



Vallejo, Rafael y Larrinaga, Carlos, (dirs.): *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1936*, Madrid, Sílex, 2018, 1004 pp.

Los avances experimentados en historia del turismo han sido evidentes en las últimas décadas. Para el caso de la historiografía española, aunque el primer tercio del siglo XX también ha conocido una amplia bibliografía, hasta el momento se carecía de un estudio que unificase toda esta producción científica, además de precisar parámetros como la geografía, el alcance y los aspectos empresariales del turismo. Bajo la dirección de los profesores Rafael Vallejo y Carlos Larrinaga, de las Universidades de Vigo y Granada respectivamente, se ha publicado el libro *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, una obra colectiva donde se abordan los orígenes del turismo en España. Con esta valiosa aportación el conocimiento científico de la temática en cuestión se sitúa a la altura de la de otros países europeos con mejores series turísticas, caso de Gran Bretaña, Francia, Italia o Suiza.

La obra es el producto final del debate de las diferentes aportaciones presentadas al *I Congreso de Historia del Turismo*, celebrado en Poio (Pontevedra) entre el 6 y el 8 de junio de 2017, cuya organización se debió curiosamente a la idea previa de llevar a cabo la elaboración de este libro. El congreso y la obra final han contado con la financiación del proyecto de investigación “Historia del Turismo en España durante el siglo XX: Desarrollo y trayectorias regionales” (Ref. HAR2014-52023-c2-I-P) del Ministerio de Economía y Competitividad; y del Programa de Consolidación e Estructuración de Unidades de Investigación Competitivas, Grupos de Referencia Competitiva (GRC 2015/014) de la Xunta de Galicia.

La originalidad del tema radica en que nunca había sido objeto de una atención tan sistemática en nuestro país. Además, la investigación que se engloba aquí lleva a la estimación de que los españoles que hacían turismo eran más que aquellos extranjeros que viajaban por España, es decir, era más importante el turismo interno y emisor que el receptivo, sobre todo en los años veinte. Pero los autores de este volumen también constatan que España era un país emergente en el mercado internacional en los años previos a la Guerra Civil; se estaba convirtiendo en un país turístico. Ambas premisas llevan, por tanto, a desechar la errónea conclusión de la que se partía, aquella que posicionaba a España como un país “atrasado” desde el punto de vista del turismo en las primeras décadas del siglo XX.

A partir de una relación de cuestiones e interrogantes de las que parten la veintena de científicos que compendian la obra, el objetivo fundamental de los mismos es ofrecer una visión actualizada de los orígenes del turismo moderno en España durante los primeros cuarenta años del siglo XX, incluyendo el período de la Guerra Civil. El abordaje de la investigación se realiza a través de planteamientos sólidos en torno un sistema turístico en formación con sus distintos agentes y actores. Además, para exponer y comprender el significado real de los avances en el nacimiento del

turismo moderno en España, una problemática histórica de gran interés y proyección actual, se sitúa el estudio de caso en el contexto europeo, con el fin de relativizar la posición del mismo en función de los demás.

El libro no sólo fomenta el desarrollo de los estudios de la historia del turismo sino que también propone una metodología óptima, basada en la historia comparada con perspectiva cualitativa y cuantitativa, a través de fuentes convencionales unas y no tanto otras, caso de la serie de prensa histórica. A través de las nuevas tecnologías –las digitalizaciones de los antiguos formatos en papel– es posible hacer búsquedas y series concretas, realmente valiosas en el avance del conocimiento del turismo y su historia. La información extraída de la digitalización de la prensa histórica lleva a la conversión de la “información cualitativa” en “fuente cuantitativa”, de tal manera que se observa a través de varios capítulos del libro cómo se pueden identificar las modalidades y las industrias turísticas, las agencias de viajes y las “pulsiones en el corto plazo de las actividades turísticas”. Así, el libro evidencia el manejo de herramientas conceptuales pertinentes, notas comparativas y fuentes primarias lo suficientemente variadas para suscitar reflexiones. Se trata de una labor analítica donde la solidez archivística y bibliográfica que manejan los autores es evidente, enriqueciendo además algunos de los capítulos con unas tablas que facilitan la comprensión y objetivos de la obra.

Los directores y autores de la publicación han tenido una triple intención en esta rigurosa y ambiciosa edición: el sentido global del caso español dentro de la realidad europea; el nacimiento del turismo moderno desde todos los puntos de vista posibles –la distribución territorial de las prácticas turísticas, la dimensión económica y política del sector, la promoción y propaganda del turismo y la arquitectura que se genera al servicio de este nuevo negocio– y el carácter interdisciplinar de todos y cada uno de estos enfoques. Los especialistas que firman las diferentes aportaciones tienen reconocida experiencia en la investigación histórica del turismo en España pero desde distintas disciplinas, un aspecto que complementa y retroalimenta sus investigaciones individuales: Antropología (Saida Palou), Arquitectura (María A. Laboreiro y M<sup>a</sup> José Rodríguez), Biblioteconomía y documentación (Eva Concejal), Ciencias Políticas (María Velasco), Geografía (Carmen Gil y Xosé M. Santos), Historia política y cultural (Gaetano Cerchiello, Ana Moreno y Sasha Pack), Historia económica (Rafael Barquín, José J. García, Elvira Lindoso, Marta Luque, Carmelo Pellejero, Andrés Sánchez, Javier Vidal y Margarita Vilar), Filología (Kirsty Hooper) y Periodismo (Beatriz Corretero).

El estudio, que se abre con una introducción firmada por los directores de la obra y que contextualiza y expone los objetivos y resultados logrados con la investigación, se divide en veinticinco capítulos relacionados en torno a siete secciones o ámbitos temáticos: geografías turísticas (capítulos 1-3) –con un primer capítulo del profesor Sasha D. Pack que analiza las “múltiples caras” del turismo en Europa–; el turismo como actividad económica (capítulos 4-6); la política turística (capítulos 6-11); publicidad, promoción e imagen turística (capítulos 11-14); empresas turísticas y transportes (capítulos 15-18); modalidades turísticas (capítulos 19-23); y arquitectura al servicio del turismo (capítulos 24 y 25).

El libro no agota el tema examinado, pero sin duda presenta una valiosa aportación, original y necesaria, para conocer el nacimiento del turismo en España. Un período de formación y definición del sector que viene avalado por varios indicadores de intensidad que ponen en relación dichas fases con la sintonía del turismo

internacional de la época, los años veinte y treinta sobre todo. Entre 1900 y 1939 la “industria del turismo” también había llegado a España. Tal perspectiva ofrece, por tanto, un campo fecundo en el que seguir investigando, con el fin de crear lo que los directores llaman “un andamiaje teórico”, es decir, el soporte conceptual necesario y desde distintas disciplinas para abordar la abundante documentación de la que se dispone y que las nuevas tecnologías ayudan a gestionar, con el fin de avanzar en el conocimiento a través de la construcción y la discusión constructiva. En definitiva, se trata de una edición colectiva pero con orden de unidad a través de su planteamiento sistémico desde la interdisciplinariedad y con una variada y rica documentación consultada, donde las nuevas tecnologías y los repositorios en red permiten a los autores incrementar exponencialmente las posibilidades de interpretación, de avanzar en el conocimiento, en definitiva. Sin duda, el conjunto de los trabajos aquí compendiados supone un balance actualizado de los estudios sobre los orígenes del turismo moderno español, desterrando la falsa imagen del letargo de España en este nuevo sector. España también inició su etapa contemporánea de turismo moderno nada más iniciarse el siglo XX, con unas bases de industria segura y fiable y siguiendo los ritmos europeos tanto en sentido receptivo como en el emisor, aunque con algo menos de intensidad.

Margarita Barral Martínez  
Universidade de Santiago de Compostela  
margarita.barral@usc.es