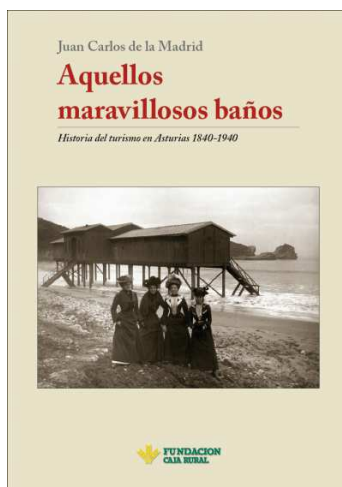


Cuando los asturianos descubrieron la playa: *Aquellos maravillosos baños*, de Juan Carlos de la Madrid

José PRADA TRIGO
Centro de Ciencias Humanas y Sociales
Consejo Superior de Investigaciones Científicas
jose.prada@cchs.csic.es



Título: *Aquellos maravillosos baños. Historia del turismo en Asturias 1840-1940*

Autor: Juan Carlos de la Madrid

Editorial: Fundación Caja Rural de Asturias, Oviedo

Año: 2011

Número de páginas: 558

Para quienes nos interesamos por la temática asturiana, en concreto por su historia reciente, siempre es una buena noticia la aparición de obras con rigor, precisas y bien documentadas. En el caso de Juan Carlos de la Madrid, resulta además de agradecer el tono que imprime a muchos de sus textos, en los que compagina los acontecimientos históricos con los sucesos y anécdotas con un carácter más local. Como ya ocurría con *Avilés, una historia de mil años*¹, tenemos ante nosotros un trabajo amplio, en este caso en el espacio (Asturias) y no tanto en el tiempo, a pesar de abarcar una centuria, la que va desde 1840 hasta 1940. Como señala el propio autor, este período marca el inicio de la industrialización en Asturias, su auge económico a principios del siglo XX y las dramáticas consecuencias de la guerra civil. Cubre, además, el paso de una sociedad tradicional hasta otra moderna, y es ahí donde aparece uno de los pilares de este libro.

Esta obra cuenta, entre otras cosas, la "invención" de la playa para usos sociales, su descubrimiento por parte de la aristocracia, y

¹ De la Madrid, Juan Carlos (1997): *Avilés, una historia de mil años*. Avilés: Azucel.

poco después de la incipiente burguesía y de las clases populares, del recurso que era esa extensión de arena hasta entonces poco valorada en muchas localidades. Primero con los baños de salud, los balnearios y la talasoterapia y poco a poco, con el esparcimiento, el encuentro social y el ocio, según avanzaban las décadas. Este es el punto central del libro, pero también tiene otras muchas lecturas y contenidos.

Entre ellos se encuentra, aunque a veces no resulte evidente por estar en un segundo plano, el carácter eminentemente urbano de la obra. La playa es, desde sus orígenes una cura de los males de la ciudad, como señala el propio autor (2011: 26), siendo "conquistada", como decíamos antes, por la burguesía, clase social urbana por definición. El abandono que comienza a producirse en muchas ciudades (Oviedo, Madrid, León...) hacia la costa con la llegada del verano, y que hoy parece tan normal, supone una creciente influencia urbana sobre el litoral. Finalmente, los propios destinos turísticos pasan a convertirse en "playa ciudad" como es el caso de Gijón en este libro, pero también de San Sebastián, Biarritz o Santander, por poner sólo algunos de los ejemplos más conocidos y de carácter pionero.

También este libro es un ejercicio de ordenación urbana, en tanto la explotación de las playas y la llegada de turistas contribuyó a actuar sobre estos espacios, hasta hacía poco con un carácter marginal. Elementos y funciones de la playa preexistentes (depósito, arenal, basurero, baño improvisado para animales e, incluso, cementerio), fueron regulados y trasladados para facilitar la estancia a los nuevos visitantes.

La obra comienza relatando los orígenes de las playas modernas, que coinciden más o menos con la fecha de inicio del libro. En este capítulo se aborda la progresiva llegada de visitantes, primero impulsados por los baños de salud, después por la necesidad de remarcar la categoría social y, en paralelo, por la creciente demanda de ocio que se va extendiendo por todos los estratos de la población. Con este hecho aparece también la necesidad de organizar estos "nuevos" espacios, aparecen normas y los primeros negocios. Algunos particulares comienzan a construir estructuras más o menos sólidas como los balnearios y casinos o las casetas de baño, e incluso aparecen negocios y oficios como los de bañista, barquillero, fotógrafo playero, músicos y vendedores de toda clase y condición.

Sin embargo, la playa no es un espacio aislado, como bien muestra el autor en este capítulo. Necesita de la ciudad y de sus servicios, de hombres de negocios que inviertan en hoteles, casinos, locales de reunión, etc., con lo que una nueva burguesía se consolida a tenor de ella. Con ésta aparecen también nuevos usos y costumbres sociales, que desplazan a los preexistentes, no sin dificultades en ciertos casos, como demuestra con hilaridad Juan

Carlos de la Madrid. Sin embargo, estas costumbres no son estáticas, y con el paso de los años se van relajando: la separación entre hombres y mujeres, el tipo de ropa de baño, etc. Todo ello muestra la propia evolución de la sociedad a lo largo de estas décadas.

Tras un recorrido por las principales playas asturianas, el autor pasa a la costumbre social del baño, al progresivo placer que sustituyó al higienismo que guiaba los primeros chapuzones; y a la diferenciación social de quienes lo practicaban. Los buenos usos burgueses reemplazaron a los manuales, panfletos y libros con recomendaciones saludables para el baño. Con esto, tocaba el auge del turismo como negocio del placer. Es, como señala el autor, el relevo de la burguesía media (industriales, comerciales, políticos, etc.) a la vieja aristocracia, y es el paso del veraneo al turismo (2011: 286).

Esta transición conllevó el inicio de la promoción de estos destinos con fines económicos. Las propias ciudades reconocen las potencialidades y ventajas que supone tener una playa y se lanzan a su publicitación. Por lo tanto, el libro pasa a tratar el fomento del turismo por parte de las instituciones (que en Asturias se vincula tempranamente a la riqueza de su medio natural). Los comités, comisiones, patronatos o sociedades de fomento del turismo aumentaron rápidamente, generando un amplio catálogo de guías, folletos, postales, carteles, etc., que no fueron ajenos al paso del tiempo en las técnicas y estilos con que publicitaban los destinos. De esta manera, a los anuncios en revistas y prensa les siguieron las cuñas radiofónicas y, desde los años 20 del siglo XX, las películas publicitarias.

Por otro lado, el autor sale de la playa y de los soportes promocionales para ocuparse de otro tipo de turismo que floreció en este período. En primer lugar, destaca el importante papel de las romerías y celebraciones folclóricas o tradicionales, con sus danzas, trajes típicos, comidas, etc., que atraían a visitantes en busca de una autenticidad que comenzaba a declinar en las grandes ciudades. Pero también otros actos, como festejos, concursos, desfiles, eventos deportivos, e incluso acontecimientos con nula tradición en Asturias (como las corridas de toros) fueron adaptados o creados para atraer al turista.

Por último, el libro se ocupa de un elemento central para la actividad turística, posiblemente uno de sus pilares: las infraestructuras de transporte y de alojamiento. En Asturias esto no es cuestión baladí, ya que el secular aislamiento de la región es, para el autor, una de las causas del retraso de su turismo respecto de otros destinos del Cantábrico, mejor comunicados (2011: 430). Las comunicaciones en esta región fueron tardías y escasas, tanto por carretera como por ferrocarril, de tal forma que a mediados del siglo XIX sólo la parte central se encontraba medianamente comunicada

con el centro peninsular. Moverse por Asturias era, fuese a caballo, en carruaje, en coche o en tren, incómodo y difícil. Una vez se desarrolló el transporte por ferrocarril, resultó más sencillo traer ingentes cantidades de visitantes en tren.

Lógicamente, la existencia de hoteles, fondas, albergues y pisos de alquiler para alojar a esta masa de turistas tardó poco en aparecer, así como otros servicios más modestos (organización de excursiones, viajes en grupo al interior, etc.). Con ello, no sólo se aseguraba un lugar de pernoctación a los turistas, sino también una estancia más larga con visitas de gran atractivo como Covadonga, convertido en destino privilegiado dentro de Asturias.

El autor concluye con un análisis certero sobre lo visto a lo largo del libro: el esfuerzo por crear un producto turístico maduro y complejo, y la incapacidad de hacerlo por una serie de factores locales y externos. El resultado, como señala el propio De la Madrid fue una "playa imposible" que, sin embargo, sentó las bases para el turismo contemporáneo, en muchos casos tributario de ésta.

En síntesis, el lector que se acerque a esta obra encontrará un amplio estudio sobre los orígenes del turismo en Asturias. Un libro con un importante trabajo detrás, fruto de una ingente documentación y de gran valor tanto para legos como para conocedores del tema.