

PATRIMONIO Y TURISMO. DEL CICERONE A LA PROFESIÓN DE GUÍA TURÍSTICO (1830-1929)

NATIONAL HERITAGE AND THE TOURIST INDUSTRY:
FROM THE OLD “CICERONE” TO THE NEW TOURIST GUIDE
(1830-1939)

LUIS MÉNDEZ RODRÍGUEZ
Universidad de Sevilla

Desglosar las aportaciones que Andalucía ha realizado a la construcción del turismo moderno internacional es el objetivo principal de este trabajo. Desde que se incorporara como destino de viajeros atraídos por su historia, sus restos arqueológicos, su monumentalidad o simplemente su belleza de una forma generalizada en las primeras décadas del siglo XIX, Andalucía fue organizando sus instituciones patrimoniales y turísticas para acoger visitantes. Se revistan en este artículo las principales aportaciones que se hicieron en la construcción de este hábito que una parte de la sociedad andaluza convirtió en su negocio.

Palabras clave: Andalucía, Turismo Viajeros, Siglo XIX.

This paper examines Andalusia's recent contributions to the World Tourist Industry. The first international visitors who were attracted by Andalusian monuments, archaeological remains and exotic sights came in the early 19th century but it would be much later that the Andalusian institutions would begin to set out what might be considered a proper tourist industry.

Keywords: Andalusia, Tourist Industry, 19th-century travellers

La nueva percepción del mundo y del hombre que trajo el romanticismo, los cambios tecnológicos que deparó la industria, la incorporación de nuevos medios de transporte como el ferrocarril y el barco a vapor, junto con importantes cambios sociales, políticos, y económicos, hicieron que el concepto de viaje fuese mutando a lo largo de las primeras décadas del siglo XIX. Un mundo que por primera vez se ponía literalmente en movimiento. De tener unas características educativas y culturales, el viaje se identificará a partir de la década de 1820 con el mundo del turista, y, por tanto, asociado a la diversión y al ocio. La introducción de los ferrocarriles y de los barcos de vapor transformaron las oportunidades de viajar, de manera más rápida y cómoda. A partir de los años cuarenta hubo una explosión en el número de viajes hasta convertirse en un hábito social, que convirtió al viaje de recreo en una actividad de ocio relativamente nueva. A esto hemos de sumar la bonanza económica que repercutió en

un rápido crecimiento de la población y de la riqueza. La burguesía se sumó al mundo del viaje. Lo hizo en su búsqueda de los monumentos, atraídos por el exotismo de Oriente, por las emociones y por los paisajes. Se exploran lugares recónditos, cuando todo está descubierto, se busca precisamente lo que no se conoce, lo diferente, lo que asombra, lo pintoresco. Es el viaje del hombre moderno, que busca aventura, la tragedia y la emoción.

La atracción por Andalucía fue extendida sobre todo por los románticos, que encontraron todos los elementos adecuados para desarrollar la idea de Oriente al sur de Europa. Los valores del pasado podían descubrirse en la mayoría de las ciudades andaluzas, en sus antiguos monumentos árabes, en sus leyendas y tradiciones, así como en su variado calendario festivo. Por este motivo, Andalucía constituyó el lugar ideal para desarrollar los impulsos y los sentimientos románticos, pues los viajeros ávidos de exotismo, leyenda y fantasía pusieron de moda Andalucía y en especial, las ciudades de Córdoba, Granada y Sevilla, difundiendo los principales monumentos, las escenas urbanas, los paisajes exóticos y los tipos populares.

Desde la década de 1850 los viajeros acudían en mayor número hasta Andalucía, gracias sobre todo a las ventajas que ofrecían los nuevos medios de transporte como eran el ferrocarril. El nuevo tipo social del turista empezó a consumir espacios desde mediados del siglo XIX y a requerir servicios de una forma hasta entonces bastante inédita. Para satisfacer esta demanda surgieron hoteles, trenes, balnearios y distintos tipos de infraestructuras destinadas al disfrute y al placer que exigía la práctica de experiencias sensoriales nuevas y gratificantes. El turista no sólo consumía servicios, también era un gran consumidor de productos ligados al ocio, anunciados por la incipiente publicidad. Venta de ropas para turistas, objetos de souvenirs, botiquines de viaje para aquellos que saliesen al extranjero.

En 1852, G. J. Cayley expresa su emoción al llegar a Granada: “Estábamos bajo un profundo estado de ansiedad por obtener la primera imagen de Granada y ocupados construyendo en el aire todo tipo de Alhambras imposibles”¹. Para unos viajeros, la Alhambra, producía todo tipo de estados de ánimo, como le sucedió a Eugene Poitou cuando señala su nerviosismo al cruzar la Puerta de las Granadas: “Mi corazón latía con rapidez – lo confieso – y no sé qué vaga emoción me invadió a pesar mío: hay creaciones poéticas que han entrado hasta tal punto en nuestra imaginación cuando éramos jóvenes, que se posesionaron de ella y nos conmueven igual que si fuera la realidad; y cuando estos fantasmas, invocados de repente, gracias los lugares en los que los hemos visto en sueños, se despiertan al fondo del recuerdo, vibra en nosotros un eco lejano de nuestra juventud y de sus amores ideales”². Por el contrario, hubo viajeros que desconocían por completo lo que iban a visitar, quedando decepcionados con la Alhambra, a la que imaginaban como un viejo Versalles. Eugène Poitou nos relata la historia de un joven

1 VIÑES MILLET, C. *La Alhambra que fascinó a los románticos*. Granada, 2007, pp. 35-36.

2 VIÑES MILLET, C. *La Alhambra op. cit.*, p. 74.

viajero holandés con el que coincidió en la Alhambra: “Apenas entrar en el Patio de los Arrayanes exclamó: “¿Sólo es esto?”, se marchó enseguida y dejó Granada ese mismo día sin querer saber más. Este holandés es un tonto. Hay que pensar en una cosa muy simple: no estamos con Luis XIV sino con Boabdil. No estamos en Francia o Alemania, sino en Andalucía, o sea, casi en África. Lo que estamos viendo no es el palacio de un soberano del norte destinado a las pompas de nuestras cortes europeas y a sus fiestas regias; es un palacio de Oriente, el palacio de un califa, es decir, su casa particular, los apartemos privados del soberano, de sus oficiales y de sus mujeres”³.

LOS PRIMEROS CICERONES

Paralelo a este fenómeno nos encontramos otro sumamente interesante. Se trató de la apropiación de los espacios que se visitan por los primeros oportunistas, que conscientes de una mínima posibilidad de negocio se lanzan a la aventura de explicarles a los visitantes lo que están viendo, tan sólo por unas monedas. Son personas del pueblo, por lo general sin formación, los que se convierten en los primeros guías, procedentes de un grupo extraordinariamente heterogéneo. Extranjeros afincados en España, gitanos, sacristanes, etc... actuarán como mediadores ante el monumento. Todavía quedan algunos edificios que para visitarlos tenemos que buscar a la persona que tiene la llave y que se dedica a explicar de tal o cuál modo, sin ningún tipo de objetividad o discurso formado sus principales características.

En Granada conocemos cómo los primeros viajeros recorrieron los cuartos reales de la Alhambra en compañía de una anciana avinagrada y de pocas palabras, apodada la Reina Coquina. Sin embargo, a partir de la publicación del libro de Washington Irving, *The Alhambra*, en 1832, el protagonismo en la materia pasará a Mateo Jiménez, cuyo oficio era tejedor de sedas, y que había prestado sus servicios al norteamericano. Aunque, como Irving reconoce, no era nada aficionado a dejarse acompañar por guías, entabla una conversación con él a la entrada al monumento para preguntarle si conoce el lugar, a lo que el otro le contesta: “ninguno más; pues Señor, soy hijo de la Alhambra” (Irving, 1832). Los viajeros posteriores recogieron cómo éste granadino ofrecía sus servicios a los extranjeros. En este sentido, George Dennis llegó a conocerlo en 1836, indicando en su relato que vestía a la usanza inglesa, “con un chaleco y pantalones, con una chaqueta rayada de lino, y portando un sombrero a *l'Anglaise*”, y que gozaba de un cierto reconocimiento entre las personas que vivían en la Alhambra, quienes pensaban que éste improvisado, aunque elocuente orador, era nada más y nada menos que todo un erudito⁴. Todavía en 1850 este personaje gozaba de popularidad. Así, nos lo indica el viajero inglés W. G. Clark en su viaje por España. Al llegar a Granada fue abordado por tres personas que se le ofrecieron para enseñarle la ciudad, alegando como único mérito su servicio a otros ilustres viajeros. Uno de ellos era Mateo Jiménez. El

3 POITOU, E. *Viaje por Andalucía* (1866). Sevilla, 2004, p. 173.

4 DENNIS, G.A. *Summer in Andalucía*. London, 1839.

segundo no era otro que su hijo que se reivindicaba casi por linaje ser un excelente guía. El tercero era un gibraltareño, Manuel Bensaken, quien presentó como credenciales que había trabajado para Richard Ford, quien lo recomendaba en su *Handbook*, motivo por el que muchos viajeros requiriesen sus servicios⁵. Tanto unos como otros eran auténticos charlatanes, cuyos relatos tenían una mínima base de realidad. Así, confundían los estilos, los períodos históricos e incluso los usos de los edificios, pues el palacio de Carlos V nunca fue una plaza de toros, por mucho que algunos guías así lo dijese. Mateo Jiménez se enorgullecía de las personalidades a las que les había enseñado la Alhambra. Es más, según relata Clark le enseñó “un libro con exageradas dedicatorias de varios viajeros americanos, escritas en ese estilo elevado que les distingue de nosotros”⁶. No fue desde luego el último, pues otros viajeros recordaban los textos escritos en un muro de la Alhambra por Henry Swinburne. El libro de visitas de la Alhambra, donado por el príncipe ruso Dimitri Dolgorouki en su visita a Granada junto a Washington Irving, registraba las firmas y las reflexiones de los viajeros. No faltaría quien sintiese deseos de arrancar la hoja donde había firmado aquel escritor famoso que le había llevado con la emoción de la lectura hasta las mismas puertas de la Alhambra, como sucedió con la señora Rommer y la reliquia de la página en la que había estampado su firma Irving.

La valoración de los viajeros de los guías fue ambivalente, aunque muchos de ellos se quejaron en sus escritos de los cicerones que les impedían el contacto directo con el monumento, hasta el punto de no poder ver la Alhambra con sus ojos, sino a través de la mirada del guía, como le pasó al inglés Clark: Mi primera visita a la Alhambra apenas me produjo placer. Desfiguradas mis reflexiones por el continuo parloteo de mi guía, sentí que no estaba viendo, sino “haciendo” la Alhambra. Incluso el encanto de la novedad se había perdido, ya que había visto los grabados de Owen Jones que son más que una *representación*, –son el lugar mismo proyectado sobre un plano–. Lo que los mapas de Mercator son con respecto al globo terráqueo, así son estos grabados a la Alhambra, –que en verdad, es más como una pintura, o un decorado teatral, que un edificio. Hablo del interior, ya que desde el exterior, parece tan formidable y sólida, como la colina rocosa sobre la que se asienta”⁷.

La presencia de guías que se ofrecían para explicarles la ciudad a los extranjeros era también muy notable en una ciudad como Sevilla. Clark nos relata en 1850 cómo su cicerone era un anciano, llamado “José Lasso de la Vega, y aduce ser pariente lejano del poeta Garcí de tal y cual. Sirvió en las tropas británicas en la Guerra de la Independencia, y tiene en gran estima una pluma de oro que le regaló, según dice, “Sir Campbell”. Ahora, pobre y viejo, se contenta con que le empleen como “guía de Sevilla”, debo decir que desempeña el oficio mejor que los profesionales del mismo”. De hecho, Clark menciona como en materias seculares estaba muy bien informado.

5 CLARK, W.G. *Gazpacho, or, summer months in Spain*. London, 1851, pp. 101-103.

6 CLARK, op. cit. 1851, p. 103.

7 Ídem.

Pero, en ocasiones, ir acompañado de un guía era un impedimento para visitar algún edificio. Así, sucede con la estancia de Clark cuando “una o dos veces fui con el señor de La Vega a solicitar permiso para ver las pinturas del Canónigo Cepero, y siempre con un pretexto u otro, me lo denegaron. Otro día fui solo, y mi solicitud fue atendida de inmediato, el portero me dijo que podía haberme admitido antes si no hubiese ido acompañado de un guía. La galería contiene pocas cosas que destacar, pero la casa es interesante pues fue el hogar de Murillo”⁸.

En Sevilla, el Museo de Bellas Artes era uno de los monumentos más demandados por los turistas. Andersen lo visitó acompañado del pintor inglés John Phillip y del sueco Lundgreen: “Sevilla es la ciudad natal de Murillo; aquí iba yo a contemplar su grandeza y poder, el rayo de sol meridional del mundo de los genios. Veinticuatro cuadros del maestro realzan aquí una de las salas de la Academia de Bellas Artes. (...) Nos abrieron la sala de Murillo; ¡qué tesoro! ¡qué maravilla! Por primera vez comprendí del todo la grandeza de este artista; ninguno le sobrepasa; cada uno de sus cuadros es un elixir de vida”⁹. También visita el Hospital de la Caridad, la Casa de Pilatos, la Fábrica de Tabacos.

En la Andalucía del XIX desde un religioso hasta un portero o un sacristán se veían con la autoridad suficiente como para convertirse en cicerones ocasionales, demostrando su profundo desconocimiento. Unas veces era el simple portero de un palacio, y otras, el sacristán de la iglesia el que no sólo abría el monumento, sino que también lo explicaba desde su acervo particular. Antoine de Latour nos comenta cómo fue a visitar la Casa de Pilatos, cuando el portero indicándole que el actual duque se encontraba fuera de la ciudad, le permitió el acceso al palacio. Acompañado de un niño pequeño que sostenía un manajo de llaves casi tan viejas como el propio edificio, lo visitaron. Durante este tiempo el improvisado guía no sólo le guiaba por los distintos patios y estancias, sino que le hacía continuos comentarios que identificaban cada salón con un momento de la Pasión de Cristo:

Cuando llegué a la parte alta, mi guía me hizo prestar atención a un vano que terminaba en una pequeña ventana y que por la derecha servía de respaldo a un banco revestido de azulejos. “Éste es el sitio –me dijo– en el que San Pedro estaba sentado cuando negó a Jesús y allí –añadió mostrándome del oteo lado una mirilla enrejada y perdida en el muro– es donde se encontraba la sirvienta que lo reconoció”. Los Evangelios contradicen un tanto, estos pequeños arreglos de la tradición, pero me limité a sonreír y guardé mis dudas para transmitírselas a mis lectores si es que tengo alguno. ¿Es acaso el escepticismo, bajo cualquier forma que se asuma, algo tan bueno como para que sea imprescindible difundirlo de inmediato? A fuerza de contar la misma cosa desde hace cuarenta años el buen hombre tal vez terminó olvidando que lo que muestra a los viajeros no es sino la copia, bastante dudosa por demás, de la casa de Pilatos. Si algún día llegara él a poner en duda lo que cuenta, no quisiera que me lo reprocharan

8 Ídem.

9 ANDERSEN, Hans Christian. *Viaje por España*. Madrid, 2004, pp. 232 y 234.

a mí (...). Una vez en la calle, mi guía, que aún me seguía, me hizo observar en una pared en ángulo con la fachada en la cual había una ventana con un balcón de piedra: “¡Fue allí –me dijo– donde Jesús fue mostrado al pueblo con la corona de espinas y la vara que le dieron por cetro! Más arriba había otra ventana, la de la prisión donde Cristo fue encerrado por algunas horas”. La ilusión del buen hombre parecía aumentar con la duración de mi visita¹⁰.

Los viajeros no dudaban en huir de estos espontáneos. El propio Dumas señala esta circunstancia cuando visita Sevilla:

La jornada, de la que no le he dicho una palabra, fue utilizada para visitar las curiosidades de Sevilla. Usted sabe, Madame, lo que se entiende por curiosidades: es un cierto número de piedras apoyadas las unas sobre las otras, de un modo más o menos caprichoso, más o menos antojadizo, que todos los viajeros han visto unos tras otros, conducidos ante ellas por el mismo cicerone que les ha contado a todos la misma historia que van a contar a su vez de manera uniforme o diferente, según tengan más o menos imaginación. Felizmente, Madame, hemos escapado constantemente a los *ciceroni*. Así que, si usted viaja por España, no les pregunte lo que piensan de nosotros, eso sería creer que ellos saben lo que nosotros pensamos de ellos. Las curiosidades de toda la ciudad, las que todo el mundo ve, se componen del Alcázar, la catedral y la casa de Pilatos¹¹.

En otras ocasiones, el viajero toma por guía a un lugareño para que le guiase por los laberintos de la ciudad. Éste fue el caso de Samuel Scott, quien después de visitar la Alhambra, decidió contratar a un muchacho de quince años: “‘Los Niños de la Alhambra’ son tan numerosos en la actualidad como en tiempos de Irving, y no tuve dificultad en seleccionar de entre todos al que quise, un chico de unos quince años, a quien encontré sentado sobre un banco en la plaza de los Aljibes, pelando naranjas con una enorme navaja, o cuchillo español. El nombre de mi pequeño guía era Manuel, el nombre más común en España”¹².

En adelante, monumentos como los Reales Alcázares, la Catedral de Sevilla, la Mezquita de Córdoba o la Alhambra granadina serán visitados por el público europeo. Para ellos se habían difundido una producción ingente de imágenes, conocidas universalmente a partir de unas pocas y escogidas perspectivas. La Giralda desde la calle Placentines, la Alhambra desde el Albaicín o los arcos de herradura del templo califal fueron una y otra vez repetidos. Pero ni estos podían sustituir la visión directa y la experiencia del viaje. En una carta a Sophie Duvaucel, decía Próspero Mérimée: “No le diré nada sobre la Alhambra: la tiene usted en su biblioteca; pero créame que no está dispensada de hacer el viaje a Granada y que ningún libro en cuarto ni siquiera en folio, podrá darle una idea del Patio de los Leones y del Salón de Embajadores”¹³.

10 LATOUR, A. de. *Sevilla y Andalucía. Estudios sobre España*. Sevilla, 2006, p. 210.

11 DUMAS, A. *De París a Cádiz*. Madrid, 2002, p. 513.

12 *Through Spain: a narrative travel and adventure*. Londres, 1866.

13 VIÑES MILLET, C. op. cit. 2007, p. 86.

Pero mientras esto ocurría la ciudad de la segunda mitad del XIX sufre una seria transformación, pues sus monumentos son expoliados o arrasados. A Lafuente Alcántara en 1843 le embarga el desaliento al contemplar la destrucción de algunos edificios, en su libro del viajero en Granada: “ha sobrevenido una época en que han naufragado antiguas instituciones y en que a manera de torbellino, suntuosas obras han sido arrasadas, el trabajo lento de los siglos ha sido despreciado y maravillosas concepciones del arte han desaparecido”¹⁴.

A estas vistas se sumaba la cada vez mayor información disponible sobre el país, que permitía no sólo conocer de antemano lo que se iba a visitar, sino también establecer juicios de valor que no siempre se correspondían con lo que luego se visitaría in situ. En ocasiones, la experiencia directa con el monumento era tan satisfactoria que el viajero no dejaba de lanzar epítetos elogiosos en sus relatos. Otras veces, se producía un triste desencuentro entre lo soñado y la realidad que como siempre no tardaba en imponerse, quedando algunos espectadores decepcionados. Dumas en su primer contacto con Córdoba dejaba muy claro estas impresiones: “Es cierto que, como todas las cosas buenas, Córdoba gana una vez que se la conoce. Mientras tanto, no es menos cierto que a primera vista Córdoba no es en absoluto la Córdoba que uno se ha hecho”¹⁵.

La visita a Andalucía se produce fundamentalmente para conocer sus principales monumentos, sus tipos populares y algunas de sus fiestas, estableciéndose de forma intuitiva un espontáneo turismo en sus primeras fases. El interés económico que se deriva del mismo, hace que surjan las primeras personas que se dedican a explicar la ciudad, y que se anuncian en las fondas y los primeros hoteles, en un momento del que se carece por completo de organización. Fue habitual que estos se presentasen a los viajeros en los hoteles para ofrecerles sus servicios, como sucede con la expedición de Dumas en 1846. Debía correrse la voz de la llegada de los viajeros más ilustres a una ciudad, pues estos personajes se presentaban inmediatamente en las fondas, antes incluso de que el viajero pudiera haberse instalado en las habitaciones: “No habíamos concluido aún nuestras abluciones, que ya dos personas habían golpeado la puerta y se nos habían presentado. (...) Los dos, sin esperar que me presentara en sus casas, enterados de mi llegada a Córdoba, venían a ofrecerme sus servicios”¹⁶. Otras veces era el propio viajero el que ya tenía referencias de las personas que podían hacerle de cicerones: “Una de esas personas era el señor Marcial de la Torre, contra el cual yo tenía una letra de cambio. El otro, el señor Eugène Peres, profesor de francés, para quien traía una carta de recomendación”¹⁷. En estos casos, no faltaba tampoco el extranjero que afincado en España se ganaba su sueldo haciendo de cicerone a sus compatriotas, como este Eugène Peres. Alejandro Dumas indica como su amigo Couturier, que tenía una casa en el mismo recinto de la Alhambra, “en su calidad de casi indígena estaba

14 BUSTOS, J. *Granada, laberinto de imágenes y recuerdos*. Ed. Diario Ideal, Granada, 1989, p. 72.

15 DUMAS, A. *De París a Cádiz*. Madrid, 2002, pp. 405-406.

16 *Ibidem*.

17 *Ibidem*.

encargado de tener ideas para los extranjeros de los que se había constituido en cicerone, nos preguntó si de regreso de nuestra visita al Generalife y a la Alhambra queríamos ver una danza de gitanos”¹⁸.

Como estamos viendo, los cicerones de Andalucía estaban formados por un grupo extraordinariamente heterogéneo. A estos se sumaron determinados eruditos locales y los primeros responsables de la conservación del patrimonio.

Desde la década de 1830 se accedía a algunos monumentos con autorización, como fue el caso de la Alhambra, donde los visitantes debían contar con un permiso por escrito del gobernador que se entregaba al portero, que hacía ocasionalmente las veces de guía. Teóphile Gautier describe cómo para acceder a la Alhambra por la Puerta de la Justicia había que darles unas monedas a unos soldados inválidos, encargados de abrirla y cerrarla cada día, que vivían en la zona alta de la puerta y en las casillas adosadas a la muralla que bordeaban el camino de subida hacia la plaza de los Aljibes¹⁹. Las gentes de la Alhambra que describió Irving estaban formadas por un conjunto de inválidos, viejas, vagos y curiosos de la fortaleza, que daban un toque colorista al monumento, y en ocasiones, se ganaban unas monedas con los turistas. Así, según Andersen en la plaza de los Aljibes se podía encontrar un agua helada, extraordinariamente clara. “Siempre que volvíamos a la Alhambra buscábamos bajo el tejado de la cisterna un refugio contra el ardor del sol, y bebíamos un agua fresca y deliciosa que unos desgraciados, instalados a la sombra, sacaban del pozo por unas cuantas monedas”²⁰.

No obstante, para visitantes ilustres era el propio responsable de la administración, restauración y conservación del monumento, Rafael Contreras, quien lo explicaba. Por este motivo, para los turistas más cultos el guía no era sino un complemento que pasa a segundo término cuando se conoce por libros el recinto. Así, sucedió con la visita en 1905 de los duques de Connaught y sus hijas Margarita y Victoria Patricia a la Alhambra: “Los ilustres viajeros llevaban libros descriptivos de nuestra ciudad y a la vista de cada una de las estancias consultaban sus indicaciones y hacían discretísimas preguntas al Sr. Contreras”²¹.

En determinadas circunstancias visitar el monumento podía ser difícil. Así, ocurrió en 1862, el escritor danés Hans Christian Andersen señalaba la dificultad de conseguir un permiso para ver la Alhambra, debido a los preparativos que se estaban realizando para recibir a Isabel II en Granada, aunque unas palabras amables y unas pesetas le abrieron las puertas²². Describe el monumento “como transitar por un maravilloso bazar de caprichosos encajes de piedra, donde el agua cristalina saltaba en los surtidores (...). La Alhambra es como un antiguo libro de leyendas, lleno de signos escritura fantásti-

18 *Ibidem*.

19 VIÑES MILLET, C. *op. cit.* 2007, p. 75.

20 *Ídem*, p. 76.

21 REYERO, C. *Observadores, estudiosos, aficionados y turistas dentro del cuadro*. Barcelona, 2008.

22 ANDERSEN, H.C. *op. cit.* 2004, p. 134.

cos, trazados sobre oro y policromía”²³. Más adelante, expone como “la Alhambra de Granada es como una visión de ensueño evocada por el conjuro de la clara luz de la luna del sur; pero no se nos aparecen las imágenes de sus habitantes de otros tiempos, ni sentimos su incorpórea presencia; el Alcázar de Sevilla, en cambio, no es tal ensueño, es una realidad a plena luz del día”²⁴. En Gibraltar, estuvo acompañado del cónsul danés Mathiasen, quien había conseguido permiso del gobernador inglés para ver las fortificaciones socavadas en la roca²⁵.

El interés y aumento de viajeros provocaron no pocos daños en su interior, sobre todo derivados del expolio. Así, Davillier alaba los restos que todavía se conservaban de la Alhambra, sobre todo los azulejos como los de la Puerta del Vino, que de no haber estado en alto “habrían sido arrebatados sin duda por los visitantes, como los de la mayoría de la Alhambra. Afortunadamente se encuentran colocados a varios metros del suelo, lo que les ha preservado de las manos rapaces que gustan de llevarse los monumentos pieza a pieza”²⁶. También la viajera Anney Harvey, quien se alojó en el Hotel de los Siete Suelos, en el verano de 1872, señalaba el estado de abandono de otra estancia, la torre de las Infantas, pues “El alto techo era un enorme calado muy delicado y de aspecto mágico, ahora desgraciadamente roto y ennegrecido debido al abandono y al humo”²⁷.

LA INTUICIÓN DE UN NEGOCIO

Con la aparición del ferrocarril vinieron muchos más viajeros. Y con ellos otra forma de viajar, otros lugares de interés y otras inquietudes culturales. La imagen primero del viajero y posteriormente del turista fue cambiando en Andalucía, pues su presencia constante durante todo el siglo lo convierte en asiduo de las ciudades y pueblos andaluces, convirtiéndose en un tipo más de los que pululan en los dibujos, grabados y pinturas²⁸. Nuevos testimonios que recibidos a una mayor velocidad incorporaron más inmediatez y utilidad a sus seguidores, y fueron recibidos en sus destinos como un elemento más acorde con aquel entorno que se preparaba como escenario cómodo de una nueva industria: el turismo. Para ellos aparece la tarjeta postal fotográfica en 1897 en España. Separada de los libros de viajes, donde había sustituido a los antiguos grabados, o en las guías de las ciudades, la tarjeta postal es el paradigma de la independencia de la imagen sobre la palabra, dejando para siempre de lado su papel de apoyo a la descripción literaria. Una imagen simple, seriada, estereotipada en muchas ocasiones, con algún pie de foto ocasional, cobra un inusitado protagonismo de cara al turismo prácticamente hasta hoy, cuando aún los nuevos adelantos técnicos no han

23 *Ibidem*.

24 *Ídem*, p. 230.

25 *Ídem*, p. 184.

26 VIÑES MILLET, C. *op. cit.* 2007, p. 79.

27 *Ídem*, p. 100.

28 MÉNDEZ RODRÍGUEZ, L. *La imagen de Andalucía en el arte del siglo XIX*. Sevilla, 2008.

borrado del todo la presencia de esos recuerdos para todos los públicos del recinto de los monumentos y de las ciudades turísticas. Una imagen que nos habla del monumento y de su copia, difundiéndolo con mucha más eficacia que cualquier guía o libro de arte, aunque al final su amplio y sencillo conocimiento lo lleva a la banalización del propio mensaje que la imagen aporta, pues su objetivo se limita a dejar constancia del paso efímero del turista por un lugar, a través de la estancia o escena que lo identificaba inequívocamente. Una postal que elimina la capacidad poliédrica del álbum fotográfico, resumiendo en una única imagen todo el monumento, y para ello simplifica su mensaje, sustituyendo la colección por la vista única. Un mensaje más simple y tópico.

El viajero culto, formado en interminables lecturas sobre el monumento, no cree necesario ir acompañado de guías que le suponen una auténtica molestia. George J. Cayley consideraba que la descripción de la Alhambra escrita por Richard Ford era tan perfecta que dejaba poco que decir a los demás viajeros y hacía innecesaria la contratación de guías. No obstante, el aumento del número de visitantes y el interés económico que despertaba el turismo facilitó que otros individuos se ofreciesen como guías no sólo en las fondas, sino también en las puertas de los monumentos. Así, los testimonios de los viajeros de la década de 1870 se sorprenden no sólo del elevado número de guías que hubo en la Alhambra, sino también de las visitas rutinarias que ofrecían. Augustus John C. Hare recogía en sus *Wanderings in Spain*, donde narraba sus impresiones del viaje a España efectuado entre 1871-72, que la mejor visita requería el aval del conservador Rafael Contreras, de manera que pudiese acceder a los distintos lugares, libre de la visita oficial de los guías: “Entender la Alhambra requiere muchas visitas. A tal efecto todo el que permanezca por espacio de algún tiempo en Granada debe proveerse de un permiso “per studiare” del gobernador, Señor Contreras, que vive en la casa que hay al lado de la entrada donde está el bello arco llamado ‘Puerta del Vino’”²⁹. En caso contrario, el viajero se verá incesantemente “perseguido por la codiciosa chusma de guías oficiosos que pulula a la entrada”³⁰. La inspección del monumento se podía hacer a lo largo de todo el día. Hoy nos podría sorprender, pero el recinto podía examinarse incluso al anochecer. De hecho, esta experiencia es la que recomienda encarecidamente Hare: “Cada hora del día conlleva, con su luz peculiar, su propio encanto y presta su efecto a tal o cual parte del edificio, pero lo que nadie debería perderse es una visita a la luz de la luna, cuando el Patio de los Leones, extrañamente magnificado, aparece como si estuviera labrado en plata bruñida y cuando todas las reformas modernas quedan ocultas en las sombras y sólo el bello ideal del palacio árabe persiste en su esplendor”. El viajero británico Clark reiteraba esta idea: “Se debe ver la Alhambra desde todos los puntos vista posibles y bajo todas las luces. Es un lugar para visitarlo a todas horas”³¹.

29 HARE, A. J. C. *Wanderings in Spain*. Londres, 1873.

30 *Ibidem*.

31 CLARK, W. *op. cit.* 1851.

Si la contemplación del patio de los Leones no bastase al turista, Hare propone encarecidamente subir a la Torre de la Vela para contemplar el panorama nocturno de la ciudad³². Del mismo modo, Dundas Murray recomendaba esta ascensión pues desde lo alto de la misma se contempla “un panorama sin rival debido a la inmensidad de su extensión, la diversidad de lugares que abarca, y el contraste de colores que visten su superficie (...) Mirando directamente hacia abajo, aparece la ciudad ante nuestra vista. Ningún mapa podría ofrecer una mejor idea de su posición y trazado que una ojeada desde esta elevada torre”³³. Subir a lo alto de las torres era la mejor forma de divisar la ciudad. Si la Torre de la Vela era el mirador de Granada, la Giralda permitía un panorama muy exacto de la ciudad hispalense. Así, al menos lo recomendaba Antoine Latour en su viaje por Andalucía. Hacerse con este panorama fue también el objetivo de los miles de turistas que viajaron hasta Andalucía con la compañía de transportes de Thomas Cook.

Unos años más tarde, la empresa de viajes de Thomas Cook organizó el primer tour turístico a la península ibérica. En 1872 el grupo de turistas recorrió el país detrás de las huellas de los tópicos creados por los viajeros románticos. El tour se detenía especialmente en Madrid, para seguir hasta Andalucía, que sería con creces la estancia más dilatada. El grupo realizó paradas en Sierra Morena, Córdoba, Granada y Sevilla, para después seguir hasta Valencia y Barcelona. Tradición, progreso y exotismo se funden en un destino anhelado por estos nuevos viajeros que visitan ciudades como Córdoba, Sevilla, Granada o Ronda, que comienzan entonces una andadura turística, cuyos rasgos básicos se mantienen en la actualidad.

La imagen de su patrimonio se revitaliza constituyendo el principal recurso turístico de las ciudades históricas andaluzas aún hoy en día. Así, lo pone de manifiesto los testimonios de algunos de los viajeros que hicieron el viaje con esta compañía. En 1873, J. B. Stone publicó un libro de viajes, *A tour with Cook through Spain*, donde había reunido las cartas escritas durante el primer viaje de Cook a España. En estas epístolas da cuenta de la importancia de estas ciudades históricas y de los paisajes andaluces. Cada relato va su vez ilustrado con fotografías tomadas por el propio autor, siguiendo el proceso del autotipo. Stone destaca entre los monumentos que visitaron aquellos que habían formado parte del imaginario del viajero de la primera mitad del XIX: la Catedral de Córdoba, la Alhambra, la Giralda o el Alcázar de Sevilla³⁴.

Fue en esta década cuando comenzaron los viajes en grupo por España con la compañía de transportes de Thomas Cook. La agencia contrataba a guías, quienes con gran atención les explicaban a los extranjeros desde las diferentes clases de flores y plantas de Sierra Morena hasta la Alhambra. Tampoco en esta ocasión faltaron las críticas al guía. En su libro *A tour with Cook through Spain*, publicado en 1873, J. B. Stone, narra su visita a la Alhambra:

32 HARE, op. cit. 1873.

33 VIÑES MILLET, C. op. cit. 2007, p. 78.

34 STONE, J. B. *A tour with Cook through Spain, being a series of descriptive letters of ancient cities and scenery of Spain*. Londres, 1873.

Hicimos un grupo y contratamos a un guía para conducirnos a través del palacio, quien nos explicase el plano de los edificios; pero no añadió mucho a nuestro disfrute, para las frases estereotipadas de un hombre que hace un negocio regular de mostrar el palacio me sacudió extrañamente con las asociaciones pertenecientes a ello. Rehusé ir aprisa a través del edificio como si fuese una exposición de figuras de cera, y pronto dejé la compañía para ellos y al guía de la lengua de máquina, prefiriendo pasear tranquilamente relajado por las salas de mármol, y comprender la naturaleza del palacio. De este modo, perdí el beneficio de la información insignificante para sacar consecuencias de la “enciclopedia” local, puesto que mi disfrute había sido nulo hasta el momento³⁵.

En 1886 el viajero portugués Antonio dos Santos Rocha llegó a Sevilla. Una de sus primeras visitas fue a los Reales Alcázares, acompañado de “mi excelente guía Santiago Leví, un árabe cristianizado, que está constantemente en contacto con franceses e ingleses”. La información que le dio este guía era ciertamente variopinta y no exenta de leyendas, pues según escribe en sus *Cartas da Andaluzia*, publicado en 1886, “se cuentan allí escenas maravillosas, tragedias espantosas y hasta anécdotas picantes, referidas a tal patio, aposento o parte de los jardines, que nos hacen pensar ya en las novelas del terrible Ponson, ya en las del licenciado Paul de Kock”.

Con los extranjeros viajaban un gran número de estereotipos y juicios de valor preconcebidos sobre Andalucía. Según Santos Rocha los visitantes de la Europa septentrional “piensan que los pueblos de esta región conservan toda su antigua originalidad y viajan con la idea de divertirse a costa del pseudobarbarismo. ¿Quién extendió semejante idea? ¿Cómo se continúa creyendo que los andaluces son muy distintos de los demás hombres, hoy que no hay distancias y que es enorme la cantidad de extranjeros de diversas partes del mundo que recorren las principales ciudades del país?”³⁶.

El número de viajeros españoles aumenta y a nivel local se publican guías que recogen las riquezas histórico-artísticas de cada ciudad. De carácter enciclopédico, son verdaderos estudios del patrimonio monumental urbano que apenas contienen referencias prácticas para el viajero. Los estudios recogidos por Margarita Latiesa nos indican que la primera guía de España apareció en 1898 en inglés, mientras que 35 años antes en Suiza ya había aparecido una guía de España en 1863 y 31 años antes en Italia en 1867³⁷.

Las editoriales europeas especializadas en viajes difundieron desde mediados del siglo XIX las guías turísticas sobre España. Echar un vistazo a sus páginas era recorrer el país de una forma moderna, pues a partir de los libros de viajes, las guías iban destinadas no sólo a un público lector, sino a ser instrumentos prácticos para el viaje, conteniendo

35 STONE, J. B. op., cit. . Traducción del autor.

36 DOS SANTOS ROCHA, A. “Cartas da Andaluzia”. Coimbra, 1886. En *Viajeros Portugueses por España en el siglo XIX* (Ed. C. García Romeral). Madrid, 2001, p. 246.

37 BARKE, M; TOWNER, J. “Exploring the History of Leisure and Tourism in Spain”, en BARKE, M; TOWNER, J.; NEWTON, M.T. (eds.). *Tourism in Spain. Critical Issues*, CAB International, 1996. Citado de LATIESA RODRÍGUEZ, M. *Granada y el turismo*. Granada, 2000, p. 336.

la información precisa para ver lo más importante en el menor tiempo posible y con el mayor confort. En muchos casos, las guías se convertían en el principal referente informativo que poseía el visitante con antelación al viaje por Andalucía, difundiendo asimismo por todo el mundo una imagen que construye un carácter y unas señas de identidad en muchos casos artificiales, basados en estereotipos. Las prestigiosas guías del XIX crearon un formato que se ha mantenido hasta la actualidad, con una información que se podía dividir en dos grupos: a) datos prácticos como tarifas, horarios de trenes y vapores, documentación necesaria; b) información sobre el destino, catalogando sus riquezas de modo objetivo y sugiriendo posibles itinerarios, de manera sucinta y directa, muy diferentes de la subjetividad a la que nos tenían acostumbrados los libros de viajes. No obstante, los autores de las guías interfieren sus relatos con imágenes (dibujos, fotografías, planos o mapas) en un itinerario que se presenta al lector con un carácter casi científico.

Uno de los aspectos que debemos destacar de las guías turísticas hasta 1920 es cómo las descripciones de Andalucía se centran fundamentalmente en los siguientes aspectos: a) resaltar el patrimonio monumental y el bagaje histórico de las tres ciudades más demandadas por los visitantes como son Córdoba, Granada y Sevilla, mientras que es muy complicado encontrar referencias extensas a otras ciudades; b) referencias positivas al clima y al paisaje andaluz; c) las fiestas en Andalucía son tratadas de manera específica en estos libros, recomendando su asistencia al turista; d) proyección estereotipada de los andaluces³⁸.

Desde la mitad del siglo XIX, hubo ediciones que a caballo entre el libro de viajes y la guía turística hablaban de España. No obstante, la editorial alemana Baedeker, especializada en guías turísticas, fue la más leída tanto por foráneos como por españoles. En 1897 lanzó en alemán la guía por España, a la que siguieron hasta la década de los treinta cuatro ediciones más en alemán, cuatro en inglés y tres en francés, mostrándonos el interés que despertaba entre la burguesía europea lo español. En las páginas de las distintas ediciones se puede seguir la evolución de las infraestructuras y servicios de un país muy lentamente fue preparándose para convertirse en uno de los principales destinos turísticos. La información de las guías era muy somera y a pesar de la diversidad de las riquezas y paisajes andaluces, en la guía se juzgaba con moderación su patrimonio cultural y sólo a la Mezquita de Córdoba y a la Alhambra de Granada le adjudicaba la editorial el máximo distintivo de dos estrellas.

Las ilustraciones de las guías turísticas eran bastante repetitivas, porque incluían tanto los mismos monumentos como habitualmente encuadres similares, pues lo que se buscaba era dar veracidad a lo narrado, siendo por tanto un elemento fundamental de la experiencia viajera. De todos modos, hay casos en los que las fotografías revelan lugares menos comunes, desde los que incluso asomarse a la ciudad desde otra perspectiva,

38 HIJANO DEL RÍO, M y MARTÍN ZÚÑIGA, F. “La construcción de la identidad andaluza percibida y proyectada como reclamo turístico: los libros de viaje y las guías turísticas del siglo XX”. *Historia Actual Online*, nº 11, 2006, pp. 41-50. Véase también HIJANO DEL RÍO, M et alii. *La imagen de Andalucía en las guías turísticas*.

o simplemente para otearla desde la altura, al margen del interés que pueda tener el motivo contemplado. Como ha explicado Reyero muchas de estas imágenes comparten con la pintura, la idea de mirar como recreo vacacional, sugiriendo que esos viajeros y mirones son gentes ociosas que se dedican a contemplar. Invitan por tanto a la mirada de nuevos turistas que se asomen para ver el objeto mirado y turístico³⁹.

El desarrollo del turismo favoreció además la aparición de las guías locales, como el libro del viajero en Granada de Miguel de la Fuente y Alcantara, y la guía de Manuel Gómez Moreno en 1892⁴⁰. Las guías presentan su contenido en forma de itinerarios que cubren prácticamente la totalidad de la ciudad tradicional. No obstante, la información de estas guías no era en ocasiones todo lo exacta. Antonio dos Santos Rocha pone en boca de su guía en Sevilla, llamado Santiago Leví, toda una crítica a los recorridos que guías como las Baedeker realizaban en las principales ciudades europeas:

Estos libros que no son precisamente como el itinerario de Antonino, sino almacenes con todo tipo de vituallas que sirven de alimento a espíritus timoratos, están repletos de errores, debido a su carácter enciclopédico y sobre todo que los más modernos están basados en los más antiguos, sin reformarlos, por lo que no tienen nada que ver con la realidad. Así, continúa él, los itinerarios hablan aún de la *Puerta de Triana* y tal puerta ya no existe; dicen que las casas de esta ciudad están pintadas exteriormente con todos los colores del arco iris, lo cual tampoco es verdad, y en otras muchas cosas sucede lo mismo. No pocas veces le ha ocurrido con los ingleses, que él considera hombres sin pasión, los más tímidos e insípidos del mundo, que al entrar en la Catedral o el Alcázar, buscan un objeto determinado que nunca ha estado allí, afirmando que lo han leído en tal o cual libro y nadie es capaz de convencerles de lo contrario.

Cuenta también que una gran parte de esos extranjeros pasan por allí tan rápidamente que no ven ni lo más importante de la ciudad, ni indagan en el porqué de los hechos, lo que hace que se lleven impresiones falsas del país. Por ejemplo, si asistimos al tablao flamenco del maestro Faustino Rodríguez, el extranjero que allí va y al día siguiente tiene que partir se lleva una idea falsa del baile andaluz y de las bailaoras que tocan las castañuelas y enseñan las piernas a los espectadores⁴¹.

Habrà que esperar a la década de 1920 cuando con la creación del Patronato Nacional de Turismo se constituyese el primer intento serio de gestión turística más allá del personalismo del marqués de la Vega Inclán en la Comisaría Regia de Turismo. Su creación fue el 25 de abril de 1928 con la intención de dotar a la administración de un organismo turístico competente, a instancias del conde Güell quien parece convenció a Primo de Rivera de su creación ante el alarmante estado del turismo en España de cara a las exposiciones internacionales de Barcelona y Sevilla de 1929. El Patronato vino a insistir en los factores que se habían desestimado en la etapa anterior, como fueron

39 REYERO, C. op. cit. 2008, p. 131.

40 BOSQUE MAURELL, J. *Geografía Urbana de Granada*. Granada: Universidad de Granada, 1988, p. 168.

41 DOS SANTOS, A. op. cit. 2001, p. 246.

las infraestructuras y la vertebración de un negocio que estaba alcanzando cifras muy importantes para la economía.

Una de las novedades más interesantes del Patronato fue el denominado servicio de información, responsable de la reglamentación del Servicio de Guías, Intérpretes y Correos, aprobada el 21 de noviembre de 1929, creando los primeros profesionales en el país. No obstante, hubo un precedente, la Real Orden Circular de 17 de marzo de 1909 que en realidad intentaba limitar los fraudes cometidos contra los viajeros y donde se aludía a intérpretes y guías. Desde entonces no se había vuelto a legislar nada. Lo verdaderamente innovador fue cómo el Patronato organizó la profesión de guía turístico, definiendo las actividades y horarios, así como las tres categorías que lo integraban. La primera era intérpretes que podían ejercer en todo el territorio del Estado. Le seguían los guías y guías-intérpretes que podían ser locales, regionales o nacionales dependiendo de la demarcación de su posible actuación. Por último, estaban los correos. Todos deberían estar uniformados y debidamente identificados con una insignia redonda de metal y para optar al cargo debían pasar un examen demostrativo.

Esta importante novedad hizo que los guías se convirtiesen en personajes habituales en el paisaje de turismo. De hecho, uno de esos guías uniformados se convirtió en uno de los personajes protagonistas del cine de los años treinta. Así, en la película de Félix Díaz, *María de la O*, rodada en 1936, aparece un guía llamado Argote, vestido con chaqueta, corbata y una gorra con la palabra “guía” anotada sobre la visera. Este guía es el encargado de enseñar al “inglés de California”, un tal Mr. Mores, la ciudad de Granada, así como de llevarlo a contemplar bailes gitanos en el Sacromonte. Terminados estos, la gitana, interpretada por Pastora Imperio, se acerca a la “Comisión de Festejos”, como nombra al guía, y le pregunta quién va a pagar ese baile, para el que han dispuesto unas sillas de enea, donde se sientan otros turistas, como ese norteamericano.

Este intento de profesionalizar el sector fue muy destacado, aunque no pudo borrar la impresión negativa que causaban a los visitantes. En este sentido, Allison Peers advierte al viajero que huya de los guías no oficiales: “Toda gran catedral, al lado de los tesoros principales, tiene un número incontable de objetos de pequeño interés, junto con una multitud de –guías– no oficiales clamando por –explicarles–. Los guías deberían ser rechazados todas las veces, a menos que puedan demostrar su autoridad para conseguir entrada y competencia para describir. Más enfáticamente todavía no se debería dar aliento a los golfos que rondan los centros turísticos tales como Toledo, Granada y Sevilla, y acompañan a algunos extranjeros a quienes muestran las disposiciones más insignificantes para utilizar sus llamados servicios o para darles peniques. Para no tener noticias de estos, más allá de rechazarlos con un breve y preocupante ¡Anda, anda!, no es solamente para evitarme a mí mismo una molestia, sino también para justificar un necesario, si ligero, servicio público”⁴².

Este mismo erudito británico aconsejaba a los turistas que evitasen visitar museos y galerías de pintura los días cuando la entrada era gratuita y los edificios estaban

42 PEERS, E. A. *Spain. A companion to Spanish travel*. Londres, 1930.

masificados hasta la asfixia. Un aspecto que también le llama la atención es la atención a la cultura por parte del Estado. Así, sus reflexiones se dirigen a la presencia de público procedente de las clases trabajadoras en los recintos museísticos: “No es más que un simple cambio que el Ministerio de Educación en España se ha transformado para llamarse Ministerio de Instrucción Pública y las Bellas Artes. El amor al arte está tan difundido en las clases bajas como para hacer colecciones públicas, de la que la más grande es el Prado en Madrid, verdadero punto de reuniones populares en todo el sentido de la palabra. Una consecuencia a esta afirmación es el consejo que los días de admisión libre deberían ser elegidos por visitantes que estén menos interesados en las pinturas españolas que en el pueblo español”⁴³.

43 PEERS, E. A. op. cit. p. 30.