

EMILIO M. OBIOL MENERO\*

## LAS "GUÍAS DE VALENCIA" (1840-1930). NOTAS PARA UN ANÁLISIS TURÍSTICO

### RESUMEN

El trabajo tiene como objetivo a través de un conjunto de guías de la ciudad de Valencia, analizar cuál era la imagen turística de la ciudad entre los años 1840-1930. Los documentos, que se analizan en fondo y forma, ponen de manifiesto que la ciudad no supo encontrar en esos años el lugar adecuado en el escenario turístico español y europeo a pesar de eventos como la Exposición de 1909.

### ABSTRACT

The work has as an objective through many guides of Valencia, to analyze which was the touristic image of the city between 1840-1930. The documents, which are analyzed in depth and form, show that the city did not know how to find an adequate place in the spanish and european touristic scene in those years despite events like the Exhibition of 1909.

### INTRODUCCIÓN

Las guías son instrumentos de producción y reproducción de imágenes que condicionan la decisión, la valoración, las expectativas y el comportamiento del turista, en cuanto crean ideas preconcebidas del lugar de destino.

El presente trabajo intenta analizar la imagen y las premisas turísticas de la ciudad de Valencia a partir de un conjunto de guías publicadas entre 1840-1930. Período de tiempo en el que la imagen visual, pero sobre todo la imagen verbal, contribuyó a crear jerarquías turísticas entre las distintas ciudades españolas y mediterráneas. Es por eso, por lo que, como metodología básica de análisis, se incorporará el propio discurso de las guías.

---

\* Departamento de Geografía. Universitat de València.

## EL S. XIX. DE LAS GUÍAS PRETURÍSTICAS A LAS PROTOTURÍSTICAS

*Entre el forastero, el viajero y el turista*

Como instrumentos explícitos de información general y de ocio, así como de fomento del turismo, las Guías tienen en Valencia una trayectoria dilatada. En buena medida son consecuencia, a veces causa, o simplemente correa de transmisión, de las numerosas apreciaciones de viajeros extranjeros y españoles (BOIRA, 1992) que han ido caracterizando la ciudad hasta la actualidad.

A pesar de quedar fuera del "Grand Tour", resintiéndose así su imagen, la ciudad seguía despertando el máximo interés a mediados del s. XVIII. Lord Chesterfield en 1752 indica que "*Madrid, Sevilla, Granada, Valencia y Barcelona, son las mejores partes de España al estar dignificadas por restos romanos, góticos y árabes*". Un poco más tarde R. Twiss (1773), que visita además el Grau y Sagunt, destaca como atractivo de la ciudad su "*dialecto peculiar, muy parecido al Patois Limusan*". Por los mismos años, H. Swinburne (1775) la caracteriza como negligente, con comida insípida y clima agradable pero enervante, si bien, reconoce la existencia de una huerta de inestimable valor. Finalmente, J. Townsend (1787) la observa comercial, con una Universidad floreciente, aunque sin diversiones ante la falta de teatros (FREIXA, 1993).

Pero es a partir del siglo XIX cuando dentro del espectro de los libros de viaje va apareciendo lentamente el concepto moderno de la mirada turística. Junto a las motivaciones clásicas del viajar: instinto de sociabilidad y afán de conocimiento, el progreso humano hace entrar en escena la de distracción y recreo.

En el primer tercio del s. XIX la necesidad de contar con guías es prontamente sentida al recomendarse que para evitar posibles pérdidas a los viajeros extranjeros en los itinerarios urbanos, se recurra a guías o incluso a cicerones que ayuden a conocer y visitar una ciudad que "*digan lo que digan los turistas graciosos en contrario*" (FORD, 1831)<sup>1</sup> tenía muchos atractivos y estaba experimentando importantes cambios en su estructura urbana (TEIXIDOR, 1982).

Hasta 1840, turísticamente, la ciudad se promocionaba por escrito a través de dos publicaciones: *Valencia en la mano* y la *Guía de Forasteros*. La primera realizaba una descripción muy escueta centrándose en las "*cosas más permanentes*". La segunda, publicada por la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Valencia -RSEAPV-, se organizaba como un directorio de autoridades, cuerpos e instituciones. Ambas se hacían acompañar de utilidades y curiosidades para forasteros.

El *Manual de Forasteros en Valencia* (GARULO, 1841) subtítulo como "*Guía segura para encontrar las cosas mas apreciables y dignas de saberse que hay en ella, sin necesidad de preguntar*", se organiza en 12 capítulos, siendo el titulado "*puntos de vendería y de recreo*" el que caracterizaría lo que hoy denominaríamos oferta turística.

La *Guía del Viajero en Valencia* (SETTIER, 1866), publicada de modo bilingüe castellano/francés, es otro documento preturístico que comparte con el anterior estar dedicado a la RSEAPV, institución inspiradora de estos libros, así como su metodología centrada en descripciones de los monumentos e instituciones atendiendo a su funcionalidad (parroquias, conventos, beneficencia, instrucción, hospitales, oficinas públicas).

<sup>1</sup> La letra cursiva y entrecorrida indicará textos extraídos de la obra que se cita.

En ambos casos, además de un callejero final, se acompaña en el de 1841 un plano topográfico donde se localizan los principales recursos turísticos, que ascienden a un total de 80, en tanto que en el de Settier aparecen 4 dibujos que se presumen los hitos más emblemáticos: *puerta de Serranos, puerta de los Apóstoles, el Miguelete, Santos Juanes*. Settier engloba la oferta de ocio y alojamiento en *Palacios y Establecimientos Públicos* y dedica un último capítulo a realizar excursiones por los alrededores: *Cementerio General; el Puerto; el Puig y las canteras del Puerto; el Cabañal; lago de la Albufera; Murviedro; Alcira y Carcajente, huertos y bosques de naranjos; silos de Burjasot; quinta de Gaspar Dotrés en Godella*. El objetivo es "... que nadie ignore lo mas notable que tiene Valencia...dar á conocer a los viajeros y naturales las muchas bellezas que posee ... ( y rectificar) que nada digno de verse hay en esta ciudad".

En esos años (1862), algunos viajeros (Davillier), van introduciendo ya percepciones turísticas emanadas de contemplaciones paisajísticas: «... la costa del Mediterráneo, entre Valencia y Alicante, se conoce muy poco, pues se encuentra fuera de los itinerarios consagrados. Sin embargo, merecería que se la visitase más por los turistas. Las montañas, cubiertas de árboles; los valles, donde la vegetación es casi tropical, de los alrededores de Gandía, de Dénia y de Jávea, no tienen nada que envidiar a Castellamare, a Amalfi, a Sotorrento y a otros sitios tan alabados de la costa napolitana». (BAS, 1994).

La obra *Valencia antigua y moderna. Guía de forasteros* (LLOMBART, 1887) busca "ilustrar á los viajeros que frecuentemente la visitan....y a todos aquellos mal llamados valencianos....que....por el abandono de su pais natal....harto merecen ser considerados como forasteros en su pátria....". La guía persigue lo "curioso" y lo "útil" para, "...describir los magnificos monumentos...y preciosidades artísticas...y conducir, como llevados de la mano, á los viajeros...". Llombart, uno de los adalides de la Renaixença, entiende que "no hay un sólo forastero que no sienta abandonar la capital, así que se la conoce..." y que Valencia, "la Atenas del Túrria", "hace gran aprecio a los forasteros, si estos no muestran pedantería ni pretensiones superiores".

En conjunto, el concepto que se tiene del visitante no es todavía plenamente el de *tourist* que viaja por distracción y recreo como motivo principal, sino el del viajero, forastero o transeúnte que visita la urbe y necesita información global y variada sobre ella. Más que guías, son agendas de utilidades.

Por otra parte, las guías globales referidas a España o a la Península realizadas por extranjeros, presentan ya una metodología prototurística que es inexistente en las anteriores. Vale la pena detenerse un poco en algunas reflexiones que ofrece la *Guide Joanne* (1898) y que hoy siguen siendo los deberes de todo turista:

*"...tracer son itinéraire...est le premier devoir du voyageur. Pour qu'un voyage soit...utile et agréable, il faut qu'il été étudié avec intelligence et goût...on doit avoir fait son choix des régions aux quelles donner la préférence, des routes qui y conduisent, et des localités qui meritent une visite ou una attention spéciale; il faut aussi...avoir bien déterminé l'emploi de son temps...en tire le plus grand profit pour son plaisir ou pour son instruction. Tout...sans imposer sottement des étapes invariables...laisant leur part à l'imprévu, á la fantaisie, à l'imagination...ce travail préparatoire, chaque touriste doit le faire pour soi, quand il a calculé le temps et l'argent...tenu compte de ses goûts et de ses habitudes, éprouvé ses forces, suivi son inspiration..."*

Después de un primer capítulo de consejos prácticos (clima, alojamiento, medios de comunicación, tarifas), estas guías se organizan en rutas que aparecen detalladas en distancias kilométricas u horarias respecto de los principales sistemas de transporte, y en las que se profundiza en la descripción del patrimonio histórico-artístico de las ciudades más importantes. En ellas se adjuntan interesantes planos que incluyen las más destacadas ofertas turísticas sean de alojamiento.

Una de las más famosas en Europa son las *Guides-P. Joanne*. Su edición de 1898 *Espagne et Portugal*, dedica a Valencia <sup>2</sup> parte de la ruta 43 sur. Después de un primer apartado de situación, aspecto general <sup>3</sup> y clima, aparece un capítulo denominado “*Emploi du temps et principales curiosités*” en la que constata que “*le touriste pressé peut voire en une journée ce qu'il y a de plus remarquable à Valence: la Lonja, la cathédrale, le musée des Beaux-Arts, l'Audiencia, la porte de Serranos, la Glorieta et l'Alameda*”. Tal vez por eso no reseña un plano específico de “*plan-itinéraire*” como sí hace en otras ciudades españolas (Ávila, León, Murcia, Oviedo, Pamplona, Salamanca, Santiago, Segovia, Tarragona y Zamora). Al final aparece un capítulo dedicado a *Environs: Jardin Botanique, Le Grao, l'Albufera, fabrique de mosaïques de Nolla-Meliana*-. El plano de la ciudad cita 6 hoteles y 28 atractivos turísticos.

Los viajeros extranjeros en estos años constatan asimismo iniciativas “turísticas”. Imbert (1875) describe el “*tren del recreo*” o “*tren del botijo*”, donde «... cada verano, la compañía de ferrocarriles de Valencia organiza un tren de ida y vuelta a Madrid... el número de coches no resulta suficiente para alojar a todo el mundo... estos viajeros tienen dos días para visitar las curiosidades de Madrid. Transcurridas las 48 horas regresan... después de pasear por las calles». Por su parte Bernard (1895) señala que en Buñol «*algunos valencianos vienen a pasar el verano... y a admirar las curiosidades naturales.*» (BAS, 1994).

En conjunto, los documentos de esta época tienen mucho más de libros de viajes del s. XIX que de guías propiamente dichas, sobre todo los realizados por valencianos, al incidir mayormente en los aspectos pintorescos derivados del romanticismo y apenas vislumbrar las demandas del futuro turista, ya tratado por las guías europeas, que consumirá otro tipo de documento más objetivo y funcional.

#### EL S. XX. LAS GUÍAS TURÍSTICAS

##### De 1908 a 1929

Las guías peninsulares realizadas por los prestigiosos editores europeos muestran continuidad de continentes y contenidos. Así, la guía *Espagne et Portugal. Manuel du Voyageur* (BAEDEKER <sup>4</sup>, 1908) dedica su ruta 32 a Valencia en la que de nuevo, ahora de modo muy resumido, recomienda las “*principales curiosités (1 à 2 jours): cathédrale, promenade par calle San Vicente et de Zaragoza, ascension du Miguelete, Audiencia, musée, Torres de Serranos, Mercado et Lonja. Le second jour, après midi, excursion a Sagonte*” y señala los consabidos tópicos<sup>5</sup> respecto de sus paisajes y paisanajes. Se recomienda visitar también el *Grao, l'Albufera, Manises, Meliana, Burjasot*.

<sup>2</sup> Los establecimientos de la ciudad de Valencia no insertan ningún tipo de publicidad en la citada guía. El único establecimiento del País Valenciano es el gran hotel “Roma y Marina” de la ciudad de Alicante. De primer orden, ofrece 60 habitaciones, con vistas al mar y al paseo de los Martinos, cocina francesa e inglesa, sala de reuniones y lectura, baños, intérpretes, automóviles para la ciudad y excursión al palmeral de Elche.

Por otra parte, *Valencias*, eran también el nombre de algunos cigarrillos de la época “...celles dites Valencias sont très fortes”. Un subapartado siempre presente, y repetitivo, es el de los tópicos. “*Vivant dans une nature plus riante...ils sont gais...ce qui a contribué à donner aux Valenciens une réputation plus mauvaise qu'ils en méritent...c'est qu'ils ont...un caractère de forte originalité*”.

<sup>4</sup> Las guías Baedeker han servido como referencia a algunos estudios. Valga el realizado sobre la región de Varese por Brusa (1979). Citado por Boira (1992).

<sup>5</sup> “*Le type mauresque des Valenciens est disgracieux...ils sont laborieux, comme les Maures, bienveillants, mais impulsifs*”. “*Nulle autre grande ville d'Espagne...ne produit une impression aussi orientale que Valence*”. “*Le climat est très doux surtout en hiver, où les changements de température sont moins brusques que sur la Côte d'Azur*”.

La actualización de la *Guide-Joane* (1916) apenas aporta novedades respecto de la anterior. Interesante sin embargo es la selección de las *Principales Curiosités Monumentales y Naturelles de l'Espagne* en las que figuran por Valencia; la Seu, el Miquelet, la Llotja y la *campagne de Valence*, y por el País Valenciano: *le roc de Peníscola*, el teatro de Sagunt y *l'extraordinaire forêt de palmiers d'Elche*. Además incluye la posibilidad de realizar seis itinerarios ferroviarios<sup>6</sup> fijos o facultativos en tres meses, con precios reducidos para turistas. Valencia es siempre el límite sur de las rutas por el mediterráneo.

La *Guía de Levante*<sup>7</sup> (TORMO, 1923), la primera de la colección "España. Guías Regionales" dirigidas por el geógrafo Dantín Cereceda se concibe como

*"...una obra de colaboración social...contiene los datos suficientes para que el turista mismo se trace, a su gusto, todos cuantos itinerarios imagine de antemano... Aun cuando ciertas ciudades, paisajes o monumentos sean de interés sobresaliente ...no hay... trozo de tierra...que a ojos curiosos o a espíritu cultivado, no le ofrezcan algún rasgo interesante".*

Para el autor la región *"...constituye una de las de mayor fuerza original de España...el paisaje es cosa única...las manifestaciones espirituales cosa propia, no peninsular, sino mediterránea, de frente al mar y de espaldas al interior"*. Dentro de ella Valencia, *"...con sus alrededores espléndidos, en la roca mancha de color de La Huerta..."* se explica en ocho itinerarios<sup>8</sup> (tres centrales, dos de circunvalación, uno al N del río Turia, 1 al Grau y al Cabanyal y 1 a la Albufera).

La Guía ofrece tres características hasta entonces relativamente inusuales en las guías españolas: objetividad, minuciosidad y actualización contrastada en la información sobre la prestación de servicios. La metodología sigue perfilándose: una primera parte general, introductoria, basada en la geografía, historia y arte del lugar, y una segunda construida en torno a itinerarios descriptivos concretados en rutas turísticas. Interesante es el colofón de la guía que traza un itinerario marítimo desde el delta del Ebro hasta Águilas.

La *Guía del Turista en Valencia* (GALIANA, 1929), declarada oficial por el ayuntamiento en fecha 26-6-1929, se orientaba al *"turismo moderno...e impelirle a visitar nuestra región y, sobre todo, su gran capital"*. El objetivo, expuesto por el prologuista y Presidente de la Sociedad Valenciana del Fomento del Turismo (S.V.F.T.) era

*"contribuir a que desaparezca la incomprensible ignorancia que hasta ahora se ha tenido de Valencia bajo el punto de vista turístico, haciéndola pasar poco menos que desapercibida, y de ahí la sorpresa que experimentan muchos viajeros cuando por primera vez nos visitan"* (CANDELA, 1929).

<sup>6</sup> El ferrocarril es el medio de comunicación turístico más utilizado por estos años. Algunos municipios turísticos del País Valenciano, como Benicàssim, nacen estrechamente unidos a él, o incluso algunos trazados, como el Madrid-Alacant, fueron reconocidos como el "Tren del Veraneo". Además buena parte de la información de las Guías se obtiene en el mundo ferroviario. Así la Guía Joanne de 1898 agradece las aportaciones del Inspector Principal de los Ferrocarriles del Norte, con sede en Valencia, Sr. Álvarez de Sotomayor.

<sup>7</sup> Comprende para el autor las comarcas de Tortosa, Albacete, Chinchilla y Alcaraz, además de todo el País Valenciano y Murcia.

<sup>8</sup> Algunos de los itinerarios "turísticos" más antiguos que se conocen son los propuestos por Joan Lluís Vives (1538): desde la Catedral a la pl. del Mercat (ROSSELLÓ, 1983); Cook (1585): desde la porta de Serrans hasta el Palau Reial pasando por Cavallers, Mercat, st. Martí y Predicadors; y Ford (1831): desde la porta de Serrans hasta la Seu pasando por Cavallers, Mercat y St. Martí (BOIRA, 1992). Estos itinerarios, muchísimo más detallados, son los cuatro primeros que propone Tormo.

Desconocimiento que, incluso en la actualidad, y salvando las distancias, podría explicarse así (CANDELA, 1929):

*"...Valencia no ha sentido una gran necesidad de hacer propaganda de turismo, no obstante tener excepcionales condiciones para ello... y que constituyen suficiente leimotif para que los turistas acudiesen a miles....Causas...varias...pero las principales en primer lugar... nuestra independencia económica...somos naturalmente libre cambistas...y al no actuar como Jeremías ante el Estado este sólo se preocupa de recaudar la espléndida tributación...; también contribuye a esta especie de aislamiento...el papel que el antiguo Reino de Valencia viene desempeñando...puesto que todo fue definitivamente anulado; también el no equitativo reparto, por parte de los políticos, de los beneficios que el Estado da a las ciudades".*

Valencia tenía elementos "*propios*" para ser una buena "*población turística*" atendiendo a su "*clima, alrededores, playas, situación topográfica, comunicaciones, monumentos, cultura, arte y paisaje*" y que por tanto "*y con justicia*" se la podía denominar la "*Ciudad de las flores*" (GALIANA, 1929). Este lema<sup>9</sup>, quizá la primera marca turística de la ciudad defendida como tal, prolongaba y oficializaba una histórica y pesada carga llena de tópicos y estereotipos rurales. Tópicos que, por otra parte, entraban en contradicción con las herencias que querían superarse y que en poco beneficiaban la imagen turística de la ciudad.

La guía cuenta como principales novedades las fotografías panorámicas y aéreas, así como valoraciones simbólicas, a partir de asteriscos, de la oferta turística. Se organiza en cinco itinerarios descriptivos (cinco para la ciudad, uno para la Albufera), uno intensivo para visitarla durante uno solo día y nueve excursiones periféricas<sup>10</sup> con títulos temáticos y metafóricos con supuesta vocación turística:

- 1) *Zona de Huerta (Vega valenciana)*: Burjassot, Godella, Benimàmet, Manises.
- 2) *Zona Montañosa (Bosques de pinos)*: Portaceli.
- 3) *Zona de Secano (Antigüedades y paisajes)*: Llíria, Benissanó, Chelva.
- 4) *Zona Vinícola (Terreno ondulado)*: El Vedat de Torrent, Alaquàs.
- 5) *Zona Agreste (La Suiza valenciana)*: Buñol, Requena, Cofrentes.
- 6) *Zona Naranjera (Bosques de azahar)*: Alzira, Carcaixent, Xàtiva.
- 7) *Zona Arrocerca (Lagunas de arroz)*: Sueca, Cullera.
- 8) *Zona Exquisita (Huerta de lujo)*: Gandia.
- 9) *Zona Histórica (Lugares famosos)*: El Puig, Sagunt.

En estos años, la ciudad cuenta con instituciones de promoción turística como la S.V.F.T., heredera de otra anterior denominada Sociedad de Atracción de Forasteros, así como con una delegación de la Sociedad de Atracción de Forasteros de Barcelona, la

<sup>9</sup> La trilogía metafórica jardín/ belleza/ clima ha sido una constante a la hora de adjetivar a la ciudad. "Almizcle y jardín de España", "Ramillete fragante de España", "Paraíso Terrenal", "Segunda Roma", "Valencia la Hermosa", "Vergel florido", "Valencia, más clara que la luz", "Esmeralda y río de perlas", "Alfombra de flor", son algunos de los epítetos dedicados a la ciudad. El orientalismo, una de las características básicas del romanticismo, en especial del francés, también influyó en las denominaciones de la ciudad. Por su situación geográfica mediterránea y por su acervo cultural, expresiones del tipo "Atenas del Túria" fueron frecuentes en estos años.

<sup>10</sup> La Diputación de Valencia, a partir de 1996, y en el contexto de su nueva marca turística "València. Terra i Mar", ha creado una serie de Trenes Turísticos que prácticamente emulan algunos de estos recorridos propuestos: Tren del arroz, Tren del vino...

Oficina de Fomento del Turismo del Ayuntamiento y otra oficina de la Sociedad Española de Turismo, antes Comisaría Regia de Turismo, que tenía por objeto efectuar el inventario artístico y monumental del país. Además contaba con tres agencias de viajes: "Wagons Lits", "Marsans" y "Viajes P. Reig".

En este contexto de transición conceptual del viajero al turista, ve la luz la publicación *Valencia Atracción. Revista de Turismo*, auspiciada por el Ayuntamiento y la SVFT en 1926 y que ya al año siguiente organizó el primer tren fallero desde Madrid. La revista pronto se convirtió en la referencia ideológica turística de la ciudad. Así, por ejemplo, en el número de julio de 1931 ya alertaba sobre la falta y problemática de las playas de la capital y sus efectos sobre el turismo:

*"Sus elegantes y suntuosos balnearios, ofrecen al forastero, veraneante o al turista la garantía de una atención exquisita y de un completo confort... Tenemos pues, materiales suficientes para reconstruir nuestras playas, algo único en el campo de la atracción turística y veraniega... Sin embargo el distrito del Puerto no se ha preocupado... de nuestras playas... que han ido retrocediendo con paso rápido hasta lograr su casi absoluta anulación. ¿Seguiremos viendo como se despoblan nuestras incomparables playas y cómo el turismo deriva hacia el Norte o Sur de nuestro litoral?"*.

La revista era partidaria de profundizar en el instrumento de la propaganda turística de la ciudad pero entendía que había que reorientarla hacia una estrategia de promoción más global y, a la vez, centrada en las ventajas comparativas. De este modo, de promocionarse casi exclusivamente en los recursos monumentales, había que incorporar otros atractivos más interesantes y sugestivos para el turismo en general, como son las condiciones ambientales ("tomando como base nuestro sol, clima y playas"), las panorámicas ("nuestros paisajes agrarios"), el confort (comodidades, baratura de la vida"), la potencialidad económica, los medios de distracción ("ferias, fiestas y costumbres") y la importancia de la propia ciudad. El modelo a seguir era San Sebastián, ya que sin monumentos había captado turismo y "...recibe y retiene en los tres meses de verano no menos de 30.000 turistas, además de los extranjeros por su proximidad a la frontera". Valencia podía postularse para los españoles del norte, sobre todo en invierno y en primavera, lo que Donostia para el verano.

### *El alojamiento hotelero*

Los alrededores (Plaça Villarrasa) de la plaça del Mercat, *la principal y corazón de la ciudad* (FORD, 1845), su principal arteria de acceso sur, la calle Sant Vicent, y la plaça Sant Francesc, eran el área central urbana de la ciudad y, por tanto, el lugar de máxima concentración de establecimientos que, en el s. XIX, se reducían a mesones y fondas, estas muy numerosas especialmente en los alrededores de la calle de la Mar.

Los cambios urbanísticos que experimentó la ciudad a principios del s. XX (entre ellos, nueva plaza triangular del Ayuntamiento, 1915; estación del Norte, 1917; calle Colón remodelación en 1925), hicieron bascular el área central, y con ella el área hotelera, hacia la figura trapezoidal que cierran las calles Colon, Xàtiva, Sant Vicent y la Pau. Perímetro que albergaba no sólo los tradicionales establecimientos, sino también los nuevos (Palace Hotel, 1909; Hotel Reina Victoria, 1913; Hotel Ripalda 1922). Además de este núcleo de Ciutat Vella aparecían los vinculados al puerto y a la nueva moda de los balnearios y baños en la playa (Hotel-Casino en la Malva-rosa, 1909).

### *La Exposición Regional Valenciana. Una lectura turística*

La *Guía y Catálogo Oficial* (SETTIER, 1909), publicado por la organización de la Exposición Regional Valenciana (E.R.V.), en una primera parte "orientaba al forastero" respecto de los principales atractivos y rutas que podían realizarse en Valencia, sede de la citada Exposición. El evento, que tenía como motivación principal ser un escaparate de la economía regional y de sus potencialidades, sirvió poco para promocionar turísticamente la ciudad, objetivo que sí pretendió, quizá porque la efeméride no tuvo demasiado éxito ni tan siquiera en el País Valenciano.

En el contexto de la E.R.V. se publicó una interesante *Guía de Valencia*. (1909), de autor anónimo, y editada por la Asociación Española para el Progreso de las Ciencias, en la que la ciudad se postulaba, atendiendo a las excelencias climáticas, medio ambientales y ciudadanas, como futuro centro turístico justificándose tal propuesta en el capítulo denominado *Valencia, estación invernal*. Merece la pena detenerse en el documento:

*"Tiene Valencia un tesoro del que apenas se aprovecha ...el clima", la internada. Cuando se desarrolle con los debidos bríos la necesaria, justificadísima y patriótica camapaña de propaganda ...es seguro el éxito, pues con menos bondades ...han triunfado (Ajaccio, Biarritz, Catania, Menton, Mónaco, Nápoles, Niza, Palermo, San Remo, Canarias, Madera). Pasan años y años sin que la neblina ni la nevada interrumpan el goce del que en este clima templado ...recrea su vida ó fortifica su salud ... Valencia puede ser la Meca de los internantes".*

*"Las excelencias climáticas quedan coronadas por las que ofrece la urbe...con todos los alicientes que pueda desear el más exigente y rico turista...Para el internante, sano ó enfermo, cansado por la labor en otros países fríos, ofrece sobrados medios para realizar el género de vida á que aspire...vida de urbe (fiestas, arte, alegría)...vidas de campo (chalets, lindos pueblecitos comarcanos) ...vida marítima(Grao, Cabañal)...vida de excursionista y cinegética (en nuestras cercanas montañas, Sagunto, el Puig) y la Albufera... hermosísimo lago, verdadera mina cuya explotación turística rendiría más que los suizos...Todas las variadas aspiraciones que tenga el internante en la Côte d'Azur francesa, en las costa italianas ó argelinas, las podrá realizar aquí más y mejor...Las grandes reformas que experimenta la urbe, deben tener ese otro particular objetivo turístico. Dentro de pocos años Valencia será la más concurrida estación invernal. ¿No será lógica la esperanza en el triunfo de la internada valenciana?."*

El último capítulo se dedica a las excursiones, para las que se recomienda el ferrocarril, programándose de acuerdo con los recursos turísticos y la distancia: una mañana o tarde (*Burjasot, Manises, Almácer, Massamagrell, Moncada, El Puig, Sagunto*), un día (*La Albufera, Porta-Coeli, Segorbe, Sueca-Cullera, Castellón, Buñol-Requena-Utiel, Denia*), más de un día (*Játiva-Albaida, Onteniente-Alcoy, Alicante*).

En conjunto, el documento recoge dos postulados turísticos que incluso hoy forman parte del debate. En primer lugar, las potencialidades turísticas del invierno valenciano para acoger ciudadanos<sup>12</sup> de otras latitudes. En segundo lugar, la provechosa identificación turística Valencia / País Valenciano, es decir, desde Valencia sentir la necesidad de visitar el país, o viceversa.

<sup>12</sup> Ya Townsend (1786) señalaba que "...el aire y el clima serían en una multitud de casos muy convenientes a los ingleses...".

<sup>13</sup> Véase por ejemplo el trabajo de Obiol, E. y Herrero, J.: "Los extranjeros residentes de la Unión Europea en el litoral norte valenciano". *Millars. Espai i Història*, XXIII, Universitat Jaume I de Castellón. (En prensa).

### *La política turística en la E.R.V.*

La Exposición tuvo una decidida política turística que la ciudad ya emprendió años antes con la creación (1871) de la Fira de Juliol o de Sant Jaume (HERNÁNDEZ, 1993). Cifró como objetivo a conseguir "un centenar de millares de turistas...que se encargarian de fomentar la concurrencia...en los venideros años". El turismo francés se consideraba prioritario y al que quería llamársele la atención de las condiciones climatológicas de Valencia "...que no tienen en el mundo igual y aventaja á las más renombradas estaciones invernales, primaverales y otoñales...".

El discurso turístico señalaba además que en España hay

*"...algo más que las procesiones de la Semana Santa sevillana y las corridas de Feria de la ciudad del Betis; algo más que la Alhambra y el Escorial y Toledo...Valencia, brinda en todo tiempo atractivos singulares y ocasiones de convencerse...de que nada envidia á los países tenidos como obligada estancia para los adinerados ganosos de cosas nuevas y agradables..."* (TRENOR, 1912).

La Exposición se anunció oficialmente en los folletos de turismo de España y acudió a las técnicas de propaganda entonces novedosas (cartelística, carnets-prospecto en medios de comunicación...), lo que demostraba que "...por fin entrábamos en las costumbres de los pueblos grandes usando para competir con ellos sus mismas armas y recursos". En su recinto los espacios destinados al ocio fueron significativos creándose un parque de atracciones en el que destacaban *La Glissoire Roulant (Tobbogan)*, de 26 m de altura y 93 de recorrido y *Los Urales*, una especie de montaña rusa de 25 m de altura que terminaba en un estanque.

Así las cosas, la organización pronto advirtió que la ciudad carecía de alojamientos suficientes en número y calidad para dar cumplido servicio a los visitantes. En 1909 contaba con 1313 habitaciones y 1785 camas, sumando todo tipo de alojamientos, cuando, por ejemplo Zaragoza en los postrimerías de la Exposición de los Sitios de, 1908 contaba con 2575 habitaciones y 3499 camas. Se proyectó alcanzar 5000 camas, abriéndose primero un registro con el fin de censarlas y garantizar en ellas "...una buena policia de higiene y salubridad" .

Sin embargo, la cuestión del hotel de lujo seguía pendiente (TRENOR, 1912). Primero se pensó en alquilar el palacio del marqués de Campo, después el alcalde Maestre dijo tener ofertas para construir hoteles, entre ellas una catalana que se comprometía a levantar en 53 días un hotel de hierro y ladrillo similar al de la Exposición Universal de Barcelona. Los hoteleros valencianos ganaron tiempo aduciendo que no existía un lugar adecuado para esa construcción y que sus establecimientos ya garantizaban todo el confort deseable. Al final, y no sin sus protestas, se decidió restaurar el "*Palace Hotel*"<sup>13</sup>, sito en la céntrica calle la Paz.

La E.R.V. estuvo abierta 233 días (22 Mayo-9 Enero) siendo los días de máxima entrada el de la inauguración y el 6 de junio con 30.207 visitantes. El turismo internacional tuvo sus principales orígenes en Inglaterra, Alemania pero sobre todo en Francia, especialmente de las regiones meridionales hasta Lyon, así como de Argelia. Cataluña y Mallorca fueron las regiones españolas que más visitantes emitieron.

La guerra del Rif en Melilla y los sucesos de Barcelona ocuparon el verano por lo que se "...alejó a los forasteros, preocupó al país y detuvo por millares a los viajeros de todas partes de

<sup>13</sup> El reacondicionamiento del hotel costó 262.944 ptas en tanto que los ingresos que generó por alojamiento alcanzaron 108.734, apenas el 41%. El hotel era propiedad de la empresas Pompidó Hnos. dueños asimismo del hotel "La Maison Dorée".

*España...para que...no se congregasen innumerables turistas...". Las pérdidas "...pudiera llamarse ruina...del capital...y la decepción experimentada por la ciudad..." fueron realmente importantes hasta el punto de que el gobierno de España entregó dos millones de pesetas para cubrir gastos y autorizó reconvertir la Exposición Regional en Nacional a lo largo de 1910. Más en función del deseo que de la realidad se señalaba que "...ayer yacíamos en el olvido; éramos la Cenicienta de España; hoy el forastero siente dejarnos y el turismo internacional incluye á Valencia en sus preferentes itinerarios" (TRENOR, 1912).*

Pasada la Exposición desde el Ayuntamiento se hizo una propuesta convertir el recinto en "*Parque Valencia*". Sin embargo la idea "*no repercutió donde se imaginaba que tendría más partidarios*" (TRENOR, 1912).

#### CONCLUSIONES

La primera idea que se desprende del trabajo es que las guías de la ciudad de Valencia pronto contemplaron su dimensión prototurística (mediados del s. XIX), no tanto la turística que fue más tardía (primer tercio del s. XX). Su marginación del movimiento romántico, su escasa promoción monumental, tanto de sus recursos básicos como de los complementarios, y su discurso equívoco que por una parte reclamaba diversificación económica y apertura, y por otra profundizaba en el carácter agrario de la ciudad como diferencia, apenas sirvieron para crear una imagen turística de la ciudad y situarla dentro de ese fenómeno naciente en el escenario español y europeo de esos años.

En segundo lugar, las guías empiezan por diseñarse como meras agendas, para al final del período que estudiamos convertirse en documentos pensados para el viaje y el viajero. Las metodologías también conocen importantes cambios al pasar de simples listados a capítulos prácticamente similares a las actuales guías turísticas (introducción, geografía, historia, arte, itinerarios, cartografía, utilidades, fotos de los recursos básicos). Sin embargo, lo que no conoce apenas cambios son los itinerarios, las rutas, los atractivos turísticos que se proponen. Ni la Exposición de 1909 consiguió crear ninguna imagen, tangible o intangible, de potencialidad turística.

En tercera instancia, las guías indican que la ciudad, y por extensión el País Valenciano, ante el todavía no descubrimiento de la "mediterraneidad" como paradigma turístico, iniciaron la primera estrategia turística creándose una imagen, no como núcleos de veraneo, sino como centros invernales movidos, lógicamente, por una climatología favorable con muchas ventajas comparativas respecto de los climas atlánticos y continentales.

Una cuarta idea es que, a resultas de ello, la oferta de alojamiento de Valencia fue, durante la época que analizamos, muy escasa e inapropiada para su rango de ciudad. De modo que se creaba un círculo vicioso, muy negativo para la percepción del turista, de escasa oferta de atractivos turísticos, establecimientos hoteleros insuficientes y de baja categoría, y política turística prácticamente inexistente y desafortunada, que abocaron a la ciudad a la casi desatención turística durante los años 1840-1930.

Finalmente, en quinto lugar, apuntar que la Exposición Regional de 1909 consciente de lo anterior, quiso paliar dicha situación y propuso situar a la ciudad de Valencia entre las urbes mediterráneas más frecuentadas, también por motivos turísticos, pero que no lo consiguió debido a las circunstancias adversas que condicionaron el calendario de dicho evento.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAEDEKER, K. (1908): *Espagne et Portugal. Manuel du Voyageur*. Paris. P. Ollendorf, 574 p.
- BAS CARBONELL, M. (1994): *Viajeros franceses por la Valencia del siglo XIX*. Colección "Así nos vieron". Ayuntamiento de Valencia.
- BOIRA, J.V. (1992): *La ciudad de Valencia y su imagen pública*. Universidad de Valencia, 206 p.
- FREIXA, C. (1993): *Los ingleses y el arte de viajar*. Ediciones del Serbal. Barcelona, 159 p.
- GALIANA, J. (1929): *Guía del turismo en Valencia*. Prólogo de M. Candela (1929). Imp. Viuda de M. Sanchis. Valencia, 267 p.
- GARULO, J. (1841): *Manual de forasteros en Valencia*. Librería Julián Mariana. Valencia, 208 p.
- Guía de Valencia*. (1909). Asociación Española para el Progreso de las Ciencias. Imprenta de F. Vives Mora, Valencia, 319 p.
- Guía y Catálogo oficial de la Exposición Regional Valenciana* (1909). Imp. Lit. J. Ortega., Valencia, 296 p.
- HERNÁNDEZ MARTÍ, G. (1993): *Las fiestas de Valencia bajo el franquismo*. Tesis Doctoral. Facultat Econòmiques. Universitat de València. 1.035 p.
- JOANNES, P. (1898): *Espagne et Portugal*. Collection des Guides-Joannes. Paris. Librairie Hachette et Cie. 474 p.
- JOANNES, P. (1916): *Espagne et Portugal*. Collection des Guides-Joanne, Parris. Librairie Hachette. 544 p.
- LLOMBART, C. (1887): *Valencia antigua y moderna. Guía de forasteros*. Librería de Pascual Aguilar. Valencia, 680 p.
- OBOL MENERO, E.M. (1997): Turismo y ciudad: el caso de Valencia. *Estudios Turísticos*, 134, pp. 3-23. Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.
- PTCORNELL, C. y otros (1989): La imagen turística como introducción a la geografía del turismo en Baleares. Las guías turísticas. *Actas XI Congreso Nacional de Geografía*. AGE-Universidad Complutense. Madrid, pp. 368-374
- ROSSELLÓ VERGER, V. (1983) : La percepció de l'espai urbà a la València de Joan Lluís Vives. *L'Espill*, nº 17-18, pp.193-208. València.
- SETTIER, J.M. (1866): *Guía del viajero en Valencia*. Imprenta de Salvador Martínez. Valencia, 403 p.
- TEIXIDOR, M.J. (1982): *València, la construcció d'una ciutat*. Col. Politècnica, 2. Diputació de València. 144 p.
- TORMO, E. (1923): *Levante. Provincias valencianas y murcianas*. España. Guías regionales Calpe, nº III, Madrid, 400 p.
- TRENOR PALAVICINO, T. (1912) : *Memoria de las Exposiciones Regional Valenciana de 1909 y Nacional de 1910*. Tip. Moderna de M. Gimeno, Valencia, 338 p.

