

## Salud y recreo: los balnearios de Galicia y el descubrimiento de una periferia turística en el primer tercio del siglo XX

### *Health and Leisure: The Spas of Galicia and the Discovery of a Tourist Periphery in the First Third of the Twentieth Century*

*Rafael Vallejo-Pousada*

Universidade de Vigo. Vigo, España. vallejo@uvigo.es

**Resumen** – Este trabajo tiene dos objetivos principales. Uno, mostrar la importancia balnearia de Galicia en el primer tercio del siglo XX, utilizando una fuente novedosa con este fin, la *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*. Dos, poner de relieve que los mejores balnearios gallegos (Mondariz, A Toxa) van a constituirse en piezas de un proyecto de modernización económica de Galicia, del que el desarrollo turístico formó parte. Este desarrollo turístico incluía la proyección internacional, a través de la captación de clientes y de iniciativas empresariales foráneas, fundamentalmente británicas. Los balnearios elitistas gallegos, se explica, contribuyeron a descubrir una periferia del placer entre 1898 y 1914. El impulso procedió de empresarios locales, vinculados a dichos balnearios, a la banca local, a la industria conservera, a los negocios portuarios y al transporte marítimo.

**Abstract** – *This paper has two main objectives. One is to show the importance of the spas of Galicia during the first third of the twentieth century, using a novel source for this purpose, the Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio. Our second aim is to emphasize how the best Galician spas (Mondariz, A Toxa) became part of a project of the economic modernization of the autonomous community linked to the development of tourism. This shift toward tourism included an international appeal to foreign customers and business initiatives, mainly British. Galician elitist spas, this essay argues, helped to discover a pleasure periphery in the region between 1898 and 1914. The impetus came from local entrepreneurs linked to these spas, local banks, the canning industry, and the port and shipping businesses.*

Palabras clave: Balnearios; Turismo de salud y bienestar; Ocio; Galicia; España; Siglos XIX-XX

Keywords: Spas; Health-care Tourism; Wellness; Leisure; Galicia; Spain; XIX<sup>th</sup>-XX<sup>th</sup> centuries

Información Artículo: Recibido: 24 mayo 2014

Revisado: 15 julio 2014

Aceptado: 23 septiembre 2014

“A great change, however, is taking place, and some of the richest and most enterprising public men in North-West Spain are devoting themselves with enthusiastic zeal to the task of awakening the people and making them realize the immense possibilities of the province. Energetic measures for development are being taken by the Asociación para el Fomento del Turismo en Galicia” (Wood, 1910, 39).

“De Galicia se ha dicho siempre que es un país muy verde, que es un país de turismo” (Ramón Otero Pedrayo: *Diario de Sesiones de las Cortes Constituyentes*, 16 de septiembre de 1931, p. 954).

## INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>

Emilia Pardo Bazán afirmaba en una crónica de 1911 que se vivía en la “era de la exaltación de la higiene”. Según ella, la medicina y la higiene, con sus adelantos, regulaban “nuestros actos, nuestros quehaceres, nuestra vida íntima, en sus detalles menores”, la “salud ha llegado a hacerse una Diosa”, hasta el punto de que determinaba las motivaciones para viajar de aquellos con posibilidades de hacerlo:

“Se peregrina por lueñas tierras, buscando la fuente milagrosa, de donde mana el agua salúfera. Es (en forma moderna) la idea de la Edad Media, que lanzó a tantas multitudes por la ruta de Compostela y de Jerusalén (...) En el curso de mi vida he alcanzado tres épocas: la de los baños de mar, a todo trance, la de las aguas minerales a toda vela, y ahora la de los sanatorios, con las curas de altitud y los sistemas de alimentación, *for ever*”<sup>2</sup>.

En esta y otras crónicas de la escritora gallega, “salud y turismo”, “recreo y salud” aparecían como realidades paralelas, casi indisolubles. Entonces las motivaciones para el viaje vacacional eran, es sabido, diversas. El móvil higienista de los viajes y del descanso veraniego fue, no obstante, importante en las últimas décadas del siglo XIX y en las primeras del siglo XX. Esto hace que las playas, los manantiales de aguas minero-medicinales y, en su caso, los paisajes de montaña, con sus correspondientes establecimientos de alojamiento y cura del cuerpo y del espíritu, fueran escenarios cualificados del turismo de esos años. El turismo de salud, en su sentido amplio de turismo relax o *Wellness*<sup>3</sup>, no agotaba todas las modalidades turísticas, que iban desde el turismo cultural hasta el de naturaleza, pero tuvo una relativamente amplia acogida y desarrollo.

Galicia participó de esta geografía y de esta tipología del turismo. Una crónica de la citada Emilia Pardo Bazán mostraba como ya en 1891 el veraneo realizado en Galicia presentaba el doble perfil de turismo balneario y turismo de playa. Los “primeros turistas” llegados a Galicia, informaba, se “arriesgaron a cruzar nuestras escarpadas fronteras y pedir a nuestro suelo, nuestro ambiente, nuestras aguas y nuestros arenales, recreo y

salud”. Según el relato de la condesa, las playas iban “atrayendo por modo invencible a la gente forastera”, aunque eran las aguas minerales las que ofrecían un “mejor porvenir” como actividad y negocio turístico<sup>4</sup>. La Pardo Bazán, una asidua de los balnearios europeos y gallegos, no andaba desencaminada en sus apreciaciones, atinadas al menos para el corto y medio plazo.

El turismo de playa, con su evolución hacia un turismo hedonista, de recreo, más allá de las propiedades curativas atribuidas a las aguas de mar, avanzó cuantitativa y sociológicamente. Lo vemos en el entorno de villas y ciudades litorales como Baiona, Vigo, Marín, Vilagarcía, A Coruña, donde se conformaron “colonias de verano” durante el primer tercio del siglo XX. Ahora bien, la industria balnearia, pese a su relativo declive en los años próximos a la guerra civil, constituyó en materia estricta de turismo de salud, el segmento más relevante del conjunto de actividades del turismo gallego en este período. Sus infraestructuras eran las de mayor distinción y capacidad de acogida. Galicia constituía dentro de España una potencia balnearia.

Uno de los objetivos de este trabajo es mostrar la importancia balnearia de Galicia. Lo haremos utilizando la *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*. Esto es una novedad. Que sepamos ningún estudio sobre los balnearios españoles ha utilizado esta fuente fiscal para cifrar el fenómeno balneario.

El segundo objetivo tiene un planteamiento igualmente novedoso. Se trata de demostrar que los más afamados balnearios gallegos (Mondariz, A Toxa) van a constituirse en piezas de un proyecto de modernización económica de Galicia, del que el desarrollo turístico formó parte. Este desarrollo turístico incluía la proyección internacional, a través de la captación de clientes y de iniciativas empresariales foráneas, fundamentalmente británicas. Los balnearios elitistas gallegos, explicaremos, contribuyeron a descubrir una periferia del placer entre 1898 y 1914. La clientela de los balnearios gallegos era sobre todo nacional. Pero la proximidad de Portugal y la localización atlántica de Galicia facilitaba la afluencia de público extranjero, a través de la vía férrea que enlazaba, desde 1886, el país vecino con la provincia de Pontevedra por medio del puente internacional sobre el río Miño, e indudablemente de sus puertos. La revolución de los transportes marítimos con los vapores trasatlánticos convirtió también a las ciudades portuarias de Galicia en ámbitos de la movilidad internacional (emigrantes y turistas).

“Year after year our horde of pleasure-seekers are marshalled by companies for the invasion of Europe”, escribió en

<sup>4</sup> Pardo Bazán, 1891.

<sup>1</sup> Este artículo se beneficia de la financiación recibida a través del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía, que agradecemos (Código de los Proyectos: HAR2011-23214 y HAR2014-52023-C2-2-P). Agradezco los útiles comentarios de mis colegas Elvira Lindoso y Margarita Vilar, que me han permitido mejorar la versión final de este trabajo.

<sup>2</sup> “Crónica de Europa”, en *La Nación*, Buenos Aires, 1.º de diciembre de 1911. Recogida en Pardo Bazán, 2009, 143-148.

<sup>3</sup> Sobre el concepto turismo de salud, Goodrich & Goodrich, 1987. McKinsey & Company, 2009. Carrera & Bridges, 2006.

1906 el británico Edgar T. A. Wigram<sup>5</sup>. Ciertas ciudades marítimas vieron crecer, con ellos, los hoteles “continentales”, “modernos” o “internacionales” y, por tanto, una infraestructura receptiva que pretendía estar a la altura de las expectativas de esos visitantes. Al tiempo, se convirtieron igualmente en estaciones obligadas hacia los lugares de interés turístico (*spot*) y sus áreas de influencia (*hinterlands*). La experiencia internacional revela que, cuando los desplazamientos internacionales los protagonizaron los trenes y los trasatlánticos, los puertos y los centros turísticos costeros evolucionaron en paralelo, respondiendo a las transformaciones económicas generales en la esfera de la producción y del consumo, a los cambios en los estándares de vida, gustos y aspiraciones, a los ciclos de las modas, a la globalización y el aumento de la movilidad<sup>6</sup>.

Los puertos constituyen polos difusores de actividad económica. En el caso español, en esta se incluye, en el tránsito del siglo XIX al XX, la incipiente industria del turismo en aquellas localidades o provincias incorporadas a la “periferia del placer” de la época. Entendemos por tal el conjunto de regiones o destinos que se descubrieron al interés turístico internacional y se sumaron, con mayor o menor intensidad, a dicho turismo. Lo hicieron aportando, además de su dotación natural y cultural de recursos, un equipamiento turístico, creado por iniciativa autóctona o foránea, previamente o al calor de esa demanda extranjera, con objeto de captarla. Esta demanda procedía de “centros” emisores, en países industrializados, con relativamente elevados niveles de renta y que habían desarrollado una industria del viaje, como Inglaterra, Estados Unidos o Alemania<sup>7</sup>. En el caso español, Huelva, Cádiz (Algeciras, Sanlúcar de Barrameda), Málaga, Tenerife, Palma de Mallorca, Santander, San Sebastián, Barcelona o algunas de las ciudades coloniales del Magreb bajo dominio español se incorporaron a esta periferia del placer, al igual que lo hicieron Oporto, Lisboa y la isla de Madeira en Portugal<sup>8</sup>. En este trabajo explicaremos que Galicia también lo hizo, modestamente, por medio de la iniciativa de empresarios vinculados a los más importantes balnearios existentes, a la banca local, a la industria conservera, a los negocios portuarios y al transporte marítimo. Su epicentro estuvo en el puerto de Vigo y su momento central entre 1898 y la I Guerra Mundial. Mostraremos cómo esos empresarios contribuyeron a crear, en estos años, un producto turístico y, de la mano de sus socios británicos, ayudaron al descubrimiento de un destino en la periferia del placer del momento. Cuestión diferente fue la profundidad y la continuidad de los resultados. La clientela extranjera fue sólo una fracción de los usuarios de los balnearios elitistas gallegos. Galicia no se consolidó como destino turístico internacional, aunque el turismo exterior no desapareció tras la gran guerra.

5 Wigram, 1906, VII.

6 Borsay y Walton, 2011, 1-3.

7 Para el concepto de “periferia del placer” puede verse Turner y Ash, 1991, 10 (orig. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, 1976). Este concepto conecta con el de “centro-periferia” en la teoría del desarrollo económico desigual, formulada por Raúl Prebisch, 1949, y Celso Furtado, 1968, entre otros. Centro y periferia, aparecen “de nuevo” en la geografía económica de Paul Krugman en la década de 1990, desde presupuestos diferentes.

8 Cirer, 2014.

#### “PARA ENFERMOS Y SANOS”: TRADICIÓN TERMAL DE GALICIA Y MODERNIZACIÓN DEL PARADIGMA BALNEARIO EN EL TRÁNSITO DEL SIGLO XIX AL XX

Es ya un lugar común referirse a la importancia del fenómeno balneario en Galicia, que tiene que ver con una favorable dotación de recursos naturales. Esto hace que la práctica balnearia tenga aquí una gran tradición, asociada a las propiedades curativas de las aguas termales y a la abundancia de manantiales. Es sabida la existencia de culto protohistórico a las aguas, a las que se iría en busca de curación (peregrinación *ad aquas*). También es conocido el surgimiento de ciudades *Aquae* durante la romanización y el levantamiento en ellas de edificios específicos para los baños con aguas mineromedicinales. Así sucedía, por ejemplo, en Lugo, Carballo, Ourense, Caldas de Reis o Baños de Molgas, donde la arqueología constata la práctica de baños ya en época prerromana. Conocemos igualmente los trazos principales de la evolución de estos usos y de estas infraestructuras a lo largo de las edades Media y Moderna, en forma de decadencia y posterior recuperación. Una recuperación, parsimoniosa, que tuvo distintas facetas: la revalorización de la medicina clásica y las costumbres de griegos y romanos; el interés por la calidad curativa y analítica de las aguas mineromedicinales; y, el aprovechamiento y uso de estas aguas<sup>9</sup>.

De este aprovechamiento surgirán, sobre los enclaves termales tradicionales, a lo largo del siglo XIX en el conjunto de España, nuevos centros de baño, creados *ex novo*, que heredaban la tradición (toma de aguas y baños por sus virtudes medicinales), adaptándola a nuevas expectativas y necesidades. En estas se mezclaban la salud por las aguas y el disfrute de unos equipamientos específicos para el ocio en parajes naturales generalmente privilegiados, modelados al gusto, aspiraciones y formas de sociabilidad de la aristocracia y la burguesía. De este modo, al lado de los balnearios tradicionales, recuperados y en su caso remodelados, con usuarios de extracción popular y ámbito regional, surgieron grandes establecimientos en forma de villas termales. Estas estaban concebidas no sólo como centros de salud sino como lugares de descanso veraniego y de relación social, dirigidos hacia una clientela refinada de alto poder adquisitivo. El turismo de salud, en su doble vertiente terapéutica y de bienestar (*Wellness*), están aquí presentes. Se trató, así, de un cambio de paradigma, en el que el centro balneario de salud del modelo higienista del siglo XVIII, cuyo sujeto por el lado de la demanda era el enfermo (agüista), dio paso al centro terapéutico de veraneo, cuyos sujetos fueron los “bañistas” identificados cada vez más como “turistas”. La *Guía del Turista Mondariz-Vigo-Santiago*, editada por el balneario de Mondariz en 1912, con doble edición en castellano e inglés, es muy ilustrativa de esta evolución:

“para enfermos y sanos, para turistas y curiosos, Mondariz constituye un lugar de reposo lleno de gratos refinamientos europeos, en el cual se satisfacen por completo los gustos y las necesidades de los viajeros menos acomodaticios. La mayor parte de los que allí llegan lo hacen atraídos por la fama universal de las aguas (...). Pero con ellos vienen, de años acá en número cada vez mayor, excursionistas

9 Casal y González, 2010. Vallejo, 2013.

a quienes trae más que el deseo de recobrar la salud el de admirar la hermosura de esta comarca”.

La guía se dirigía a los turistas y hablaba de “turismo”, esto es, de “la afición a los viajes de recreo y de estudio, que antes parecía cosa ligera y superficial, pero que hoy tiene inmensa importancia en todos los países”<sup>10</sup>. En 1912, en Mondariz tenían claro quién era el sujeto tipo de su producto, como lo tenían en el balneario próximo de la isla de A Toxa.

La conversión de los balnearios y las villas termales en espacios duales, para la curación y el recreo, muestra un largo recorrido. Borsay y Walton lo han identificado en la Gran Bretaña del siglo XVIII<sup>11</sup>. El Bath que conoció la escritora Jane Austen en la primera década del siglo XIX es un ejemplo de este doble perfil, como refleja su *Sense and Sensibility* (1811). En el caso de Galicia este proceso de conversión de los balnearios en espacios de curas y de ocio y sociabilidad elitista apenas se había iniciado hacia 1891: “existen en Galicia aguas insustituibles, y así que nuestros establecimientos balnearios estén tan refinados de comodidad y tan variados de diversiones como los de otros puntos de España, y sobre todo del extranjero, nadie le regateará la fama que merecen”<sup>12</sup>. Para entonces el proceso ya estaba en marcha y no era desconocido. Sirva el ejemplo de lo que constatamos en el balneario de A Toxa.

En 1881, la *Ilustración Gallega y Asturiana* recogía el rumor de que “el importante balneario de la Isla de Loujo o Toja” iba ser arrendado por sus propietarios a una compañía inglesa, y que esta haría, “de seguro, un balneario modelo, así en lo que toca a las termas como a las condiciones puramente recreativas. Con esto y con la eficacia incomparable de los manantiales, tenemos por seguro que antes de cuatro años se darán cita los enfermos y los *touristes*, no sólo de España, sino también del extranjero, en ese encantador oasis, puesto para remedio de dolencias y melancolías en el medio de la ría de Arosa”<sup>13</sup>. El proyecto no se hizo realidad.

En 1904, nada más constituirse la Sociedad Anónima La Toja (1903), un asiduo del balneario, Ignacio Gürtler y Maroto, ya registraba los temores a aquel tránsito. La nueva sociedad, en un “brevísimo plazo realizó tantas y tan útiles y bien entendidas reformas, que fueron del entusiasmo de los antiguos bañistas, y puso de golpe el balneario a la altura de los mejor montados de España”. De esa forma, A Toxa reunía según él dos condiciones para la excelencia: una natural, “sus milagrosas aguas”, y otra social, el “sosiego para los bañistas y tranquilidad para sus respectivas consortes”. Aquí todavía no se registraba lo que Gürtler identificó como “la plaga devastadora y ruinosa que se extiende con creciente y tal vez irresistible empuje por renombradas playas y afamados balnearios, de señoras sin señorío”, al calor de la opción de estos por el “gran lujo y la comodidad” de un gran

hotel<sup>14</sup>. En 1915, Emilia Pardo Bazán constataba que definitivamente “la nueva fase de La Toja, su evolución, es hacia el gran Casino internacional de turismo alegre y elegante y de deportismo ultra chic”<sup>15</sup>.

En ese proceso existe, pues, un arrumbamiento de lo terapéutico, lo sanitario, a favor de lo lúdico, no generalizable a todas los establecimientos pero sí cada vez más extendido. En 1935, el doctor José de Eleizegui sostenía que “hasta ahora domina el concepto frívolo de ver en el Balneario las ventajas veraniegas, y sólo como añadidura las acciones terapéuticas hidro-minerales”, y que considerarlo “sólo como sitio de esparcimiento estival, de diversión y solaz, es rebajar la indicación curativa del agua”<sup>16</sup>. Esta afirmación se producía cuando el turismo, diversificado, se había decantado hacia las playas y los establecimientos termales salían, salvo excepciones, de su época dorada, en medio de un relativo declive —al menos en el número de concurrentes—, constatable desde la primera mitad de la década de 1920<sup>17</sup>. Las palabras de Eleizegui recogían, en cualquier caso, un debate recurrente en el seno de los balnearios acerca de si eran centros sobre todo de salud o centros de ocio y salud, discusión que a veces situó en posiciones contrarias a los directores médicos y a los propietarios de los mismos.

No ajeno a aquel debate, el hecho es que en ese momento los balnearios seguían una senda diferenciada del resto de la oferta turística española. Con motivo de las Exposiciones internacionales de 1929, en Barcelona y Sevilla, el Patronato Nacional de Turismo editó una extraordinaria *Guía Oficial de Hoteles, Pensiones, Casa de viajeros, Restaurantes, Bares y Garages* (sic), pero no hizo nada parecido respecto a los balnearios ni los integró en esa guía oficial. Las dos guías generales de balnearios editadas en estos años con fines promocionales, lo fueron por iniciativa de la Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia, en 1927, con patrocinio de la Dirección General de Sanidad, y en 1935. En esta última, dicha Asociación se quejaba de que los establecimientos termales “ni incidentalmente figuren apenas en las Guías turísticas”, a pesar de que su “situación estratégica” para “la continuación de viajes o para una estancia accidental” estaba “muy por encima en elementos, belleza y facilidades de todas clases” de la que ofrecían “otras instalaciones, que, con pretensiones de tipismo o sabor clásico, no atraen mucho, aunque ciertamente estén inspiradas en el mejor deseo”<sup>18</sup>.

Estos testimonios ilustran que en España y en Galicia se produjo, pues, la modernización balnearia durante el siglo XIX y el cambio de paradigma en los usos de los espacios termales, desde el último cuarto de esta centuria, como han demostrado Luis Alonso, Elvira Lindoso y Margarita Vilar. Su reciente investigación del fenómeno balneario gallego y español ha recopilado asimismo las cifras aportadas por las Guías y Anuarios oficiales estadísticos

10 *Guía del turista*, 1912, 5-7.

11 Borsay, 2000. Walton, 2002.

12 Pardo Bazán, 1891.

13 *La Ilustración Gallega y Asturiana*, 33, III, 28 de noviembre de 1881, 396. Otro tanto sucedía con los baños de ola. En 1882, un periódico de Santiago dedicaba un artículo a “Carril, puerto de baños y recreo” en la ría de Arousa (*Gaceta de Galicia*, 19 de julio de 1882).

14 Gürtler, 1904, 17-19.

15 Pardo Bazán, 1915.

16 Eleizegui, 1935, 10. Las etapas de la formación del turismo de salud y bienestar en España, en Alonso, 2012 y 2013.

17 “La edad de oro del turismo termal, 1875-1922”, en Alonso, Vilar y Lindoso, 2012, 124-131.

18 “Balnearios y turismo”, en Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia, 1935, 157.

de balnearios y los Anales de la Sociedad Española de Hidrología Médica sobre el número de establecimientos y de usuarios de los mismos. Estos datos certifican la importancia balnearia de Galicia en el conjunto de España<sup>19</sup>.

#### LA IMPORTANCIA BALNEARIA DE GALICIA

Las cifras de las Guías, Anuarios y Anales citados no agotan, no obstante, el conocimiento estadístico de los balnearios en España, del que falta aproximar, en todo caso, su relevancia económica. Esta última es una cuestión difícil. Lo constataron los técnicos del Banco Urquijo que dieron lugar, en 1920, al esfuerzo hasta entonces más ambicioso de cifrar “la riqueza y el progreso de España”. Según ellos era necesario contabilizar “las aguas minero-medicinales que con extraordinaria abundancia y variedad existen en nuestro suelo”. El problema residía en que “como la mayor parte de ellos están en poder de particulares y sólo algunos se hallan explotados por Sociedades anónimas, es imposible calcular en cifras con datos seguros la cantidad de riqueza que representan: por lo que nos hemos de limitar a una indicación de los establecimientos existentes, con arreglo a los más recientes datos de la Dirección General de Sanidad”. Esos datos indicaban que había aguas minero-medicinales en todas las provincias españolas, salvo en Huelva, Palencia, Segovia y Soria, y que se contaba con 198 establecimientos balnearios y 22 manantiales, donde sólo estaba autorizado el uso del agua para bebida<sup>20</sup>.

Esa carencia de datos económicos agregados puede ser parcialmente paliada por una fuente fiscal, la Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio (CIC). Este impuesto era pagado por la mayor parte de aquellos establecimientos. En 1920, por ejemplo, había sólo 25 sociedades anónimas de “Balnearios y Aguas minerales”, que tributaban por el impuesto de Utilidades. La de la CIC es una fuente hasta ahora inédita en los estudios españoles sobre la historia del turismo balneario, y más ampliamente de la historia del turismo. La Estadística de la Contribución Industrial y de Comercio ha sido empleada de forma pionera y fructífera para el estudio de la industria en España por Jordi Nadal en 1987<sup>21</sup>; también podría ser usada para acercarse de forma general al turismo español del primer tercio del siglo XX.

Esta fuente ofrece, de partida, varias ventajas. Permite elaborar una serie histórica, sin cortes temporales, desde principios del siglo XX hasta la Guerra Civil. Registra las actividades que consideramos “características del turismo”, incluida la balnearia de aguas marinas y termales. Este registro se hace por provincias, con lo que cabe el agregado regional. Así, es posible presentar un cuadro de la oferta turística potencial, regionalizada, y su evolución a lo largo de dicho período. Uno de sus inconvenientes es que no recoge las provincias vascas y Navarra, debido a su régimen fo-

19 Alonso, Lindoso y Vilar, 2011 y 2012, han hecho un extraordinario trabajo de agregación, del que tendrá que partir cualquier trabajo que pretenda abordar el desarrollo balneario español con una perspectiva global. Sobre turismo termal en España, ver también Alonso, 2012 y 2013. Larrinaga, 2003, 2005, 2011 y 2013. Molina, 2010.

20 Banco Urquijo, 1920, 79-94.

21 Nadal, 1987.

ral, específico. Otro es la posible ocultación de bases fiscales, que sabemos se daba en varias actividades. No obstante, al menos en cuanto a los establecimientos balnearios, esta ocultación parece irrelevante. Nos consta que algún balneario se abrió clandestinamente, pero estamos ante casos aislados<sup>22</sup>. Así por ejemplo, la comparación de la Estadística de la CIC con los datos oficiales de la Dirección General de Sanidad –usados por el Banco Urquijo para 1920–, revela que en ese año los “contribuyentes” (balnearios) que pagaban la CIC eran algo más que los establecimientos recogidos en aquellos datos de Sanidad.

Otra de las limitaciones de esta fuente es que aproxima la importancia del negocio a partir de las cuotas pagadas. Estas no reflejan las contabilidades o resultados económicos de la actividad balnearia, ni tampoco los de los establecimientos industriales. Estamos ante un impuesto objetivo, indiciario. Las cuotas se fijaban por indicadores indirectos del volumen de negocio como era el tamaño de la población o el número de “pilas o tinas” (en las casas de baños de mar) o el de usuarios (en los balnerios). Por tanto, sólo dejan intuir muy aproximadamente los resultados de estas empresas, como hacían las Guías que recogían el número de concurrentes. Ahora bien, a diferencia de dichas Guías, la Estadística de la CIC permite estimar la importancia relativa del sector balneario en relación al conjunto de los servicios e industrias del primer tercio del siglo XX<sup>23</sup>.

Las únicas fuentes que registran el negocio balneario son los Balances de Sociedades que las empresas del ramo constituidas como sociedades anónimas tenían que presentar en la Delegación de Hacienda para liquidar el impuesto de Utilidades, y las Memorias que aquellas presentaban anualmente a sus juntas de accionistas<sup>24</sup>. Esas cifras fueron recogidas parcialmente en el *Anuario Financiero*, publicado en Bilbao por José Marco-Gadoqui desde 1914, y en el *Anuario Financiero y de Sociedades Anónimas*, fundado por Daniel Riu y editado en Madrid<sup>25</sup>. Ahora bien, el número de balnearios constituidos como sociedad anónima apenas alcanzaba el diez por ciento del total, y hubo algunos balnearios importantes que no fueron sociedades anónimas, como el de Mondariz en Galicia, que era el que figuraba con mayor cuota por CIC<sup>26</sup>.

Así las cosas, este artículo no pretende resolver la cuestión aludida del volumen del negocio balneario porque la Estadística

22 Como el que se abrió en Tremo, parroquia de Los Ángeles, ayuntamiento de Brión, en la provincia de A Coruña, *Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados*, legislaturas de 1918-1919 y 1919-1920.

23 Su información la completan, para cada provincia, los libros de Matrícula Industrial, disponibles en las secciones de Hacienda de los Archivos Históricos provinciales. En ellos se registran, municipio a municipio, el nombre de los contribuyentes por este concepto, la localización de los establecimientos balnearios y las cuotas a pagar en función de los índices de la importancia de su actividad.

24 En el Archivo Histórico Provincial de Pontevedra, en “Archivo Delegación Hacienda. Pontevedra. Administración de Rentas Públicas. Balances de Sociedades” y en el de la “Subdelegación de Vigo”.

25 En 1916 y 1917 se publicó como *Anuario Financiero y de valores mobiliarios*. La edición de 1935 correspondía a su año XX. Ambos Anuarios pueden consultarse en la Biblioteca del Banco de España.

26 En 1933 Mondariz pagó a Hacienda 6.752 pesetas, que representaban el 30,5 % y el 4,4 % del total pagado por los balnearios gallegos y españoles, respectivamente; calculado a partir de *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial, de Comercio y Profesiones*. 1933, 172-173. En 1935, el balneario de A Toxa pagó por el impuesto de Utilidades 7.925 pesetas (Martín, 2008, 566-567).

de la CIC no es útil a estos efectos, pero sí puede aproximar la importancia de las empresas balnearias de un territorio, en este caso de Galicia, respecto al total, así como su entidad económica con relación a otras actividades comerciales e industriales registradas fiscalmente. En este último aspecto constatamos que los balnearios españoles representan en las tres primeras décadas del siglo XX un sector económico modesto dentro del conjunto de actividades comerciales (servicios) que tributaban por la Tarifa II de la Contribución Industrial y de Comercio. El número de contribuyentes y la cuantía de sus cuotas no llegaban al 1 % de los sujetos a la referida Tarifa II (Tabla 1)<sup>27</sup>.

Tabla 1. El negocio balneario en la Tarifa II de la Contribución Industrial y de Comercio, 1900-1922

	Contribuyentes			Cuotas		
	Balnearios (1)	Tarifa II (2)	% (1)/(2)	Balnearios (1)	Tarifa II (2)	% (1)/(2)
1900	210	64.550	0,3	53.344	13.319.384	0,4
1910	223	44.277	0,5	47.808	6.357.859	0,8
1922	252	52.069	0,5	100.460	17.755.635	0,6

Fuente: *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*.

Respecto a los balnearios gallegos, la estadística de la CIC revela que entre 1895 y 1933 se abrieron anualmente al público unos treinta y cinco establecimientos por término medio, que representan el 14-15 % del total español, que estuvieron ligeramente por encima de la media en cuanto a afluencia y prestaciones, si tenemos en cuenta que contribuyeron con el 15-16 % de las cuotas por CIC en ese mismo periodo (Tablas 2 y 3). Estas cifras casan con las recogidas en las Guías o Anuarios que registraban la concurrencia a los balnearios gallegos en el primer tercio del siglo XX, situándola en el 15 % de la demanda de todas las instalaciones termales españolas (Tabla 4). Las cifras fiscales confirman, así, la posición de Galicia como una de las comunidades líderes en materia de turismo balneario, nota de hegemonía a la que hay que unir la de estabilidad a largo plazo, más allá de fluctuaciones coyunturales (Tablas 2 a 4).

A la importancia cuantitativa se une asimismo la nota de la calidad. Los balnearios gallegos no tenían todos ellos la misma categoría. En este periodo aquí estudiado encontramos dos grandes tipos de establecimientos<sup>28</sup>. Por una parte, los balnearios de tipo tradicional, de propiedad familiar orientados hacia una clientela popular local o regional, con instalaciones modestas que perfeccionaron sus equipos y prestaciones terapéuticas desde el último cuarto del siglo XIX e incorporaron servicios propios de hostelería, hasta el punto de que a finales de la década de 1920 desapareció,

<sup>27</sup> En 1900 en la Tarifa II figuraban las siguientes actividades: sociedades cooperativas destinadas a la producción, al comercio o al préstamo, agentes, almacenistas, consignatarios, contratistas, especuladores, prestamistas, tratantes, baños, establecimientos de fabricación o preparación de aguas minerales, casas de salud y manicomios, editores de obras y empresas periodísticas, establecimientos de enseñanza, teatros, conciertos, bailes, circos, hipódromos y velódromos, corridas de toros, novillos, etc., juegos públicos permitidos, industrias de transportes y alquiler de caballerías y carruajes, lavaderos públicos y varias industrias.

<sup>28</sup> Sobre el particular ver Alonso, Lindoso y Vilar, 2011, 42. Vilar y Lindoso, 2010.

Tabla 2. Balnearios en Galicia y España. Número de establecimientos (contribuyentes), 1895-1933

	Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia	España	% G/E
1895	4	1	9	8	22	175	12,6
1900	5	2	10	22	39	210	18,6
1910	3	3	11	24	41	223	18,4
1914	3	4	10	8	25	234	10,7
1918	3	3	10	24	40	233	17,2
1922	4	4	13	6	27	252	10,7
1929	3	4	14	18	39	298	13,1
1933	4	6	14	24	48	312	15,4

Fuente: *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*. Elaboración propia.

Tabla 3. Balnearios en Galicia y España. Impuestos pagados, 1895-1933 (pts)

	Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia	España	% G/E
1895	605	728	1.162	3.519	6.013	52.230	11,5
1900	578	783	1.040	6.661	9.061	53.344	17,0
1910	454	1.113	1.931	5.177	8.675	47.808	18,1
1914	528	1.468	1.988	5.462	9.446	69.487	13,6
1918	528	1.534	1.988	7.267	11.317	51.712	21,9
1922	1.003	2.811	4.524	2.547	10.885	100.460	10,8
1929	1.006	3.128	5.708	14.536	24.378	139.849	17,4
1933	1.132	3.734	5.708	11.535	22.109	152.002	14,5

Fuente: *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*.

Tabla 4. Importancia de los balnearios gallegos, 1904-1931 (Porcentajes del total español)

Años	Balnearios	Impuestos	Concurrentes
1904	11,5	13,0	13,8
1913	10,7	13,9	16,6
1922 <sup>(1)</sup>	10,7	10,8	13,2
1929 <sup>(1)</sup>	13,1	17,4	15,6
1931	15,0	14,4	16,8

Fuentes: *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*; Alonso, Lindoso y Vilar, 2011, 45. Elaboración Propia.

Nota: <sup>(1)</sup> Las cifras de 1922 y 1929 son 1923 y 1928 para los concurrentes.

en la estadística de la Contribución Industrial y de Comercio, el apartado "Establecimientos de aguas minerales o medicinales sin fonda y hospedaje". Por otra parte, se encuentra una categoría de grandes establecimientos que trataban de reproducir el modelo europeo de las grandes estaciones balnearias, orientadas a un público elitista y con proyección internacional. En ellos, al tratamiento hidro-terapéutico se van a unir todo tipo de elementos que permitirán, en un ambiente de confort y relax, equiparado a los estándares internacionales, descanso y diversión a un público no necesariamente enfermo: balneario, gran hotel, restaurante, casino, salón de baile, teatro, cine, pistas para la práctica de deportes (tiro de pichón, tenis), etc., que permitían descanso

estival y sociabilidad elitista, convirtiendo el balneario en una especie de escenario, en un lugar de representación social<sup>29</sup>.

Esta multifuncionalidad se plasma en un programa constructivo, el del Palacio-balneario, que se impone en la Europa del tránsito del siglo XIX al XX, en el que vemos agrupar la instalación termal, el hotel, el restaurante, el casino, las actividades comerciales y lúdicas en un único edificio o complejo; una solución constructiva que viene a ser la adaptación de la tipología del *Palace Hotel* que se extiende por las capitales europeas siguiendo el modelo parisino<sup>30</sup>. En el caso gallego son dos los balnearios que se configuran como villas termales, ambos en la provincia de Pontevedra: Mondariz, desde 1898 cuando se inauguró su Gran Hotel (a 35 kilómetros de Vigo), y A Toxa, desde 1903-1908, cuando echó a andar su Gran Hotel (a 32 km. de Pontevedra y 30 de Vilagarcía de Arousa).

Esos dos grandes balnearios de A Toxa y Mondariz eran referentes en el panorama español en cuanto a la calidad de las instalaciones y de su hospedaje, según las autoridades sanitarias, los directores médicos y los usuarios. Pero no eran los únicos. En Galicia existía un grupo de establecimientos termales que figuraban entre los de mejor cualificación a nivel nacional, en el que se incluían los de Lugo ciudad, Caldelas de Tui (Pontevedra), Guitiriz (Lugo) y Verín (Ourense), según muestra la Tabla 5, referido a 1930.

Tabla 5. Algunos índices de calidad de los balnearios gallegos, 1930

Establecimiento	Instalación y hospedaje
A Toxa (Pontevedra)	6,6
Mondariz (Pontevedra)	6,6
Lugo (Lugo)	5,5
Caldelas Tui (Pontevedra)	5,5
Guitiriz (Lugo)	4,4
Verín (Ourense)	4,4
Molgas (Ourense)	2,2

Referencias: 6: magnífico; 5: excelente; 4: bueno; 3: completo; 2: bien acomodado. Fuente: Alonso, Lindoso y Vilar, 2011, 41.

Atendiendo a las cifras de concurrencia, en la geografía balnearia de Galicia del siglo XIX dominaban los balnearios históricos de Caldas de Reis (balnearios de Dávila y de Acuña) y O Carballiño (Carballiño y Partovia); esto sucedió hasta la irrupción de Mondariz y de A Toxa. La primacía, desde entonces, la detentan estos dos establecimientos, por su mayor capacidad receptiva, la calidad de sus instalaciones y la orientación de su negocio.

#### LA PRIMACÍA TERMAL DE LA PROVINCIA DE PONTEVEDRA

Más allá de esta mutación en el mapa del mercado balneario, hay un hecho que destaca en la geografía balnearia gallega: la

<sup>29</sup> Leboreiro, 1994, 45.

<sup>30</sup> Véase Meade, 1999, 193. Leboreiro, 1997. Martín, 2008, a quien agradezco sus amables informaciones sobre el balneario de A Toxa.

importancia termal de la provincia de Pontevedra. Esta concentra casi la mitad de los balnearios gallegos entre 1895 y 1935, y más de la mitad del negocio balneario de Galicia (Tablas 6 y 7), un porcentaje que muy probablemente supere el 65 %, dado que la estadística de la Contribución Industrial y de Comercio no incluye el Balneario de A Toxa, que paga el Impuesto de Utilidades al ser sociedad anónima.

Tabla 6. Geografía de los balnearios de Galicia, 1895-1933 (%)

	Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
1895	18,2	4,5	40,9	36,4
1900	12,8	5,1	25,6	56,4
1910	7,3	7,3	26,8	58,5
1914	12,0	16,0	40,0	32,0
1918	7,5	7,5	25,0	60,0
1922	14,8	14,8	48,1	22,2
1929	7,7	10,3	35,9	46,2
1933	8,3	12,5	29,2	50,0

Fuentes: Las de la Tabla 2.

Tabla 7. Geografía de los balnearios de Galicia, 1895-1933. Impuestos pagados (%)

	Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
1895	10,1	12,1	19,3	58,5
1900	6,4	8,6	11,5	73,5
1910	5,2	12,8	22,3	59,7
1914	5,6	15,5	21,0	57,8
1918	4,7	13,6	17,6	64,2
1922	9,2	25,8	41,6	23,4
1929	4,1	12,8	23,4	59,6
1933	5,1	16,9	25,8	52,2

Fuentes: Las de la Tabla 2.

Tabla 8. El negocio balneario en la provincia de Pontevedra, 1900-1933. Cuotas pagadas por Contribución Industrial y de Comercio (en pesetas)

	Pontevedra (1)	España (2)	% (1)/ (2)
1900	6.661	53.344	12,5
1910	5.177	47.808	10,8
1918	7.267	53.344	13,6
1929	14.536	139.849	10,4
1933	11.535	152.002	7,6

Fuentes: Las de la Tabla 2.

Los balnearios de Pontevedra se concentran en un radio de unos setenta km, dando lugar a una de las mayores densidades balnearias de España, tanto por número como por volumen de negocio. Antes de la República, representaban entre el 10 y el 14 % del sector balneario español, atendiendo a las cuotas pagadas por Contribución Industrial (Tabla 8). Por ello no es de extrañar que, reuniendo la mayor cantidad de balnearios y los de más calidad,

con estándares de confort y servicios internacionales, sea desde esta provincia balnearia desde donde se protagonice el plan más ambicioso de proyectar Galicia al turismo exterior, a partir de sus dos grandes activos: Mondariz y A Toxa. Algunos expertos extranjeros lo corroboraron. Mister Geissler, “propagador del turismo en Inglaterra”, afirmaba en 1910 que “tiene Mondariz un hotel que puede servir de norma a los que hagan en los Balnearios gallegos (...), apenas se nota falta alguna por los más exigentes”; prueba de ello era que estaba siendo “concurridísimo por enfermos de todos los países del mundo, también los sanos acuden a solazarse en tan espléndido sitio”. Otro tanto opinaba de A Toxa: “Merecen elogio sin cuento los propietarios de este espléndido Balneario. Ellos hicieron por la riqueza del país una labor fecundísima. La Toja tiene que ser, necesariamente, un punto visitadísimo por los turistas, ya que reúne cuanto estos apetecen: panoramas, comodidad, higiene, etcétera, etcétera”. Geissler identificaba notables debilidades en la infraestructura del viaje y del alojamiento para el desarrollo turístico de Galicia, pero tenía claro que, de seguirse el modelo de aquellos dos balnearios pontevedreses, le esperaba “un porvenir próspero, de riqueza y bienestar”. Suiza, una nación que “vive casi exclusivamente del turismo”, era el ejemplo a seguir; sólo había que ponerse a su altura “en cuanto a higiene, comodidades, *confort* y comunicaciones se refiere”<sup>31</sup>. Una tarea muy exigente.

Pontevedra tenía varios activos para el desarrollo turístico. Uno eran sus puertos de Vilagarcía, Marín y Vigo, una ciudad esta última en efervescencia económica con una activa e influyente clase empresarial. La provincia contaba asimismo con una excepcional representación en la política nacional, y por lo tanto con cierta relevancia en la geografía de la influencia, en los años finales del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX.

La provincia de Pontevedra tenía, por otra parte, una favorable dotación de recursos en sus rías para el desarrollo del turismo de playa. En las Rías Bajas, desde la de Arousa hasta la de Vigo y Baiona, se concentraba un atractivo núcleo de colonias veraniegas, en torno a las playas y las casas de baños allí construidas. Carril y Vilagarcía, con su playa de la Concha y su casa de baños “La Concha de Arosa”, creada en 1888 por la “Asociación Gallega” de los hermanos José y Laureano Salgado era uno de esos núcleos. La había diseñado el arquitecto Jenaro de la Fuente, proyectista asimismo del Gran Hotel Balneario de Mondariz (1893-1898). Salgado será, y no por azar como vemos, uno de los socios fundadores de la Sociedad Anónima de la Toja en 1903, lo que revela que en el turismo de salud de la época existían vasos empresariales comunicantes entre los negocios de playa y los negocios termales. En este núcleo arosano se ideó en la primera década del siglo XX un proyecto empresarial de convertir A Toxa, con las localidades de Carril y Vilagarcía, en una “hermosa y atractiva” área residencial “para que la Ría de Arosa sea el punto de concentración de esa ola humana que periódicamente visita la famosa Cote d’Azur, Biarritz, etc.”. Dos de sus promotores fueron, en 1907, el citado Laureano Salgado y el empresario vigués José Barreras Massó. El proyecto estaba ligado al de la residencia veraniega para el rey Alfonso XIII en la isla de Cortegada, próxima a la de A Toxa,

<sup>31</sup> Geissler, 1910, 15-16.

puesto en marcha en 1902. Ese mismo año todos los partícipes de los baños de La Toja vendieron sus derechos a la Sociedad General Española de Drogueros, representada en esta ocasión por Don Laureano Salgado, de Caldas<sup>32</sup>. La coincidencia no era casual.

Otra de las colonias de las Rías Bajas será la de Marín (Ría de Pontevedra), en torno a la playa de Placeres. Contaba con Casa de Baños y el “Gran Hotel Restaurant de los Placeres” al borde de la playa con “Baños de mar libre y templados”. Estaban próximos a una serie de chalets de varias personalidades (José Echegaray entre ellas) y al palacete de verano del influyente político gallego Eugenio Montero Ríos. Este, propietario del citado Hotel de Placeres, y su yerno el diputado Eduardo Vincenti, apoyaron desde el gobierno y el parlamento las iniciativas turísticas desplegadas en Galicia durante estos años<sup>33</sup>.

Vigo y Baiona contaban asimismo con una tradición de veraneo y baños de mar ya asentada a principios de los años 1880, como revelan las infraestructuras para el baño y testimonian las guías de turismo elaboradas en Galicia desde 1883. Vigo dispuso de una casa de Baños, La Iniciadora, desde 1876, obra también de Jenaro de la Fuente, y con diversos proyectos para construir otras, en 1877, 1881, 1889, 1897, 1907, 1909 y 1916, algunos de los cuales llegaron a materializarse, como el solicitado en 1889 por el ya citado Laureano Salgado, al que le fue concedido en 1895 en la playa de Coia (Vigo)<sup>34</sup>. Eran, no obstante, casas de baños cualitativa y comparativamente, modestas.

En Galicia hubo menos casas de baños que balnearios, y de aquellas más en la provincia de Pontevedra que en la de A Coruña. Por volumen de negocio, expresado a través de las cuotas pagadas por Contribución Industrial y de Comercio, fue la de A Coruña la más importante, por contar con casa de baños “permanente” durante todo el año (Tablas 9 y 10)<sup>35</sup>. También fue la ciudad de A Coruña la que constituyó, en torno a sus fiestas de verano, su playa de Riazor y las playas próximas, como la de Santa Cristina en Oleiros, así como las campañas de lo que hoy llamamos turismo urbano, el más importante centro de actividad turística en la Galicia del primer tercio del siglo XX, aunque lejos de destinos como Santander o San Sebastián, mejor comunicados y próximos a Francia. El turismo ligado a las playas, los baños de mar y el paisaje litoral de Galicia tuvo desarrollo durante el primer tercio del siglo XX, sobre todo en las décadas de 1920 y 1930. Está por estudiar su importancia económica. Los datos disponibles hacen presuponer que, no obstante, con él no se desarrolló una industria turística equiparable al de otras provincias atlánticas españolas<sup>36</sup>.

<sup>32</sup> *Diario de Pontevedra*, 14 de febrero de 1902.

<sup>33</sup> Montero Ríos apoyó, por ejemplo, a Enrique Peinador en sus inicios en Mondariz: *Mondariz*, 7, 1915, 138. Vincenti, a su vez, defendió en 1918 en las Cortes la petición de la Asociación para el Fomento del Turismo de Galicia de que no se racionase la gasolina, en la época balnearia (de junio a septiembre), a los servicios de automóviles de los balnearios gallegos (Cuntis, Mondariz, A Toxa, Caldas, etc.), dada la escasez de combustible generada por la guerra mundial.

<sup>34</sup> Garrido, 2000.

<sup>35</sup> En las tablas, las casas de baños lo son de aguas dulces y de mar, temporales de verano y de todo el año. En la provincia de Pontevedra la totalidad son baños de verano.

<sup>36</sup> En 1915 no estaba desarrollada esa industria turística pese a los “contingentes de bañistas” que aflúan a “Bayona, Vigo, Marín, Villagarcía, La Coruña, La Guardia, Bueu, Cangas, Moaña, Riveira, Muros, La Puebla, Cambados, El Grove... (y) las ciudades todas” de Galicia, en julio, agosto y septiembre. Nada parecido

Tabla 9. Negocio de los baños en España y en Galicia, 1895-1933. Número de establecimientos

	Galicia			España			%G/E		
	Casas Baños	Balnearios	Total	Casas Baños	Balnearios	Total	Casas Baños	Balnearios	Total
1895	12	22	34	256	175	431	4,7	12,6	7,9
1900	16	39	55	215	210	425	7,4	18,6	12,9
1910	22	41	63	242	223	465	9,1	18,4	13,5
1914	21	25	46	261	234	495	8,0	10,7	9,3
1918	28	40	68	280	233	513	10,0	17,2	13,3
1929	17	39	56	488	298	786	3,5	13,1	7,1
1933	29	48	77	537	312	849	5,4	15,4	9,1

Fuentes: Las de la Tabla 2.

Tabla 10. Negocio de los baños en España y en Galicia, 1895-1933. Impuestos pagados

	Galicia			España			%G/E		
	Casas Baños	Balnearios	Total	Casas Baños	Balnearios	Total	Casas Baños	Balnearios	Total
1895	1.133	6.013	7.146	36.906	52.230	89.136	3,1	11,5	8,0
1900	1.339	9.061	10.400	37.283	53.344	90.626	3,6	17,0	11,5
1910	2.393	8.675	11.068	32.701	47.808	80.509	7,3	18,1	13,7
1914	3.368	9.446	12.814	37.806	69.487	107.293	8,9	13,6	11,9
1918	3.404	11.317	14.721	37.447	51.712	89.159	9,1	21,9	16,5
1929	6.528	24.378	30.906	73.130	139.849	212.979	8,9	17,4	14,5
1933	7.130	22.109	29.239	95.305	152.002	247.307	7,5	14,5	11,8

Fuente: *Estadística Administrativa de la Contribución Industrial y de Comercio*.

En este período, los balnearios fueron las infraestructuras más importantes del turismo de salud. Los empresarios de su segmento elitista serán quienes pongan más empeño en atraer al turista y proyectar Galicia al turismo internacional. Ese empeño de convertir Galicia en un “emporio turístico” tuvo un momento extraordinario entre 1898 y la primera guerra mundial. Coincidió con un boom de la inversión empresarial regional y con un clima nacional de optimismo en torno a las posibilidades del turismo, un “origen de ingresos en oro, hasta no hace muchos años poco importante”, a juicio del ministro de Hacienda Navarro Reverter en 1912<sup>37</sup>.

Los empresarios de esos grandes balnearios, orientados a la clientela española y extranjera, van a dar forma, en este período, a un ambicioso proyecto para situar Galicia en el mapa del turismo internacional, y el turismo, como actividad económica moderna, en una de las palancas de su desarrollo, al lado de otros sectores modernizadores que apuntaban entonces, como la banca regional, la industria conservera, la construcción naval, la electricidad, los transportes y el aprovisionamiento a buques (consignatarios) o la construcción urbana. Se trataba de superar, también con la aportación del turismo, la situación de atraso económico gallego. Lo verbalizó con claridad uno de estos em-

presarios, el indiano Casimiro Gómez, propietario de Aguas Lérez (1904) y del Balneario del mismo nombre, en el acto de inauguración de este en 1906, cuando afirmó aceptar gustoso la “invitación” para “colaborar al fomento y progreso de esta región”<sup>38</sup>.

El desarrollo turístico se incorporó asimismo a los programas políticos. El de *Acción Gallega*, de 15 de enero de 1910, lo recogía en lugar destacado: “3.º Laborar por conseguir comunicaciones fáciles y rápidas entre Galicia y el resto del mundo. 4.º Fomento del turismo”. En su confección participó Enrique Peinador, propietario del balneario de Mondariz<sup>39</sup>. La familia Peinador se destacó en aquella “patriótica empresa de hacer de Galicia un emporio turístico”, según declaraba su revista *Mondariz* en 1915<sup>40</sup>.

El atraso gallego venía expresado en la primacía de las actividades primarias (más de las terceras partes de la población activa), el peso de la población rural, los bajos niveles de renta e incluso la miseria, así como en la incapacidad del tejido productivo para ofrecer empleo a los habitantes de una región densamente poblada. Esa incapacidad se traducía en las dos últimas décadas del siglo XIX y antes de la primera guerra mundial, en

38 *Diario de Pontevedra*, 24 de agosto de 1906, 2.

39 *Acción Gallega*, 1, 15 de enero de 1910. Álvarez, 1977, 21-27. Este último narra cómo surgió el programa en unas reuniones en la cervecería Excelsior de Madrid, en las que participaron él mismo, Alfredo Vicenti (periodista) Manuel Portela Valladares (político), Enrique Peinador Vela (propietario del balneario), Luis Antón Olmet (director de la *Biblioteca de Escritores Gallegos*) y Prudencio Canitrot (pintor), entre otros.

40 “El turismo y este libro”, *Mondariz*, 1, 1915, 12.

a la “inmensa riqueza de las playas, esa provechosa industria del veraneo, que es único motivo de vida para algunos pueblos –San Sebastián– y fuente de ingresos muy saneados para otros –Gijón, Santander, Bilbao–” (Bóveda, 1915, 57).

37 *Gaceta de Madrid*, 16 de diciembre de 1912, 821.

una emigración de masas persistente, estructural. Lo expresó así la *Guía del Turista Mondariz-Vigo-Santiago* (1912):

“Tiene Galicia una población de cerca de 2.300.000 habitantes, de los cuales pertenecen casi 500.000 a la provincia de Pontevedra.

De la totalidad, viven unos 320.000 en 11 ciudades y 90 villas, correspondiendo a Pontevedra tres de las primeras y 28 de las segundas. Los demás son campesinos, incluso los pescadores que, en sus tres cuartas partes, unas veces aran el mar y otras aran la tierra.

Son millares los que anualmente emigran, porque el suelo natal no basta a alimentarlos, y porque la Administración, el Fisco y el régimen singular del dominio directo y del útil [el régimen de la propiedad de la tierra, basado en los foros] los ahuyentan de sus chozas”<sup>41</sup>.

#### LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS BALNEARIOS GALLEGOS EN EL PRIMER TERCIO DEL SIGLO XX

Los programas constructivos de Mondariz y A Toxa son la expresión material de la clientela a la que iban dirigidos. En un entorno subdesarrollado que se desperezaba por salir del atraso económico, estas empresas balnearias eran realmente enclaves, esto es, ámbitos de salud, de ocio y de negocio sustancialmente distintos al medio que les rodeaba. Tenían una clientela local, incluso de beneficencia, a la que atendían algunas de sus instalaciones. Pero lo sustancial de estas se destinaba al público refinado de las ciudades gallegas, españolas o de otros países. La captación de clientela extranjera estaba incorporada a la naturaleza de estas empresas desde su fundación. El caso de A Toxa es expresivo de su orientación al mercado británico. “Todas sus instalaciones higiénicas están hechas con arreglo a las disposiciones vigentes en Inglaterra para esta clase de edificios”, hasta el punto de que la colocación de su equipo fue dirigida por una “reputada casa inglesa”<sup>42</sup>. Portugal, Latinoamérica (Argentina, Uruguay, Brasil, Venezuela), América del Norte y sobre todo Inglaterra y sus colonias eran los potenciales centros emisores en los que estaban puestas las expectativas empresariales, además de la clientela nacional. Otro tanto sucedía con Mondariz. Su potente estrategia publicitaria lo confirma. Su excelente álbum ilustrado *Mondariz*, del que se publicaron 6.000 ejemplares para repartir entre los asistentes al XV Congreso Internacional de Médicos de Lisboa de mayo de 1906 y para venta al público, es una muestra clara de esta vocación internacionalizadora.

Desconocemos las cifras de concurrencia extranjera a estos balnearios de postín. Se ha escrito que los portugueses llegaron a suponer un tercio de la clientela de Mondariz. La familia real y su séquito veranearon allí, donde tenían un hotelito para su alojamiento. Tras la implantación de la república en octubre de 1910, la afluencia aristocrática portuguesa se redujo. Se ha afirmado que, fuera de los portugueses, entre 1918 y 1922 el 7-8 % de aquella clientela era extranjera<sup>43</sup>. Sea este u otro porcentaje,

el hecho es que su público respiraba cosmopolitismo y que, como constató en 1910 Mister Geissler, lo había de diversas nacionalidades. Los británicos habían empezado a llegar en 1909. Sus visitas se multiplicaron en 1910, cuando la *Booth Line* británica ofrecía el paquete presentado como un “First-class inclusive tours to Galicia”. En 1913, Emilia Pardo Bazán confiaba en que Mondariz fuera en pocos años “un excelente observatorio de costumbres inglesas, pues a cada paso concurren allí más insulares”<sup>44</sup>. El balneario de A Toxa participaba de ese mismo cosmopolitismo. Una cuota de su público era extranjera. Ese esfuerzo internacionalizador estuvo desde su configuración “a la moderna” según “el sistema europeo”, como decía la Pardo Bazán.

En los primeros años del siglo XX, antes de la I Guerra Mundial, hubo una potente campaña para captar ese público extranjero, fundamentalmente británico, destinada a crear un destino turístico en Galicia con base en esos balnearios pontevedreses. Participaron intereses empresariales gallegos y británicos, en un contexto de factores, internos y externos, que los facilitaron. El boom turístico británico tuvo una parte de proyecto y otra de realizaciones, en dos ámbitos: la organización del viaje a Galicia, por medio de paquetes turísticos, con origen en los puertos británicos; y, en segundo lugar, la inversión directa británica en infraestructura balnearia y hotelera.

Estas realizaciones y proyectos quedaron por debajo de las expectativas creadas. Estas expectativas se sustentaron en una serie de elementos. Uno de ellos, la dotación natural de recursos y la renta de situación derivada de la posición atlántica, que permitía captar turistas y conducirlos en los trasatlánticos que protagonizaban la revolución de la movilidad marítima. No obstante, estos factores por sí sólo no bastaron. En la década de 1880 hubo intentos de crear una infraestructura balnearia y hotelera en la ría de Arosa, con epicentro en A Toxa y capitales británicos, pero la “empresa” no fraguó “por falta de ambiente”<sup>45</sup>.

Este ambiente, las condiciones tanto externas como internas, se dieron en la primera década del siglo XX. Una de ellas fue la existencia de iniciativas empresariales, con capitales procedentes de la banca local, las remesas de emigrantes, las repatriaciones de los indianos, e incluso la reinversión de beneficios en la explotación de las aguas minero-medicinales, la industria o la intermediación del transporte con la actividad consignataria, un sector este último que experimentaba un auge extraordinario iniciado el siglo XX, al albur del boom migratorio gallego a Ultramar. Los empresarios gallegos que protagonizaron esta empresa de situar Galicia en el mapa del turismo británico se encuadran en este perfil: los Peinador de Mondariz, José Riestra, la familia Barreras Massó, la familia Durán, los hermanos Salgado, Casimiro Gómez, los Pastor, etc. Desde mediados de la década de 1890 y durante la primera del siglo XX se produjo una extraordinaria aceleración de los negocios, una fiebre inversora, hasta el punto de que, en términos reales, la década de 1901-1910 registró el mayor volumen de inversiones entre 1866 y 1931 en la provincia

41 *Guía del Turista Mondariz-Vigo-Santiago*, 1912, 10.

42 *Ibidem*, 136.

43 Domínguez y Quintana, 2006, 195. El tercio de portugueses es de Pardo Bazán, 2009 [1912], 158. En torno a 1906, a Mondariz acudían viajeros de las dos Repúblicas del Plata, Brasil, Chile, Perú y Venezuela; ver álbum *Mondariz* de Vicenti, 1906, 23.

44 Pardo Bazán, 2009 [1913], 183. También *Guide to the tourist Mondariz-Vigo-Santiago*, 1912. Hooper, 2013.

45 Como recogía gráficamente el *Diario de Pontevedra*, 10 de enero de 1910, p. 1, en “El turismo en Galicia. La Toja y los ingleses”.

de Pontevedra, y otro tanto se constata en la provincia de A Coruña y en toda Galicia<sup>46</sup>.

La inversión privada se vio acompañada del soporte institucional en unos representantes políticos ligados al mundo de los negocios o partícipes activos en los mismos que, según la percepción social, sobre todo en la Galicia urbana y litoral, debían actuar como protectores de su tierra, defendiendo proyectos colectivos que en algunos casos se consideraban piezas necesarias para la transformación económica regional<sup>47</sup>. El entramado oligárquico de política y negocios parece acompañar las iniciativas privadas, alimentando la euforia inversora, desde el gobierno central y las diputaciones. Los déficits de infraestructuras sociales, de transporte y comunicaciones eran manifiestos en la Galicia de la época, en consonancia con la pobreza del país. Esta acción coyuntural no los resolvió en su integridad, pero sin duda contribuyó a paliarlos por diferentes vías, además de la presupuestaria.

Lo comprobamos en el Gobierno Villaverde de 1903, llamado “Gobierno de los gallegos”, porque cinco de sus nueve ministros lo eran, entre ellos Rafael Gasset, el titular de obras públicas<sup>48</sup>, o en el Gobierno largo de Maura de 1907-1909, en que Augusto González Besada, pontevedrés de Tui, fue ministro de Fomento primero y de Hacienda después. También lo observamos con Eugenio Montero Ríos, presidente del gobierno en 1905, y con Cobián Roffignac, diputado por Xinzo de Limia (Ourense) entre 1901 y 1916, ministro de Marina en 1903, 1905 y de Hacienda en 1910, además de abogado de la Casa Real española. Pues bien, González Besada fue testigo en la constitución de la Sociedad Anónima La Toja<sup>49</sup> y desempeñó un papel importante, como ministro de Fomento y Hacienda, en la promoción de la Exposición Regional de Galicia en Santiago de Compostela, el año santo jacobeo de 1909<sup>50</sup>, o en la mejora de la red de carreteras en Ourense y en Pontevedra, incluida la que conducía desde la capital pontevedresa hacia A Toxa y el puente de cemento armado que conectó, desde 1910<sup>51</sup>, aquella isla termal con la península, por citar sólo algunos hechos relevantes para la materia aquí tratada<sup>52</sup>. Por su parte, Cobián fue uno de los artífices de la compra de la isla de Cortegada, próxima al balneario de A Toxa, donada a Alfonso XIII para la construcción allí de un palacio Real. Esta iniciativa formaba parte de un plan ambicioso de activas elites pontevedresas de la primera década del siglo XX de convertir las rías Bajas en uno de los centros de veraneo de los reyes y, con ello, de las elites políticas y aristocráticas españolas, así como de ilustres británi-

cos, dado el origen de la reina Victoria Eugenia. Unas conocidas fotografías de Cobián y González Besada al lado de José Riestra y Estanislao Durán en el balneario de Lérez, en 1908, reflejan bien lo que aquí se apunta<sup>53</sup>. Estanislao Durán, consignatario vigués casado con la hija de Casimiro Gómez (propietario de las Aguas y del Balneario de Lérez), fue uno de los promotores de este proyecto turístico y José Riestra su artífice, quien realmente movió los hilos de la operación isla de Cortegada. Político, banquero y empresario, durante muchos años el presidente del consejo de administración de la Sociedad Anónima de la Toja hasta su muerte en 1923<sup>54</sup>, Riestra fue el hombre más influyente de los negocios y de la política pontevedresa, hasta el punto de que, se decía, nada se movía en la provincia sin su consentimiento.

Esta operación se produjo dentro de un nuevo clima en la política internacional española. España se había integrado en el sistema europeo de naciones de la mano de Francia y Gran Bretaña, tras el acuerdo firmado por estas en 1904 para repartirse el norte de África, permitiéndole participar en el reparto colonial de Marruecos. Alfonso XIII estaba a favor de la britanización española, y convencido de que sólo la ayuda de la armada británica podía defender las costas españolas y su pretendida área de influencia africana. La circunstancia de que el rey se casara en 1906 con una británica, Victoria Eugenia, nieta de Eduardo VII, puso el factor personal e inclinó la colaboración tripartita hacia una entente cordial hispano-británica. Como explicó José María Jover, los años 1904-1907 fueron decisivos para el nuevo posicionamiento exterior de España. Pues bien, este ambiente influyó en las expectativas de los negocios gallegos de la época ligados al turismo. Lo vio muy bien la escritora Rachel Chalice en la edición en inglés del álbum *Mondariz* (1908): “The *entente cordiale* between England and Spain is a great joy to the Galicians”. En ese clima, la isla de Cortegada fue adquirida a sus propietarios y donada a los reyes para convertirla en palacio de verano. La construcción de un Palacio Real se previó que arrastraría el turismo cortesano y en general el turismo británico a Galicia<sup>55</sup>. Detrás de la operación estuvieron, como se dijo, José Riestra y el político y empresario Laureano Salgado, copropietarios de A Toxa. Con ella se pondrían las bases para que el litoral gallego, en la ría de Arousa y en esta geografía balnearia descrita, se convirtiera en una especie de Costa Azul, con A Toxa, Mondariz, el balneario de Lérez en Pontevedra y la referida isla de Cortegada como centros neurálgicos<sup>56</sup>.

La operación Cortegada, en marcha desde 1902 y acelerada desde 1906, estimuló los proyectos inmobiliarios y los deseos de inversión británica en Galicia con fines turísticos, a partir de las estaciones termales existentes. En febrero de 1907, la prensa local daba cuenta de la inminente constitución en Inglaterra de una Sociedad de Hoteles, destinada a construir una serie de establecimientos de calidad en el litoral, las principales ciudades de Gali-

46 Según las cifras de Abreu, 2002 y 2003. Para A Coruña, Lindoso, 1999 y 2003; para Galicia, Mirás, 2007, 4-7, y para España, Tafunell, 2005.

47 Vallejo, Pro y Pan, 2005, 11-20 y 317-330.

48 *Faro de Vigo*, 21 de julio de 1903.

49 Lo comprobamos en la correspondiente escritura notarial, Archivo Histórico Provincial de Pontevedra.

50 Las peregrinaciones a Santiago y el Camino de Santiago como atractivo turístico de Galicia, en Lindoso y Vilar, 2011b y Pack, 2010. Vallejo, 2014, para la peregrinación británica a Santiago en 1909.

51 Fue construido por la Empresa Cementos Portland de Sestao e inaugurado el 28 de julio de 1910 (*Faro de Vigo*, 30 de julio de 1910). Sobre Besada en Fomento y los intereses gallegos, Vallejo, 2005, 144-153.

52 Sobre balnearios, intereses políticos y desarrollo turístico en el noroeste de España, a partir de los casos de A Toxa y Mondariz entre 1874 y 1935 (Vilar, 2011). El británico Geissler, 1910, valoró la carretera Pontevedra-A Toxa como la mejor de las que conoció en Galicia “honra de los ingenieros españoles”.

53 Se reproducen en Vallejo, Pro y Pan, 2005, 191-196. Vallejo, 2005, 147-148.

54 Sobre la actividad empresarial de Riestra, ver Facal y Carmona, 2009. Lindoso y Vilar, 2011a.

55 Chalice, 1908, 37. La operación se frustró, no obstante. La construcción alternativa del Palacio de la Magdalena (Santander) entre 1908 y 1913 fue una de las razones. La oferta del Palacio santanderino les fue hecha en 1908, la obra fue ejecutada entre 1909 y 1911 y entregada a la familia real en 1913.

56 Pan, 2005, 45. Vallejo, 2005, 147.

cia y en el Balneario de Lérez. Esta Sociedad, se pronosticaba, iba a “dirigir a nuestros hermosos puertos y bello país las corrientes de numerosos *touristas*”. En 1911, se informaba de que ya se había constituido una Sociedad en Londres para fomentar el turismo en Galicia, con proyectos en las rías de Arousa, Vigo y Pontevedra, incluida la compra del balneario de la Toja por 13 millones de pesetas y la apertura de un gran hotel en la ciudad de Santiago:

“De ahí los frecuentes viajes realizados a esa provincia por personajes ingleses y las visitas al balneario de la Toja de médicos de Inglaterra a estudiar sus aguas famosas por considerar este balneario la base del negocio que va a emprenderse.

Donde primeramente comenzará el desarrollo de sus proyectos para fomentar el turismo la referida Sociedad es en la Ría de Arosa.

Construirá una serie de hoteles con los cuales formarán colonias veraniegas las cuales podrán ser habitadas por familias de todas las fortunas”<sup>57</sup>.

La operación Cortegada también había movilizado los intereses locales. Como hemos visto, Laureano Salgado, uno de los fundadores de La Toja, y José Barreras, influyente empresario vigués ligado al sector conservero, la construcción naval y las construcciones metálicas, muy implicado en el proyecto de convertir el turismo hacia Galicia en negocio y motor de desarrollo económico regional, habían presentado en 1907 sendos proyectos para aprovechamientos mobiliarios e industriales en la franja costera de Carril y Vilagarcía, inmediatas a la citada isla, entonces reputadas localidades para los “baños de mar y el recreo”<sup>58</sup>.

Estos proyectos de infraestructuras para el alojamiento constituyeron una de las dos facetas del boom turístico británico en la Galicia de estos años, al fin frustrada. La otra fue la creación del destino turístico, conectando los balnearios elitistas de Galicia con el mercado emisor británico, a través de las empresas navieras interesadas en la industria de los turistas. Esta otra cara tuvo igualmente diversos intérpretes y ámbitos. Uno era local, con dos núcleos, el pontevedrés del balneario de A Toxa y del balneario de Lérez (o Monteporreiro), creado en 1906, y el del balneario de Mondariz y el puerto de Vigo<sup>59</sup>, núcleos intercomunicados a través de figuras como la de Estanislao Durán. El otro ámbito, internacional, fue el de las empresas navieras *Booth Steamship Company (Booth Line)*, la *Royal Mail Steam Packet Company (RMSPC)* y la *Pacific Steam Navigation Company (PSNC)*. Este proyecto de turismo británico para Galicia tuvo como principal resultado el paquete turístico de la *Booth Line*, “First-class inclusive tours to Galicia”, que funcionó entre 1907-1909 y 1913, cuyo folleto traía en su cubierta el balneario de Mondariz<sup>60</sup>. En su creación jugaron un papel decisivo Allen Booth, el presidente de la *Booth*

*Line*, y los empresarios gallegos Peinador y Barreras, así como las asociaciones y los publicistas a su servicio. La *Booth* participaba del interés de empresarios y compañías británicas dedicadas al transporte de emigrantes y a la prometedor industria del turismo en abrir nichos de mercado para sus negocios. En 1901 había llegado a un acuerdo con la T. Cook para introducir los viajes turísticos en sus planes empresariales. Al poco ya transportaba turistas a Portugal y a las islas Madeira. Estos viajes con desembarcos en Leixoes (Oporto), Lisboa y Madeira, le llevaron a poner sus ojos en la estación intermedia de Vigo y el área de influencia del balneario pontevedrés de Mondariz, sin olvidar Santiago de Compostela. Los Peinador habían hecho en 1906 un extraordinario esfuerzo publicitario, precisamente en Lisboa, para proyectar su balneario al turismo internacional.

En febrero de 1907, el *Manchester Courier* anunciaba un perfeccionado servicio de la *Booth Line* y su objetivo de popularizar sus *tours* a Portugal, España y Madeira. Semanas más tarde, la *Booth Line* añadió Vigo a sus itinerarios. Llegó para ello a un acuerdo con la firma viguesa Barreras e Hijos y su representante fue Federico Barreras Massó, el miembro de la familia dedicado al negocio consignatario con grandes compañías internacionales de navegación especializadas en el transporte de turistas y, sobre todo de emigrantes, cuya salida desde Galicia alcanzaba también un máximo en estos años de 1907 a 1912. Barreras había tenido una “educación comercial” en Inglaterra, hablaba inglés y francés y, en 1908, había convertido la empresa familiar en una de las principales consignatarias viguesas<sup>61</sup>. Desde 1908, los turistas que viajaban en la *Booth* hacia Leixoes (Porto), Lisboa o Madeira tenían la opción de desembarcar en Vigo. En mayo-octubre de 1909 se puso en marcha el primer “tour” específicamente gallego de la *Booth Line*. El semanario *La Temporada* del balneario de Mondariz le dedicó la portada y un editorial entusiasta, “Inglaterra en Galicia”, que hablaba del inicio, con este turismo, de la “resurrección de Galicia”<sup>62</sup>. En julio de ese mismo año Allen Booth y su mujer pasaron unos días en Mondariz. Se persuadieron de que el paquete a Galicia era una buena apuesta.

Precisamente para la creación de este destino, los Peinador y los Barrera Massó, con Federico al frente, pusieron en marcha una extraordinaria campaña, en paralelo a la que llevó la propia *Booth Line*. En enero de 1910 constituyeron la Asociación para el Fomento del Turismo de Galicia, dirigida por el ingeniero Guillermo de Oya (presidente) y el periodista Ángel Bernárdez (secretario), a la que sumaron a las fuerzas vivas locales, desde la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Vigo. Barreras y Peinador también sumaron la prensa a su iniciativa. La local, por un lado: *Faro de Vigo*, *La Correspondencia Gallega*, *Diario de Pontevedra* y *Vida Gallega* de forma destacada desde 1909, por medio de su director Jaime Solá<sup>63</sup> y José Gil. Determinados

57 *Diario de Pontevedra*, 13 de febrero de 1907 y 10 de octubre de 1911.

58 El escritor británico Walter Wood, 1910, 15, se hizo eco de estos proyectos: “a la hermosa Villa García y su contigua localidad de Carril, en la línea del ferrocarril de Pontevedra a Santiago, les esperan grandes cosas en un futuro cercano”. Wood remarcaba su proximidad a la “isla cubierta de pinos de La Toja, y sus curativos pozos calientes a un par de metros del mar, con uno de los mejores hoteles en España”.

59 El 20 de noviembre de 1907 se creó en Vigo la Asociación de Consignatarios de la provincia de Pontevedra, por iniciativa de Fernando Conde, José María de la Escalera, Federico Barreras, Estanislao Durán y Francisco Tapias. No parece una casualidad (<http://www.acoespo.es/>).

60 Hooper, 2013, 52, quien ha reconstruido esta operación.

61 Representante de la Booth Line, R. Singlehurts & Co., Lamport, Golden Cross, Cunard, London & Edinburg Shipping y Prince Line (Vázquez, 2002. Carmoña, 2006).

62 *La Temporada*, 16 de mayo de 1909.

63 Jaime Solá fue uno de los más importantes defensores del turismo en Galicia, estrechamente vinculado al balneario la isla de A Toxa, al que él se refería como “obra patriótica” desde *Vida Gallega*. Luis Mestre, el arrendatario de la isla entre 1880 y 1899, era su tío, en tanto que su padre, Carlos Solá, fue el gerente de este establecimiento en dicho período.

periódicos de Madrid, por otro, entre ellos *El Liberal*, que dirigía Alfredo Vicenti. Este tenía una larga relación con los Peinador. Fue uno de los publicistas al servicio del Gran Hotel Balneario, autor de algunas de sus guías turísticas, entre ellas el excelente álbum *Mondariz* de 1906<sup>64</sup>. *El Liberal* se hacía eco el 19 de mayo de 1909 (tres días después que *La Temporada*) de los “tours” de la *Booth Line* a Galicia, saludándolo con gran alborozo; el artículo “Galicia y los ingleses” destacaba la infraestructura local al servicio de estos turistas, con sus “trenes, coches o automóviles” para conducirlos por Galicia. Estaba en marcha el paquete turístico que la *Booth Line* comercializó hasta las vísperas de la I Guerra Mundial, que ofrecía, en Vigo, Baiona, Mondariz, A Toxa, Pontevedra, Vilagarcía y Santiago de Compostela, entre posibles destinos de los *tours* gallegos, un paquete turístico que Kirsty Hooper ha etiquetado como “Spas, steamships and sardines”, por combinar turismo balneario, visitas a empresas conserveras y la gestión del viaje por la *Booth Line*<sup>65</sup>.

Otro pie de operación para captar turismo británico fue crear una sección de la Asociación para el Fomento del Turismo de Galicia en Londres y llevar la campaña de promoción directamente a Gran Bretaña. Se hizo en marzo de 1910, presentando “Galicia as a Holiday Resort”<sup>66</sup> ante un público especializado, entre el que se encontraban los directivos de las empresas navieras (*Booth, Royal Mail, Pacific Steam...*) y comerciales británicas con intereses compartidos con aquellos empresarios gallegos; entre ellas, la *British La Toja Company* o la *Lerez Natural Mineral Water-Company*, que distribuían los productos de estos balnearios (jabones, sales y aguas) en Inglaterra y sus colonias. Los empresarios gallegos contaron en esta ocasión con la ayuda de la Cámara de Comercio de España en Londres y los buenos oficios de Estanislao Durán, muy activo en aquel acto. Durán era un vigués anglófilo, delegado de *The Eastern Telegraph Company* (Compañía del Cable Inglés), a la que la empresa familiar *Estanislao Durán e Hijos* estuvo vinculada más de cien años, desde la llegada de la *Eastern* a Vigo en 1873, prestándole servicios de gestión portuaria, suministros y reclutamiento de marinería para sus buques cableros.

Esta campaña gallega en Gran Bretaña revela el coordinado esfuerzo empresarial gallego para proyectar Galicia y sus balnearios como destino turístico. La Asociación para el Fomento del Turismo de Galicia puso a su servicio a dos periodistas gallegos, Antonio Fernández Tafall (*Gaceta de Galicia*) y Román López (*Diario de Galicia*). Estuvieron en Gran Bretaña entre noviembre de 1910 y enero de 1911 para divulgar las virtudes de Galicia como destino turístico<sup>67</sup>. Previamente, la Asociación había financiado la venida de 17 periodistas británicos especializados en viajes, de la prensa londinense y de la de las provincias, pues se pensaba en el público británico y no sólo en los potenciales consumidores de Londres. Salieron de Liverpool el 19 de julio de 1910, en el *Holiday*, llegaron a Vigo el día 24 y recorrieron Galicia durante dos semanas visitando sus principales balnearios (Mondariz, Lérez,

La Toja), las ciudades de Galicia (Vigo, Pontevedra, Vilagarcía, Santiago, La Coruña y Ferrol, Ourense, Monforte y Lugo) y todas aquellas villas que, en el litoral gallego, ofrecían interés turístico como Baiona<sup>68</sup>.

La otra parte de la creación del destino turístico, con base en los balnearios, la puso la *Booth Line*, en correspondencia con sus socios gallegos. En 1909, la *Booth* financió al escritor Walter Wood y al artista F. H. Mason para hacer un libro sobre Galicia, en la misma línea del que le había encargado a Martin Hume (1847-1910) sobre Portugal (*Trough Portugal*, 1907). Ambos viajaron a Galicia en octubre de 1909 y su monografía, bellamente ilustrada y con prólogo del citado Hume, fue publicada unos meses después en Londres, con el título de *A Corner of Spain* (1910).

La aportación al conocimiento de Galicia no se agotó en esa obra. Al servicio de la *Booth* y de sus socios gallegos se pusieron, entre 1907 y 1910, otros publicistas, periodistas e historiadores británicos, autores de varios libros de viajes sobre Galicia orientados a favorecer esta iniciativa turística<sup>69</sup>. Rachel Challice, que realizó una larga estancia en Mondariz en el verano de 1907, lo hizo en 1907-1908, con algún artículo en *La Temporada* y la edición para anglohablantes del álbum *Mondariz* de 1906. Challice le incorporó una introducción, consejos para llegar de forma fácil a Mondariz desde Londres, “con los excelentes vapores de la *Booth Line*” a Vigo, vía Havre, así como una descripción de la operación Cortegada destinada a dotar de un palacio de verano a la reina inglesa, y una llamada publicitaria a visitar este, para muchos británicos, nuevo centro turístico de salud de Mondariz. A partir de él, indicaba, podrían adquirir un conocimiento “de las ciudades y pueblos de la rica y fértil región de Galicia”, lejos de los tópicos al uso y de la imagen que el inglés tenía de una España toda ella asfixiante en los meses de verano<sup>70</sup>. Annette Meakin lo hizo en 1909, con su exitoso *Galicia the Switzerland of Spain*, libro que por sí solo sintetizaba un eslogan y un modelo a seguir<sup>71</sup>; y Catherine Gasquoine Hartley en 1910-1911, con su delicado *Spain Revisited. A Summer Holiday in Galicia* (1911)<sup>72</sup>. Estas escritoras no eludieron las realidades del país (ruralidad, atraso, emigración, problemas en el régimen y la estructura de la propiedad). Pero, alineadas con la intelectualidad gallega que conocieron, vinculada al regionalismo gallego, se esforzaron en resaltar sus virtudes, hincapié que les llevó, dentro de su función propagandística, a romper los tópicos al uso forjados por viajeros del siglo XIX como G. Borrow o Richard Ford, así como a paliar la escasez de datos y los errores que vertían guías de referencia para los turistas británicos, como la Baedeker.

En esos libros, estas autoras enfatizaron los vínculos históricos y contemporáneos de Galicia con Gran Bretaña, traducidos en la primera década del siglo XX en la inversión empresarial en minas, ferrocarriles y construcción naval de buques militares o

64 Según Pérez Sánchez, 2008, 141. Ver Vicenti, “La Provincia de Pontevedra” (1896), financiada por los propietarios del balneario, y reproducida en Vicenti, 2001, y Vicenti, 1906 y 1908.

65 Hooper, 2012 y 2013.

66 Según la crónica de *The Times* (Hooper, 2013).

67 López, 1930, recuerda esta campaña en “El turismo inglés para Galicia”.

68 El itinerario y los nombres de aquel séquito de periodistas, hombres y mujeres, puede verse en *Diario de Pontevedra*, 27 de julio de 1910, 2, entre otros.

69 Entre ellas Challice, 1908. Meakin, 1909. Hartley, 1911; véase también Hooper, 2012 y 2013.

70 Challice, 1908, 6-8, 25 y 37-38.

71 El título no era, sin embargo, original; ya lo había usado Isidoro Bugallal, 1903.

72 Hartley, 1911.

la comercialización de productos de tocador y las aguas de los balnearios, que constituía parte sustancial de su negocio, como sucedía con las Aguas de Mondariz, comercializadas ya desde la década de 1870 y con las Aguas Minero-Medicinales de Lézrez (1904). Estas últimas, declaradas de utilidad pública en 1904, fueron comercializadas en exclusiva para Sudamérica por Casimiro Gómez, su representación exclusiva para Pontevedra y Vigo fue concedida al marqués de Riestra y a Estanislao Durán; por su parte, la distribución y venta en exclusiva para Gran Bretaña, Irlanda, Estados Unidos, Canadá, África y las colonias británicas fue concedida a *The Lerez Natural Mineral Water Company*, con sede en Southampton y sucursales en Londres y Liverpool, cuyos socios fueron W. J. Balter, J. Cdilliaris y F. W. Wade<sup>73</sup>.

Aquellas obras subrayaron la imagen de una Galicia tradicional, por un lado, con su particularismo, con su historia, su idioma, sus costumbres tradicionales, su folclore, sus pequeñas villas y ciudades de sabor medieval, y una Galicia en transformación, moderna, que se expresaba en sus hombres de empresa, en los hoteles modernos de sus principales ciudades (Vigo, A Coruña) e indudablemente en sus enclaves balnearios, con grandes hoteles y villas termales consolidadas o en construcción, como Mondariz y A Toxa. De estos dos enclaves termales destacaban su confort, el trato amistoso, la calidad de su gastronomía y las propiedades curativas de sus aguas, así como las posibilidades que ofrecían al turista inglés, a través de las excursiones en automóvil. Entre los incentivos a viajar estaban los “encantadores” parajes naturales, las fortalezas y castillos medievales del entorno, las casas solariegas, los ríos con abundante pesca, la red balnearia, las pequeñas rutas marítimas en vaporcitos por la costa, las visitas a algunas de las fábricas que protagonizaban el despuntar industrial de Galicia en la ciudad de Vigo, o la obligada visita a la ciudad de Santiago, con su dupla fisonomía del “Santiago del pasado —la ciudad santa de los peregrinos— y el Santiago moderno”, en el que C. Gasquoine Hartley encontraba, en 1910, “muchos ejemplos del movimiento de progreso que se está desarrollando rápidamente en Galicia”<sup>74</sup>. Una ciudad en la que la Catedral de Santiago constituía el “punto central del interés tanto arqueológico como arquitectónico” y religioso de Galicia, como escribió Annette M. B. Meakin en su en muchos aspectos deslumbrante monografía *Galicia the Switzerland of Spain* (1909)<sup>75</sup>.

Esas escritoras, periodistas y escritores británicos al servicio de la *Booth Line* y de los Balnearios de Mondariz y de A Toxa fueron decisivos para el “boom británico sobre España”<sup>76</sup> y para aquella particular entente cordiale turística galaico-británica que animó la proyección de Galicia como destino turístico. Pusieron su talento al servicio de la creación de un destino con el resultado de la “publicación de algunas docenas de artículos en diarios y revistas del país y la aparición de algunos libros, así como una larga serie de conferencias en *town halls*, sociedades culturales y

clubs” británicos, según el vívido testimonio de uno de sus protagonistas por la parte gallega, el periodista Ramón López<sup>77</sup>.

Las empresas gallegas interesadas incorporaron ese esfuerzo de proyección exterior individualmente en sus respectivas estrategias empresariales. Fue lo que hizo, por poner sólo un ejemplo, la *Sociedad Anónima La Toja* en 1908. *La Toja* firmó un contrato con Mister Thomas Gibbons, con intermediación y garantías de la casa bancaria de Londres, *Mancha y Cía*, para la concesión de la exclusiva de venta de los productos de La Toja (jabones, sales de baño, productos de cosmética) en Irlanda, Gran Bretaña y sus colonias. Por dicho contrato, el concesionario se comprometía a un consumo mínimo anual y a hacer una activa campaña de “propaganda” para lograr que médicos reputados de Londres realizaran ensayos clínicos con los productos de A Toxa. También se comprometía a organizar “las proyectadas excursiones de turistas y enfermos al Balneario”. La empresa esperaba “grandes beneficios” del contrato, dada la profundidad y el potencial del mercado británico, la notable “capacidad consumidora de Inglaterra y sus colonias”<sup>78</sup>, al que A Toxa, como Mondariz o el balneario de Lézrez manifestaron una clara voluntad de proyectarse en estos primeros años del siglo XX. Lo intentaron igualmente con Francia (sin éxito), con Alemania, con los Estados Unidos y con las repúblicas sudamericanas, ligadas con Galicia por estrechos lazos históricos y la realidad de los intercambios económicos con ellas, ampliados por los transvases poblacionales con la emigración y las transferencias de capitales. Estos tres balnearios compartían una condición, que no debemos descuidar para entender su voluntad de ligazón al mercado exterior: eran productores de jabones, sales y aguas minerales con mercados exteriores, como hemos visto, con comercialización intermediada por empresarios de terceros países, especialmente británicos en el caso de las aguas Lézrez y de los productos *La Toja*. La de los turistas venía a ser, en cierto modo, la ampliación del negocio en unos mercados ya conocidos, con los que existían ligazones empresariales previas, en productos cuyo comercio constituía el segmento principal del negocio de los establecimientos termales, entre otras razones porque la balnearia era una actividad estacional y las fábricas de aguas, sales y jabones trabajaban todo el año. Como señalaba Emilia Pardo Bazán en 1912 respecto a Mondariz, “el balneario es un mínimo detalle, en la importancia general de la empresa. Lo que trae plata es la exportación de botellas de agua”<sup>79</sup>.

A la voluntad de proyección exterior de los balnearios elitistas contribuyeron asimismo las facilidades que para el transporte en Galicia estaba propiciando la difusión del automóvil iniciado el siglo XX. Este vehículo que revolucionó la movilidad terrestre, en Galicia fue no sólo importante sino también imprescindible, porque la vertebración interna a través de los ferrocarriles era muy deficiente, hasta el punto de que la conexión ferroviaria entre Santiago y A Coruña no existía y proyectos como los de unir

73 Sobre las aguas y el balneario de Lézrez, Echave, 1997, y Pereira, 2009. Sobre el negocio de las aguas minero-medicinales en España, Lindoso y Vilar, 2014.

74 Hartley, 1911, 146-147.

75 Meakin, 1909, 94. Wood, 1910, 74, la denominó la Jerusalén de España, alabó sus “fascinantes” edificios religiosos y destacó su “majestuosa catedral” y la maestría de su Pórtico de la Gloria.

76 Hooper, 2013, 21-29.

77 López, 1930, 111.

78 En 1909 estaba constituida *The British La Toja Company*.

79 “Crónicas de España: La enfermedad de moda y el Balneario de Mondariz”, *La Nación*, Buenos Aires, 6 de octubre de 1912, en Pardo Bazán, 2009, 166. En los años 1930, aproximadamente el 60 % de los ingresos de A Toxa procedían de la venta de sus productos; el resto, de sus instalaciones balnearias. En el balneario de Cestona, sin embargo, los ingresos por “aguas embotelladas” era más bajo: 15,6 % en 1906-1907, según su *Memoria* de 1908.

con tranvía Vigo y Mondariz, por iniciativa de Enrique Peinador, sólo se realizaron parcialmente a partir de 1913 (desde Vigo a Porriño), aunque se había proyectado con anterioridad, debido a sus elevados costes.

El automóvil facilitó el acceso desde las ciudades y los puertos a los enclaves balnearios y, desde estos, las excursiones a los lugares de interés natural, histórico, artístico o religioso, como Santiago de Compostela, ciudad de peregrinación, uno de los referentes de Galicia para el viajero extranjero, como vimos.

En 1907, por ejemplo, ya funcionaba un servicio de automóviles hasta el Balneario de Mondariz y en 1908 la empresa balnearia se dotó con una flota propia de vehículos motorizados para enlazar el Balneario con el puerto de Vigo y con las estaciones ferroviarias de Salvaterra y Porriño. Nuevamente Emilia Pardo Bazán (1913) nos deja un testimonio elocuente:

“Espero que antes de muchos años Mondariz será un excelente observatorio de costumbres inglesas, pues a cada paso concurren allí más insulares. El viaje les es tan fácil, de Southampton a Vigo. Poco más que un paseo. Desembarcan, pasan la noche en Vigo, en el excelente Hotel Continental, y al otro día cargan en un automóvil los veinticinco bultos de mano y las personas, y otro paseito a Mondariz. Estas facilidades me recuerdan los tiempos en que trasladarse a un balneario era punto menor que peregrinar a la Meca.

(...) No ha mucho, para La Toja había que emplear ferrocarril, coche, diligencia, lancha y espaldas de marineros, sin certidumbre de no recibir remojón. Ahora se llega a La Toja en automóvil, al pie del Hotel mismo, por un magnífico puente. El progreso no es un mito, aun por estas regiones, asaz desheredadas en el particular”<sup>80</sup>.

El progreso a esa altura era cierto; en los años posteriores, los equipamientos y los medios de transportes experimentaron una sensible mejora. Pero no lo es menos que las dificultades objetivas fueron igualmente grandes en materia de transportes, telecomunicaciones o en la cantidad y en la calidad de los alojamientos en las ciudades gallegas, así como en las condiciones higiénicas y de salubridad de aquellos y de sus entornos urbanos, más allá de esas islas de confort representadas por las villas termales.

Iniciada la segunda década del siglo XX, Mister Geissler, experto en turismo, identificaba varias de estas carencias. Las carreteras, gracias a los automóviles, iban a ser cada vez más frecuentadas por los turistas, pero había muchas, como la de Padrón a Santiago o la de Porriño a Mondariz, que eran “infernales, intransitables” y peligrosas. Faltaban también “hoteles de primer orden” en las ciudades y villas de Galicia, y sobre todo faltaban condiciones de higiene y de salubridad, según los estándares a los que estaban acostumbrados los británicos. Era especialmente crítico con Santiago, que si quería “ser emporio del turismo en Galicia” debía “realizar grandes obras de limpieza, de confort, de higiene”. Había de “organizar un servicio de limpieza pública y de riegos, en forma que nada deje que desear ni nada que temer a sus visitantes por su salud”. Y tenía que construir hoteles porque, según él, los que había no merecían el nombre de tales. “Tratan muy bien al viajero, con amabilidad, con dulzura, pero con decir

que carecen de cuartos de baño, nos parece haberlo dicho todo, haber dicho que la higiene está completamente abandonada y que vivir en ellos es un peligrado de salubridad”.

Otro tanto constataba en la vertebración del transporte. Una cosa era la facilidad para llegar a los puertos, con muy buenas condiciones naturales, y otra el desembarco a tierra. Lo comprobó en el de Vigo. “Nos preparamos a saltar a tierra. Y acostumbrados a las comodidades de nuestro país, encontramos la falta de una embarcación que nos llevara al muelle. Fue este el primer desencanto (...) Y nos causó asombro, y hasta pena, que (...) careciese de tan elementales medios de transporte, tenida cuenta de que Vigo es el puerto de España más visitado por vapores trasatlánticos, el primero en importancia emigratoria e inmigratoria”. El desajuste entre necesidades, oportunidades y equipamientos era un hecho objetivo. A Eduardo Cabello, ingeniero jefe de la Junta de Puertos de Vigo, redactor de un anteproyecto para la mejora del puerto en 1910, le apenaba igualmente ver los trasatlánticos que a diario entraban en la bahía repletos de turistas adinerados que preferían quedarse en el barco contemplando el paisaje, antes que pasar las molestias de un desembarco en lanchas. Otro tanto sucedía con los equipajes; desde 1909 se dispuso de un edificio para viajeros, pero hasta 1929 no se contó con un inmueble adecuado para albergar y despachar el equipaje<sup>81</sup>.

Las condiciones de las vías férreas gallegas, tanto las que la unían con el interior de España como las internas, dejaban mucho que desear. J. H. Sanders sostenía en 1934 que “geográficamente La Toja está situada divinamente para servir de balneario inglés y no de balneario español. No parece lógico sin embargo esta verdad, porque el viaje de Londres a La Toja está más fácil y más agradable que Madrid-La Toja y que Barcelona-La Toja dos veces más”<sup>82</sup>. Y A Coruña, la otra gran ciudad portuaria de Galicia, careció de conexión ferroviaria con Santiago de Compostela hasta 1943.

A la vista de todas estas circunstancias, Geissler concluía que Galicia reunía condiciones para convertirse en la Suiza española, pero para competir con aquella tenía que ponerse “a su altura, en cuanto a higiene, comodidades, confort y comunicaciones se refiere”<sup>83</sup>.

Esto lo tenían muy claro los Peinador en Mondariz, que durante la década de 1910 continuaron invirtiendo en su villa termal, siguiendo el modelo suizo de completar el balneario y el Gran Hotel con un Hotel Sanatorio para artríticos, una ambiciosa obra que incluía una escuela de terapéutica física y el Museo de Historia Natural de Galicia. Iniciaron su construcción en 1909, esta vez bajo dirección del reputado arquitecto Antonio Palacios, que compartía con los Peinador y con muchos de estos empresarios gallegos empeñados en captar al público británico, el convencimiento de que el turismo podía ser una palanca de desarrollo económico para Galicia<sup>84</sup>. Los Peinador también iniciaron las obras del tranvía eléctrico para unir Vigo con Mondariz, en

81 Garrido, 1996, 146 y 160.

82 Sanders era encargado de la empresa AJOTAL Ltd. y manager de *La Toja Spa Company* (Citado en Martin, 2008).

83 Geissler, 1910, 17-19.

84 Sobre Palacios y el turismo: Pérez Sánchez, 2008. Iglesias, 2002a y 2002b.

80 “Cartas de la Condesa”, *Diario de la Marina*, La Habana, 8 de diciembre de 1913; en Pardo Bazán, 2009, 181-186.

1913. La guerra mundial ralentizó aquel proyecto y al final sólo se inauguró un tramo, el de Vigo a Porriño, ya en marzo de 1920.

El que nunca se finalizó fue el Sanatorio de Mondariz. Es la metáfora más clara de un ambicioso proyecto que no acabó consolidándose. Como no lo hizo el turismo británico a Galicia canalizado a través de los balnearios de elite. Esto no significa que aquel turismo y, en general, el turismo extranjero a Galicia desapareciera. No. Galicia quedó incorporada a la periferia del placer, pero en una posición menor y, todo parece indicar, por debajo de las aspiraciones, ambiciosos proyectos y campañas desplegadas por algunos consignatarios, industriales y empresarios de los grandes balnearios de Galicia del primer tercio del siglo XX.

## EPÍLOGO

Los balnearios de renombre, Mondariz y A Toxa, pusieron a Galicia en el mapa turístico internacional entre 1898 y la I Guerra Mundial. Contribuyeron al descubrimiento de un destino turístico en la periferia del placer de la época, al que Galicia asomaba indirectamente a través de la proyección de sus puertos y de la potencia histórica, artística y religiosa de Santiago de Compostela, uno de los centros de peregrinación de referencia de la cristiandad.

De esta forma, de la mano de algunas empresas británicas y de un conglomerado de empresarios gallegos en el que figuran banqueros, industriales de las conservas, consignatarios y agentes migratorios, así como los empresarios de los mejores balnearios, surgió la primera iniciativa colectiva, empresarial, para proyectar la Galicia turística en el exterior y situar el turismo, actividad con potencial económico, como factor de desarrollo de un país atrasado en vías de transformación. La realización más destacada fue el paquete turístico "First-class inclusive tours to Galicia", gestionado por la *Booth Line* desde 1909 hasta la I Guerra Mundial. El turismo de salud se constituía, así, en aquellos años en una de las piezas añadidas a la "alborada modernizadora" que conoció Galicia iniciado el siglo XX, a la que se ha referido en más de una ocasión Ramón Villares<sup>85</sup>. Lo vio muy bien Emilia Pardo Bazán en 1912: "Empieza por medio de los balnearios, como Mondariz y La Toja, a iniciarse aquí el movimiento de atracción de los turistas"<sup>86</sup>.

Pero la Guerra Mundial truncó las esperanzas puestas. Los proyectos ideados en torno a los balnearios y a la operación de convertir la Isla de Cortegada en lugar de estancia veraniega de la casa real española para atraer turismo británico y elitista y para desarrollar "colonias" de hoteles y residencias para este público, no se llevaron a la práctica, más allá de las estaciones termales propiamente dichas. No afluyeron al sector los capitales extranjeros, ni los consumidores foráneos acudieron en las cifras pretendidas. El boom del turismo británico experimentado en los años previos a la Guerra Mundial no se consolidó. La idea de convertir

el turismo, y más en particular el turismo exterior, en motor de la modernización económica decayó con ello. En la década de 1930 los balnearios declinaron. Y la guerra civil y la dramática posguerra le pusieron la puntilla. Con ellos desaparecieron los más importantes enclaves turísticos de Galicia. Porque el turismo de salud, incluso el de playas, fue un turismo de enclave en la Galicia de estos años. Los enclaves se desarrollaron hasta donde pudieron. Pero el conjunto del país, sustancialmente distinto y atrasado, no se transformó con ellos; las transformaciones, que las hubo, se quedaron en los entornos inmediatos de los establecimientos termales. Tampoco lo hizo con la primera pequeña revolución industrial, protagonizada por el complejo marítimo-pesquero en la ría de Vigo<sup>87</sup>.

No podemos abundar aquí en las posibilidades de arrastre de un sector como el turístico-balneario en un periodo como el estudiado en este trabajo. Habrá que hacerlo en algún momento. Y creo que como punto de partida podrían servirnos una vez más las palabras de doña Emilia Pardo Bazán, que nos vuelven a dar pistas para la reflexión: "España va prosperando por islotes, decía Costa. Mondariz es uno de esos islotes, en contraste sorprendente y vivo con lo que hay alrededor, por más que estamos cerca de Vigo, y es otro islote, en varios aspectos"<sup>88</sup>. A Toxa, geográficamente una isla, también lo era.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, F. 2002: *Iniciativas empresariales en Vigo entre 1866 y 1940*. Vigo, Universidade de Vigo.
- Abreu, L. F. 2003: "Los libros de sociedades del Registro de Comercio: 1866-1885, y del Registro Mercantil (1886-1940) de la provincia de Pontevedra", en Martín, M., Garrués, J. y Hernández, S. (coords.): *El Registro Mercantil. Una fuente para la Historia Económica*. Granada, Universidad de Granada, 53-79.
- Alonso Álvarez, L. 2012: "The value of water: The origins and expansion of thermal tourism in Spain, 1750-2010", en *Journal of Tourism History*, 4, 1, 15-34.
- Alonso Álvarez, L. 2013: "De enfermo a bañista. Formación y desarrollo de la demanda en el turismo español de salud y bienestar, 1750-1935", en *Tst: Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, 24, 30-56.
- Alonso, L., Lindoso, E. y Vilar, M. 2011: *O lecer das augas. Historia dos balnearios de Galicia, 1700-1936*. Vigo, Galaxia.
- Alonso, L., Vilar, M. y Lindoso, E. 2012: *El agua bienhechora. El turismo termal en España, 1700-1936*. Madrid, Observatorio Nacional de Termalismo.
- Álvarez, B. 1977: *Abriendo el surco. Manual de lucha campesina*. Madrid, Akal.
- Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia, 1935: *Guía Oficial de los Balnearios Españoles*. Madrid, La Información Española Científica y Comercial.
- Banco Urquijo, 1920: *La riqueza y el progreso de España*. Madrid, Imprenta Moderna.

<sup>85</sup> Villares, 2004, 308. Carmona la ha constatado en los cambios en la estructura industrial y las iniciativas empresariales del periodo (Carmona y Nadal, 2005; Carmona (coord.), 2006, 2009).

<sup>86</sup> "Crónica de España: Un mitin contra la guerra. El veraneo", *La Nación*, Buenos Aires, 9 de septiembre de 1912, en Pardo Bazán, 2009, 149-154.

<sup>87</sup> Como ha explicado Xoán Carmona.

<sup>88</sup> "Crónicas de España: La enfermedad de moda y el Balneario de Mondariz", en *La Nación*, Buenos Aires, 6 de octubre de 1912, en Pardo Bazán, 2009, 162.

- Borsay, P. 2000: *The Image of Georgian Bath, 1700-2000. Towns, Heritage and History*. Oxford, Oxford University Press.
- Borsay, P. y Walton, J. K. 2011: "Introduction: The Resort-Port Relationship", en Borsay, P. y Walton, J. K.: *Resorts and Ports. European Seaside Towns since 1700 (Tourism and Cultural Change)*. Bristol, Channel View Publications.
- Bóveda, A. 1915: "Playas gallegas", en *Mondariz. Suplemento de La Temporada*, 3, 56-58.
- Bugallal y Araujo, I. 1903: *Suiza española. Paseando por Galicia*. Madrid, Est. Tipográfico Hijos de J. A. García.
- Carmona Badía, X. y Nadal Oller, J. 2005: *El empeño industrial de Galicia: 250 años de historia (1750-2000)*. A Coruña, Fundación Pedro Barrié de la Maza.
- Carmona Badía, X. 2006: "José Barreras Massó (1867-1950)", en Carmona, X. (coord.): *Empresarios de Galicia*, I. A Coruña, Fundación Caixa Galicia, 258-281.
- Carmona Badía, X. (coord.) 2009: *Empresarios de Galicia*, II. A Coruña, Fundación Caixa Galicia.
- Carrera, P. M. y Bridges, J. F. P. 2006: "Health and Medical Tourism: What they Mean and Imply for Health Care Systems", en *Health and Ageing*, 15, 1-4.
- Casal García, R. y González Soutelo, S. 2012: *Os balnearios de Galicia. Orixe e desenvolvemento*. Santiago, Universidade de Santiago de Compostela.
- Challice, R. 1908: *A monograph of Mondariz, Spain*. London, Bradbury, Agnew & Co. Limited.
- Cirer, J. C. 2014: "Spain's new coastal destinations, 1833-1936: The mainstay of the development of tourism before the second world war", *Annals of Tourism Research*, 45, 18-29.
- Domínguez, L. y Quintana, X. R. 2006: "Enrique Peinador Vela (1847-1917)", en Carmona, X. (coord.): *Empresarios de Galicia*. A Coruña, Fundación Caixa Galicia, 182-203.
- Echave, M. C. 1997: *O Balneario do Lérez. Memoria gráfica dunha época*. Pontevedra, Diputación Provincial de Pontevedra.
- Eleizegui, José de. 1935: "Balnearios-sanatorios", en Asociación Nacional de la Propiedad Balnearia: *Guía Oficial de los Balnearios Españoles*. Madrid, La Información Española Científica y Comercial, 10.
- Facal, M.<sup>a</sup> J. y Carmona, X. 2009: "Ascensión e caída da casa Riestra", en Carmona, X. (coord.): *Empresarios de Galicia*, II. A Coruña, Fundación Caixa Galicia, 251-282.
- Furtado, C. 1968: *Teoría y política del desarrollo económico*. México, Siglo XXI.
- Garrido Rodríguez, J. 1996: *El puerto de Vigo. Síntesis histórica*. Vigo, Autoridad Portuaria. Consorcio de la Zona Franca.
- Garrido Rodríguez, J. 2000: "Casas de baños", en *Historia de las Rías*. Vigo, Faro de Vigo, 713-728.
- Geissler, Mister. 1910: *Impresiones de un viaje por Galicia de Mister Geissler propagador del turismo en Inglaterra*. Vigo, Fomento del Turismo (Tipografía del Faro de Vigo).
- Goodrich, J. y Goodrich, G. 1987: "Health-care tourism: an exploratory study", en *Tourism Management*, 8, 3, 217-222.
- Guía del Turista Mondariz-Vigo-Santiago*. 1912. Madrid, Sucesores de Rivadeneyra.
- Guide to the tourist Mondariz-Vigo-Santiago*. 1912. Madrid, Sucesores de Rivadeneyra.
- Gürtler y Maroto, I. 1904: *Aguas de La Toja*. Madrid, Establecimiento Tipográfico de Jaime Ratés.
- Hartley, C. G. 1911: *Spain Revisited. A Summer Holiday in Galicia*. London, Stanley Paul & Co.
- Hooper, K. 2012: "Spas, steamships and sardines: Edwardian package tourism and the marketing of Galician regionalism", en *Journal of Tourism History*, 4, 2, 205-224.
- Hooper, K. 2013: *Mondariz-Vigo-Santiago. A Brief History of Galicia's Edwardian Tourist Boom*. Mondariz, Fundación Mondariz Balneario.
- Hume, M. 1907: *Trough Portugal*. Edinburgh, Ballantyne, Hanson & Co.
- Iglesias Veiga, J. R. 2002a: "O plan comarcal no Proxecto de Extensión e Reforma Interior de Vigo de Antonio Palacios (1932)", en *Grial*, XL, 155, 413-432.
- Iglesias Veiga, J. R. 2002b: "A Virxe da Rocha, un singular proxecto de Antonio Palacios", en *Revista de Estudos Miñoranos*, 2, 35-45.
- Larrinaga Rodríguez, Carlos 2002: "El turismo en la España del siglo XIX", *Historia Contemporánea*, 25, 157-179.
- Larrinaga Rodríguez, C. 2003: "Le tourisme thermal dans l'Espagne de la Restauration, 1875-1914", en Tissot, L. (dir.): *Construction d'une industrie touristique, XIX-XX<sup>e</sup> siècles. Perspectives internationales*. Neuchatel (Suiza), Alphil, 91-105.
- Larrinaga Rodríguez, C. 2005: "A Century of Tourism in Northern Spain. The Development of High-quality Provision between 1815 and 1914", en Walton, J. K. (ed.): *Histories of Tourism. Representation, Identity and Conflict*. Clevedon, Channel View Press, 88-103.
- Larrinaga Rodríguez, C. 2011: "Termalismo y turismo en la España del siglo XIX", en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.): *La evolución de la industria turística en España e Italia*. Palma de Mallorca, Institut Balear d'Economia, 569-608.
- Larrinaga, C. 2013: "Nacimiento y evolución del termalismo vasco durante el siglo XIX. El caso de Guipúzcoa", en *TST*, 24, 58-84.
- Leboreiro Amaro, María A. 1994: *El balneario, la ciudad ensimismada*. Vigo, COAG.
- Leboreiro Amaro, M. A. 1996: *A vida nos Balnearios de Galicia*. Vigo, Ir Indo.
- Lindoso, E. 1999: *Empresas y empresarios en La Coruña, 1830-1914*. Madrid, Fundación Empresa Pública. Documento de Trabajo 9.905.
- Lindoso, E. 2003: "El Registro Mercantil de La Coruña: una fuente para la historia empresarial decimonónica", en Martín, M., Garrués, J. y Hernández, S. (dirs.): *El Registro Mercantil: una fuente para la Historia Económica*. Granada, Universidad de Granada, 31-51.
- Lindoso, E. y Vilar, M. 2011a: "El pulso empresarial entre el norte y el sur de Galicia: el caso de Pastor y Riestra (1776-1936)", en *Historia Contemporánea*, 45, 669-704.
- Lindoso, E. y Vilar, M. 2011b: "El milenario Camino de Santiago desde una perspectiva histórica: la apuesta turística de Galicia", en Barciela, C., Manera, C., Molina, R. y Di Vittorio, A. (eds.): *La evolución de la industria turística en España e Italia*. Palma de Mallorca, Institut Balear d'Economia, 315-355.
- Lindoso, E. y Vilar, M. 2014: *Orígenes e historia empresarial del agua embotellada en Europa: el caso español*. Documentos de Trabajo-AEHE, n.º 1.413.
- López y López, R. 1930: "El turismo inglés para Galicia", en Cao Moure, J. *Libro de Oro de la provincia de La Coruña*. Vigo, PPKO.
- Martín Blanco, P. 2008: *Proyecto y evolución de la ciudad balnearia: A Toxa (1840-1970)*, tesis doctoral, Universidad Complutense, Madrid.

- McKinsey & Company 2009: *Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia. Informe Final. Sector Turismo de Salud. Bogotá, mayo de 2009.* Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia.
- Meade, M. K. 1999: "Termalismo y urbanidad", en Moldoveanu, M. (dir.): *Ciudades termales en Europa.* Barcelona, Lunweg.
- Meakin, A. M. B. 1909: *Galicia the Switzerland of Spain.* London, Methuen & Co.
- Molina Villar, J. J. 2010: *Balnearios: Antiguas prácticas, nuevas costumbres.* Barcelona, AstroUno.
- Mirás Araujo, J. 2007: *Continuidad y cambio en la España urbana en el período de entreguerras. Análisis de una ciudad española.* A Coruña, Netbiblo.
- Nadal, J. 1987: "La industria fabril española en 1900. Una aproximación", en Nadal, J., Carreras, A. y Sudrià, C. (comps.): *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica.* Barcelona, Ariel, 23-61.
- Pack, Sasha D. 2010: "Revival of the Pilgrimage to Santiago de Compostela: The Politics of Religious, National, and European Patrimony, 1879-1988", en *The Journal of Modern History*, 82, 2, 335-367.
- Pan Montojo, J. 2005: "Eduardo Cobián Roffignac (1857-1918): O abogado de provincias que chegou a 'amigo' de El-Rei", en Vallejo, R., Pro, J., y Pan, J.: *Cobián, González Besada e Bugallal. Tres ministros galegos na crise da Restauración.* Pontevedra, Diputación Provincial, 24-71.
- Pardo Bazán, E. 1891: "Galicia en verano", en *La Correspondencia Gallega*, 24 de julio de 1891, 1-2.
- Pardo Bazán, E. 1915: "Transformación", en *La Toja. Estudios médicos. Guía del bañista.* Barcelona, 5-11.
- Pardo Bazán, E. 2009: *Mondariz en los textos de Emilia Pardo Bazán. Antología (1887-1919).* Mondariz, Fundación Mondariz Balneario (edición a cargo de Patricia Carballal Miñán).
- Pereira Fernández, X. M. 2009: *El Balneario del Lérez. La aventura termal de Casimiro Gómez.* Pontevedra, Deputación Provincial.
- Pérez Sánchez, Y. et al. 2008: *Buvelle (1908-2008). 100 años del Pabellón de Gándara.* Mondariz, Fundación Mondariz Balneario.
- Prebisch, R. 1949: *El desarrollo económico de América Latina y algunos de sus principales problemas.* CEPAL.
- Tafunell, X. 2005: "Empresa y Bolsa", en Carreras, A. y Tafunell, X. (coords.): *Estadísticas Históricas de España. Siglos XIX y XX.* Bilbao, Fundación BBVA, 709-833.
- Tissot, Laurent. 2002: "El turismo en Suiza o el advenimiento de un modelo de excelencia (siglos XIX y XX)", *Historia Contemporánea*, 25, 83-100.
- Turner, L. y Ash, J. 1991: *La Horda Dorada. El turismo internacional y la periferia del placer.* Madrid, Endymion.
- Vallejo Pousada, R. 2005: "Augusto González Besada, o amigo persoal de Fernández Villaverde chamado a presidir o Goberno", en Vallejo Pousada, R., Pro Ruiz, J. y Pan-Montojo, J.: *Cobián, González Besada e Bugallal. Tres ministros galegos na crise da Restauración.* Pontevedra, Diputación Provincial, 73-183.
- Vallejo Pousada, R. 2013: "Turismo y desarrollo económico en España durante el franquismo, 1939-1975", *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, 7, 423-452.
- Vallejo Pousada, R. 2014: "La peregrinación británica de 1909: Peregrinos y turistas", en Varios Autores: *El libro del Camino Inglés.* A Coruña, Deputación Provincial de A Coruña, Fundación Mondariz Balneario / Tesouros de Galicia, 28-29.
- Vallejo Pousada, R., Pro Ruiz, J. y Pan-Montojo, J. 2005: *Cobián, González Besada e Bugallal. Tres ministros galegos na crise da Restauración.* Pontevedra, Diputación Provincial.
- Vázquez González, A. 2002: "Os novos señores da rede comercial da emigración a América por portos galegos: os consignatarios das grandes navieiras trasatlánticas, 1870-1939", en *Estudios Migratorios*, 13-14, 9-49.
- Vicenti, A. [1896]: "La provincia de Pontevedra", en A. Vicenti, A. 2001: *Poesía e prosa, 1868-1916. Galiciana Básica de Alfredo Vicenti.* Madrid, Taller de Edición / Deputación Provincial de Pontevedra, 247-293.
- Vicenti, A. [1906]: *Mondariz.* Madrid, Sucesores de Rivadeneyra (reproducción facsímil en 2006, por el Instituto de Estudios Vigueses).
- Vicenti, A. 1908: *La provincia de Pontevedra.* Mondariz, Imprenta del Establecimiento.
- Vilar Rodríguez, M. 2011: "Balnearios, intereses políticos y desarrollo turístico en el noroeste de España: el caso de A Toxa y Mondariz (1874-1935)", en *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 33, 163-185.
- Vilar Rodríguez, M. y Lindoso Tato, E. 2010: "El sector balneario gallego desde una perspectiva histórica (1780-1935)", en *TST*, 19, 138-165.
- Villares, R. 2004: *Historia de Galicia.* Vigo, Galaxia.
- Walton, J. K. 2002: "Aproximación a la historia del turismo en el Reino Unido, siglos XVIII-XX", en *Historia Contemporánea*, 25, 65-82.
- Walton, J. K. & Smith, J. 1996: "The first century of beach tourism in Spain: San Sebastián and the Playas del Norte from the 1830s to the 1930s", in Barke, M., Towner, J. & Newton, M. T. (eds.): *Tourism in Spain. Critical issues.* Oxon (U.K.), CAB International, 35-61.
- Wigram, E. T. A. 1906: *Northern Spain.* London, Adam & Charles Black.
- Wood, W. 1910: *A Corner of Spain.* London, Ballantyne & Co. Limited.