor en el campo, el burgués no se planteaba el ejercicio físico como un juego o una distracción en un primer momento. Los veraneantes solían acoplarse a las tradiciones del lugar, como la salida a la ermita en su festividad, a otras poblaciones, lo que propiciará una cierta actividad física, combinada con el aire fresco, una buena comida, la toma de aguas de una fuente concreta, la siesta, los juegos y el baile.

Figura 44.

Folleto explicativo de la forma de acceder al Balneario de La Puda de Montserrat, así como itinerarios y excursiones



Fuente: Folleto propagandístico de La Puda de Montserrat del año 1903.

Era un aliciente añadido a las actividades culturales tradicionales, que hasta el momento pasaban sin mayor importancia, pero que con el desarrollo de la población, adquieren un carácter diferenciado, debido a sus peculiaridades. Romerías, juegos florales, el corpus y tradiciones dejarán su círculo cerrado y circunscrito al ámbito de la población, al romper los veraneantes la exclusividad social y traspasar los límites de la

localidad. La promoción e incorporación de elementos innovadores a estas fiestas, excursiones a caballo, con mulos, tartanas, bicicletas, en el automóvil o incluso en las poblaciones marineras la barca es otro elemento a utilizar, ya no sólo para salir de pesca, sino que al mismo tiempo incorpora el disfrute del mar.

Son elementos culturales y sociales que se incorporan junto a los propios de los establecimientos termales como el recogido hacia 1901 en la revista "*La Epoca*" de Madrid sobre el balneario Vichy Catalán o en "*El Eco*" de Sitges el 4 de agosto del mismo año que ponen de relieve los servicios y mejoras de las instalaciones o bien en el periódico de "*La Cerdanya*" hacia 1902 en referencia a Llivia como Estación Veraniega, o en *La Vanguardia*, hacia 1933, aparecerá un artículo sobre la estancia de Francesc Macia, "l'avi" presidente de la Generalitat Republicana, en Caldes d'Estrac - Caldetes, lo que da una idea de la importancia de la visita de personajes a determinadas poblaciones.

Antes del primer conflicto mundial ya se empezará a manifestar el interés por la actividad física en algunos sectores de la burguesía, apareciendo temas escritos en periódicos locales de índole deportivas como el tenis, el golf, el automovilismo, el fútbol, el polo, el croquet, que se incorporarían a la vida social del veraneante en un nuevo marco de relaciones con las nuevas actividades deportivas⁶.

Hay que destacar que un elemento básico observado en la publicidad de finales de siglo referente a los baños ha sido el hecho de estar dirigida a las actividades medico - higiénicas y no para la actividad del veraneo. En los anuncios de baño aparecen descritos el aseo, la limpieza y los tratamientos que diferentes doctores realizan en las aplicaciones terapéuticas y en los análisis de las aguas, en la que se indican las terapias, el sistema de acceso, o los precios.

⁶ Es el caso de una publicación llamada *Los Deportes*, de Barcelona que en su número 36 del año 1903 en su cabecera se lee: "*Propagador de la Educación Física y cultura nacional. Apologista de los ejercicios corporales. Eco de las sociedades de sport. Revista semanal ilustrada, única en su clase en España*". Sus artículos periodísticos se centran en la novedosa actividad deportiva y su articulación en espacios físicos como la propia torre, el casino, los establecimientos de baños o en espacios sociales, abiertos como las fiestas mayores de las poblaciones. Trata además, de las excursiones y de otras manifestaciones culturales centradas en el contexto promocional del Casino como unidad integradora,

Figura 45.

Folleto del Balneario Blancafort donde se explican las características de sus aguas, el clima, el paisaje y de sus instalaciones hidroterápicas.



Fuente: Familia Blancafort

En un principio, tampoco era el baño el centro de atención, sino las cualidades del agua mineromedicinal, termal y que junto a ella se incorporaría la de mar, que entrará dentro del circuito de las aguas curativas, substrato donde se alimentaban los balnearios como organizaciones socio-medicinales en su publicidad.

Esta idea cambiará, al diferenciarse las prácticas climáticas y ambientales, de las termales, aunque siguen manteniéndose los equipos hidroterápicos (véase figura 45), donde se empieza hacer evidente la presencia de nuevos elementos en las instalaciones combinadas con el paisaje, así como la utilización de otro idioma,

que proyecta los ecos de sociedad en las publicaciones locales estos actos con aire festivo y deportivo.

diferente al nacional. En otros casos, además se ofrece la posibilidad de disponer de un alojamiento extrabalneario figura 46, en la proximidad de las fuentes termales y mineromedicinales es una cierta garantía de un ambiente saludable como el caso de la Espluga de Francoli.

Figura 46.

Folleto propagandístico de la zona del Balneario de la Espluga de Francoli y de la promotora Villa Engracia S.A.



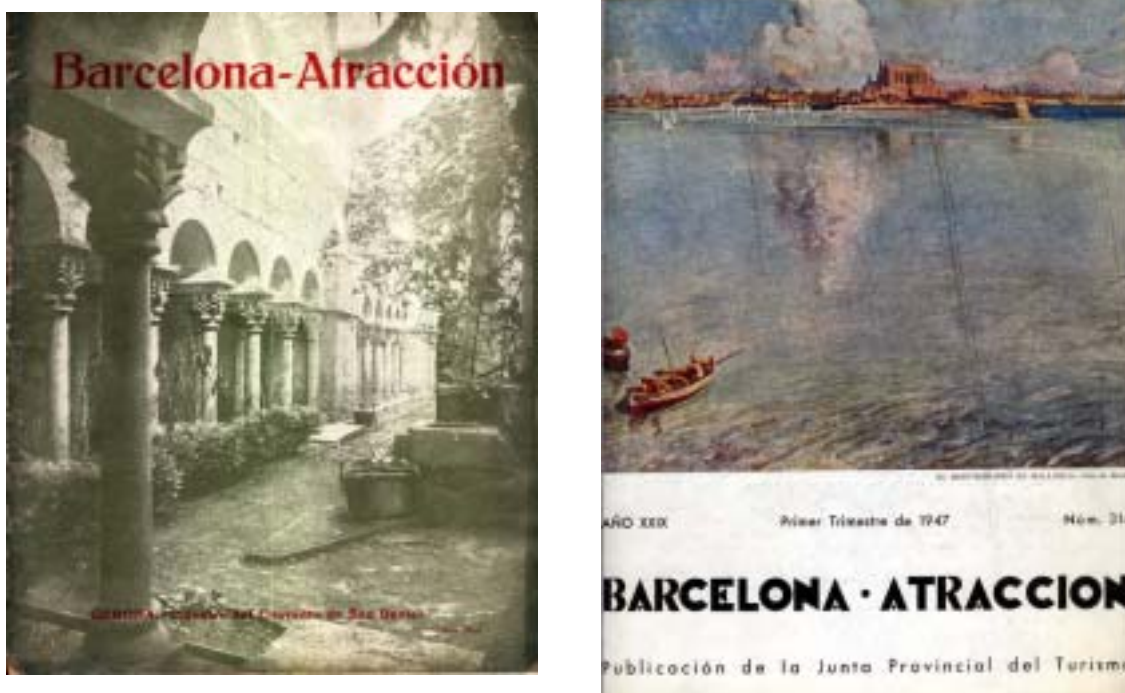
Fuente: Joaquin Molina. Archivo particular.

Pasando al ámbito urbano de Barcelona, se aprecia una publicidad con un cierto nivel de especialización sobre turismo la tendremos en el caso de la revista denominada "*Barcelona Atracción*" de la Sociedad de Atracción de Forasteros figura 47. Apoyada por el Ayuntamiento de la ciudad, que hacia 1910 empezará aparecer. En ella se recogen todo tipo de escritos socioculturales, estadísticos, tanto en el ámbito local como autonómico y sobre todo con una componente importante de promoción turística de la ciudad de Barcelona, de Catalunya y de los balnearios. La finalidad de la revista se centraba en promover los recursos más destacados de las poblaciones catalanas y al mismo tiempo influir en la administración sobre las cuestiones de mejora en la atención de los viajeros. Con este propósito se realizan controles del movimiento de visitantes, así como el desarrollo de una actividad paralela, en lo que supondrá la

creación de centros de información en el ámbito local.

Figura 47.

Portadas de la revista Barcelona Atracción de la Sociedad de Atracción de Forasteros (1916) y de la Junta Provincial de Turismo de Barcelona (1947)



Fuente: Portadas de las revistas de Barcelona Atracción (1916 y 1947)

La revista Barcelona Atracción constituye un buen testimonio documental, debido a que tuvo un éxito creciente ya que en 1916, ya disponía de 348 socios, todos ellos pertenecientes a la burguesía catalana (Barcelona Atracción., 1933: nº 263). Dentro de los contenidos de la revista se podían encontrar escritos monográficos sobre temas específicos, siendo uno de ellos, los *“Balnearios y Manantiales de Catalunya Minero Medicinales”* de junio de 1916, donde aparece una alusión al Balneario Blancafort y al *“Teatro de la Naturaleza”*⁷ en el *“Bosc de Can Tarres”*, en La Garriga. La publicación tendrá dos momentos diferenciados, antes de la guerra civil y después

⁷ Era un acontecimiento innovador en las primeras manifestaciones y organización de actuaciones o representaciones teatrales, poéticas o musicales en un marco natural como era el *“Bosc de Can Tarres”* en La Garriga. Surgió hacia la primera década del siglo XX, en la época estival, con un cierto aire catalanista y desvinculado en cierta medida de las fiestas tradicionales. Según comenta Pere Blancafort del Roselló en *“La Garriga el Balneari i jo”* en la página 179, llevará a destacar a la población como una de las localidades y *“Vila d’Estiueig capdevantera”* de la provincia de Barcelona.

de la misma con la dependencia de la Junta Provincial de Turismo.

En otros ámbitos de Catalunya la propaganda que se empieza a desarrollar permite influir en la opinión pública, difundiéndose a través de los diferentes medios de comunicación de la época, haciendo lo más evidente, los sugerentes y atractivos resultados conseguidos, lo cual suponía una cierta garantía para la futura clientela. El objetivo del contenido de la publicación que en principio manifiesta, se centraba en el de promocionar la naturaleza, la cultura y las actividades económicas de la población con los rasgos que la hacían más atractiva, con una especial atención a sus balnearios.

Un ejemplo de ello, ya entrado el siglo XX, sería una guía local que ilustra estos aspectos comentados. Ésta realizada en Catalunya, en el año 1922, lleva el título "*L'Amic turista de Caldes de Montbuy*". Los autores de la misma son Salvador Codina Duran, farmacéutico y Jaume Bech Rotllan, maestro nacional, indicativo a través de sus profesiones del carácter de la publicación.

Hemos recogido de dicha guía, dentro de la primera parte una aportación descriptiva e interesante sobre la propaganda que se hace de sus balnearios:

"A conseqüència de l'aigua termal, Caldes de Montbuy té el seus balnearis. Actualment són vuit: Balnearis Fornes, Remei, Broquetas, Rius, Solà, Victòria, Garau i de l'Hospital. Abans també hi havia banys en l'Hospital Militar, avui quarter de la Guàrdia Civil. Tots els balnearis tenen restaurant, per a major comoditat dels banyistes. Avui dia estan amb tots els avenços possibles, a fi de fer la vida agradable, que ben necessitats estan de ella: jardins, alguns dels quals són veritables parcs, sales de lectura, ball, café on puguer passar l'estona, amb cartes, dominós, escacs, billars, etc "*

En dicha guía se puede encontrar una clara promoción turística y balnearia, junto con narraciones históricas, anuncios, publicidad de empresas de la construcción, de sastrerías, licores, al final también se aportan unas conclusiones con una pequeña bibliografía. Es una evidencia más de la afluencia de gente foránea a las poblaciones rurales como a la ciudad y que fomenta un aumento de producción de las guías, a las que se les une su utilidad, destacando la dependencia de su formato, de la extensión de sus contenidos y su prestigio, de la veracidad en el esfuerzo por presentarla en

forma clara, concisa, ordenada y sintetizada. La indicación de itinerarios, caminos, con relatos del viaje, los medios de transporte que se ofrecen para su acceso, en el caso de que estos queden algo apartados de las vías principales de comunicación. Además, algunas llevarán horarios de diligencias, ferrocarriles, destacando la información sobre centros termales y balnearios.

Al viajero se le ofrecerá la posibilidad de poder aproximarse a los rasgos sociales y culturales más destacables de una población o ciudad, así como los servicios que puede ofrecer un determinado balneario, con la descripción de la gama más amplia de posibilidades higiénicas, terapéuticas y recreativas, así como conocer el nivel tecnológico mediante la descripción de los aparatos técnicos o de los precios.

La utilidad de las guías estará en el informar sobre temas de interés a escala social que ofrece la población, de sus alrededores, de las personalidades que acuden, sus atractivos o determinados lugares que quedan reflejados en las informaciones sobre su cultura y tradiciones. En el marco de la promoción institucional hay que destacar las publicaciones monográficas de guías que recogen todo un inventario de los balnearios de España, con su situación geográfica, el clima de la zona, las indicaciones sobre las aguas, la temporada oficial, las comunicaciones, excursiones y alojamiento o el médico director en ese momento. Entre dichas publicaciones cabe señalar la del año 1896 *"Guía ilustrada de las Aguas mineromedicinales y Balnearios de España"* o bien del año 1911, *"Guía oficial de las Aguas Minero-medicinales y Establecimientos Balnearios de España"*, o de manera específica para Catalunya, la de 1917 *"Aigües minero-medicinals. Balnearis de Catalunya"* o bien la de 1927 *"Guía oficial de los establecimientos Balnearios y Aguas Medicinales de España"* (ver figura 48).

Un hecho que ha suscitado nuestra atención es el de la referencia a la publicidad de la época en las guías de aguas y balnearios. Se aprecia una cierta evolución o cambio conceptual en dichas publicaciones a través de los títulos de las guías, que pasarán de la denominación de *aguas minero-medicinales* de 1896 a la de *aguas medicinales* de 1927. Indicativo del peso que adquiere este tipo de medicina hidrotermal. En estas guías se encuentran algunos aspectos de las líneas de actuación en la época. De las diferentes aportaciones recogemos el prólogo de la publicación de

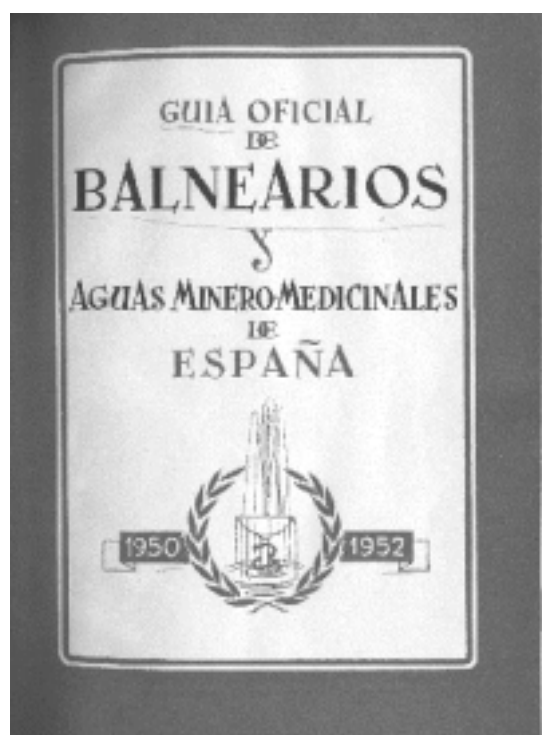
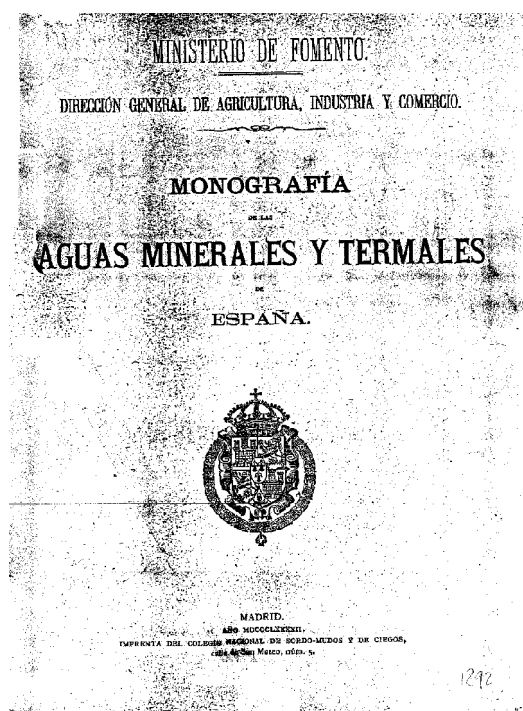
ese año, por parte del doctor F. Murillo, Director General de Sanidad en ese momento, en que pone de manifiesto un hecho que se nos muestra relevante y que recogemos a través de sus palabras:

"...y, sin embargo, la industria no prospera, los enfermos no afluyen en el número debido; las nuevas técnicas de aplicación vienen de fuera y llegan retrasadas...", por otro lado respecto a la necesidad de transformación de la industria, sigue comentando:

"...dotándola en el concepto técnico de los medios modernos, y en el aspecto turístico, de las comodidades, condiciones higiénicas y atracciones, que tanto se aprecian y alaban en los establecimientos extranjeros." (G.O.B.E.A.M.E., 1927).

Figuras 48.

Portadas del siglo XIX (1892) y del XX (1950-52) de las guías de Aguas Minerales Termales y de Balnearios



Fuente: Joaquin Molina. Archivo particular

Se puede apreciar que de sus palabras se desprenden dos consideraciones; una acerca del declive que se está produciendo en el sector y su desfase en los avances técnico-científicos. La otra, la necesidad de modernizar y ofrecer nuevos

atractivos con servicios innovadores para estar a la altura de los países extranjeros. Es un indicativo de las vicisitudes que empieza a padecer el sector en la competitividad exterior del país, solicitando una mayor colaboración y soporte, entre médicos y propietarios de los balnearios.

Figura 49.
Portadas de la revista Turismo Ibérico de dos localidades catalanas de
Terrassa y La Garriga



Fuente: Archivo Fundació Mauri de La Garriga.

Otras revistas que ofrecían propaganda e información exclusiva de determinadas poblaciones, aparecen entre 1920 y 1930 como era *Turismo Ibérico* (véase figura 49) y que se publicará en diferentes localidades. Hemos recogido las portadas de Terrassa y de La Garriga. En estas guías aparecen los detalles más relevantes de ambas poblaciones con elementos de soporte fotográfico, incidiendo en los temas de interés artístico y cultural para el turista, como la situación

geográfica, límites de la población, la configuración hidrográfica, el clima, la producción del suelo, del ganado, la industria, el comercio y sobre todo los Balnearios.

En otras se informa de los servicios de la administración de correos, telégrafos y teléfonos, ferrocarriles, carreteras, servicios de automóviles, o de fiestas y costumbres de la localidad. En otro de los apartados hace referencia a la población, la vida social, los edificios civiles, de los mercados y fiestas populares, las escuelas y colegios, sobre arte y monumentos junto a las excursiones que se pueden realizar. Existe además un apartado de "*Datos de interés para el Turista*", donde se recogen las fondas, hoteles y restaurantes, la oferta de servicios de los talleres de accesorios de automóviles, las casas de carruajes de alquiler, los servicios de autobuses, así como los horarios de los ferrocarriles.

No obstante, empiezan a surgir diferentes variantes de difusión y promoción en distintos lugares de Catalunya, como la manera peculiar de hacer propaganda sobre Tossa de Mar y dirigida a Alemania que experimentó el señor Steyer. Era un alemán instalado en la población en los años treinta y como propietario hará una publicidad en cierto modo personalizada para sus compatriotas, ya que el mismo irá a buscarlos en coche, se encargaba de su estancia en la localidad y al finalizar, los transportaba de nuevo a Alemania, todo por un precio fijo. Steyer comprará la fábrica de corcho Coris y la transforma en el hotel Steyer. Esto dará lugar a la creación de nuevos espacios de socialización: bares como el Ali Babá donde se encuentran pescadores y forasteros y según comenta Yvette Barbaza (1966) no descarta la posibilidad de que numerosos contactos establecidos entre los pueblos de la costa de Girona y los de Alemania, gracias a la industria y el comercio del corcho, ayudarían a crear una corriente de pensamiento favorable. Artistas como Oscar Zugel o G. Kars, ayudarán a propagar, sin duda, los atractivos de la zona.

La oferta de servicios mediante la difusión publicitaria de zonas con determinados atractivos naturales, incluía a muchos centros y establecimientos termales y balnearios. Se inicia en la promoción de aquellos productos que pudieran hacer más atrayente un espacio balneario con respecto a otro y en este sentido se puede empezar apreciar un gradual incremento de pequeñas ofertas complementarias

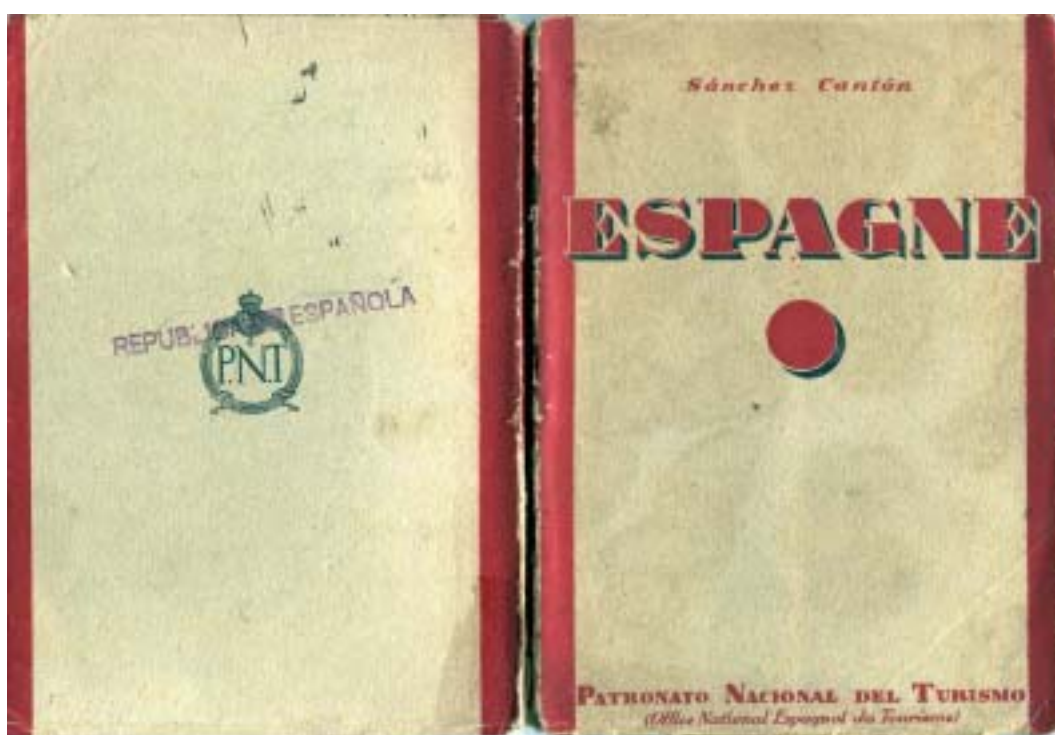
a los servicios terapéuticos incluidos en la publicidad, centrados en el clima, junto a otros alicientes peculiares de la localidad. Estos nuevos alicientes, facilitaban el poder romper con la monotonía propia de la actividad balnearia y la asimilación del descanso estival en los centros próximos donde se llevan actividades o prácticas terapéuticas vinculadas con los baños. Cada vez más en la información y publicidad balnearia se incorpora el ocio, el tedio o el descanso, rompiendo sólo este esquema con algún elemento que aportase una actividad de integración física con el entorno, o bien como complementario a la actividad terapéutica.

Al empezar el primer decenio del siglo veinte, después de los primeros momentos de experimentación médica, el concepto del mar como zona siniestra (Vera, J. F., 1987), de aspecto terrible y desconocido, se irá desvaneciendo paulatinamente debido a la componente terapéutica que tomarán las aguas marinas. Este carácter curativo de las aguas de mar es el que conseguirá convencer a muchas familias, que se deciden a pasar el veraneo en aquellas zonas que ayudasen a remediar o mejorar sus males. Hay que tener presente que en la mentalidad de la época el bañarse no era una práctica habitual, y menos asociarla al hacer ejercicio y quitarse de encima la calor, ya que más bien se tomaba como un sacrificio que había que afrontar únicamente para tratar una enfermedad o mejora del estado de la salud corporal.

Este cambio de escenario facilita un nuevo y renovado ambiente balneario y de prácticas de baños, de manera estacional y temporal en espacios que no eran los tradicionalmente habituales, lo cual permite la incorporación de nuevos elementos y costumbres. Las playas acabarán convirtiéndose en centros potenciales de atracción y aparecerán en las revistas de promoción de la época o en folletos como el de los "*Baños de Castelldefels*", de Coma-ruga, Sitges o S'Agaró, donde la parcelación de la primera línea de costa será el segundo paso a la residencialización iniciada en los espacios de montaña. Este nuevo urbanismo supone el desarrollo de edificaciones en la primera línea de costa con estructuras sólidas que serán conocidas también como torres o casas de "*americanos o indios*", las cuales empezaran a tener una cierta difusión, así como las zonas donde se ubican. Todo ello motivado por la gradual evolución y descubrimiento de nuevos entornos naturales y a una mayor difusión de las

actividades veraniegas vinculadas con el desplazamiento, la estancia, el excursionismo, el deporte, desarrollados en una zona concreta además de la incipiente práctica del baño, empezarán a ser puntos de referencia económicos significativos.

Figura 50.
Propaganda del Patronato Nacional de Turismo durante la IIª República



Fuente: Joaquín Molina. Archivo particular.

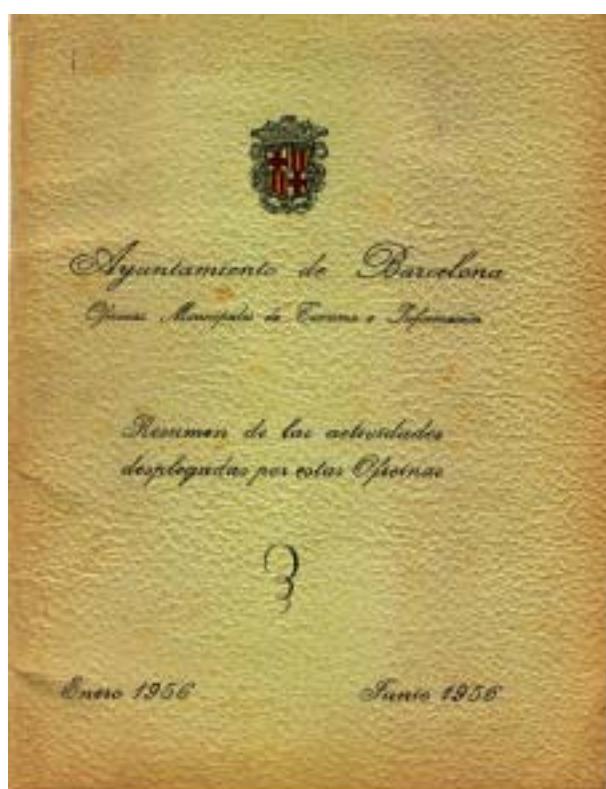
Esta es otra visión en la posibilidad de promoción desarrollada y difusión publicitaria de las instalaciones de baño, con toda clase de servicios, pero con un matiz de permanencia de las instalaciones, convirtiéndose en centros más estables, que permitieron realizar actividades nuevas con cierta independencia de las termas, propiciando ecos de sociedad en diarios y revistas.

Los diferentes sistemas de publicidad y promoción tendrán sus propios canales de difusión mediante actuaciones independientes de los ámbitos locales. Aunque empezarán a canalizarse de una manera institucional, como las publicaciones llevadas a cabo desde el Patronato Nacional del Turismo sobre las principales ciudades de España (ver figura 50), o bien gracias a acciones concretas de promoción ferial, como

la llevada a termino en el año 1934, mediante la “VII Feria de Barcelona y el Primer Salón de Turismo y de los Deportes!”, que se celebró del 2 al 17 del mes de junio. Al frente de este Salón estaba como director el señor Marill, y en él numerosas instituciones publicas y privadas disponían de “stands”, entre ellas la Generalitat, el Ayuntamiento de Barcelona, la Unió Catalana de Federaciones Deportivas, la Sociedad de Atracción de Forasteros, o los Sindicatos de Iniciativa. Estas instituciones se implicaban en una actuación con un objetivo común, la difusión de las bellezas naturales y la riqueza arqueológica, así como la promoción de sus valores y de su conservación.

Figura 51.

Izquierda, libro de resumen de las actividades de las oficinas turísticas de 1956 y derecha, folleto sobre Barcelona



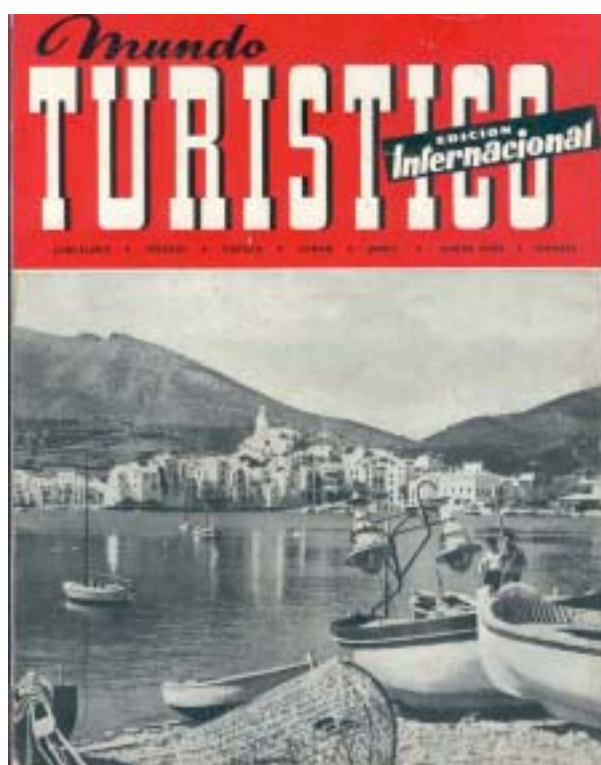
Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

Finalmente, en la década de los años cincuenta se realizarán diferentes

acciones desde el Ayuntamiento de Barcelona y también por parte del estado central llevándose a termino por un lado el control de la actividad turística y por otro, su difusión. Entre ellas, cabe destacar la implantación de oficinas municipales de información (ver figura 51) distribuidas en las zonas que se consideraban más estratégicas como la plaza de Catalunya, el Pueblo Español, Casas Consistoriales, en la Estación de Francia, el Aeropuerto del Prat y la Estación Marítima. La sede central estaba situada en la Puerta del Angel, desde la cual se empezarán a realizar diferentes acciones coordinadas de información sobre la ciudad de Barcelona. Se recogerán datos estadísticos en la propaganda distribuida y las consultas telefónicas realizadas en dichas oficinas por turistas tanto nacionales como extranjeros.

Figura 52.

Portada de la revista Mundo Turístico del año 1956



Fuente: Joaquin Molina. Archivo particular

La publicidad turística a partir de estos momentos empezará a tener un cierto nivel de importancia, un ejemplo de ello será la revista Mundo turístico, figura 52 dentro

de una edición de ámbito internacional, la cual se distribuía de forma gratuita en consulados y en las cámaras de comercio de España en el extranjero, así como en las principales compañías internacionales de aviación o en determinados centros turísticos y hoteles. Realizando algunas de las ediciones en francés e inglés. Una investigación o estudio más detallado de las revistas de turismo de esta época podría propiciar dicho sea de paso un conocimiento más específico sobre la materia.