

TURISMO DE ENTREGUERRAS

(1919-1939)

II

Por Luis LAVAURO *

LA DECADA DIFICIL DE LOS AÑOS TREINTA (1930 - 1939)

En líneas generales, el turismo del segundo decenio de la época de entreguerras se desarrolló, mal que bien y de peor a mejor, sobre todo en su expresión numérica, al filo de la evolución de la Gran Depresión, como se llamó a la crisis económica de alcance universal generada en los Estados Unidos. La estrecha dependencia de las economías europeas de la norteamericana motivó que el descalabro sufrido por aquella nación traspusiera finalmente el océano para repercutir con caracteres cataclísmicos en la mayoría de las balanzas de pagos de las naciones del occidente europeo.

Efecto colateral de la retirada de capitales y créditos yanquis, soporte del inestable equilibrio de las finanzas del Viejo Continente, el que por fin se dignaran los Estados tomar nota oficial del impacto económico del turismo, atributo hacía años cuantificado con precisión en las estadísticas del país involuntario causante del desastre. Las confeccionadas en 1930 revelaron que los 265.00 visitantes de Europa y del litoral mediterráneo se habían dejado el año anterior en los países visitados la bonita suma de 213 millones de dólares, de dólares de los de aquel entonces. Dato esgrimido por el presi-

dente de los Estados Unidos para rechazar las peticiones de moratoria de pagos de deudas de guerra, cursadas por los aliados de la víspera:

«Debería haberles bastado los gastos de nuestros turistas desde el final de la guerra —declaró rotunda y contundentemente Mr. Hoover— para haber liquidado la totalidad de sus créditos con nosotros.»

Admonición de la que al momento tomó nota la Cunard de Londres. Consciente de que por algún tiempo los Estados Unidos se iban a abstener de exportar capitales y turistas, en 1930, fecha de la declaración americana, dio contra-marcha a su ambiciosos proyectos de expansión, suspendiendo la construcción del par de leviantes marítimos con los que pensaba reforzar su flota y mantenerse a la cabeza de la competencia, al tiempo de que el gobierno belga suspendía la inauguración de la Exposición Universal de Bruselas, preparada para conmemorar el primer centenario de la independencia del país. Pesimismo compartido a su manera y en irónica vena por el mundano Paul Morand, que cambiando temporalmente de registro a la brillantez de su prosa publicó en 1930 su *Comment voyager sans argent*.

La primera en registrar los efectos de la recepción americana, Alemania, que ve resurgir los fantasmas familiares de la miseria y el paro. Cir-

* Investigador para temas históricos del Instituto Español de Turismo.

cunstancia que, en julio de 1931, indujo al gobierno a lograr que el Reichstag aprobara severísimas restricciones respecto a los viajes al exterior. Síntoma anunciador de una reacción en cadena de medidas antiturísticas que por su absoluta carencia de precedentes constituye un rasgo característico del período.

El turismo en cuarentena

En el otoño la crisis hacía blanco en una Inglaterra no del todo recuperada y con una balanza de pagos con tendencia a desquiciarse aún más. Los altamente fiables datos del Home Office en materia de inmigración detectaron que los 138.000 turistas americanos de 1930 habían descendido a 98.000 en 1931. La reacción del gobierno británico vino a señalar el inicio oficial de la era de las vacas flacas en el turismo intereuropeo, al verse obligado en septiembre de 1931 a abandonar el patrón oro, produciéndose una pérdida de fe en la moneda fiduciaria que acarreó un brusco bajón en la cotización de la libra.

En su afán de salvarla del naufragio, el Chancellor of the Exchequer (ministro de Hacienda) no tuvo reparo en arrostrar la impopularidad inherente a la, para los ingleses, insólita medida de exhortarles a quedarse en la isla como uno de los más efectivos remedios para frenar el derrumbe de su moneda.

Pese a la notoria frigidez con que los ingleses siguieron el exhorto ministerial y derrotar el siguiente mes en las urnas al gobierno laborista que lo preconizó, no dejó de ocasionar la actitud oficial británica respecto a los viajes de sus administrados tremenda conmoción psicológica en el entramado del turismo continental. Tanto así, que en trance de poner en entredicho la autenticidad de la artesanía turística, un alerta observador español del signo de sus tiempos tuvo a bien glosar el alcance de la medida en una de sus glosas, valorando en términos derrotistas las consecuencias de la actitud del gobierno británico:

«¡Los turistas ingleses eran tan cándidos! "Eran" en 1822, porque en 1932 ya no hay turistas y apenas si hay ingleses» (1).

(1) D'Ors, Eugenio, *La artesanía y el velón* (Glosas desangradas, 1932).

No obstante, turistas ingleses húbolos, y en cantidad. Sin perjuicio de que, pese a su inefectividad, las restricciones inglesas suministraran el pretexto que en 1931 y 1932 necesitaban Alemania, Italia, Austria y Polonia para decidirse a instaurar la peligrosa política de las contingencias turísticas, postulada por algunos economistas de corte autárquico, y densa cerrazón mental respecto a la dialéctica librecambista del turismo rectamente entendido. Considerando a la salida de turistas propios como una importación comercial más, en tanto y cuanto para sus particulares y desequilibradas balanzas significaba abonar divisas a la competencia, las naciones en cuestión, como si trataran con cemento o abonos nitrogenados, establecieron cupos de visados consulares en régimen de rigurosa reciprocidad. Con base al *do ut des* y al trueque más elemental, los burócratas montaron una especie de filtro legal en virtud del cual cada país involucrado en los convenios otorgaría a sus ciudadanos y con cuentagotas permisos de salida en viajes de placer, en igual número al que para los suyos extendería el país receptor. Un sistema bilateral y crudo de intercambio, endurecido por la traba adicional de reducir al mínimo el número de visados de salida con destino a países no comprendidos en los acuerdos de contingentación.

Para bien de todos, poco duró una política abocada a estratificar en compartimentos estancos el flujo de un tráfico internacional, cuyo combustible motriz esencial justamente radica en la libertad de movimientos, aunque casos límite de fuerza mayor impongan la necesidad de dosificar la disponibilidad de divisas.

De aquellos años de incertidumbre y penurias data la aplicación del calificativo de inédito o «no descubierto», eufemismo sinónimo de «barato», a lugares de buen clima y ambiente rústicamente bucólico o marinero. Divulgados por artistas e intelectuales del Norte y Centro de Europa al pasar en ellos sus vacaciones veraniegas o fijar en ellos residencia. Al conferir los internacionalmente célebres con su presencia celebridad internacional a los puntos escogidos, se amplió considerablemente el repertorio turístico *bon marché*, incorporándose al submercado lugares tales como la baja California y la alta Provenza, la Riviera italiana, Chipre, Corfú, Mallorca, la costa del Rosellón y la Costa Brava.

Recuperación europea

Mediado 1933, al creer detectar en el ambiente y en sus gráficas signos anunciadores de mejoría, algunos expertos en economía se acordaron del turismo, por estimar que su reactivación dependía de la capacidad de los Estados Unidos para emerger de su crisis. Desalentadora desde perspectiva tal la primera medida de la Administración demócrata del presidente Roosevelt al devaluar el dólar en un 41 por 100. Varios países europeos, convalecientes aún de la devaluación británica, y con una industria turística de cierta magnitud, se consideraron seriamente lesionados por una disposición, indispensable al fin y al cabo para en plazo corto vigorizar la economía mundial.

Depreciada o no, subsistió inmutable el interés irradiado por la codiciada moneda. Interés que al momento produjo un contraataque europeo en el frente turístico norteamericano, con la intención de neutralizar los efectos disuasorios de la devaluación. A través de sus oficinas turísticas en los Estados Unidos, Francia y Suiza ofertaron al viajero potencial rebajas de hasta el 70 por 100 en billetes ferroviarios, pagados en dólares e *in situ*, quiere decirse, antes de embarcar, así como sustanciosas reducciones en los precios de numerosos hoteles y en la gasolina. Alicientes y embellecedores de imagen que Italia intentó superar añadiendo a incentivos parejos el «cheque turístico», ejemplo duplicado por Alemania al extender a todo turista extranjero, americano o no, los beneficios de su invento, el «marco turístico», ambos de efímera vigencia.

La recuperación americana, bien que premiosa y cansina, instiló ciertas dosis de optimismo en unas balanzas de pagos acusando ya los buenos efectos del continuo incremento de visitantes de un país no sin problemas, pero rico por tradición y definición. En Inglaterra muy en particular, que al intuir la arribada de tiempos de turística bonanza decidió en 1934, con ayuda estatal, reemprender la construcción de sus dos *superliners* transatlánticos, interrumpida al inicio de la recesión. El gobierno condicionó su financiación a unos trabajos que absorberían un sustancial número de parados a que se fusionaran las dos mayores navieras del Reino Unido, que en lo sucesivo operaron con el nombre

de «The Cunard White Star Co.», en dura concurrencia con la «Transat» francesa, que en junio de 1935 botó su descomunal «Normandie».

El tráfico turístico transatlántico renacía. Prueba su intensidad el atraque, en mayo de 1936, el año de las Olimpiadas de Berlín, en el puerto de Nueva York, en viaje inaugural, del «Queen Mary», totalmente vendido al regreso su cupo de 2.139 pasajeros, situándose así en ventajosa posición respecto al todavía más moderno «América» de la United States Lines, a punto de entrar en liza.

La ola de euforia turística tuvo exponente inequívoco en la organización de Exposiciones Universales. El 27 de mayo de 1935, y con cinco años de retraso, Bélgica inauguraba en Bruselas la «Expo», programada para celebrar en 1930 sus primeros cien años de existencia oficial como nación. Montada por una Sociedad Anónima, con numerosos aditamentos inspirados en la Exposición de Barcelona de 1929. Entre ellos un espectacular surtidor de fuentes luminosas, en cuya instalación intervino el ingeniero Buhigas y un «Vieux Bruxelles», recordando mucho en su concepción al «Pueblo Español» barcelonés. Por su parte, Francia comenzó preparativos para la Exposición Universal de 1937 y Nueva York los suyos para en 1939 impresionar al mundo con su «World's Fair».

Así, pues, no todos los fastos le fueron nefastos al turismo en años críticos en tantos otros aspectos y sentidos. Armonizó con el principio de no haber mal que por bien no venga la reacción positiva de la oferta respecto a una demanda en retracción. Esta dialéctica esencial a la economía de mercado proporcionó al turista la ventaja de situarle en postura privilegiada en todo conato de recuperación. Sobre todo al haber seguido el proceso de desactivación económica las líneas de una deflación acumulativa que erradicó de raíz toda posibilidad de inflación. Poco o mucho en cuantía, el turismo se desarrolló tarifalmente a sus anchas en un encarte de precios fijos y estabilizados, con ligera tendencia a la baja en más de un momento y lugar.

Óptima circunstancia, tanto para el turista como para la salud de las empresas que se lucraron sirviéndole en tiempos de crisis general,

pudiéndose incluso pronosticar que un análisis sectorial del tema evidenciaría lo mucho que una guerra de cotizaciones monetarias a la baja —otra nota distintiva del período— favoreció al tráfico turístico internacional.

Sin dar el hecho motivo para deducir que en su laborioso camino hacia la normalización volviera el turismo al estado de cosas anterior, virtualmente inalcanzable por otra parte, al ceder los «años locos» paso a otros plenos de incertidumbre y preocupación. Contraste, por supuesto, difícil de precisar referido a un espacio temporal de la brevedad de un decenio. Que no obstante cree discernir estudiando el turismo de su país un analista norteamericano:

«Los viajeros de los años treinta diferían marcadamente de los de los años veinte, que tan extravagantemente habían despilfarrado sus dólares. Estos otros se desplazaron más seriamente interesados en ver los países, en visitar castillos y catedrales, galerías y museos, y en hacer del continente un lugar de vacación. Puede que viajaran tan apresurados como de costumbre, tal vez todavía más, pero eran mucho más comedidos que los superpatrióticos turistas que durante los años veinte tanta irritabilidad suscitaron en los países visitados» (1).

Sin admitir en su integridad tan tajante dicotomía en algo tan heterogéneo y versátil como los comportamientos colectivos en el turismo, es hecho constatable a través de la información documental y gráfica segregada por el período la relativa compostura y gravedad con que fluyó el turismo de los años treinta. Variante reflejada por la concordancia con la música y las modas femeninas del período. Al renunciar la mujer a la línea angular en el atuendo, faldas y cabelleras se alargan, acaramelándose la música con cálidas nostalgias antillanas, y con lo yanqui, en baja, escorando lo negro hacia lo amulado: en las *boîtes*, las primeras, el frenético «charleston» de los veinte deja sitio a la pegadiza sensualidad de los ritmos de la rumba, «la beguine» y el danzón.

Las nuevas tendencias se hacen eco de un cambio de tónica en la *night life* de los centros turísticos. Mutación a la que a título de experto dota de interpetación el autor de «La Europa

galante», al describir en 1934 el ambiente de los *cabarets* de Bucarest:

«Los que hemos conocido la vida nocturna de la Europa de la inflación, en la que se confundían las clases y las razas, en los tiempos del dinero fácil, de las tolerancias de las Policías complacientes, de las aduanas simplificadas y de las mujeres desnudas, imposible visitar hoy sin melancolía estos lugares de placer» (1).

Variantes paralelas a las que distorsionan los tradicionales ciclos anuales viajeros, al no ajustarse el climatismo, en el binomio montaña-mar, a principios térmicos racionales. No es común que turistas pudientes emprendan largos desplazamientos, no en pos de frescor en verano y en invierno calor. Lo elegante es que con tal de distanciarse de la masa, quebrantar la lógica de la estacionalidad para, con esquís o sin ellos, congregarse los inviernos por las elevaciones donde aprietan los fríos, congelando la nieve, y en los veranos descender, no a las playas abarrotadas de bañistas, sino a las fustigadas con furia por el sol. Cambio de hábitos desdoblador del *status* uniestacional del Tirolo y de las Rocosas, favoreciendo los veraneos en los feudos invernales de Florida y Cannes, sujeto en 1935 del comentario de un periodista francés:

«Nuestros padres, creyéndose gentes sensatas, se iban a la montaña a pasar los meses de calor e invernanaban bajo el clemente cielo del Mediterráneo. Pero la moda y el fervor deportivo han cambiado todo esto. Ahora es en invierno cuando la montaña atrae a sus devotos, con prados cubiertos de una nieve propicia a las proezas de los esquiadores, y en el corazón de la canícula, la Costa Azul, antes desierta, se anima hoy con una vida y afluencia que las playas de otros litorales envidian» (2).

Tendencia que en su expresión minoritaria coadyuva a que el playismo internacional de alcornia dilate sus dominios por las costas de Cuba y Dalmacia, por Río de Janeiro, las Antillas, Argelia y Alejandría.

Actuación de los transportes

El automóvil utilitario se erige en el vehículo turístico por excelencia. La fuerza coercitiva

(1) Rhea Dulles, Foster, *Americans Abroad. Two Centuries of European Travel* (University of Michigan, 1964).

(1) Morand, Paul, *Bucarest* (París, 1935).

(2) De Beauplan, Robert, *L'été sur la Côte d'Azur* («L'Illustration», 7 septiembre 1935).

conferida por el número le permite ganar terrenos normalmente fuera de su alcance. Valioso el cedido por el mar a los *ferries* «Auto Carriers» entre Dover y Calais, establecido —detalle sintomático y revelador— por una ferrovía inglesa. Servicio que al tráfico automovilístico por el Canal —llamémosle así— hace brincar, de los 9.400 vehículos transportados en 1930, a los 32.600 en 1937.

Otra deferencia o claudicación deben los automóviles a su rival, el tren, en relación con la nieve. El que en los más crudos inviernos dejan de oponerles obstáculo indomable los pasos alpinos. Por la línea del Arlberg entre Suiza y Austria, primero, y después por la del San Gothardo y el Simplon entre Suiza e Italia, el tránsito se realiza con celeridad asombrosa. A la entrada y salida de los túneles transalpinos esperan a los autos unos vagones-plataformas que, enganchados a los rápidos y expresos, les transportan por vías electrificadas de un lado a otro de los macizos nevados en cuestión de minutos.

Producto de variantes estructurales en el sistema de transportes, el retorno de un sector de la hostelería a una ruralidad viaria abandonada desde los viejos tiempos en que los trenes ahuyentaron a las diligencias. Surge por carreteras importantes el alojamiento automovilístico, bien sea —mera cuestión semántica— en la forma del *motel* americano, del *Road-Side-Inn* inglés, del *relais* francés o de las fórmulas estatales del «Albergue de Carretera» español o la *pousada* portuguesa.

Superando desconciertos y desajustes de gobiernos y organismos ante una crisis coyuntural del turismo, para cuyo adecuado tratamiento se hallaron técnicamente impreparados, el turismo real discurrió un tanto a su aire en el plano del transporte, destacando sobre un fondo de no tan sombrías tonalidades como se dice, el auge crucerístico de los años treinta: un fenómeno turístico que, como todos los relevantes, no carece de lógica explicación.

Intentando las grandes navieras paliar de algún modo el descalabro infligido por el súbito derrumbe del mercado americano, las compañías damnificadas por el percance, tras echar cuentas, estimaron menos gravoso para sus intereses programar cruceros por el Mediterráneo,

el Báltico y el Mar del Norte, incluso a precios un tanto por debajo del coste. Solución infinitamente más rentable que renunciar a las subvenciones estatales de optar por anclar los buques en ocio forzoso, devengando además sumas cuantiosas para mantener en forma las naves. Oferta la suya a la que la mesocracia europea respondió de maravilla, generando un *boom* crucerístico que a no pocos puertos mediterráneos —Barcelona, Mallorca, Argel, Malta, Nápoles, Creta, Atenas, Alejandría— les vino como agua vivificadora en período de sequía pertinaz.

A aquellos cruceros en serie deben su vulgarización, en el sentido económico del término, Malta, Corfú, Chipre, la Rodas italiana e italianizada, por lo común soslayadas por el turista ordinario, liberadas de la limitación de servir de escala a los yates de los potentados o a la curiosidad del viajero intrépido en pos de lo insólito. Tráfico de poco rendimiento en suma. Prosperando ahora sus puertos, sin necesidad de invertir en industrias hoteleras, al recibir de modo regular a las copiosas caravanas de los cruceristas.

Marea que se hizo extensiva a la costa dálmata. Abbazia, una reciente adquisición italiana a costa de los austríacos, la Oppatija de hoy, celebró en pleno verano y en su Lido un desenfadado carnaval, prestigiándose las excelencias fotogénicas de las ciudades ex venecianas del litoral, ahora yugoslavas, Spalato, Ragusa y Cáataro, los fiordos noruegos y las islas del Egeo, presenciando el desembarco de visitantes en densidades a las que no estaban acostumbradas.

Más tarde el viaje marítimo de alto bordo se encumbra a cimas de desconocido lucimiento. Curiosamente, al servicio de un tráfico de menos aspiraciones que las del pasado. Por la superficie del Atlántico la velocidad se desliza unida al tamaño del buque. El medio de no perder dinero. Se desata una guerra, pacífica por supuesto, en el curso de la cual la «cinta azul» pasa de uno a otro país involucrado en una competencia que trasciende los límites del transporte. Ostentado desde 1929 el preciado galardón por el «Bremen» alemán, se lo arrebató en 1933 el «Rex» italiano. Lo conquista en 1934 el increíblemente inmenso «Normandie», superado el siguiente año por las 81.000 toneladas del «Queen Mary».

Como siempre que se halla abocada a popularizar un producto de características similares, la publicidad recurre a las magnitudes para subrayar ante la consideración del público el atractivo de los «Leviathanes». Se indicó que el «Queen Mary» medía de la quilla al palo mayor la altura de un edificio de veinte pisos, y el principal comedor del «Normandie» doce metros más que la Galería de los Espejos de Versailles. El gigante francés se jactó de su *cuisine* y del lujo y *chic* de sus teatros y salones, decorados por artistas y firmas más cotizados de París. El inglés, de sus *barmen*, orquestas, piscinas y competencias deportivas. Sobre todo de su velocidad: rozando los 57 kilómetros a la hora, invirtiendo sólo cuatro días en cruzar el Atlántico.

La desaparición, hace años y sin sucesión, de los en tiempos soberanos de los mares, demuestra una vez más el carácter aleatorio y caprichoso de las aplicaciones del progreso al turismo. Al oír el joven viajero mencionar aquellos ya míticos *superliners* sepa, pues, que con su ocaso desapareció para el turista la posibilidad de disfrutar durante algunos días de la experiencia de navegar en una ciudad de vacación flotante, en los increíbles buques construidos durante los años de la Gran Depresión.

Al igual que si embarcara en buques con tarifas de cinco estrellas hoteleras, el crucero marítimo normal lo mismo le sirvió al neurótico como psicoterapia de grupo como para que el empleado en vacaciones conociera muchos países por poco dinero. No sin acusar el pasaje tradicionalmente característico un perceptible descenso en calidad, como subraya un francés al observar el desembarco en el puerto de Argel del pasaje transportado por el «France» y el «President Roosevelt», procedentes de Nueva York:

«Los americanos que participan en estos cruces no son los que conocimos de siempre en París, sino nuevos ricos oriundos del interior de los Estados Unidos. Gastándose una fortuna, viajan durante seis semanas como soberanos numerados a la salida, y que deberán ser devueltos intactos, o casi. Entre lo que antaño constituía la aristocracia del nuevo continente y lo que hoy representa la élite del nuevo mundo hay una terrible oposición» (1).

(1) Flament, Albert, *Le voyageur sans bagages* (París, 1933).

Y del mar a los cielos, para conectar con la aviación comercial cerrando con ínfulas modernistas el ciclo del transporte turístico de los años treinta. Proliferan evidencias expresivas de que decrece la excepcionalidad del medio. En mayo de 1932, a los cinco años de la gesta de Lindbergh que conmovió al mundo, una mujer, Amelia Earhart, cruza en solitario el Atlántico sin provocar su proeza más resonancia publicitaria que uno de tantos *records* deportivos. En función de pasaporte al turismo como aventura proyectada al futuro, el avión se empuja como el juguete viajero del siglo. Pero un juguete peligroso, encerrando en sí mismo su contrapublicidad. Entibian ardores los titulares de prensa dando cuenta en secuencia los *crashes* que van en pocos años extinguiendo «estrellas» de la magnitud de Willy Rogers, Carlos Gardel, Carole Lombard...

Mediado el decenio, y con los Estados Unidos en cabeza, se desencadena una especie de carrera estadística entre los países que van constatando la participación del avión en el turismo en cuantías significativas. En 1931 el aeropuerto de Nueva York promediaba ciertos días un tráfico de 12.000 pasajeros diarios, y en 1937 la «American Airlines» obtuvo para el viaje aéreo valiosa publicidad frente a las nievas descargas del humo del magnesio al abrumar de agasajos y distinciones al «pasajero un millón»: por cierto, un turista puro con destino a Florida. Las posibilidades del avión para el transporte rápido de pasajeros a largas distancias venía a ser un valor entendido que precisaba demostración. Las demostró en el verano de 1938 Howard Hughes, presidente de la TWA, y de modo efectivo, pilotando el «Feria de Nueva York», con cuatro tripulantes más, dándole la vuelta al mundo en menos de cuatro días, en un vuelo publicitario de la Exposición Universal a celebrar el año siguiente. En Sudamérica son las aeronaves el único medio de realizar turismo de altura —quiere decirse por puntos del interior—, sobresaliendo en Europa la Lufthansa germana, transportando en 1938, su último año de actividad plena, 177.000 pasajeros.

En años caracterizados a primera vista por una desindividualización del turismo, propiciada por la diversificación de los medios de transporte, el desarrollo de los *mass media* de difu-

sión visual contribuye a potenciar el síndrome de seguidismo, fecundo para el mantenimiento en boga de los lugares *à la mode*. Una corriente de siempre acaudillada por unos cuantos nombres de resonancia universal en el mundo de la frivolidad, relacionados en trances viajeros con unos puntos determinados. Los lugares por donde el duque de Windsor va sufriendo sus famosas caídas de caballo, las localidades en las que la multimillonaria Barbara Hutton celebra sus matrimonios y divorcios, los casinos en los que el rey Farouk o el Aga-Khan despilfarran fortunas y los sitios escogidos por algunos astros de la pantalla, mayormente americanos, para perpetrar sus más noticiables excentricidades. Sucesos nimios por naturaleza, los magnifica la publicidad para orientar la atención del colectivo viajero hasta donde tuvieron lugar o hacia su inmediata vecindad.

Sin perder de vista las concentraciones turísticas relámpago, movilizadas por asociacionismo internacional. Ningunas de la magnitud del «Rotary International», de inspiración y directrices yanquis, que en 1937 celebró en Niza, y a su festiva manera, su XXVIII Convención, con asistencia, según testimonios oficiales, de 6.000 delegados e invitados, procedentes de 65 países.

El turismo, fenómeno social

En su manifestación global, el turismo de los años treinta sufre de modo acuciante los efectos de la eterna incompatibilidad dialéctica entre el número y la clase, entre la cantidad y la calidad. Particularmente en su dimensión culturalista. Los avances tecnológicos en los sistemas de transporte, y su abaratamiento consiguiente, contribuyen a que lo practiquen más seres que nunca. Fausto acontecimiento en verdad, y elementales consideraciones éticas, y hasta comerciales, descartan la pertinencia de censurar el hecho de que al disponer de la apetencia y de los medios de satisfacerla, sustanciales parcelas de la humanidad gocen del turismo. No sin que al motivar aquellos desplazamientos en masa impulsos consumistas eximan al turismo de dejar de sufrir en su morfología y esencia un descenso general de nivel. Deterioro causado por un hecho clarívidamente predicho en 1927 por don José Ortega y Gasset en unos artículos publicados en «El Sol», de Madrid,

sustentando una tesis o profecía, que, reelaborándola, desarrollaría brillantemente en *La rebelión de las masas* (1930):

«Las ciudades están llenas de gente —denuncia en vena spengleriana el pensador madrileño—; las casas, llenas de inquilinos. Los hoteles, llenos de huéspedes. Los trenes, llenos de viajeros. Las playas, llenas de bañistas... La muchedumbre, de pronto, se ha hecho visible, se ha instalado en los lugares preferentes de la sociedad. Antes, si existía, pasaba inadvertida: ahora se ha adelantado a las baterías, es ella el personaje principal. Ya no hay protagonistas: sólo hay coro. Un fenómeno histórico que subraya una facción de nuestra época que es visible con los ojos de la cara: el hecho de la aglomeración, del "lleno".»

Dentro de su carácter de vaticinio, expresión cumbre aquella llenitud en movimiento de una masa movediza y amorfa, impelidos sus desplazamientos por incitaciones tan poco claras como suelen ser las de tipo mimético, dimanantes de su seno. Por consiguiente, mejor que un fenómeno histórico, como dice Ortega al hablar de un fenómeno curiosamente desprovisto de historia escrita, el turismo deviene un fenómeno social, a tenor de la definición restrictiva propuesta por Durkheim para estos hiperfenómenos: «el producto de una coerción o influencia ejercida por el medio social, es decir, por el conjunto del resto de los individuos».

Con la consecuencia de que, a diferencia de próximos pasados, ya no son las exteriorizaciones de masificación turística cuestión detectable tan sólo en lugares y momentos previstos y muy cualificados. La difusión del turismo en función de vacación ocupacional amplifica el problema. Se replantea en múltiples puntos a nivel de temporada, predominantemente estival. Problema acentuado por el mordiente de la estacionalidad, con cuantos pros y contras conlleva todo tráfico que se desarrolla en cimas y simas.

Las disfunciones que en el turismo de los grandes números generó el creciente asedio de rigurosidades en pasaportes, visados y controles policíacos y monetarios, se agudizaron al no hallar correspondencia ni solución las trabas por culpa de una cada vez más sentida necesidad de cooperación internacional, inexistente por imposible. Las naciones se distanciaban agrupadas en bloques formados en torno a principios ideológicos antagónicos: enfrentamientos

por fuerza abocados a dificultar el tratamiento unitario, sobre bases de reciprocidad, de los problemas que suscitaba el proceso de universalización del turismo.

Años cruciales y decisivos

Circunstancia conducente desde el punto de vista de la sociología turística a la quizá más saliente característica del turismo del decenio. Un rasgo perceptible aunque no mensurable. El elemento de riesgo, zozobra e inseguridad, incluso al pasar de un país a otro, en contraposición con la euforia y *laissez passer* de la década anterior. Poco importa que, con expresa referencia a Europa y Norteamérica, hubiera áreas —Suiza, Países Bajos y escandinavos y, en cierto grado, Portugal— por las que el turismo discurrió por apacibles y relajados entornos ambientales: tensados a lo sumo por los efectos de la dichosa crisis, tan reacia a desaparecer. No así por el resto del mundo, de hecho, con más invisibles partes cada vez.

Tema apasionante el curioso paralelismo que se detecta entre los viajes turísticos a los Estados Unidos y a la U. R. S. S. Ambas no superpotencias entonces, pues ni un Ejército Rojo infraequipado ni unas fuerzas armadas norteamericanas desmovilizadas inspiraron prevenciones fuera de las cancillerías y de los futuros de los expertos en política internacional. Intenso el interés despertado en un segmento viajero familiarizado ya con los países sitos en primera línea de la programación turística por la nueva Rusia y los jóvenes Estados Unidos, al actuar en el turismo como dos polos catalíticos, no del todo contrapuestos entonces en el plano ideológico. Antes bien hermanados por afinidades derivadas de macromagnitudes demográficas y espaciales, así como por un culto exacerbado a la máquina.

En uno de sus libros de viajes, y con aquella sensibilidad hacia el latir de sus tiempos que le caracterizó, Paul Morand resolvía que *la France n'a d'autre ressource que de devenir americaine ou bolcheviste*, dejando prendida en las páginas de otro la pregunta de si ofrecía el porvenir un término medio entre *la régression russe et le «progrés» américain*. Agudo interrogante que gran número de viajeros trataron de responder informándose por cuenta propia. Con recelo o esperanza, con ilusión o animadversión, con reprobación o simpatía, en todo caso, incitados por una especie de curiosidad inédita hasta entonces en trances viajeros, acudieron a conocer un par de superpaíses, destacando en un mercado del viaje bastante trillado con una oferta original: la de proporcionar a sus visitantes dos atisbos anticipatorios y dispares sobre el más inmediato futuro del mundo.

Otro dato insoslayable para configurar el espíritu del turismo de los años treinta es el aporte que procura la cambiante actitud del turista respecto a países de sistema de gobierno declaradamente totalitario, y su viceversa, por supuesto. Hay años sísmicos, el de 1934, por ejemplo. Agitado por graves desórdenes, que van desde los sangrientos motines de París hasta las revoluciones de Austria y de España. Premoniciones del enfrentamiento ideológico internacional, que en 1936 chocaría frontalmente en suelo español, provocando una guerra que por espacio de tres años cerraría al turismo la Península Ibérica.

Una serie de espasmos bélicos y sociales, en definitiva, presagiando el estallido global que se avecinaba, para rubricar la época, finalizado el verano de 1939, con ríos de sangre, dolor y lágrimas. Bien mirado, clausurándola un holocausto idéntico a aquel que en 1918 había alumbrado con destellos de esperanza el inicio del período. El período de entreguerras.

APERTURA BRITANICA

Nunca demasiado copiosa la corriente turística hacia la Gran Bretaña interferida, como se vio, por unos cuantos estereotipos y tópicos,

algunos con cierto fundamento en la realidad y no pocos de raíz subjetiva de clara manufactura francesa. Podían sintetizarse en una tem-

porada corta, motivada por un clima horrendo, que halló acomodo en el título «La Ciudad de la Niebla» (1909), puesto por don Pío Baroja a una de sus novelas, más una cocina abominable, el infinito tedio de los *week end* británicos y la altitud de los precios a causa de una moneda de fortaleza proverbial. Por si fuera poco, poblada por una raza seca, tosca, huraña, congénitamente incapacitada para entender lenguas extranjeras y empecinada en hacer las cosas al revés de los demás.

Claro está que, para su bien, Inglaterra contó de siempre con las visitas de los mejor enterados y de los anglófilos y como clientela básica y fundamental la de los angloparlantes. Es decir, los ciudadanos con pasaporte británico miembros de la «Commonwealth», fundada en 1931 para dar cauce, dentro de un orden, a las aspiraciones de los Dominios interesados en gozar el *status* de países independientes, sin perder a través de la Corona una ligazón con la metrópoli.

El relativo aislamiento turístico de la Gran Bretaña se quebró de una vez por todas en los años de la Depresión, contribuyendo a debilitarlo la devaluación en septiembre de 1931 de la libra esterlina en un 40 por 100. Poderoso acicate para notarse por la isla una invasión sin precedentes de franceses, belgas, holandeses (anglófilos de nacimiento), escandinavos y hasta de alemanes. Y por supuesto que sin cesar el Reino Unido de recibir la visita de su más adicta y provechosa clientela: la norteamericana, por descontado. Y con los modos viajeros de siempre según los recuerda un escritor turístico sudafricano:

«En aquellos días el "Mauretania", el "Homeric" y el "Aquitania" traían a Londres muchedumbres de ricos americanos, que tomaban *suites* en el Savoy y recorrían Inglaterra en "Daimlers" de alquiler. Otros, no tan ricos, venían para, a bordo de autocares, pasar por Londres como flechas, y con la misma prisa por las ciudades con catedral, antes de partir para ver París del mismo modo» (1).

Si no para verlo de tan atropellada manera, el inglés podía llegar a París con inaudita celeridad y *confort* recurriendo al servicio del «Golden Arrow». Con salida a las once de la

mañana de Victoria Station, y llegada a la Gare du Nord a las cinco y media de la tarde. Sin otro cambio de butaca que el inevitable al trasladarse del vagón-salón al vagón-restaurante. Y sin incordio aduanero alguno para los pasajeros del «Flèche d'Or». Se lo hacía saber a los ingleses y americanos la publicidad del supertren: *customs formalities graciously waived aside by the French Government*. Además deferencial carente al parecer de reciprocidad por parte de los aduaneros ingleses respecto a los visitantes del Reino Unido.

El Londres de los años treinta

El proceso de desimperialización que vive Inglaterra se refleja en el ambiente y semblante de las calles londinenses, quizá con los signos cambiados. Entremezclados con la *lady* de perrito enfundado en jersey cilíndrico de lana pura, y con el *míster* uniformado de *gentleman*, de paraguas, pajarita y bombín, se vieron orientales, negros, antillanos y otros súbditos más o menos cetrinos de la «Commonwealth» en cantidades desconocidas. Aquello por un lado. Por otro, la clase de escenas que se presenciaron en el *speaker's corner* de Hyde Park. Nada en consonancia con el supuesto carácter nacional, tan reservado, flemático y comedido. Sin manifestarse del todo claro el respeto a las opiniones del prójimo, base de la convivencia inglesa, al coincidir el turno a sus respectivos pedestales, algún portavoz de la militancia comunista o trotskista, con los oyentes de la perorata de algún «camisa negra» del partido de sir Oswald Mosley. Nada insólito que al pasar perorantes y auditorios de las palabras a los hechos, y de la dialéctica argumental a la del estacazo y tente tieso, obligando a los guardias a pasar a la acción directa, oradores y turistas rompieran a correr por el parque como poseídos por delante de los *bobbies*.

La crisis de la que tanto se hablaba no fue óbice para que la producción automovilística saltara de los 247.000 vehículos fabricados en 1929 a los 500.000 en 1937. La motorización del país repercutió en su gran capital, obligando a que en 1931 se inauguraran simultáneamente tres puentes más sobre el Támesis.

Se producen salientes novedades en el frente hotelero. Y no por necesidades imperiosas en

(1) Morton, H. V., *In search of London* (Londres, 1951).

una capital, sumando ella sola más establecimientos del ramo que muchas naciones. Como en otros momentos de su historia, Londres precisaba alojamientos modernos y de calidad. Y los obtuvo todos en el West End: hacia donde se desplazaba desde el Strand el centro de gravedad del turismo *chic* o *fashionable*. A las 440 habitaciones del Park Lane, con vistas al Hyde Park, se les añadieron las del aristocrático Dorchester y luego el Grosvenor House, cercano al palacio de Buckingham.

Aumentan en número y tamaño los *department stores* a la americana. Lo mismo que restaurantes programando platos de diversa nacionalidad. El Martínez entre ellos, entre Regent's y Piccadilly, abierto en 1923 por Antonio Martínez, un camarero de Ronda que intuyó un hueco para la cocina española. Al turista interesado en mantener controlado el presupuesto alimenticio le resolvieron el problema el *beef-steak with chips*, de los ubicuos Simpson's.

El hastío infinito de los *week end* londinenses se hace mucho más soportable al relajarse los rigores de la prohibición de que no funcionen los espectáculos, para que la ciudadanía santifique con el máximo aburrimiento la fiesta del Señor. Un primer paso al conseguir que los cines permanezcan abiertos. Poco después algunos teatros, abriéndose varios nuevos a la altura del plantel de los que siempre contó la capital. En 1931 el nuevo Saddler's Wells, con ópera y un cuerpo permanente de *ballet*. De gran predicamento entre americanos y visitantes de los dominios y colonias las representaciones de obras de Shakespeare en el Old Vic, disponiendo los auditorios nativos de amplias oportunidades para aplaudir en sus teatros a los actores de verdad del buen cine americano. Y aunque no fueran buenos del todo, como Ramón Novarro, galán de la Greta, llenando en 1935 el teatro actuando en el musical «A Royal Exchange».

Totalmente reconstruido y enriquecido el Museo de Figuras de Cera de Mme. Tussaud por el biznieto de la fundadora, vuelve a ocupar el destacado lugar que siempre ocupó entre las curiosidades turísticas de Londres. Sin que haya guía turística que la mencione, hay otra curiosidad receptora aquellos años de un tipo especial de visitante. La tumba de Carlos Marx en el aristocrático cementerio de Hamstead

Heath, casi con «Metro» a la puerta. Visitada en plan peregrino en el verano de 1932 por un matrimonio japonés, él profesor en la Universidad Imperial de Tokyo y ella la encargada de redactar la crónica de la excursión:

«La lápida sepulcral, lisa y llana en el suelo, como es uso entre judíos, en un cementerio situado en la gentil ladera de una colina desde la que se divisan a lo lejos los tejados de las casas de Londres. Tenía un simple epitafio esculpido, y enterrado con su nieto y su fiel sirvienta en aquella sencilla tumba» (1).

De suponer que concurridísimos los museos, por más que el hecho de figurar en 1936 el «British» como el más visitado del mundo diga poco aplicado a un museo de gran capital, de entrada gratuita, como los principales de Londres. Casi un símbolo la destrucción por un incendio, en diciembre de 1936, y en su emplazamiento de Dulwich de uno de los grandes monumentos de la historia del turismo. El Crystal Palace, albergue en 1851 en su inmensidad de toda la primera Exposición Universal celebrada en el mundo.

Novedades en el turismo británico

El compacto bastión tradicional de la sociedad de la isla se entreabrió para dar cabida a algunas variantes turísticas de interés, registrándose una de las más significativas en el castillo de Windsor. A los mucho más versados en la riqueza del acervo histórico y monumental del Reino Unido, que en los repentes de los colectivos turísticos debió sorprenderles lo indecible la evolución acusada en los gustos de la masa visitante a la insigne residencia de la real familia, al instalarse, hacia 1926, y sobre una mesa sita en el zaguán que da entrada a tanto recuerdo, un objeto del tamaño de un baúl: la casa de muñecas de la idolatrada reina Mary, regalada a la soberana por suscripción popular.

Un auténtico primor aquella casita de dos pisos, con paredes de cristal, y garaje y áticos, diseñada por sir Edwin Lutyens, el arquitecto creador de Nueva Delhi, reproduciendo a liliputiense escala todo el mobiliario y objetos propios de una mansión señorial de verdad. Al

(1) Ichikawa, Haruko, *Japanese Lady in Europe* (Londres, 1937).

ser preciso para admirarla, y con destino la recaudación a las obras benéficas de la popularísima reina, adquirir un billete especial, mayúscula la sorpresa al observarse que se vendían muchísimos más billetes para dar un vistazo a la casita que para visitar la residencia real.

Mucho más extraño, por no tratarse solamente de números, las impresionantes multitudes que, provistas de cámaras fotográficas y prismáticos, y por impulsos totalmente inconexos con el disfrute del paisaje, se congregaron a orillas de un lago escocés, a simple vista sin nada de particular. Enclavado en región célebre por el número y belleza de sus lagos, atravesado de continuo por un servicio público de vapores, y ni siquiera un lago, por no ser en Escocia un *loch* un lago, sino algo así como un *fjord*.

Todo empezó de súbito en el verano de 1933, y lo notable de la popularidad del Loch Ness, en tiempos del cine y de la radio, es que se la debiera a un prodigio o portentoso extranatural, como escapado de un código de alto medievo o acaso de las páginas de una revista de ufología. Un «monstruo» que, precisa y oportunamente, le dio por aparecer en plena temporada veraniega. O sea: en ocasión de hallarse políticos y periodistas en vacaciones y, como consecuencia, en barbecho de noticias las redacciones de la prensa mundial.

Coincidiendo con la llegada del verano, fenómeno previsible que los periódicos de medio mundo dieran noticia puntual de las reapariciones del «monstruo» de Loch Ness, un objeto nadador no identificado de forma de serpiente acuática ondulante: de longitud y número de jobos variables en razón de la capacidad visual o imaginativa de cada contemplador. De unos treinta o cuarenta metros, según las *post cards* que le reproducían, verdad que de modo más bien borroso, sin obstar a venderse en el vecino Inverness como *ice creams* en tiempo de bochorno.

El enorme gentío atraído por Loch Ness despertó la gula de intereses afines localizados en el Loch Hourn, quienes trataron de desviar hacia su «Loch» particular parte del botín, alejando habitar en él un monstruo igual o mejor que el de los vecinos. O tal vez el mismo, debido a hallarse comunicados. Bastaba concentrar

fijamente la mirada en sus aguas para comprobarlo.

Imposible relacionar por lo crecido de su número la afluencia que en plan más formal, pero más serio, inundó a las playas inglesas en los meses de estío. Sirva de exponente del suceso lo ocurrido en la de Brighton, en cierto modo la abuela de todas ellas. Las fotografías del tiempo, sobre todo las aéreas, muestran a la pedregosa franja de la playa prácticamente oculta al cubrirla una auténtica alfombra de cuerpos humanos. Clifford Musgrave, uno de sus últimos historiadores, afirma con todo lujo de datos haber vivido Brighton, durante los años treinta, el período más próspero de su larga historia.

Pero no de modo gratuito, al terminar por dar al traste la masa que lo invadió con los residuos de finura y elegancia que pugnaba Brighton por conservar. Poco pudo hacer para resistirla sir Harry Preston, el gran *animateur* de Brighton, recientemente ennoblecido, manteniéndose al frente de su Royal Albion Hotel, frecuentado por la aristocracia y miembros colaterales de la real familia, como en un alcázar sitiado por el enemigo. La gran ciudad de vacaciones veraniegas se engrandecía poblándose de cinematógrafos lujosísimos, cafés franceses, restaurantes franceses y cervecerías alemanas, un par de piscinas al aire libre, y para goce nocturno del público extramunicipal y espeso, llenando las más estentóreas bandas de música la inmensidad del «Sherry's Dance Hall» con las más ensordecedoras estridencias del *jazz* americano.

Al gentío llegado en las caravanas automovilísticas se le unió el transportado por las miríadas de trenes veraniegos partiendo de Londres a razón de uno cada hora los días festivos. Destacando entre ellos, como reina entre plebeyos, el «Brighton Belle». Una monería ferroviaria, muy *belle époque*, personalmente conducida en día de septiembre de 1938, con los mandos de la locomotora en la mano, por el rey Boris de Bulgaria.

Día llegará en que algún Edward Gibbon de los estudios turístico analice la trayectoria vital de Brighton, con su anexo de Hove, rozando el medio millón de habitantes. Con toda probabilidad, extrayendo interesantes lecciones de las

consecuencias de la grandeza y decadencia de una población, surgida de la nada, al borde de una cenefa de cantos rodados bañados por las olas del Canal.

En materia de festivales, ninguno de la resonancia internacional del de Stratford-on-Avon en primavera. Destruído en 1926 por un incendio, el vetusto «Shakespeare Memorial Theatre», construido en 1879, los dramas se representan por algunos años en un cinematógrafo local. Con las pompas y ceremoniales tradicionales en los actos al aire libre. Recuperando las representaciones su brillantez al reaparecer en 1932 el ultramoderno teatro, en el que siguen hoy teniendo lugar.

También atrajeron gran acopio de extranjeros las carreras de Ascot y las de Derby. La copa en noviembre y la primera semana de abril el «Derby» antonomástico, presenciado por centenares de miles. Para los no aficionados a la hípica, al menos en exclusiva, más interesante que las carreras el desenfundado carnaval popular organizado por los prados colindantes al final de las pruebas.

Parca Inglaterra en eventos turísticos de carácter internacional, tales como Exposiciones Universales o Festivales Musicales, celebró fuera de programa tres efemérides vistosísimas de alto poder de convocatoria. En 1935 el «Silver Jubilee», las bodas de plata de la popularísima pareja reinante, y en rápida secuencia dos coronaciones reales sucesivas. La de Eduardo VIII, primero, y al poco, en mayo de 1937, la de Jorge VI. Se aseguró que más de millón y medio de curiosos se congregaron en Londres para presenciar las ceremonias de acceso al trono del hermano del príncipe de Gales por antonomasia, sin especificar cuántos extranjeros, que debieron de ser cantidad.

La isla multiplicaba sus vías de acceso. Cada vez más frecuentes los vuelos diarios de la poderosa «Imperial Airways» a diversos puntos del continente. Pudo decirse que se rizó el rizo del confort ferroviario al entrar en servicio, en 1936, y sin publicidad alguna, el tren discretamente denominado «Night Ferry», vía Dunquerque. La manera más onerosa de viajar entre Londres y París. Eso sí: durmiendo a pierna suelta en lujosos vagones-cama, después de haber cenado en el coche-restaurant, cruzando el

Canal de una a cuatro de la madrugada, para llegar a París, bien bañado y duchado, después del desayuno.

Se trata de una serie de sucesos que culminan imprimiendo una evolución radical en la sustancia y apariencia del turismo británico, descrita con plástico lirismo vanguardista en una crónica de Paul Morand:

«Europa ha lanzado el garfio de abordaje sobre Inglaterra, asaltándola por todas partes: trenes que van y vienen, aviones que despegan repletos a cada hora, para nada más posarse sobre el césped de Croydon, partir en busca de nuevos pasajeros. Los viajeros que llegan sin cesar se instalan como en su propia casa en hoteles cosmopolitas adaptados a sus hábitos, y en restaurantes que han cambiado horarios y menús para complacerles. Hasta los mismos franceses toman hoy en día el tren a Londres, como si fueran a Bruselas o a Dijon» (1).

Anticipando acontecimientos por venir, Paul Morand extrae las consecuencias lógicas de aquella especie de revolución viajera, glosando sus efectos en el *new look* de la gran capital inglesa:

«Nuestra época ha realizado lo que no pudieron nuestros grandes caudillos. Londres ha sido invadido, y encantado además al apreciar tardíamente los beneficios del turismo extranjero. Incluso de haber intentado resistir hubiera claudicado ante la imposibilidad de resistir a esos grandes movimientos de alianzas cósmicas fundiendo naciones y seres. Los que amamos a Londres como era, con un amor celoso, presenciamos con melancolía su transformación. Ya no es Londres aquella ciudad excéntrica, llena de colorido: héla aquí americana en sus diversiones, australiana en sus *sports*, alemana en sus cervecerías, francesa en sus cafés, internacional por su oro. Inglaterra forma parte de nuestra Europa y ya no es aquella isla misteriosa rodeada por todas partes de *mal du mer*».

Turismo británico emisor

El inglés sigue manteniéndose a la cabeza de los pueblos en cuanto a salidas al exterior. Inclinación secundada por las Agencias de Viajes nacionales, agrupadas corporativamente desde 1925 en la «A. B. T. A.», e incluso hasta por las fuerzas armadas, que animan a los jóvenes a sentar plaza por medio de *posters* con vistas de las Pirámides, de Hong-Kong o de cualquier otro lugar vistoso y de bastante sol, reforzando

(1) Morand, Paul. *L'heure qu'il est* (París, 1938).

el mensaje icónico con un letrero de *Join the Army and see the World*.

En cambio, y fuera de las navieras, sin acción alguna en sentido opuesto, o compensativo al menos, por parte de las autoridades británicas, sin dar indicio alguno de interesarles poco ni mucho las visitas de extranjeros. Observación no contradicha al aparecer en 1929 la «Travel Association of Great Britain and Ireland», de la conflictiva Irlanda del Norte, por supuesto. En todo caso, réplica poco fiel de la «Irish Travel Association», fundada en Dublin en 1924. Sin otra semejanza entre ellas que la puramente nominal. La inglesa, como la «Scottish Travel Association», surgida en 1931, constituidas como entidades privadas. Legalmente facultadas para aceptar subsidios y ayudas de organismos oficiales locales, justa compensación al hecho de no recibir un chelín del erario británico. Bien es verdad que reducida su función a proporcionar información turística a los ingleses en excursión dentro de su isla.

Indiferencia respecto a un invento inglés extendida por las muestras a la medición del trá-

fico extranjero. Las por otros tantos conceptos admirables estadísticas británicas resultaban inservibles para configurar el volumen del turismo. Es opinión de profesor Ogilvie, en su *Tourist Movement*, al censurar en 1933 al «Board of Trade», por su costumbre de, bajo el epígrafe de «British Passengers», englobar en sus cómputos a canadienses, australianos, sudafricanos, indios, etc. Un sistema que trastrocaba los cálculos y estimativas del profesor:

«Así, pues, nuestras estadísticas de pasajeros son un fraude para cualquier propósito científico, al mezclar elementos, no sólo diferentes, sino en muchos casos opuestos. Ingleses de visita a Sud-Africa aparecen como un débito en nuestra balanza de pagos, mientras que sud-africanos, de regreso a su país, después de una visita a Inglaterra, son, sin embargo, un ingreso. A pesar de constar ambos como "Viajeros británicos al exterior".»

Los cuales, sin duda de ningún género, y aunque perdida su prepotencia de otrora, en el turismo de los años treinta salieron de la isla en superior cuantía que en época alguna de su historia.

ALTIBAJOS Y VAIVENES EN EL TURISMO FRANCES

Con referencia obligada a la Gran Depresión, Francia gozó por algún tiempo de la fortuna de tardar en sentir el embate de una conmoción en trance de desbaratar las economías de Alemania e Inglaterra. En 1931 las estadísticas disponibles arrojaban un saldo positivo estimado en 6.000 millones de francos. Razón de más para subrayar el desplome de las de 1932. Los dos millones largos de turistas entrados en 1927 descendieron a 900.000, y los ingresos de ellos obtenidos bajaron en picado desde los 13.000 millones de francos, más o menos devaluados, a 2.500 millones nada más (1).

Serio revés en una progresión ascendente al

(1) Mortier, Gaston, *Le Tourisme et l'Economie Nationale* (Grenoble, 1941).

que pueden servir de bisectriz divisoria de la flexión un par de acontecimientos a dos vertientes, indicativo cada uno en su estilo de la carrera de obstáculos en que va a convertirse la evolución del turismo francés en una década poco apta para cardíacos. En el lado bueno, la Exposición Colonial inaugurada el 6 de mayo de 1931, atracción en París de éxito garantizado, no utilizado desde la *Grand Exposition* de 1900. Dentro de las connotaciones turísticas inherentes a este tipo de certámenes, explícitas las de índole centrífuga en la de 1931, lanzada con el lema de «la vuelta al mundo en 80 horas». En el recinto del parque de Vincennes se levantó una réplica exacta del templo de Angkor Vat, y países coloniales (Italia, Holanda, Bélgica, Portugal) construyeron impre-

sionantes pabellones, mostrando las bellezas de sus respectivos dominios por los ultramares, sin faltar, un tanto incongruentemente, en el de los Estados Unidos, una réplica de la casa de Washington en Mount Vernon, con productos y grupos folklóricos de Manila y de Hawaii.

Una recreación publicitaria de mundos exóticos, concurrida por una afluencia oficialmente cifrada en 30 millones de visitantes. Signo opuesto el del siguiente suceso: la devaluación de la libra esterlina en septiembre de aquel año. Para los avisados, anuncio premonitorio de que, emulsionada en el turismo, a Francia se le venía encima la «marea negra» de la recesión.

Crepúsculo parisiense

Acontecimiento éste que, plegándose a una norma inveterada en la historia de Francia, tuvo resonante reflejo en la capital de la nación. En un París que había ido cambiando, y no ciertamente para bien de su turismo, ceñido ahora por un inmenso cinturón proletario de tristes suburbios, erizados de fábricas, algunas de la envergadura de la Citroën y la Renault. No exento de cierto valor definitorio de los nuevos tiempos, el que Henry Miller, llegado en 1930 desde Brooklyn, casi sin un dólar en el bolsillo, pero con férrea voluntad de triunfar como novelista, le situara su precaria economía en óptimas condiciones para, en su *Trópico de Cáncer*, distinguirse como uno de los mejores cronistas de la ciudad en años en que su proyección universal perdió temporalmente parte de su magnetismo y fulgor.

La «Ciudad Luz», capital al fin y al cabo de una nación democrática, hizo cuanto pudo por cuestionarle a la Italia fascista su insolente aspiración a la primacía turística. Lo consigue en parte recibiendo afluencias de nuevo interesadas en museos, galerías, exposiciones, la excursión a Versalles y a Saint-Denis, y otras expansiones de no muy elevado costo. En años en que Ortega y Gasset le censuró por haber democratizado el erotismo, la ciudad mantiene a media presión el prestigio de sus noches, ayudada por la rutilancia del Casino de París, asentado, como un coloso del mundo del espectáculo, sobre las míticas piernas de una más

que ajada Mistinguette y las siempre frescas bananas en la cintura de Josephine Baker.

Succionado su talento por Hollywood, sombra del pasado las *grandes revues*, descollando los desnudos envueltos en diademas de plumas y sábanas de sedas y brocados, que decaen y desaparecen como anacronías. Como el Moulin Rouge y el Palace, que funcionan como cines, y sobreviviendo a duras penas unos *cabarets* privados de su mejor clientela, la norteamericana, ahora con posibilidades ilimitadas de embriagarse sin salir de su país, que han de suprimir la imposición del *champagne obligatoire*. Proliferan en cambio las *boîtes de nuit*, como Le Perroquet, en el primer piso del Casino de París, establecimientos que requieren poca inversión de capital y en los que todo es diminuto: luz, orquestinas y pistas de baile. Todo, menos el precio de las consumiciones.

Por ser París quien es y será, su turismo se defiende bien durante las primaveras y veranos, pero durante las *off season* languidece. Montparnasse entra en coma durante las noches y Montmartre apenas sobrevive con unos turistas más frugales y comedidos que los de antaño. Se hace difícil la bohemia reducida a sus propios recursos y en un entorno poco trasnochador. Malos tiempos para pintores y artistas no en el candelero. Para subsistir han de organizar en la *place du Tarte* exposiciones-mercado, lo que no dejó de ser una curiosidad digna de ser vista por los turistas. Ofertan un lienzo vanguardista por un jamón, una naturaleza muerta, difunta de puro abstracta, por diez latas de sardinas en aceite: bien entendido que éstas rigurosamente realistas y al contado.

Deprimente o alborozante, según el ángulo desde el que se le lea, el informe publicado en el otoño de 1932 por un visitante peruano, bajo el título «Bajo el signo de la crisis»:

«La baja de la libra, la crisis económica y las calamidades universales han impedido la llegada de millares de extranjeros. En estos días todo baja. Un modelo de Worth o de Patou se vende por la mitad de lo que valía el año pasado. Hay escaparate de la rue de la Paix que da joyas por lo que pida el comprador: "Siempre que la oferta sea razonable". Y este restaurante de cien francos, por treinta de propina, más la mejor sonrisa del *maitre*. Porque la escasez trae la cortesía como consecuencia. Cuando estaba lleno un restaurante caro, el *maitre* era un déspota que no se dignaba saludarnos. Hoy, que las mesas ocupadas son unas cuan-

tas, cosechamos amabilidades y atenciones entre plato y plato» (1).

En uno de esos incomprensibles desplazamientos que en sus centros de gravedad turísticos suelen darse en las cosmópolis, al caer la vida nocturna parisiense preservó su *charme* y su *chic*, centrada en los Campos Eliseos, en zona fuera aún de la contaminación del turismo de Agencia y del *sightseeing* de autocar. Polarizada en torno a *Bars* y *dancings* internacionalmente famosos, tales como el Chiberta, el Carpentier, el St. Moritz: una galaxia con sus epicentros en el Lido y en el Hotel George V, inaugurado en 1928, albergue del cupo de las dos Américas incapaz de hallar acomodo en el Crillon y en el Ritz.

No le faltaron peregrinos a un París abarataado en todos los órdenes. Aunque en las idiosincrasias del *de qualité* ejercieran algún efecto disuasorio las secuelas de la mala prensa vertida sobre el buen nombre de la ciudad por noticias que culminaron en la sangrienta represión policial de la manifestación de excombatientes en la plaza de la Concordia, la noche del 6 de febrero de 1934, al verles dispuestos los agentes del orden a tomar por las bravas y en masa el Congreso de los Diputados. Enfrentamiento seguido de batallas campales por los *boulevards*, y para terminar de desarreglar las cosas, días después, por las masivas contramanifestaciones de grupos de tendencias opuestas.

Como de costumbre, la gente terminó por acostumbrarse a unas algaradas que formaron parte de la vida cotidiana de París, que potenció su *grande semaine* de primavera. Superado el impacto de la devaluación de la libra, la afluencia inglesa se hizo notar como en los buenos tiempos, y el «Flèche d'Or» transportaba parte de los visitantes llegados en los bimotres de la «Imperial Airways», que en algunos meses anduvo cerca de establecer una especie de puente aéreo entre Croydon y Le Bourget. En aviones de capacidad tan escasa como inmensa su popularidad en los *week ends* de los ingleses.

En el capítulo de novedades, relevante la falta de inhibición con que los parisienses

(1) Mould Távora, Federico, *Viajar...* (Barcelona, 1932).

y asimilados gustaban besarse por las calles y en los transportes públicos. No el «muá-muá» perentorio y convencional. Se trató de una modalidad exhibicionista, practicada en buen estilo cinematográfico: con los ojos cerrados y durmiéndose en la suerte. Otra, la orientación hacia lo exótico de la *cuisine*, fomentada en sus inicios por el imponente número de estudiantes de toda raza y color.

No muy resonante el éxito de la Exposición Universal de 1937, precedida de una devaluación monetaria pareja a la belga de 1935, coincidente con la apertura de la Exposición de Bruselas, más una racha de huelgas que por espacio de varios días retrasó la fecha fijada para la inauguración del certamen. Uno, el parisiense, que no hubo más remedio que abrirlo al público entre andamios y hormigoneras en acción y la mayoría de los pabellones con poco más que sus fachadas. Por más que la concurrencia alcanzó niveles satisfactorios una vez completados, lo mejor de aquella Exposición consistió en lo que allí quedó una vez clausurada. Derruida la mole del palacio del Trocadero, ocuparon el espacio que dejó las dos alas del palacio Chaillot, con dos conjuntos museísticos, abriéndose en sus terrazas una soberbia perspectiva sobre el Sena, dominada por una completísima visión de la torre Eiffel: estadísticamente, el monumento más frecuentado por el turismo visitante de Francia.

De difícil resolución el intento de valorar en sus múltiples sentidos el rendimiento de una década contradictoria y enmarañada. Puede decirse que si bien rebajó el tono del turismo de París, el turismo francés, en su conjunto, se revitalizó y hasta vivió momentos de franco esplendor en zonas del país más distantes y encalmadas que la capital de Francia.

Borrasca playera

Area predestinada a notar la recesión con intensidad superior, las playas francesas del Canal, inundadas normalmente por una pléthora de bañistas ingleses, de manera singular Le Touquet y Deauville, en cuyas *Planches*, y entre divorcio y divorcio, podía verse al Aga-Khan con la Begun de turno; al pintor japonés Fujita, con opción a disfrutar en el

Privé del Casino del masoquista placer de dejarse desplumar, como monsieur André Citroën, por los puntos fuertes del «consorcio de los griegos», acaudillado por el legendario mister Zog (mister Nicholas Zogographos), que jugaban al por mayor y casi por delegación provistos de fondos ilimitados por un grupo de banqueros.

Pesimista por su tono elegíaco la impresión que en agosto de 1931, y a su paso por Deauville, «la menos francesa de las playas francesas», recogió un visitante peruano, ya seleccionado como informador:

«El Cyro está muerto, y en la terraza del Royal vemos dos señoras y un americano melancólico leyendo indiferente al azote del viento y a la tristeza de la niebla. Sólo «chez Brummel» hay ambiente. Chicas románticas, que llegaron de París con la vaga esperanza de tener mucho sol y un príncipe o maharajá dispuesto a llevarlas durante una temporada. Y ¿qué han encontrado, Dios mío? Una túnica de lluvia implacable que las impide desnudarse. Es por eso que se sumergen en el juego, ya en el bacarrá o en el juego del amor. Deauville ya no es Deauville, aunque algunos periodistas hilvanen crónicas tumultuosas sobre su vida tumultuosa. Pero es que los grandes "Palaces" y el Casino y las carreras de caballos necesitan atraer al público cosmopolita y *snob*. Ahora que los millonarios yanquis, los magnates orientales y los hijos de los dictadores sudamericanos faltan o miden sus gastos, Deauville sufre una crisis. Como las grandes potencias, influye también el tiempo. Casi no ha habido verano en Europa» (1).

Situación con su contrapunto en la Costa Azul, gozando en invierno de su excelente clima habitual y en puertas de que a su verano dejaran de considerarlo inelegante los elegantes de profesión. Con un nuevo casino en un promontorio al extremo de la Croisette de Cannes, flamante y modernista. El Palm Beach Club, con una gran piscina adyacente y puerto para yates, construido expreso para que en sus salones y salas de juego no se notaran las molestias del calor. Fúlgida y tibia como suya, la estampa del nuevo centro turístico de la Riviera que brinda al público cubano Alejo Carpentier, con el verano de 1930 a la vista:

«Cannes nos ofrece todo el fasto de una residencia de millonarios. Su Palm Beach Casino es suntuoso. Sus hoteles son regios. Su paseo de La Croisette, sembrado de palmeras, resulta un mudo

aviso de prudencia para los que no tengan la suerte de llevar la bolsa bien repleta. Por las noches, el Casino se llena de una multitud brillante y despreocupada. Hay salas de juego. Hay bar. Hay un teatro, y el Ambassadeurs, que abre sus puertas al fondo del edificio, os brinda uno de los *dancings* más lujosos del mundo. En torno de un tablado se encuentran mesas que os invitan a comidas suntuosas... y ruinosas. Sobre el tablado desfilan artistas y excéntricos de extraordinaria calidad. Hombreros desnudos, joyas, modelos recién salidos de las colecciones parisienses, pecheras níveas coronadas por rostros sin pesares, mejillas iodadas por el azote del viento mediterráneo... Ingleses, noruegos, bilbaínos, cubanos, alemanes, todos poseedores de *yachts*, todos ganadores de copas: tal es el público que anima las noches suntuosas del Ambassadeurs...» (1).

La desestabilización del equilibrio pendular, invierno-verano, de las temporadas en las playas atlánticas y mediterráneas cuentan las crónicas, que las hay, como el desastre de la Invencible, en lucha contra los elementos. De acuerdo con esta manera de referir el suceso, la pugna se resolvió, el 2 de agosto de 1931, a favor del calor, al adoptar el consorcio de los hoteleros de Niza la decisión de no cerrar las puertas de sus establecimientos el verano subsiguiente. Al no amainar las lluvias y las galernas por los litorales bretón y normando, la dirección del Carlton de Cannes secundó el acuerdo, con la consiguiente renuncia a un rasgo de distinción de la villa, de demasiado oneroso mantenimiento.

La interpretación del declive en el veraneo de las playas atlánticas, en función de erosionarse su popularidad por la cálida oferta de la Costa Azul, sin ser del todo correcta, halla válido exponente en Biarritz. La diferencia de precios en favor de San Sebastián no impidió al centro turístico vasco-francés seguir acrecentando su hegemonía sobre su rival. Aunque la concurrencia de rango descubriera que la *Grande Plage* de Biarritz no era muy grande, ni buena siquiera, dejándola algo así como abandonada al dominio público del común. Es decir: del veraneante masivo y de medio pelo que la llenó hasta rebosar, prefiriendo los exquisitos otras más reducidas, como las de Anglet y Bidart. O bien la descomunal piscina marítima, cerca del campo de golf de Chiberta, denominada con el sugerente nombre de *Chambre d'Amour*.

(1) Carpentier, Alejo, semanario *Carteles* (La Habana, 15 de junio de 1930).

(1) Mould Távara, Federico, *Viajar...* (Barcelona, 1933).

Sin dejar de ser real la brillantez del verano en Biarritz, quedó condenado a palidecer y amortiguarse al debilitarse su base de sustentación, una vez eliminada de cuajo la temporada invernal. Los grandes establecimientos hosteleros comenzaron a desaparecer como tales, transformados en apartamentos de alquiler con derecho a cocina. Si se mantuvo abierto el Hotel du Palais durante todo el año fue gracias a una subvención municipal. Pobrísima compensación al ocaso de una gran hostelería la apertura del Hotel Plaza, bien emplazado con vistas a las puertas de ingreso al Casino Municipal, pero funcional a ultranza y desprovisto de fililíes arquitectónicos de ninguna especie.

Todo un síntoma que no prosperara la iniciativa de celebrarse en Biarritz el I Festival Cinematográfico Internacional en 1939, al dejarse arrebatar la idea, sin apenas lucha, por Cannes, provisto de credenciales mejores de clima, ambiente y popularidad internacional.

En realidad, y volviendo un poco atrás las manecillas del tiempo, no fueron rachas climáticas desapacibles el determinante del desplazamiento hacia el Mediterráneo del centro de gravedad del gran playismo estival. Las conocidas inconveniencias meteorológicas del verano atlántico se hubieran soportado como de costumbre de no haberse producido, en el otoño de 1931, la devaluación de la libra esterlina, interpretada por las playas del norte de Francia, al igual que como por el resto del mundo, como una especie de abandono británico de su viejo Imperio en el turismo universal.

La batalla de la ruleta

Flexión en el turismo internacional utilizada de ganzáa por ciertos intereses hondamente radicados en las playas de moda, para que en los casinos franceses pudieran perderse divisas jugando a la *roulette* y al *trente-et-quarente*, prohibidos en virtud de un acuerdo negociado en 1907 con el Principado de Mónaco.

La alarma producida por la crisis suscitó un pleito que en sus aspectos técnicos hace pensar al no iniciado en las pugnas del *filioque* entre los bizantinos del Alto Medioevo. Lo iniciaron los casinos franceses, y más concretamente los

de la Costa Azul, al reivindicar el derecho a trascender las plebeyas limitaciones de la *Boule* y del *tout va*, de su *chemin-de-fer* —el *baccarat* del pequeño burgués, como es sabido— en favor de los distinguidos *Rien ne va plus*, reservados en exclusiva a los casinos de Montecarlo. Que es donde se había producido la ruptura unilateral del *status quo*, al implantar, en 1932, el *tout va* en su *trente-et-quarente*: el *baccarat* del rico, como es notorio. En el fondo, un conflicto de intereses de tantos, con poco que ver con la semántica, ya que más o menos de tapadillo ambas partes en discordia venían jugando a sus paños o colores, en un intento de que no se les fuera de sus respectivos casinos una clientela, por adinerada, algo escasa a causa de la recesión general.

Movilizó a la facción francesa el anglófilo monsieur François André, concesionario del casino de Deauville, arrendatario de dos o tres campos de golf y administrador de una colección de hoteles, el Carlton de Cannes entre ellos, por el que durante los veranos empezó a mostrar marcada preferencia su clientela de Deauville. Aspiraciones opuestas a las del no menos influyente monsieur René Léon, administrador de la «Société des Bains de Mer», de Montecarlo, nada dispuesto a que a sus casinos monegascos les recortaran los privilegios adquiridos en 1907.

Espinosa cuestión por sus connotaciones políticas. Al corresponderle dirimirla al gobierno francés, quedó claro en la porfía que vencería la parte que en función de contribuyente ejerciera más peso en el erario galo. Así fue que, de resultas de una campaña bien instrumentada, apoyada con la amenaza de un *lock out* hotelero por la Costa Azul, el gobierno de París tomó conciencia de la *logique* de la postura de sus administrados, decretando, en 1934, la despenalización del juego de ruleta en los casinos del país.

Verano en la Riviera

Su triunfo no llegó a cegar a los victoriosos promotores del juego hasta el punto de considerarlo como una panacea para males posiblemente incurables en zonas turísticas, viéndolo más bien, y con razón, como el revulsivo, ma-

yormente publicitario, preciso para unos negocios en pugna por sobrevivir en una penosa fase de transición. Bien supieron que el juego no era un fin en sí mismo, sino el cebo que captaría a la vistosa fauna mundana, que a su vez atraería a la anónima grey, indispensable para mantener a tope a los veranos de la Riviera. Por recurrir a un símbolo, del modo con que actuaba lo que quedaba de la Bella Otero, residente permanente en Niza, decíase que subvencionadas sus pérdidas de jugadora empedernida en el «Palais de la Méditerranée» por monsieur François André.

Sin que hubiera manera de revitalizar al invierno en la Costa Azul; parecía sin remedio lo mismo que sus Carnavales, adoptando caracteres de cabalgatas de fin de semana y los establecimientos construidos en la mejor época de la Riviera. Análisis cuantitativos practicados sobre la hostelería de puntos claves de la zona denotan la decadencia de un centro turístico que jamás recobraría el fausto de anteguerra. Demoledora la lista de bajas que consta en uno de los más autorizados estudios sobre el tema:

«En Menton, en los diez años que siguen a 1930, desaparecen 18 grandes hoteles que ofrecían más de 1.800 habitaciones. En Niza, de 1927 a 1936, el número de hoteles "fuera de serie" disminuye en una cuarta parte al cerrar 16 establecimientos. En Cimiez, de 1936 a 1937 perecen sucesivamente el Grand Hotel, el Majestic, el Regina, con un total de 950 habitaciones. En la Promenade des Anglais cierra en 1939 el Plage, con 950 habitaciones» (1).

Ahora bien: sin incurrir en la insensatez de cuestionar las conclusiones de un estudio serio y documentado, queda margen para, con el respaldo de publicaciones de la época, no directamente involucradas con la gran industria hostelera, recordar y puntualizar un extremo que sitúa las cosas en su justa proporción. Que en su conjunto la infraestructura receptora de la Costa Azul no ofreció tan deprimente panorámica en zonas de más playa y congestión menor que las de Niza y Menton. Basta tener presente que no en vano de la década de los treinta arrancan las, por su extensión en suelo no demasiado caro, impresionantes expansiones urbanísticas de Saint-Tropez, Antibes, Villefranche y otras. Y con la entusiasta aceptación por parte de las diversas capas sociales del pueblo francés que detalla a pri-

meros de septiembre el enviado especial de «L'Illustration»:

«Hace un decenio de años que ha comenzado esta nueva boga de la Costa Azul. Al principio sólo unos pocos puntos se beneficiaron. Saint-Tropez y Juan-les-Pins conocieron un prodigioso desarrollo y una modernidad imprevista. Los eligieron tanto los franceses como los extranjeros, en tiempos en que eran reyes la libra y el dólar. Hoy en día, de Tolón a la Riviera italiana, la costa entera está conquistada. Hasta la más humilde localidad revienta de huéspedes, tanto las más modestas *pensions de famille* como los Palacios suntuosos. Todas las clases sociales encuentran acomodo. La democrática muchedumbre y la burguesía doméstica se mezclan, sin confundirse, con los elegantes cosmopolitas» (1).

Puestos a clarificar, tampoco está de más precisar conceptos con referencia a otra vertiente de una misma cuestión. Digan lo que digan aseveraciones más repetitivas que documentadas, es incierto que la imagen turística de la Costa Azul sufriera las consecuencias de las exiguas expediciones, en 1937 y 1938, de los *trains populaires*, acogidos al programa de «vacaciones pagadas» lanzadas por el gobierno del Frente Popular. La presunta invasión de mesnadas proletarias en los reductos vacacionales de la alta burguesía, asentándose en los antidemocráticos *enclos réservés* hosteleros de las playas de la Costa Azul, vistas en retrospecto, pueden revestir simpáticos visos justicialistas evocadores de la *Grande Révolution*. Pero sólo tuvieron realidad en la imaginación de periodistas de uno y otro extremo del espectro político. Como en la mente del redactor del semanario filofascista «Je suis Partout», que el 8 de agosto de 1936 arremetía contra los *congés payés*, inventándose una nada más que supuesta huida de la Costa Azul del rey de Inglaterra, que ni se había movido del Reino Unido:

«En realidad —afirmaba la revista— no era fácil garantizar la seguridad del rey en Cannes, contra el grupo de energúmenos conducidos por el diputado por Niza y los círculos revolucionarios de Marsella y Tolón, reforzados por anarquistas españoles. Al abrirse la vía a los *trains rouges* se ha cerrado el paso al famoso "Train Bleu".»

Bonito símil embellecido por el aderezo semiótico del contraste cromático, pero en la realidad ni una cosa ni otra. Como se deduce, sin profundizar en este momento en un tema

(1) Blanchard, Raoul, *Le Comté de Nice*.

(1) De Beauplan, Robert, *L'été sur la Côte d'Azur* («L'Illustration»).

altamente mitificado, de cierto estudio exhaustivo de la cuestión, en el que constan precisiones como la siguiente:

«En términos generales hemos llegado a la conclusión de que el tráfico procurado a Niza por las vacaciones pagadas es ínfimo comparado con la gran masa de veraneantes. Perdidos en un continente turístico evaluado en 60.000 de media anual, no parecen los beneficiarios haber constituido una nueva clientela. Se clasifican en la categoría de *petits bourgeois*, sin poderse hablar aquí, pues, de una repercusión de la ley de 20 de junio de 1936» (1).

En última instancia acertada, pues, y a ver qué vida, la apuesta de la Costa Azul jugándose su futuro a la carta del verano. En un abanico de opciones, cada vez más reducido territorialmente para el gran turismo europeo, la Riviera se benefició de un encalmamiento político y social, nada fácil de hallar en otros lugares de Francia. Y en absoluto en suelo español, ensangrentado por una guerra fratricida.

La Francia interior

Resulta superfluo consumir espacio para glosar algo tan tópico y consabido como los resultados de la atracción turística ejercida por el riquísimo acervo monumental y paisajístico francés. Limitada su revisión a reseñar unas cuantas novedades significativas y de relieve, merece abrirla aludiendo a una red ferroviaria, con un alto coeficiente de electrificación, que hizo de los más raudos trenes de Europa un medio de locomoción recomendable incluso para el turista más exigente.

El automovilista dispuso a partir de 1932 de la «Route Napoleón», de Grenoble a Cannes, por las colinas de la Saboya. Lápidas y monolitos declararon la intencionalidad turística de un acceso más a la Costa Azul, de garantizado aliciente por seguir su trazado con fidelidad máxima el camino seguido por el Emperador, en la primavera de 1815, tras desembarcar inesperadamente en Golfe-Juan y emprender desde Cannes triunfal marcha a París.

Importante aporte para el turista patriótico la incorporación efectiva de Alsacia y Lo-

rena, una vez ultimado el proceso de nacionalización de los territorios ocupados por el Bajo-Rhin. O, dicho de otro modo: su desgermanización. Hecho cuya verificación probablemente le infundió al turista francés sentimientos afines a los constatados en 1930 por Ludovic Naudeau, satisfecho al comprobar que la población de Estrasburgo respondía a sus preguntas en francés. Aunque menos convincente, anota como otra expresión de mejoría que en lugar de llenar la hermosa plaza Kleber de la capital alsaciana, «oficiales uniformados de gris, ingenuamente imbuidos de la superioridad de su raza», alemana, por descontado, la encuentra convertida en un garaje al aire libre, parqueando en su noble recinto, de la mañana a la noche, centenares de automóviles.

Las excursiones veraniegas por la alta Provenza se potenciaron infinito con las representaciones dramáticas y conciertos en el teatro romano de Orange y con las corridas de toros en los anfiteatros romanos de Nimes y Arles. Exponente de la penetración de la fiesta brava por los más imprevistos lugares del Midi francés, la corrida de toros presenciada por un periodista de la citada nacionalidad en la plaza de Ceret, un pueblecito frecuentado durante los veranos por pintores de vanguardia, cercano al balneario de Amelie-les-Bains y al paso fronterizo de Le Perthus. Calculó la asistencia en unos 20.000 aficionados, muchos procedentes de Perpignan y algunos de Figueras y Barcelona. Anunciado el festival a bombo y platillo y con mínimos problemas que superar para su celebración:

«A despecho de la prohibición de la suerte de matar, las paredes de los edificios del *département* están cubiertas de carteles anunciando el exterminio de ocho toros. Las autoridades se reúnen en el palco oficial en el que me encuentro. El juez municipal celebra un juicio y los organizadores pagan una multa de veinticinco francos por haber contravenido las ordenanzas. *Rien de plus simple*» (1).

Festivales más tarde incentivados por la guerra civil española, que entre otras ventajas para el turismo francés tuvo la virtud de elevar el número de corridas programadas en las plazas del sur de la nación vecina. Correspondiéndoles a Domingo Ortega, Lalanda y a otras

(1) Parant, Jean-Victor, *Le problème du tourisme* (París, 1939).

(1) Flament, Albert, *Le Vogageur sans bagages* (París, 1933).

figuras superar con su maestría las deficiencias del ganado lidiado, manteniendo viva la llama de la afición a la fiesta nacional española en suelo francés.

Fenomenal publicidad entre amantes de la montaña la irradiada por el centro alpino de Chamonix, válido sustituto de una Suiza no asequible a todos los bolsillos. Vivificado el equipo receptor al pie del Mont Blanc por una *saïson* estival, más activa y productiva aún que la de invierno. Elocuentes las cifras al respecto. Menos árido que reseñar las generales, utilizar las que de modo sucinto exponen la cantidad de pasajeros transportados por el trenecito de Chamonix al Mer de Glace, en tres veranos consecutivos, pero no sucesivos:

1933	147.500
1935	117.800
1938	190.900

Nada buenos los tiempos para la hostelería francesa. En términos generales permaneció estática, por no decir en decadencia. Cortada su expansión por incesantes aumentos de los costes de explotación, a causa de la presión fiscal y la de los salarios. El «revival» veraniego de las playas ex invernales coincide con el gradual declive del variadísimo plantel de los balnearios franceses. Particularmente los ubicados próximos a las fronteras se benefician de la fuente de renta que mana de las mesas de juego. Prosperando los de Evian-les-Bains y Thonon con los «bañistas» nocturnos que les aportan los servicios de vapores desde Montreux y Lausanne, frente por frente en la margen opuesta del lago Léman.

Bonanza en Montecarlo

Nada significativo se omitiría de lo sucedido en el principado con sólo indicar que en síntesis duplicó el proceso vivido por la Costa Azul. Gracias en no poca parte a la gestión del administrador de la «Société», René Leon.

Sin poder decirse que volviera a la Edad de Oro, Montecarlo, dadas las circunstancias, vivió una etapa de más que aceptable esplendor. Fallecido, en 1929, Diaghilev, en su *palazzo* veneciano, y quizá por sus connotaciones ahora

subversivas, se sustituyó la denominación de los «Ballets Russes» por la de «Ballets» de Montecarlo». Instrumento propagandístico del Casino no tan eficaz como su antecesor.

El Casino no dio muestras de resentirse mucho al perder, en 1934, el monopolio de la ruleta. En primer lugar, por desdeñarla de antiguo los jugadores de clase en favor del *baccarat*, jugado en los exclusivos salones del «Sporting Club». Sin contar que no le habían robado clientela interesante al supercasino de la Riviera las ruletas que hacía tiempo giraban en el Casino de San Remo.

La temporada de 1934 pudo dar la sensación de no haber pasado años ni guerras por Montecarlo, al evocar su reseña un documental filmado antes de 1914. Además del duque de Windsor, realizaron el poder multiplicador de afluencia adscrito a la presencia de los reyes de Suecia, Dinamarca, Grecia y el Aga Khan. Brillantísimos aquel verano los conciertos en el teatro del Casino a cargo de Fritz Kreisler, Rachmaninoff y Chaliapin, escuchándole desde el palco real su «Boris Gudonov» el rey de Suecia y la princesa Juliana.

Es posible que no agradara a la mayoría que los trofeos del «Grand Prix» automovilístico se los llevaran de calle los «Mercedes» alemanes, bien que en 1936 no pudo la Alianza Internacional del Turismo escoger lugar más idóneo para celebrar su Congreso de costumbre.

Con una buena temporada en 1936, excelente la de 1938, la última normal. Ejercicio liquidado por la «Société des Bains de Mer» con un beneficio de 180 millones de francos.

La Administración y el turismo

El aparato estatal francés se mostró bastante alerta y sensible al impacto del turismo en la economía del país. Superada la flexión de 1932, al fin y al cabo general, pasó en 1934 a una actitud expectante. Sin motivos de alarma. Las estadísticas de la Liga de las Naciones seguían reservando a Francia el *rôle* de *vedette* en el turismo mundial, con ingresos de 117 millones de francos oro: tres mil millones de francos corrientes según las estadísticas francesas. Situación que experimentó un empeoramiento en

el transcurso de la temporada de 1935, al vislumbrar los econométricos franceses indicios de llevar el saldo turístico camino de descender aquel año a los 750 millones de francos nada más. Descenso en el que tuvieron su tanto de parte los gastos en el exterior de los turistas franceses: en Italia, en Inglaterra y en España, en este orden.

Aterrado el gobierno de Pierre Laval por el bajón causado en la balanza de pagos por unos ingresos turísticos en galopante declive, a principios del verano de 1935 adoptó una serie de medidas tendentes a corregir un estado de cosas, responsable del extremo malestar acusado por las empresas turísticas dedicadas a la recepción. La primera, contra lo que más a mano tuvo: el «Office National du Tourisme». Al filo de cierto *affaire* descubierto en su administración, sin relación alguna con el problema de base, el 25 de julio quedaba extinguido de un «decretazo» el primer organismo estatal turístico del mundo. Otro decreto, de fecha 7 de septiembre, reestructuraba la intervención social en el turismo desdoblándola en dos organismos de nueva creación, al modo italiano: el «Commisariat Général», por un lado, parvo en personal y con escasísimo presupuesto, y el «Centre National d'Expansion du Tourisme», un ente paraoficial, autogestionario en alto grado, dotado abundantemente de fondos, extrapresupuestarios en su mayoría: los de la *taxe de séjour* y los impuestos sobre el juego, entre otros. La efectividad del «Centre d'Expansion» quedó garantizada al componerlo entidades tan versadas en el tema como la Unión Nacional de Agencias de Viajes, el «Touring» y el Automóvil Club, y otras representaciones de la industria del viaje.

Obstaculizaron no poco su labor inicial las inoportunas revalorizaciones del franco, en julio y octubre de 1935, causantes de graves perturbaciones en la industria en general, y en particular en la turística. No sólo por frenar un franco caro la entrada de extranjeros, por lo menos de los que hinchan las estadísticas, sino por incentivar su contrapartida, las salidas al extranjero, y no pocos rumbo a España, de los ciudadanos del país con mayor número de automóviles en rodaje. La estampida de franceses al exterior se calculó aquel año en

1.160.000, en contraposición a los 300.000 salidos en el próspero 1929.

Problema monetario involuntariamente mitigado, si no resuelto, al advenir, en junio de 1936, el efímero gobierno del Frente Popular, cuya actuación en el campo turístico se limitó a la implantación del *a posteriori* excesivamente hiperbolizado programa de las «vacaciones pagadas» en favor del proletariado del país, promovido por Léo Lagrange y desarrollado a través del departamento estatal «des Loisirs et Sports». Cuan encomiable se quiera, desde el punto de vista socialmente paternalista, pero de nulo alcance respecto al turismo entendido en su sentido convencional. Un programa en todo caso incapaz de aliviar los predicamentos de la balanza de pagos francesa. Para remediar los males de una economía que, con las reservas de oro y divisas virtualmente a cero, se iba a pique sin remisión, el gobierno Blum hubo de reintegrar el franco a más racionales niveles de cotización, devaluándolo en un tercio.

Las condiciones objetivas precisas para que bajo los gabinetes Chautemps y Daladier el «Centre d'Expansion» desplegara intensa actividad, multiplicando las oficinas de turismo en el extranjero, fusionándolas en algunos casos, y para reducir gastos, con las establecidas por los Ferrocarriles Nacionales. Una apretada serie de actuaciones fundamento para que el joven organismo intentara autoatribuirse, casi en exclusiva, la brillante *reprise* del turismo francés en los años 1937 y 1938. Con evidente olvido de las favorables repercusiones en la oferta turística francesa de dos acontecimientos de primera magnitud, ante una demanda extranjera reacia a suspender sus viajes y vacaciones. La guerra de España y la alarmante situación centroeuropea con los tanques hitlerianos rodando por las calles de Viena y Praga.

Correctores ambos aducidos sin menoscabo del significado de que, calculada en francos de 1928, la balanza turística francesa ascendiera de los mil millones y medio de francos en 1937, a los 1.750 de 1938, y que la estimable cota de 101.000 americanos de 1933 la rebasaran con creces los 211.000 llegados en 1937. Año en el que con la vista puesta en la Exposición Universal de París quedarán por vez primera fijadas por decreto las tarifas de toda la hostelería francesa.

En resumen, plena de lecciones, y hasta de aciertos aún sin evaluar, la interesante acción oficial desarrollada *in extremis* en el turismo francés de las postrimerías de la década de los

treinta. De un turismo, en su conjunto, singularmente brioso y rentable, en años procelosos por demás en la política general de la nación francesa.

EL MODELO ITALIANO

Italia destaca en medio de una panorámica de semiinhibición institucional y desconcierto en el ramo. Maniobra con tino en el campo económico para esquivar las consecuencias más graves de la depresión, y en el campo turístico pone en juego una planificación coherente, bien definida y plena de aciertos, sustancialmente basada en una propaganda eficaz y una política monetaria deflacionaria, orientada a mantener baja la lira.

El movimiento fascista no asusta ni al viajero al que ideológicamente le repele. Consumido su ciclo emocional, pura tramoya las evidencias de las «camisas negras» de un partido burocratizado en el ejercicio del poder. Los ingleses, poco dúctiles a dejarse llevar en sus viajes por tomas de posición adoptadas respecto a Italia por ciertos sectores de sus medios de comunicación, siguen fieles a la Meca clásica de su turismo, y alemanes y austríacos encuentran motivos para hallarse francamente cómodos en la península.

El ENIT recurre a todos los medios de la imagen y de la palabra impresas para suavizar el perfil belicista que el rearme italiano proyecta por el exterior, esforzándose en captar al cliente norteamericano, ya que gran parte de los habitantes de la mitad sur del continente, con el apellido terminado en «i», no precisan incentivos propagandísticos para acudir de visita a la madre patria.

Decisivo en ambos trances el prestigio de las excelentes motonaves de las Líneas Italianas. El «Rex» consigue, en 1933, la «Cinta Azul», y el «Conde de Savoia» hace en cinco días la travesía Nueva York-Gibraltar y en nada más

que trece el viaje Buenos Aires-Génova los otros «Contes»: los «Grande», el «Rosso» y el «Biancamano».

El turismo interno florece con el aumento del parque automovilístico y los modelos utilitarios de la FIAT promoviéndolo vigorosamente entre las clases menos afluentes, los *treni popolari* del «Dopolavoro». Enorme la magnitud de los logros en el turismo doméstico. Un exponente de tantos el medio millón de socios que cuenta el «Touring Club» bajo la presidencia, desde 1926, de Giovanni Bognetti, sucesor de Bertarelli, el fundador de la poderosa entidad.

Política turística

Todo apunta a que a la toma de un efecto por su causa se deba el enorme prestigio que gozó la organización del turismo italiano en la era fascista. Con olvido, claro está, de que mientras subsista en el mundo un mínimo de interés por el arte y la cultura, únicamente catástrofes de cósmica envergadura podrán impedir peregrinaciones a la cuna del Renacimiento y de tantas otras glorias visuales más de la civilización occidental. Lo que dado el talante del Estado corporativo pudiera explicar el aparente contrasentido de que hasta el aldabonazo de la crisis mundial los gobiernos de Mussolini no dedicaron al turismo demasiada atención.

La acción oficial inaugura su intervención directa en el tema a través del decreto-ley de 23 de marzo de 1931 que creó el «Commissariato per il Turismo», situando al ENIT bajo la presidencia del comisario, y adscribiendo el

conjunto a la presidencia del Consejo de Ministros. Al tocar fondo, en 1932, el tráfico turístico extranjero, con nueve millones de *presen- zas* —o pernoctes—, se produce la creación, el 21 de noviembre de 1934, de la «Direzione per il Turismo», dependiente del ministerio «per la Stampa e Propaganda». Nada más que un cambio de membrete y de adscripción ministerial, sin otra trascendencia en el orden operativo que aligerar el pluriempleo burocrático del Duce y situar a los aspectos relativos al turismo en la órbita de actuación del departamento encargado de propagar las excelencias del régimen.

Consecuencia natural del trámite la eficacia de los servicios estatales de propaganda turística, manifestado principalmente en la confección de una publicidad impresa modélica y, en el frente exterior, en el incremento y dotación de las oficinas turísticas en el extranjero. En contraste con el notable impulso recibido por el turismo popular vía el «Dopolavoro», la hostelería, competencia casi exclusiva del sector privado, no fue objeto de ayudas hasta instaurarse en agosto de 1937 el «Crédito Hostelero», adoptando como modelo a sus homónimos francés y español.

Economía y turismo

Aleccionador que los más salientes logros del gobierno italiano en el campo turístico se produjeran al aplicar la mecánica expeditiva del régimen una serie de medidas administrativas tendentes a paliar en la industria turística nacional los efectos de la crisis mundial. En la forma explicada por un periodista húngaro afinado en España, en un artículo nada técnico y perfectamente inteligible, por tanto, publicado en 1934. Tras anteponer a su exposición un diagnóstico expresivo de la seriedad del percance, esbozó las líneas maestras de la actuación gubernamental para remediarlo, fijando con acierto en el factor precio su centro de gravedad:

«Desde que la crisis estalló en las dos Américas y las exportaciones han sufrido un marasmo, el problema económico resulta más preocupante. América está cerrada a la emigración, sea por las leyes, sea simplemente por la imposibilidad de encontrar trabajo. Miles y miles de italianos, que en

otra época hubieran emigrado, se quedan forzosamente en su país. Además, los italianos de los Estados Unidos, Brasil, Uruguay y Argentina no se hallan en situación de continuar las remesas de dinero» (1).

Privado el Erario de la inyección de remesas de emigrantes, una de sus fuentes de ingresos de divisas más regulares, el gobierno estudió la forma de reemplazar con otras entradas las cortadas a consecuencia de la crisis americana. La solución no tuvo nada de original, pues a tenor de la información transcrita, resultaron ser otras de muy antiguo origen, que se intentó potenciar.

«En el caso particular de Italia la sustitución debe efectuarse a base del turismo. Pero no es tan sencillo como parece, pues la crisis económica es general y han bajado las monedas de los pueblos que solían viajar mucho: las de los ingleses y las de los yanquis. Hoy un norteamericano no se decidirá fácilmente a venir a Europa: primero, porque sus asuntos van mal, sus ingresos han disminuido, y segundo, porque por la misma mercancía tiene que pagar casi el doble de dólares que antes de la depreciación de su moneda.»

A la pasajera dolencia padecida por su problema turístico, Italia aplicó un tratamiento homeopático, al no hacerle ascos al tipo de turismo menos interesante para los establecimientos de categoría:

«Si se quiere atraer al turismo es menester ofrecer viajes agradables y baratos. Italia hace todo lo posible para reducir los gastos de los extranjeros que quieren visitarla: sabe perfectamente que en el terreno turístico ya no se puede contar principalmente con los magnates, sino con la clase media. Los viajes propiamente dichos son baratos, porque hasta la gente elegante viaja en segunda y porque en casi todas partes hay importantes reducciones de un 50 o de un 70 por 100. Todos los pretextos son buenos para reducir las tarifas y facilitar los viajes, y no sólo para atraer extranjeros, sino para conseguir que los mismos italianos conozcan mejor su país. Actualmente se va muy barato a Roma, por la Exposición fascista; a Florencia, por «la primavera florentina»; a Venecia, por la Exposición bienal. A Ferrara, por el centenario de Ariosto, y dejo no sé cuántas ferias y fiestas. En esas condiciones no sólo son baratos los trenes, sino también rápidos, y como las distancias geográficas no son grandes en Italia, los viajes no resultan modestos.»

Una fórmula de simple enunciación que no ha perdido su vigencia en tiempos de crisis.

(1) Revesz, Andrés, *Italia bajo el signo de la deflación* («Blanco y Negro», 10 de junio de 1934).

Abaratamiento para los extranjeros de los precios de los servicios turísticos básicos y mantener a toda costa en rodaje la infraestructura turística. Política que denota evidente duplicidad con la seguida por los Estados Unidos. Para prevenir el paro se incitaba a los italianos a viajar: dentro del país, por descontado. La diferencia con el sistema yanqui radica en la atención a incrementar las visitas de extranjeros, materia en la que las estadísticas del ENIT registran sensibles aumentos. En términos absolutos, tan inflacionadas como las publicadas por los demás países, no obstante válidas como indicativas de tendencias.

Dieron las de 1931 2.186.000 entradas, y 3.142.000 en 1934. Integrando en ambos casos el 51 por 100 del total alemanes, suizos y austríacos. Preeminencia germánica a costa de una flexión de turistas ingleses y americanos, quienes pese a figurar con el 11 y el 6 por 100, respectivamente, fueron los que verdaderamente contaron. Los sistemas de transporte empleados testifican la evolución. Aumentaron enormemente los entrados en automóvil, descendieron los llegados por vía marítima y ferrocarril, al tiempo que los llegados por avión pasaron de 1.605, en 1929, a 2.694, en 1934, rebasándose la cota de los 4.000 en 1935, precisamente cuando en abril de aquel año escribía el corresponsal volante del «Daily Mail» y el «Country Life»:

«Ahora es fácil el camino a Roma; el uso discreto del tren y el avión permite abreviar la duración del primero y la monotonía del segundo. Por ejemplo: saliendo por la tarde de Le Touquet, cogí el Simplon-Orient Express de París a Milán, zafándome así del viaje nocturno. En lugar de continuar con nueve largas horas de viaje por tren y desperdiciar el día entero, tomé el vuelo del mediodía de Milán a Roma, llegando a las tres de la tarde. Con el incremento de vuelos durante el verano, se puede llegar a Roma de día con la misma facilidad que a Edimburgo» (1).

Vacaciones italianas

Las variantes susceptibles de apreciar el turista extranjero radican fundamentalmente en la envergadura de las obras realizadas por el

(1) Tattersall, E. H., *Europe at Play* (Londres, 1938).

Estado fascista para modernizar, o arcaizar, según casos o monumentos, la fisonomía del país. Sujeto preferente la capital del reino, en un intento de rectificar desaguizados de no fácil remedio. Ingentes en Roma los trabajos para enderezar un cúmulo de entuertos urbanísticos, conjuntados a hacer de ella una capital como otra cualquiera.

Gana en prestancia la zona vaticana al abrirse la Via della Reconciliazione, construida por el gobierno desde la orilla izquierda del Tíber a la plaza de S. Pietro, en conmemoración del Tratado Laterano. Importantísimos trabajos de romanización intensiva se concentran en los invisibles Foros de Trajano y Nerva, de antiguo localizados por los arqueólogos bajo una secular y antiestética caparazón de sórdidos edificios barriobajeros. Una zona vista por Camille Mauclair en pleno proceso de retorno a su glorioso pasado:

«El espacio entre la plaza de Venecia y la basilica de Constantino es un vasto solar de demolición. El polvo de los escombros sube hacia el cielo como el humo de una batalla. Por todas partes hormiguean grupos de obreros. Grandes golpes de pico hunden los tabiques, los ladrillos y el estuco de un barrio entero de casas sucias, pobres y sin el menor interés, sin arte ni recuerdos. Cuando aparezca este libro, las viejas calles de Bonella, Alessandria, Cremona, Salaria Vecchia y otras habrán desaparecido, y ya no enmascararán sus leprosos edificios ocultas maravillas. Un metódico plan unirá a todos los Foros, de suerte que de la plaza de Venecia al Coliseo quedará gloriosamente incrustada una antigua ciudad en la nueva, ofreciendo un conjunto incomparable» (1).

Presto el escenario, se levanta el telón en octubre de 1932. Con «il Duce» en el proscenio. Montado en blanco caballo, inaugura al paso y con cesáreo aparato, una majestuosa y rectilínea avenida, flanqueada a un lado, y en hondonada, por el viejo «Foro Romano», debidamente reprimado, y por el otro por los «Foros Imperiales», renacidos al pie de la columna de Trajano. Además de ordenar y potenciar la «Via del Imperio» un importante conjunto arqueológico, soluciona en un área crítica los serios problemas de tráfico motivados por el elevado número de automóviles que circulan por Roma.

El hecho de no constar en la lista de curio-

(1) Mauclair, Camille, *La Majesté de Rome* (París, 1932).

sidades turísticas no quita la importancia que para el turista revistió la conclusión de los gigantescos trabajos de desecación del «Agro Pontino», varios kilómetros al sur de la capital. Obra que no les fue dable concluir a cuantos Césares y Papas la emprendieron, que liberó a Roma de las fiebres palúdicas que tan peligrosa la hicieron durante los estíos.

El programa de resurrección de viejas glorias romanas se culmina al extraer a la luz del día, en un lugar entre el Tíber y el Corso, el mausoleo de Augusto y de varios emperadores más, placita para corridas de toros en tiempos de Stendhal y sala de conciertos hasta 1934. A su lado, cerca del Tíber, y en un edículo *ad hoc*, se recompuso laboriosamente el portento del «Ara Pacis», con los impresionantes relieves de Augusto y miembros de su augusta familia. Importante también la reordenación de los Museos Vaticanos, proporcionándoles en 1932 un acceso independiente, y más racional, con las dobles escalinatas en espiral proyectadas por G. Momo. Obras todas muy del agrado y sujeto de admiración para los miembros de la por lo general selectiva Alianza Internacional del Turismo, que en 1933 cumplieron un trámite casi imperativo eligiendo aquel año a Roma como sede de su congreso anual.

Apasionante en Venecia la batalla librada de cara al turismo entre dos nociones urbanísticas no menos acuciantes en otras ciudades monumentales de la península. La presión del automóvil planteó el confrontamiento entre *tradicionalisti* y *pontisti*, llamados así los que postulaban para la ciudad más estrecha vinculación con el modo de locomoción preferido por los elegantes. Pugna concluida al inaugurarse, en 1931, paralelo al puente del ferrocarril, y con ocho arcos más que los de su hermano mayor en edad, otro puente al servicio del tráfico automovilístico. Por fortuna, sin ser del todo plena la victoria de los *pontisti* al no pasar los coches más allá del estacionamiento gigante de la horrenda Piazza di Roma, donde, a decir verdad, los vehículos no estorbaban por invisibles.

Los centenarios *caffés* de la Piazza de S. Marco no eran del gusto de los selectos. Para satisfacerles abrió, en 1931, junto al desembarcadero de la *Piazzetta* Giuseppe Cipriani, un

bar-restaurante americano, aconsejándole su instinto profesional rotularlo con el nombre de «Harry's Bar», que todavía preserva su prestigio inaugural. Utilizó el apellido de Harry Pickering, el americano de Boston que le financió el negocio. Favorecido el no muy amplio establecimiento por el *international set*, pudo ufanarse su propietario que un día de 1935 cuatro soberanos almorzarán en él: el rey de Grecia, el de Yugoslavia, la reina de Holanda y Alfonso XIII. Cada uno con su acompañamiento particular. Somerset Maugham, Cecil Roberts, Hemingway y el inventor Marconi se cuentan entre los asiduos al «Harry's Bar» en los primeros años de su existencia.

Con su práctica de siglos en el negocio turístico, Venecia supo resistir sin perder demasiada compostura el embate de su gran temporada estival, estructurándola sabiamente en dos compartimientos estancos. La ciudad propiamente dicha, en función de museo-hostelería flotante, se entregó a las avalanchas del turismo anónimo, gregario y más o menos organizado, ofrendando al libérrimo uso y disfrute de la onomástica de los ecos de sociedad, de la prensa mundial, la delgada e interminable faja adriática del Lido. Un feudo de *snobismo* y distinción señoreado por la mole semifeudal del Excelsior Hotel, cuyas 700 habitaciones, cada una con su correspondiente *capanna* playera, no se alquilaban en plena temporada más que a las reservas cursadas por apellidos de amplia resonancia internacional.

Soberana indisputada del reino veraniego del Lido veneciano la princesa Jane di San Faustino, una sexagenaria tan norteamericana y rica por su casa como sus compatriotas las princesas de Torlonia y Chito di Bitteto, anfitrionas de los Hearst, los Guggenheim, los Krupp, los Sert y los Mdivani, y ocasionalmente del duque de Alba, muy cotizado tanto por sus títulos como por las perlas negras que en las noches de gala relucían en las pecheras de sus camisas.

El calendario turístico de la Venecia propiamente dicha se enriquecía sin cesar. Entre otros festejos tradicionales, contó con las Bienales y la regata de los gondoleros en el Gran Canal, el primer domingo de septiembre, tan famosa entre los turistas como la regata Oxford-Cambridge: desde luego mucho más pintoresca y fotogénica.

Con vistas a una clientela de inmenso potencial publicitario, a partir de 1932 se celebró la «Mostra» internacional del cine. Al poco, un tanto decepcionante para la industria cinematográfica en general y para la norteamericana en especial, al observar la ineluctabilidad con que los máximos galardones se los llevaban de todas todas las películas italianas y alemanas. Una politización de la que intentó sacar partido Cannes, montando un festival similar. La exitosa novela *The Guest Arrive* (1934), de Cecil Roberts, recoge con fidedigna viveza el aura y espíritu festivo de esta fase del turismo veneciano.

De signo distinto que el turismo florentino, que discurre por cauces más comedidos. Muy en boga entre turistas ingleses y franceses, alérgicos al cubismo y al racataplán del turismo masivo, la primavera en Florencia. El tono lo da el círculo que se mueve en torno a mistress George Keppel, la última amante del rey Eduardo VII de Inglaterra y unas cuantas aristocráticas anglófilas procedentes de naciones varias.

Centro ideal Florencia para excursiones en «Lancias» o «Alfas-Romeo» por las villas históricas de la Toscana, con las fiestas del Palio de Siena, ahora celebrado en dos ocasiones: uno en julio y otro en agosto. Zona para cuyo mejor disfrute e intelección los visitantes ingleses disponen del «Etruscan Places» (1929), de D. H. Lawrence, recopilación de una serie de preciosos artículos escritos durante la residencia del autor en Florencia, ocupado en los trabajos de impresión de otra obra que nadie admitirá conocerla: *El amante de lady Chatterley*. En verano, punto menos que imperativo asistir a alguna representación de ópera en el anfiteatro de Verona.

El poder de convocatoria de los magnos eventos del calendario turístico italiano quedó puesto de manifiesto en la vertiente religiosa al mostrarse públicamente en 1935 y en Turín el Santo Sudario. Se calculó que tres millones de personas desfilaron a veces de veinte en fondo para contemplar la preciada reliquia durante el mes y medio que se exhibió.

Las playas acusan el auge del playismo con idéntica intensidad que las de cualquier país marítimo con superávit de sol. Las del litoral adriático, y centrado en Rimini, reciben cente-

nares de miles de veraneantes domésticos, y la Riviera italiana compite a su modo con la francesa. No tan distinguido y cosmopolita el casino de San Remo como el supercasino de Monte Carlo, pero con notables ventajas para el jugador de raza. Sin otra pega para el afortunado que la dificultad de salir del país acompañado de sus ganancias, ya que las restricciones italianas sobre exportación de divisas o de moneda nacional no le dan otra alternativa que gastárselas dentro de la península.

Los deportes de invierno adquieren relevante brillantez social al adecuarse para su práctica las pistas de la zona de los Alpes dolomitas, habitada por población de habla alemana, graciosamente regalada a Italia por los vencedores en la Gran Guerra. El centro turístico «d'Ampezzo, gentil Cortina», que decía la canción, se transformó en un lujosísimo foco de invierno y de veraneo también, como no dejaron de notarlo por St. Moritz al percibir cierto sensible decrecimiento en clientela alemana e italiana de calidad.

Por último, el orden y la disciplina imperantes en Italia ofrecieron un aliciente nada de despreciar para personajes interesados en vivir una vida libre de asechanzas y sobresaltos. No se prevén por la península magnicidios como los sufridos por el rey de Yugoslavia y por el presidente del Gobierno francés en Marsella. Vuelve a ponerse de moda alquilar un palacio veneciano como residencia temporal de multimillonarios, y Santayana y Ezra Pound pierden parte de sus admiradores al fijar en Roma su residencia permanente. En el Gran Hotel de la capital, y sin protección policiaca de ninguna clase, residen en calidad de huéspedes el ex rey Alfonso XIII de España y el Gran Duque Miguel.

Italia meridional

Fuera por imperativos climáticos o de psique racial, Nápoles y su *hinterland* permanecieron inmunes a la ola renovadora. Ejemplarizaron un tanto a la contra un tema objeto hoy de sesudos análisis por parte de los cultivadores de la antropología turística, al presentar el área napolitana un caso de envilecimiento de una zona turística consagrada, degradada en

razón del número de visitantes que recibió, sin cuidarse de preservar los valores originadores de la afluencia.

Interesante al respecto la observación de un francés, férvido amante de Italia, pero no de su régimen político. En su última visita a la península, en enero de 1932, Valery Larbaud creyó percibir en Nápoles leves mejorías en medio de un estropicio ambiental punto menos que inevitable. Ambivalencias que anotó en uno de sus *carnets*, o diarios de viaje, no destinados a ser publicados:

«Recibo la impresión de un Nápoles más bello, más limpio, mejorados los modales y aspecto externo de su población. Pero: al maletero le parece insuficiente mi propina, tres pequeños mendigos y un vendedor de postales no han parado (en vano) de molestarnos: el vendedor del estanco ha intentado (en vano) escamotear cinco liras al devolverme el cambio de un billete de cien. Ahora bien: el maletero no nos insultó, los pediguños se retiraron bastante de prisa. Más aún: al caminar solo de la *galleria* al *tabaccaio*, nadie me ha propuesto llevarme a ver *tableaux vivants* o procurarme un jovencito o una jovencita. En efecto: la gente que circulaba por la *galleria* tenía un aire más civil y decente que la que conocí hace veinte, veinticinco y pronto hará treinta años» (1).

Sin poderse hablar en cambio de mejoría alguna en el entorno físico de la zona. Al tiempo de irse la capital «milanizando» a pasos agigantados, iba perdiendo su colorido y gracia proverbiales, al paso que la sublime hermosura de su sin par bahía únicamente se perpetuaba en las *cartoline* o los *affissi* de la E. N. I. T. La en tiempos divina curvatura de su litoral se vulgarizaba afeada por un conglomerado de muelles, grúas, industrias y nuevas barriadas. Sumamente incómoda una capital engrandecida y proletarizada en demasía, adherida a un superpuerto acaparador del tráfico con las Américas y con el Imperio africano en vía de gestación.

A Pompeya, la bimilenaria, las cosas le fueron mejor. Ampliada el área excavada, recibe con mayor holgura a turbamultas visitantes de dimensión inaudita. Nuevas técnicas arqueológicas rehacen algunos edificios sin privarles de tejados y balcones, dejando *in situ* las obras de arte menos muebles. Concluidos en 1930 los trabajos de resurrección de la «Via dell'Abbondanza», al visitante dotado de un mínimo de

imaginación le es dable, con ayuda de la guía, recrear a lo largo de trescientos metros de calzada la vida palpitante de una ciudad romana de dos mil años de edad. Adición espectacular para el turista la «Villa dei Misteri», descubierta en 1910, pero hasta 1930 ocultos a la vista del visitante los intrigantes frescos que decoran su interior.

Capri presenta un balance binario. Popularizado por numerosas novelas y libros de viajes, en particular por la traducidísima *Historia de San Michele* (1929), uno de los magnos *best sellers* del tiempo, el prestigio de la isla decae entre los exquisitos. Más campo para la marea turística, que asciende hasta las alturas de Anacapri. Acosado por el excursionismo masivo, Axel Munthe huye de la «Villa San Michele», donde escribió la obra que le hizo famoso y a la isla más conocida, que recibe turistas de todas las partes del mundo, la mayoría en visitas relámpago. Una red de carreteras en pendiente retumban a causa de un tráfico automovilístico ensordecedor, y a las miríadas de *trattorie* y restaurantes la popular actriz inglesa Gracie Fields incorpora uno más, patrocinado por figuras del teatro y del cine europeo y americano, y por coleccionistas de autógrafos.

Por el continente, deja de ser Sorrento el límite hacia el sur para el turismo normal y corriente. Dilata su terminal hasta Salerno, abandonando a los selectos los templos griegos de Paestum. La prolongación se debe al «Amalfi Drive», caro a los americanos y a los amantes de la fotografía. Una espectacularmente panorámica carretera *en corniche* por un supremamente bello litoral, con su belleza intacta gracias a la lejanía del trazado del viejo ferrocarril hacia la punta de la bota.

Interferencias políticas

Interesante interrogante plantea a la sociología turística determinar el grado con que la pujanza adquirida por el turismo permitió a Italia aguantar o neutralizar la presión del «antifascismo» extranjero institucional, enconado por la agresividad de la política exterior del Duce. La unánime condena de las potencias coloniales ante la invasión italiana de Abisinia se concretó en las sanciones económicas decretadas en

(1) Larbaud, Valery. *Journal* (París, 1955).

Ginebra el 18 de noviembre de 1935 contra el país reo del desafuero de realizar un poco tarde lo mismo hecho antes por los demás.

Sanciones de nula efectividad práctica, aparte de procurarle al régimen la adhesión mayoritaria de la ciudadanía e incitarle a un mayor acercamiento a la Alemania nacional-socialista. Las visitas de turistas extranjeros siguieron en línea ascendente, incrementándose su aporte en divisas. Las sanciones repercutieron en el turismo de modo indirecto y a través de una curiosa proscripción del idioma inglés en Italia, incluidas representaciones de obras de Shakespeare. Blanco favorito del anatema lingüístico los rótulos de los establecimientos públicos. El Hotel Anglo-Americano, de Roma, hubo de retocar las dos primeras palabras del letrero. Eliminado el «Anglo», ninguna objeción contra el «Americano». Ni todos los *americani* eran yanquis, ni los Estados Unidos, ausentes de la Sociedad de Naciones, habían votado las sanciones. Lo de «Hotel» no tuvo remisión, al empeñarse el gobierno, en aras del nacionalismo idiomático, en privar a visitantes y visitados el uso del sustantivo hotel en favor del *albergo*. A costa de suscitar sonrisas entre lexicólogos o simples lingüistas enterados del origen latino del término proscrito y la estirpe germánica del segundo. Ya que, pese a la italianización del

albergo, su oriundez no dejaba de ser tan teutona como la de la *birra*.

Problema que las autoridades italianas consideraron en vías de solución cuando, el 9 de mayo de 1936, y desde el balcón de su despacho en la plaza de Venecia, Mussolini anunció *urbi et orbe* su victoria final en Abisinia. Sin lograr que la gran prensa mundial hiciera las paces con Italia, y mucho menos al consolidarse el eje Roma-Berlín e intervenir Italia y Alemania de consuno en la guerra civil española.

Producto de un recrudescimiento de la batalla de los rótulos la disolución de los 34 «Rotary Club» italianos y el maquillaje al que hubo de someterse el «Touring Club Italiano», al curarle Mussolini, en julio de 1937, orden expresa de adaptarse a las normas antibritánicas. Viéndose obligado para preservar las siglas a vernaculizar el término «Club» y pasar a denominarse de modo todo lo rebuscado que suena lo de «Consociazione Turistica Italiana».

Sin que la anglofobia oficial hiciera mella alguna en el turismo, que continuó afluyendo al país donde, en tiempos del Imperio auténtico y por antonomasia, el turismo nació. De dar por ciertos los datos del E. N. I. T., Italia registró en 1938, con 17 millones largos de *presenzas*, la más alta cota de entradas de turistas extranjeros de toda la década.

EL TURISMO EN EL III REICH

Cierta aura wagneriana tinte el trágico sino de la Alemania de los años treinta. Primero, la obertura de la recesión. A causa de la estrecha dependencia de su economía con la norteamericana, le cupo a Alemania la poco envidiable distinción de figurar en vanguardia de las naciones primeras en sufrir el embate desestabilizador de la Gran Depresión. Razón esgrimida en 1931 por el gobierno del canciller Brüning al notificar a las potencias vencedoras la sus-

pensión de los pagos por las reparaciones de guerra y sacarle a Inglaterra una delantera de varios meses al imponer severas restricciones al turismo hacia el exterior. El colapso de las exportaciones asestó el golpe de gracia a la economía germana, con la resultante de sumir al país en una crisis mucho más profunda, sin punto de comparación con la sufrida por los Estados Unidos.

Un turismo a prueba de bancarrota

Barruntando que volvían tiempos en que los billetes de banco alemanes valdrían menos que el papel en que los imprimieron, el turismo existente, el nórdico y centroeuropeo en particular, se guardó bien de dar de lado a una Alemania presuntamente barata, pero evidentemente cercana, que nada hizo para ahuyentarlo. Si bien el marco aguantó, los rápidos de la «Mitropa» rodaban con celeridades y puntualidades envidiadas por no pocos ferrocarriles europeos, subían y bajaban los vapores cargados de turistas por un Rhin con una orilla vuelta a ocupar por tropas francesas y los vuelos de la Lufthansa hacían del aeródromo berlinés de Tempelhof el más activo de los del continente.

Perdida la confianza en el dinero, el alemán que lo ganó lo gasta en francachelas. Por tanto, nada más aparentemente paradójico el que en medio de una crisis que se generaliza, y como antídoto contra el pesimismo ambiental, subsista el Berlín de la película «Cabaret». Neurótico, levemente perverso y soberanamente excitante y atractivo.

El que día a día engrose el ejército de paradados no le es óbice a la capital de una Alemania rumbo a la bancarrota resplandecer con destellos que la colocan en desenfado por encima de un apesadumbrado París. El teatro y la ópera siguen viviendo una era de esplendor, así como sus *music halls* y *Kabareten*. Famoso el Fémina, inmenso y sonoro como una catedral, con un telefonito en cada velador, a través del cual podía invitarse a las *fraulein*, aunque estuvieran acompañadas. Popularísimo el Río Rita, con las camareras —llamémoslas así—, y el Der Komiker, con el imbatible *réclame* de la rubia longitud de las piernas de la Dietrich, cantando en sedoso y crótico *de profundis* las estrofas del «Lili Marlene».

El turista corriente, más inclinado a distraer preocupaciones propias que a compartir las ajenas, no dio muestras de darse por enterado de lo que supo percibir un visitante gallego. El casi obscuro contraste entre algazaras y despilfarros y la estoica dignidad con que una generación forjada en la tragedia soportaba una más ante la indiferente mirada del forastero:

«Se puede recorrer de un lado a otro en este año de 1931 y detenerse a vivir en cualquier ciudad la existencia superficial de turista sin haber entrevisto el rostro de la miseria. En un cálculo aproximado, las cuatro quintas partes de la población de Berlín luchan con gravísimas dificultades económicas, pero se diría que es a la otra quinta parte a la que encontráis siempre en las escaleras móviles de los grandes almacenes, en los *dancings* escasamente animados, en las calles, que el gentío alegre con colorines. Si bajo la fronda inacabable del Tiergarten pasea un ciudadano caviloso, podéis creer por su aspecto que es tan sólo un hombre dedicado a abrirse el apetito. Ni aun en los bancos del inmenso parque hallaréis esa revelación, que sería tan espontánea en cualquier país meridional; el hombre sucio, roto, mal afeitado, greñudo, esquelético, que dormita o bosteza, con su hambre a la vista. Esto es muy francés, muy italiano y muy español. En el Tiergarten los hombres de los bancos pueden ser filósofos, poetas, enamorados, bebedores de cerveza que han llevado a reposar su hígado. Pero nadie pensará al verlos: "He ahí una víctima de la crisis económica de Alemania"» (1).

Un promedio de doce marcos por semana recibía cada uno de los cinco millones de paradados. Dato al que Fernández Flórez añade una matización: «Podrán tener el estómago vacío, pero conservan el cepillo y la máquina de afeitar.» Aunque tácita, claro está, una alusión a la materia prima, al segmento de población que paulatinamente iba nutriendo las filas del Partido Obrero Nacional Socialista, tal y como oficialmente se denominó un movimiento político, militarmente estructurado, predestinado a dar al traste con el inestable *status quo* alemán.

Característico al colectivo turístico de casi todos los tiempos su impermeabilidad respecto al entorno socio-político de los países visitados. Por mucho que en gran parte de la prensa mundial arreciaron los preocupantes comentarios acerca de los modales y objetivos de los «camisas pardas» nazis, con la cruz gamada en unos estandartes cuyos colores reproducían los de la bandera imperial. Cuestión que le trajo sin cuidado al buen turista. Tendió a interpretar todo aquello como una copia más o menos inocua de lo que, sin molestia para el visitante, privó por Italia para terminar encalmándola. Un simple pleito doméstico entre alemanes no de su incumbencia y sin incidencia en su viaje. Sin motivos para la alarma, pues. Sin que faltaran algunos que en función de freno contra la expansión bolchevique vieran

(1) Fernández Flórez, Wenceslao. *La conquista del horizonte* (Madrid, 1942).

el fenómeno con simpatía. Incluso los que presintieron la desaparición de la república democrática de Weimar: confiaron en que, si no otro régimen mejor, la sustituiría otro más estable y tranquilizante por lo menos.

Turismo nacionalsocialista

En enero de 1933, al filo de una aplastante victoria electoral, los destinos de Alemania dan el brusco giro que se preveía, al acceder, y con todos los sacramentos democráticos, Adolfo Hitler y sus huestes al poder. Al poco, el incendio del Reichstag radicaliza la filosofía de un régimen de por sí propenso a la radicalización. Rápidamente se reglamenta la vida colectiva del país al imponérsela un talante disciplinado y cuartelero, como en los mejores tiempos kaiserianos.

De las noches berlinesas desaparece en fulminante apagón el vulgarmente llamado Berlín turístico. Encarnado en una fauna humana que Eugenio Montes personificó en dos o tres frases de las suyas:

«La señorita, hija de un magistrado con toda la barba, que al encenderse las luces salía a cruzar las piernas en las terrazas y a darse una vuelta por los cafés, a fumar cigarrillos y a colgarse, distraída, del brazo de cualquier americano. Las vendedoras que pasaban por las mesas de los cabarets ofreciendo cocaína en doce idiomas, y allá, en el fondo, un negro ñáñigo, cimbreante, dulzón y voluptuoso, dándole que le das a la calabaza de una rumba» (1).

Todo aquel mundo desaparece, como elimina las huelgas del horizonte laboral un *Kolossal* programa de obras públicas, que en plazo, por lo breve, asombroso para propios y extraños erradica de cuajo el desempleo que sufría el resto del mundo occidental. Por algún tiempo el nuevo régimen mantuvo en todo su rigor las limitaciones respecto a los viajes al extranjero implantadas por el sistema anterior, intuyéndose el tratamiento que iba a recibir el turismo extranjero, al encomendar el primer gobierno de Hitler, el 23 de julio de 1933, su reorganización a una junta presidida por el doctor Goebbels, ministro de Información y Propaganda. De momento se dejaron las cosas

como estaban. La decisión más resolutiva en el tema la adoptó el ministro Schacht, al recrear el marco turístico, que sin necesidad de entrar en el juego de las devaluaciones moderaba en el sector que convenía la pujanza del Reichsmark. Adquirido por y en el extranjero, el marco turístico venía a ser una especie de *traveler's check*, únicamente utilizable para pagar servicios de hoteles, transportes y carburante.

El turismo doméstico siguió tan floreciente como en la época anterior. Dilatado su radio de acción por el rápido incremento de automóviles en circulación. Popularísimas las peregrinaciones a los campos de batalla de Tannenberg, una vez construido, al estilo del de Verdun, un inmenso osario-santuario, más un monumento al recién fallecido mariscal Hindenburg. Visitas en las que no detectaron sentido militarista las potencias occidentales, por conmemorar una gran victoria alemana sobre los ahora impopulares rusos.

Impresionó vivamente al visitante el aire patriótico, juvenil y deportivo adoptado por el pueblo alemán en la exteriorización de sus ocios. Bastaban unas jornadas de sol para congregarse centenares de miles de personas en las playas de tierra adentro, como la del Wansee, a 14 kilómetros de Berlín, donde apareció el *maillot* de dos piezas, vestido por muchachas ojiazules, rubias y esculturales a rabiarse: o sea, el *bikini* que años más tarde resurgirá bajo égida francesa.

Una gran curiosidad turística por su teatralidad los eventos públicos del partido en el poder. Empezando por las apariciones del Führer, a horas previstas, en el balcón de la cancillería de la Wilhelmplatz y siguiendo con las concentraciones y actos deportivos en el «Deutschlandhalle», construido en 1935, con capacidad para 16.000 espectadores, actos que pasan a formar parte del programa de visitas en Berlín.

Por el resto de Alemania, dignos de contemplar y de fotografiar con las excelentes «Leicas» alemanas son los desfiles nocturnos a la luz de las antorchas y al son de centenares de trompetas y tambores: cerrados por los rítmicos y multitudinarios *Heil*, estirándose energicamente millares de brazos al unísono. Al estilo ario-romano, y no italiano, como se le puntua-

(1) Montes, Eugenio, *El «Nazi» de las Catacumbas* (abril, 1934). *El viajero y su sombra* (Madrid, 1940).

liza al turista con cara de haber visto todo aquello en alguna otra parte. En todo caso, y para entendernos sin entrar ni salir en la cuestión, el tipo de saludo que con taconazo al canto le espetó de improviso von Ribbentrop, al afable Jorge V de Inglaterra, en ocasión de presentarle el primero sus cartas credenciales en el palacio de St. James. Gesto que, como es de suponer, conociendo a la prensa inglesa, contribuyó tanto como una epidemia de viruelas locas al fomento del turismo británico hacia el país del señor embajador.

Exceptuada la mejor sociedad inglesa, afectada por cierta indulgencia, cuando no preferencia, por la nueva Alemania. Inclinación en sintonía con la anglofilia de Hitler y correspondida por el interés de ciertos entes turísticos alemanes por captar la crema de la clientela del Reino Unido. Afinidades electivas que convergieron en el plano turístico al abrir Horcher's, el mejor restaurante de Berlín, otro con su nombre en el centro de Londres, y por casualidades como la de que el gran hostelero suizo Anton Bon, propietario del Souvretta, de St. Moritz, fuera a su vez arrendatario del Esplanade, de Berlín, y del aristocrático Dorchester, de Londres.

Pletórico de ingleses el balneario de Baden-Baden, único autorizado a mantener un casino de juego, y con unas carreras de caballos de categoría superlativa. La pompa nacionalsocialista le sentó fatal a la proyección internacional del acontecimiento musical del año, el festival de Bayreuth, altamente nacionalsocializado por Siegfried Wagner y su esposa, rávidos antisemitas como lo fue en sus tiempos Richard Wagner. Optima ocasión para los ansiosos en ver de cerca el flequillo y el bigotillo del formidable canciller, rodeado de la flor y nata de sus colaboradores. Bien que para melómanos de no purísima sangre aria, ni filogermánicos a ultranza, el interés del festival wagneriano decreciera en favor del de Salzburgo y de otros de nueva creación.

En año singularmente violento para gran parte de Europa, un trágico toque de alerta la «purga» de jerarcas hitlerianos, en la madrugada del 30 de junio de 1934, al abortar en sangre por orden del Führer un oscuro confrontamiento conspiratorio de las milicias del partido contra el ejército regular.

Más arduo cada vez preservar la imagen de una Alemania próspera, ordenada, revitalizada y cordial, al empañarla de continuos rasgos de difícil justificación. Particularmente aborrecible para la mayoría de los visitantes la puesta en práctica de los agrios postulados antijudíos del programa del partido en el poder. Ominosos los letreros «Nicht für Juden» colocados por numerosos municipios en los bancos de parques y paseos. Arbitrariedades que si bien agudizaron la repulsa de los por principio hostiles al nuevo orden alemán, es preciso ignorar demasiado el espíritu de aquellos tiempos para olvidar la indiferencia con que semejantes demasías se consideraron por caudalosas corrientes de opinión antisemita inscritas en las sociedades europeas y americanas: en las del norte del continente y en las del sur.

De todas formas, impensable que un país de la posición geográfica de Alemania, tan rico en atractivos extraparlíticos, perdiera muchos turistas a causa de episodios desconocidos por el pueblo alemán en toda su dimensión. En una nación cuyo turismo culminó en el verano de 1936, al apuntarse el III Reich, a través de un evento de relieve, un rotundo tanto internacional en el campo político. Precisamente por haberse politizado al máximo, entre unos y otros, las Olimpiadas de Berlín.

Mal pudieron los Juegos de 1936 dejar de reflejar la intensa politización acusada por las naciones en competición, aspecto en el que se distinguió el gobierno español del Frente Popular al retirarle al comité olímpico nacional las 400.000 pesetas asignadas a la participación española. Fracasado el intento de *boycott*, Berlín celebró su Olimpiada con esplendor sin igual, precedida por la de invierno en los Alpes bávaros. Pulverizándose previos *records* de asistencia y sentándose elevados *standards* propagandísticos y de organización. Con el resultado, cantado de antemano, de erigirse los de 1936 como los primeros Juegos Olímpicos celebrados como un acontecimiento turístico de primerísima magnitud.

La oferta turística alemana presentó numerosas novedades a la curiosidad viajera. Los famosos «Auto-Bahne» proporcionaron al turista automovilista sensaciones y experiencias inencontrables en ningún otro país. Al igual que las Ferias de Muestras Internacionales, por

exhibir adelantos científicos de interés sumo para los adeptos a combinar sus vacaciones con una puesta al día de sus conocimientos técnicos.

Sin necesidad de devaluar el marco, Alemania no se mantuvo al margen del *dumping* turístico, más o menos encubierto, al que a pecho descubierto se entregaron Suiza, Francia e Italia. Entró en la concurrencia con más discreción. Estableciendo en 1937 un 60 por 100 de rebaja en los billetes de ferrocarril, adquiridos en el extranjero, y rebajando el precio del reinstaurado «Travel Mark», válido para pagarse el pasaje y toda clase de servicios en los buques de pasaje alemanes. Medidas nada superfluas para contrarrestar los efectos de la campaña contra la Alemania nacionalsocialista, que iba ganando finalmente posiciones en importantes mercados emisores de turismo.

Turismo laboral

La inexistencia de razones para suponerle a Hitler demasiado preocupado por el turismo, en su normal acepción, no excluye la plenitud con que cumplió su promesa electoral y programática de facilitar al trabajador alemán máximas oportunidades para practicarlo, iniciativa plasmada a escala gigantesca en lo que años más tarde, y con infundadas pretensiones de novedad, se denominaría turismo social.

Importante punto del credo nacionalista que halló realizador idóneo en el doctor Robert Ley, un químico hijo de pobres labradores renanos, y desde mayo de 1933 *führer* del Frente del Trabajo, que englobó a todo el censo laboral del III Reich. Una vez decretado el derecho de todo asalariado al disfrute de vacaciones pagadas, para organizar de modo específico y racional el *Freizeit* de un subido porcentaje de la población alemana, el doctor Ley fundó, en noviembre de 1933, la entidad filial «Kraft durch Freude», aproximadamente «A la Fuerza por la Alegría», en traducción literal, con innegables analogías con el «Dopolavoro» italiano de 1925, jamás oficialmente admitidas: resistencia a reconocer antecedentes en la que incurrirían por partida doble, en 1936, los instauradores del no tan exitoso programa de *congés payés* del gobierno francés.

A través de una red de Oficinas de Viajes instaladas por todo el territorio nacional, con ayuda estatal y a precios módicos, la «KdF» organizó para sus asociados excursiones turísticas por toda Alemania e interesantes *tours* a Italia, Austria, Suiza y a los Países Bajos. También puede decirse que «nacionalsocializó», en el buen sentido de la palabra, el deporte del esquí por los Alpes bávaros y austriacos, al procurar a los miembros de la organización amantes de la montaña y la nieve equipos muy por debajo de su coste.

Mucho más relevante en el orden turístico el programa de cruceros marítimos iniciado en el verano de 1934. Puesto en marcha tras adquirir y acondicionar diez buques con los que se realizaron cruceros a los fjords noruegos, al Báltico y a la isla de Wight, ampliados al año siguiente con otros a las Azores y Madeira, y luego al Mediterráneo, iniciándose simultáneamente y por cuenta de «A la Fuerza por la Alegría» la construcción de dos superbuques de 25.000 toneladas, el «Wilhelm Gusloff» y el «Robert Ley», con capacidad para 1.460 pasajeros cada uno, ni que decir tiene que en clase única. Da idea de la envergadura del programa el hecho de hallarse, al estallar la guerra, en avanzado estado de construcción la ciudad residencial de Rügen, en la costa báltica, con alojamiento para 25.000 miembros de la organización.

Aunque no fuera más que por obstaculizar un conocimiento más objetivo del pasado del turismo, del turismo popular en este caso, son de lamentar los silencios, más injustificados aún que los comentarios adversos, que por apriorismos ideológicos, o simplemente por no desentonar, ha merecido la «Kraft durch Freude» por parte de los tratadistas. Confiemos en que el transcurso del tiempo permita valorar en su justa dimensión turística la función de la «KdF». Al margen de consideraciones políticas extemporáneas al fondo de la cuestión: sin creerse en la obligación de anteceder con unos párrafos vilipendiadores de su labor, antes de facilitar datos como los siguientes:

«Ya en el año 1934 tomaron parte en los viajes de la «KdF» más de dos millones de trabajadores. En 1935 se sobrepasó claramente la barrera de los cinco millones. De los nueve, quizá diez millones, de participantes en los viajes de la «KdF», medio millón aproximadamente, o sea, algo así

como el 5 por 100, se desplazaron al extranjero en los cinco o seis años que estuvo en servicio» (1).

Alemanización del turismo austríaco

País el austríaco en el que la Gran Depresión trunca con singular brusquedad los rumbos de una industria turística en alza. Aquí, por vía alemana. Producto de sus vinculaciones económicas y turísticas con su vecina germánica, el entramado del turismo austríaco se ve afectado inmediatamente al sufrir Alemania los primeros efectos de la crisis.

De momento, el paro laboral y demás subproductos de los malos tiempos alteran poco la risueña imagen de la oferta austríaca. El festival de Salzburgo, los deportes de invierno y la alegría vienesa ejercen su carisma en las programaciones de viajes. Motivo por el que el «Rotary International» escoge a la capital, en 1931, para celebrar su convención anual: una de las primeras celebradas por la organización fuera del continente americano.

Mal que bien, la pequeña Austria iba sorteando su cupo de problemas, hasta erigirse Adolfo Hitler en árbitro supremo de los destinos de Alemania. Tarda poco el canciller del Reich en comenzar a poner en práctica sus declarados propósitos de anexionar su país natal de adopción. Un designio originalmente preconizado en Austria por los partidos políticos de izquierda, en tiempos en que gobernaban Alemania los socialdemócratas de Weimar.

El «Tausendmarksperrre»

La relación del proceso de la anexión de Austria al III Reich con los hechos aquí relacionados se debe al plantear Hitler la primera fase de la operación «Anschluss» en el terreno de la economía turística. El análisis del episodio patentiza de modo dramático la vulnerabilidad política de algunos Estados modernos al convertírseles el turismo en un puntal fundamental de su economía.

El canciller alemán inició su ofensiva camu-

flándola en el contexto de las restricciones viajeras implantadas en Alemania respecto a las salidas de alemanes al exterior. Táctica diabólicamente efectiva al ser, en 1933, del dominio público que uno de los más vitales ingresos para el erario austríaco provenía de un tráfico turístico en gran parte procedente de una Alemania perfectamente consciente del poder de sus nuevos marcos en una Europa monetariamente depauperada.

Al imponer Hitler la exorbitante suma de 1.000 robustos marcos como precio de expedición del visado consular, indispensable para visitar el país vecino, se produjo lo que, haciendo de tripas corazón y a mal tiempo buena cara, los austríacos bautizaron con el nombre del «Tausendmarksperrre» (el cinto de los mil marcos). El apretón no era para bromas. Un solo plumazo, en un solo documento, bastó para reducir a cuantías nominales el tráfico turístico internacional en un país que contaba con él para subsistir y redujo a cifras irrisorias el número de extranjeros que acudieron a practicar los deportes de invierno. Por si fuera poco, la merma de la renta turística austríaca se agravó al verse obligado el gobierno a subvencionar a la industria hostelera del Tirol con la nada desdeñable suma de diez millones de chelines anuales. Para zafarse del abrazo de su poderoso vecino, el canciller Engelbert Dollfuss maniobró hábilmente en el terreno diplomático. Concertó con la Italia de Mussolini, con un ejército muy superior aún que el de Hitler, y con Hungría una especie de Triple Alianza defensiva que abrió casi de par en par los puertos italianos al comercio exterior austríaco.

Esfuerzos para supervivir casi anulados al estallar en el invierno de 1934 una guerra civil a escala urbana que sacudió a Viena y a otras ciudades industriales, al chocar la «Schutzbund» socialista con las unidades de la Heimwehr: preludeo del asesinato del bravo y diminuto canciller Dollfuss, en su despacho del Hofburg vienés, en el curso de un torpe golpe de mano montado por los nazis locales.

Convaleciente aún de sus tremendos problemas internos, Austria vivió en 1935 un corto veranillo turístico de San Martín, cuando, culminando titánicos esfuerzos técnicos y económicos, inauguró en el Tirol los 65 kilómetros

(1) J. Knebel, Hans, *Sociología del turismo* (Barcelona, 1974).

de la Grossglocknerstrasse, su espectacular carretera alpina. Con dos ramales, salpicados de plataformas-belvedere, para que los automóviles enfriaran el recalentamiento de sus motores: uno al Edelweiss Spitze y el otro al refugio de Francisco José, a más de 2.000 metros de altitud.

El bloqueo turístico germano se hacía sentir en el Tirol de forma agobiante. Unica ayuda aquel verano para compensarlo, y de modo más bien simbólico, el envío al centro turístico de Kitzbühel, en un rasgo de solidaridad por parte de Inglaterra, a su más egregio turista, el príncipe de Gales. Gesto muy de agradecer, pero, por individualista, insuficiente desde el punto

de vista económico para resarcir ni de lejos las ausencias de los turistas alemanes.

Situación responsable de que en 1936 el canciller Schussnigg, sucesor de Dollfuss, firmara con Alemania un pacto en el que, a cambio de colocar al país en calidad de protectorado encubierto, poco más obtuvo, en el terreno de los hechos, que la supresión del visado de los 1.000 marcos, con el resultado fulminante de verse Austria invadida de turistas alemanes. Preludio, claro está, del «Finis Austriae» de 1938, al invadirla los «Panzer» de la Wehrmacht, consumándose el «Anschluss» con todas sus consecuencias. Pasando así Austria a formar parte de la Gran Alemania forjada por Hitler. Un episodio que poco después tendría su repetición en Checoslovaquia.

EL TURISMO ESPAÑOL DURANTE LA SEGUNDA REPUBLICA (1931-1939)

Ha venido siendo norma casi inveterada en los contados textos que de una u otra forma versan sobre el pasado del turismo hispano, despachar a los cinco años y pico que funcionó en plenitud el régimen implantado el 14 de abril de 1931, en el mejor de los casos, con una alusión vaga y perentoria expresiva de que en el curso de aquel lustro, ciertamente conflictivo y dramático, la actividad quedó punto menos que interrumpida por completo.

Impresión errónea a todas luces. Aparte de que hace medio siglo al turismo ya no se le interrumpía así como así, y la realidad, aunque no particularmente brillante desde el punto de vista económico, fue muy otra y henchida de vicisitudes de interés. Empezando por la actitud adoptada respecto al tema, con caracteres de constante, por los sucesivos gobiernos.

Es posible que en abstracto y *per se* nada tenga una República, por muy republicana que sea, contra el turismo. Pero remitida la hipótesis a la concreción del caso español no hay duda de que a nivel oficial la República y el

turismo no se llevaron nada bien. Y desde el primer momento. Meses antes de estrenar una Constitución que en su artículo inaugural definía al país como una república de trabajadores, y encima con un elevado coeficiente de parados, con ominosas tendencias a incrementarse.

Sentado un dato a fin de cuentas posterior, únicamente la animosidad inspirada al nuevo régimen por los organismos e instituciones creados por la Dictadura primorriverista podría explicar la urgencia en exteriorizar de modo público su ojeriza contra el centro rector del turismo español, al arremeter contra él, de modo frontal e inexplicable premura, la más alta magistratura de la República.

Ida y vuelta del Patronato Nacional del Turismo

Por su rareza, pudiera constituir relevante novedad en el campo de la legislación turística que a los nueve días mal contados de pro-

clamarse la República, esto es, el 23 de abril de 1931, don Niceto Alcalá Zamora, presidente del gobierno provisional, firmase un decreto que en su único artículo prescribió:

«El Patronato Nacional y la Dirección General del Turismo tendrán por misión urgente y principal liquidar los contratos y presupuestos en curso que no deban continuarse, examinará la gestión anterior, formulando las propuestas que correspondan, y preparará la más rápida modificación de servicios que el interés público aconseje no suprimir en este ramo.»

Saliendo al paso de quienes se preguntaran por aquella Dirección General del Turismo de la que nadie había oído hablar, la misma disposición nombraba titular del organismo acabado de inventar a don Claudio Rodríguez Porretero, de quien cabe sospechar que tampoco sigue sabiéndose gran cosa.

Cualquier analista imparcial de aquella forma de enfocar el problema del turismo pensaría que el gobierno provisional tendría cuestiones más importantes que apresurarse a imponer una especie de *hara-kiri* a un joven organismo de probada eficacia. Hubiera comprendido la sustitución en sus cargos, mayormente honoríficos, de algunos aristócratas y amigos del rey, reemplazándolos por personas de ideologías y representatividad más en consonancia con el nuevo orden de cosas. Pero no fue así. El gobierno apuntaba a objetivos de mayor alcance. Utilizando a la «Gaceta» como ariete, embistió contra los Santos por la peana publicando una serie de disposiciones, tendentes poco menos que al desmantelamiento de la organización. Un decreto del 9 de mayo de 1931 encomendaba al nuevo director general del Turismo una misión depuradora, en virtud de la cual revisaría todos los nombramientos de personal, declarando baja o cesante al «sobrante», sin derecho a indemnización alguna.

Vino luego la extensa *Memoria* presentada por el señor Rodríguez Porretero para explicar su actuación, en la que formula un juicio rotundo sobre el organismo al que había sustituido. «La gestión del Patronato ha sido desacertadísima.» Lo fundamentaba en una serie de reparos de índole legalista, viniendo a resumirse los de mayor sustantividad en las subvenciones concedidas a los campos de golf de

Málaga y de Santander, y de modo más general «en la ruínosa manía de fomentar especialmente la construcción de grandes hoteles, sin procurar antes mejorar, en concursos públicos, los existentes, en la construcción de albergues para los automovilistas, y nada menos que 12, y en sitios como Medinaceli, a tres kilómetros de la carretera, verdadero lujo de crecido coste de construcción, invadiendo la esfera de los industriales particulares, con posible quebranto de éstos».

Para remediar tan desdichada situación, el gobierno reaccionó con una medida de las muchas recomendadas en la *Memoria*, y bastante incongruente a primera vista. El 4 de diciembre de 1931, otro decreto suprimía «definitivamente» no al Patronato Nacional del Turismo, sino a la Dirección General, restableciendo el Patronato, claro que, tanto en espíritu como en entramado, muy poco parecido al original.

En su rehabilitación formal —y valga la conjetura— pudieron influir dos consideraciones, pues cosas más extrañas suelen verse en los cambios de régimen españoles. Por un lado, que después de todo no estaba el denostado Patronato tan mal concebido. Por otro, la ingente cantidad de folletos y carteles almacenados con el «P. N. T.» impreso.

No paró allí la cosa para un viaje en el que sobraron alforjas. Una de las taras atribuidas al Patronato original radicaba en su gran autonomía operativa. El nuevo se politizó a ultranza al firmar don Manuel Azaña, el 5 de diciembre de 1931, otro decreto que le adscribía a la Subsecretaría del Consejo de Ministros, cuidándose su titular, don Enrique Ramos Ramos, un abogado madrileño de intensa vocación política, de llevar personalmente la tarea de recomponer un organismo, de momento casi paralizado, al que acababan de recortarle sus ingresos, rebajándole al 40 por 100 su percepción de la recaudación del Seguro obligatorio de Viajeros, pasando el 60 por 100 liberado a mejorar los emolumentos de los obreros y funcionarios de las compañías ferroviarias. Con lo que los 6.562.575 pesetas que dispuso en 1930 quedaron reducidas a 3.800.000 para el ejercicio de 1931.

Consecuencia natural del drástico desmoche presupuestario la supresión de las Delegaciones

Regionales, al tiempo de reforzarse las Oficinas de Información de dentro del país, «separando de la nómina (del Patronato) a cuantas personas percibieran remuneraciones de otros organismos o entidades oficiales». Poda aplicada con sañudo rigor a las oficinas en el extranjero, subsistiendo con efectividad plena la de París, y a medio gas las medio simbólicas de Roma, Buenos Aires y Gibraltar. Bien es verdad que a tenor de la recesión turística exterior acaso justificara la desaparición temporal de más de una de las suprimidas. En todo caso, operación inspirada en una reducción de gastos, llevada a cabo aumentando la nómina de personal.

Trasladada a fines de 1931 la sede del Patronato al Palacio del Hielo, enfrente del Hotel Palace, el 12 de enero de 1932 se publicó su reglamento orgánico, autorizando un decreto de Presidencia de 31 de mayo del mismo año al Patronato a formar una escala de funcionarios intérpretes-informadores, convocando oposición el 28 de junio de 1932, haciendo constar entre las obligaciones del personal ingresado la de prestar sus servicios vistiendo uniforme.

Parecía un tanto incongruente la política de desactivar la promoción turística por el extranjero, incrementando dentro de España la atención informativa al turismo. Sustancia de cierto comentario aparecido el 14 de mayo de 1932 en «El Debate» de Madrid:

«La propaganda del turismo por España entre los propios connacionales, como la hace el Patronato Nacional del Turismo, no conduce más que a un trasiego de pesetas en el seno de la misma patria.»

Por lo demás, prolija e insustancial en exceso la historia interna del organismo para reseñarla en un trabajo no monográfico, sin perjuicio de no dejar sin señalar una de sus características predominantes: la muda constante de titular al hilo de los vientos políticos prevalentes. Fundamento de la pregunta que en su número de enero de 1936 formulaba desde Zaragoza la revista «Aragón», órgano del Sindicato de Iniciativas de la región:

«Esto sucede cada tres o cuatro meses (en el mejor caso). ¿Es posible que haga labor cambiando constantemente de presidente un organismo cuya eficacia consiste en la continuidad?»

España en ebullición

Todo enjuiciamiento del turismo español durante el quinquenio republicano exige tener bien presente la coincidencia del advenimiento del régimen con el momento de empezar a generalizarse a escala mundial una crisis económica. Referencia que no excluye la posibilidad de que en menos anormales circunstancias hubiera podido actuar aquella rémora como un acicate en bien del turismo hispano debido a la acción inicial de tres factores en su favor. La baratura de los precios de los servicios para el extranjero, a causa de una constante depreciación del cambio de la peseta, que hizo innecesario devaluarla: el no figurar Francia precisamente como una balsa de aceite y la cordial y comprensiva bienvenida extendida al nuevo sistema de gobierno español, y tal vez por vez primera en siglos, por el influente estamento distribuidor de simpatías y anatemas entre el concierto de las naciones.

Harta la intelectualidad mundial de la rama progresista, de la virulenta erupción de fascos, cascós de acero, cruces gamadas y *Croix du Feu*, y en contraposición a la reticencia del tipo de visitante más interesante desde presupuestos económicos, le confirió ardiente visto bueno a la sudorosa estampa de la nueva España, descorbatada y febril, erizada de pancartas y pintadas. Indudable el encanto excitante que, visto a distancia y bien abierto el ojo izquierdo, irradiaba el nuevo régimen español, sobre todo ante la consideración de la gran prensa de los países democráticos. Ejemplo, las crónicas de un enviado especial de un importante semanario francés, revisitando en la primavera de 1931 un país recorrido en 1910. Como todas las de su tiempo, sus crónicas resaltan la súbita modernidad de una nación finalmente incorporada al signo del siglo:

«España e Italia presentan en el siglo xx ese acusado rasgo común de no querer ser juzgadas por sus panderetas, sus bailarinas y sus ruinas antiguas. Hace un cuarto de siglo Madrid era una capital de tercer orden en la que el turista no se sentía retenido y con un tráfico de poca densidad. Hoy, Madrid y Barcelona son dos capitales de un millón de habitantes cada una y las dos con líneas de Metro» (1).

(1) Naudeau, Ludovic, *L'Espagne pendant la Révolution* («L'Illustration», 20 de junio de 1931).

Al informador le impresiona vivamente la hiperamericanidad de la Gran Vía madrileña:

«Lo que más me sorprende es el extraordinario número de automóviles: como en París, ha sido preciso establecer pasos especiales para peatones, con señales eléctricas. Verdaderamente, la capital es otra diferente en un cuarto de siglo.»

Desvanecido el recuerdo de la quema de conventos de unas semanas antes, Madrid era una fiesta. Óptimas las corridas de toros en la vieja plaza de toros sita en el lugar ocupado hoy por el Palacio de los Deportes. Sin entrar en funciones la monumental de Las Ventas, terminada en 1929 e inaugurada extraoficialmente el 17 de junio de 1931, con una corrida de toros a beneficio de los obreros parados.

Por la calle de Alcalá —ahora Alcalá Zamora— desfilan floristas con sus nardos apoyados en la cadera, reuniéndose en «Chicote» la crema de la intelectualidad, rellenando la Gran Vía los solares del tramo central con edificios como el Capitol. Hay un jugosísimo renacer de la zarzuela y los cinematógrafos del Broadway madrileño cubren sus fachadas con los rostros y las figuras de los grandes astros de la pantalla pintados en gigantescos telones en multicolor.

Poco más adelante, lástima grande que a despecho de tan favorables auspicios no respondiera el país al entusiasmo de sus admiradores. Seleccionados por su potencial disuasorio, he aquí en función de muestra un par de hechos, o sea noticias, a palo seco y sin adjetivar. «Estamos ya en plena guerra civil», se leyó en el progubernamental «El Sol» de 19 de agosto de 1931, al informar sobre la ofensiva anarco-sindicalista por Sevilla y provincia. Capital que el 10 de agosto de 1932 cayó en manos de una sublevación militar contra el gobierno, combatiéndose duramente aquella madrugada en la plaza de la Cibeles de Madrid.

Sin que la situación del país interrumpiera la entrada de visitantes extranjeros, entre los que se cuentan Aldous Huxley y el tratadista de arte Meier-Graeffe, llegados a Madrid en noviembre de 1933, vía «Air France», acompañados de sus esposas. Un par de meses antes de volar en atentado terrorista el expreso Barcelona-Sevilla, en las proximidades de Valencia, causando una treintena de muertos y un sinfín

de heridos. Decididos los Huxley y los Graeffe a abreviar un viaje apenas comenzado, prolongaron su estancia más de la cuenta —según consta en la correspondencia del autor de *Un mundo feliz*— al rehusar embarcar en Barajas en un avión de la Lufthansa con una svástica en el timón de cola. Para tomar un avión español hasta Barcelona y otro allí que medio capotó al tomar tierra por la Costa Brava, accidente que acrecentó el susto sufrido la noche anterior al estallar sin previo aviso unos bombazos en la Plaza de Cataluña.

Bien estuvieron que, fruto de la prolongada campaña, don Francisco de Cossío inaugurara en Valladolid, en 1923, su Museo Nacional de Escultura, emplazado modélicamente en su nueva instalación del convento de San Gregorio, escrupulosamente restaurado, así como las excavaciones de Mérida, que extrajeron a la luz del día el maravilloso teatro romano.

Mucho mejor, de no anular el deterioro de las condiciones generales y viajeras las ventajas derivadas de un cambio de moneda beneficioso. Consideración que informa la advertencia formulada en una de las crónicas enviadas desde Italia por el corresponsal de «Prensa Española»:

«Mientras en España no se pueda viajar cómodamente en segunda clase, y mientras las calles de todas las ciudades sigan infectadas de pordioseros, el turismo no se dirigirá en una vasta escalada hacia nuestro país. Hay que tomar muy en serio estos detalles si se quiere conseguir algo. No se figuran en España el enorme daño que la mendicidad callejera causa al turismo que desearía "invadirnos", atraídos por las incomparables bellezas naturales y artísticas y por la baratura de los precios, desde que la peseta ha perdido más de la mitad de su valor» (1).

Un sombrío punto de vista al que en 1934 le hacía el dúo desde Madrid, don Alvaro Alcalá Galiano, lamentándose en el «ABC»:

«¡Qué espectáculo el de nuestras calles y avenidas! Gentes descamisadas o medio desnudas que convierten nuestra capital en una aldea. Legiones de mendigos exhibiendo sus miserias y niños que persiguen a los transeúntes con el sonsonete de un disco aprendido. Gitanas sucias rodean bares y cafés, impidiendo que ningún ciudadano pueda tomar tranquilamente su refresco. A la entrada de los grandes hoteles, pintorescos ejemplares de la

(1) Revesz, Andrés, *Italia bajo el signo de la deflación* («Blanco y Negro», 10 de junio de 1934).

golfería asaltan a los viajeros, sin duda para fomentar la atracción del turismo.»

Aunque captada desde un ángulo de visión muy diferente, estampa recurrente en las páginas de *España, república de trabajadores* (Madrid, 1932), del periodista soviético Iliá Eremburg. Aminorándose tan sólo en proporciones tolerables el flujo visitante. Sin negar la posibilidad de que entre todos la mataran y ella sola se muriera, la República acusaba el agrio y triste perfil detectado en 1931 por Ortega y Gasset, en un discurso memorable. Al revestir las alteraciones del orden público caracteres endémicos, es cuando, a contrapié de cierta revivificación del turismo en la mayoría de los países europeos, empezó a registrarse en España una apreciable recesión en el flujo visitante. Agudizada a partir de octubre de 1934, al estallar el frustrado *putsch* secesionista en Barcelona, en sincronía con la revolución de Asturias. Una especie de ensayo general de la catástrofe sobrevenida dos años después, aquella liquidada con intervención de artillería, aviación y desembarcos por la costa gallega y asturiana de la Legión Extranjera y tropas moras transportadas de África. Suceso que, según las estadísticas más oficiales y conservadoras, arrojó un saldo de 1.196 muertos, empañando considerablemente la no muy rutilante imagen turística de España.

La vida corriente y ordinaria siguió su curso, inaugurándose, en octubre de 1934, la plaza de toros de Las Ventas definitivamente y con cinco años de retraso. Y para bien de la fiesta, reapareciendo de su retiro Juan Belmonte y «el Gallo», más las carreras de caballos en el nuevo hipódromo de La Zarzuela.

En el año 1936 la situación había empeorado en grado suficiente como para que, en su *La conquista del horizonte*, W. Fernández Flórez tratara de divertir a sus lectores contándoles la llegada al puerto de Ceuta de un caballero de nacionalidad indeterminada, «que viene de hacer un viaje por la España agitada por los desafueros de las turbas del Frente Popular, y ordena a su chófer: "Juan, guarda las pistolas en la maleta que ya estamos en África".»

La recesión sufrida por el turismo la reflejan con toda seriedad las estadísticas oficiales. Según dichas fuentes, los 440.000 extranjeros

entrados con pasaporte en 1930, y por causas que convendría algún día analizar, fueron quedando reducidos a los expresados en el siguiente estadillo:

1932	201.914
1933	200.346
1934	190.830

Sin pecar de puntillismo al señalar que referidas las cifras en más de un 60 por 100 a franceses y portugueses, algunos avocados a cuatro pasos de nuestras fronteras, y con el incremento añadido por el *boom* crucerístico registrado en la zona catalano-balear.

Transportes y alojamientos

Contrapunto al aceptable palmarés republicano en obras hidráulicas y en construcción de centros de enseñanza primaria, útiles realizaciones todas ellas, y qué duda cupo. Pero inconexas por naturaleza con el movimiento viajero, de poco lustre la actuación del régimen en la rama de los transportes turísticos. Por de pronto, impresentable en el ámbito ferroviario. Con la curiosa particularidad de que una política de inspiración socializante revivificara un problema, el de mejora de servicios, al retirar a las compañías ferroviarias la ayuda económica estatal. Contrasentido subrayado al paralizar la construcción de nuevas líneas por cuenta del Estado, privándole por más de veinte años al tráfico turístico entre París y la capital de España beneficiarse del tramo directo Burgos-Madrid, en avanzado estado de construcción.

Sólo el expeditivo ministro Indalecio Prieto tuvo, en 1932, los arrestos de realizar algo, si no tangible de momento, altamente visible al menos, al poner en marcha el proyecto de los enlaces ferroviarios de Madrid por el subsuelo de la Castellana, con una superestación terminal bajo la mole de los Nuevos Ministerios, que simultáneamente se comenzaron a edificar. Obras, por su ubicación, de evidente rentabilidad propagandística y contribuyentes a mitigar el paro en el ramo madrileño de la construcción, pero que tal vez hubiera convenido aplazarlas hasta concluir las obras comenzadas.

El turismo automovilístico funcionó. Acusó el incremento derivado del aumento de los vehículos en rodaje por la excelente red de carreteras heredada del régimen anterior, no obstante decrecer el número de las matriculaciones. Las 37.000 altas de vehículos en 1929, descendieron a 11.200 en 1932, para ascender a 21.300 en 1935.

La aviación comercial presenta un balance bastante positivo. Pese a ceder el nuevo régimen al prurito de destejer lo tejido por su predecesor, y decretar, el 25 de septiembre de 1931, nulo el contrato entre el Estado y la CLASSA, empresa todo lo nacional que se quiso, pero privada, y encima primorriverista. Y todo para que, incautada la compañía, previa justa y generosa compensación a los accionistas, siguiera volando con el nombre de LAPE (Líneas Aéreas Postales Españolas).

Abandonado por la aviación civil el aeródromo militar de Getafe, al abrirse, el 30 de abril de 1931, al tráfico civil el nuevo aeropuerto de Barajas, las líneas extranjeras multiplicaron sus vuelos con España. Ninguna más socorrida dentro del país que la clásica de Barcelona a Madrid, casi copadas con frecuencia sus no muchas plazas disponibles por diputados y políticos catalanes, ardorosos propagandistas de un sistema de transporte que no les costaba ni un céntimo.

Iba la LAPE camino de prestigiarse volando con el mejor material disponible en el mercado, aunque lástima, y grande, que nada más adquiridos los famosos «DC-2» americanos, casi se estrenaran haciéndoles intervenir en Asturias, bombardeando objetivos rebeldes, durante la revolución de octubre de 1934. La relevancia adquirida en España por un sistema de transporte singularmente apto para las comunicaciones entre las regiones de un territorio vasto y accidentado, mereció cierto refrendo y ratificación por parte de la IATA, al celebrar en la primavera de 1935, y en Madrid, su congreso anual, de acuerdo con lo programado.

En una industria hostelera en crisis coyuntural permanente, meritoria la intervención de la cadena IHLSA, fundada por don José Gaspart Bulbena, al irse integrando en ella importantes establecimientos que hallaron solución al problema de bajo rendimiento en una admi-

nistración eficaz y corporativa. Dirigida su empresa por el señor Gaspart desde el Hotel Oriente, de Barcelona, a los seis hoteles catalanes iniciales se les fueron sumando el Carlton, en Bilbao; el Madrid, en Sevilla; el María Cristina, en San Sebastián; el Alhambra Palace, en Granada; el Terramar y el Golf, en Sitges, y el Miramar, en Málaga. Un total de 15 hoteles, con un número de plazas, con mucho, superior al millar. Que en paralelo con los lujosos establecimientos retenidos por la cadena de M. Marquet, mantuvieron al grueso de la hostelería española de calidad en satisfactorias condiciones de servicio.

Albergues de carretera

La atonía en materia de construcciones hoteleras la contrarrestó el gobierno de modo parcial al reconsiderar la suspensión del programa de construcción de alojamientos estatales, decidiendo reemprender la edificación simultánea de doce Albergues de carretera, cuya ubicación esbozó una especie de anillo equidistante entre Madrid y la periferia. Todos exactamente blancuecinos y uniformes, sin ninguna concesión a arquitecturas regionales de ninguna clase, suprimiendo del prototipo aprobado por el antiguo Patronato varios adminúculos, «en aras de la economía y de la rapidez» —explicó la disposición que decretó su construcción—, añadiéndoles un surtidor de gasolina.

Inaugurados en 1932 los Albergues de Bailén y Manzanares, comenzados en la época de Sangróniz, se les incorporaron, en 1933, los de Quintanar de la Orden y Almazán, y en 1935, los de Aranda de Duero, Benicarló y Medina-celi. Siete en total, reforzados con la apertura, en 1933, del Parador Nacional de Mérida, el quinto de aquella serie con la que el PNT rompió el fuego en su primera fase de actuación.

Pese a la ojeriza con que la apertura de Albergues fue vista por la rudimentaria industria hostelera establecida en las zonas en que se ubicaron, cierto que nada boyante ni apetecible tampoco, puede calificarse de inconmensurable su aportación a la viabilidad en España del turismo automovilístico. Y no precisamente por el número de sus habitaciones, invariable-

mente reducido. El simple hecho de contar los Albergues con unos lavabos y servicios anejos immaculados, justificaron de sobra y en aquel entonces su instalación en las comarcas en que fueron instalados, amén de la calidad, digamos europea, de sus servicios de restaurante: los dos puntales básicos de su aceptación por parte del turista automovilístico.

Controles monetarios

A partir de los incendios de iglesias y conventos en Madrid y otros puntos de la Península, a los veintiocho días de proclamarse la República, se desencadenó una ampliamente comentada fuga de capitales, que las autoridades fronterizas procuraron interrumpir poniendo en práctica medidas que no he detectado en los informes sobre otros países confrontados con el mismo problema.

Mi creencia, basada en experiencias personales, de que aquellas medidas sólo se aplicaron a ciudadanos españoles, me la corrije cierta dama japonesa, más bien de izquierdas, que en compañía de su marido, y siempre con el *baedeker* a la vista, incluyó a principios del verano de 1931, en el curso de su *tour* europeo, una visita a nuestro país. Al entrar en España, en el Sud-Express procedente de París, no tropezó con ningún problema. Los encontró al salir hacia Portugal. Retraducido al español el relato de sus peripecias de su versión inglesa, viene a quedar así la narración de lo sucedido en una dependencia de la Aduana ferroviaria española:

«Entré en el cuarto que me señalaron, donde me esperaba una señora de edad. Sin decir palabra me indicó mis bolsillos. Me abrió el bolso, sacudió mi neceser y, retirando hacia atrás una pierna, al viejo estilo, me hizo una reverencia y se puso a palparme todo el cuerpo por fuera de mi vestido. Seguidamente me señaló el sombrero. Me lo quitó. Me hizo otra reverencia, se situó tras de mí y anduvo escarbándome el pelo. Era una pertinaz. Examinó las suelas del calzado (menos mal que no tenía agujeros en las medias) y me sonó los tacones» (1).

Concluida una investigación a personalísimo nivel, menos en lo referente al sombrero, bolso y medias, idéntica en todos sus términos a las

por mí sufridas, dos o tres años más tarde, en bastantes ocasiones, la dama encuentra justificada la que le tocó en suerte. Y por una causa y un efecto que especifica:

«El rigor de estas inspecciones se debe a que los nobles tratan por todos los medios de sacar sus fortunas del país, lo que en parte provoca la depreciación del cambio de moneda.»

Una depreciación que en el orden turístico tuvo la virtud de prestigiar la oferta española con el carisma de unos precios muy baratos para la mayoría de los visitantes extranjeros.

El estraperlo

Vista y no vista en el verano de 1935 la corporeidad de cierta inversión extranjera en el turismo español, cuyas vicisitudes no las igualaría de haberlas escenificado un guionista cinematográfico de la escuela surrealista. Respondió a una iniciativa de los judíos holandeses Daniel Strauss y Perl, que sin éxito alguno trataban de introducir en los casinos europeos un invento bautizado con el inocente nombre de *Straperlo*. El aparato en cuestión consistía en una ruleta con tendencia a la verticalidad y cierto parecido con los bombos de la lotería. Pero ruleta al fin y al cabo, y además fraudulenta.

La «Mafia» italo-americana, a punto de controlar el negocio de Las Vegas (EE. UU.), no hubiera mejorado las técnicas de relaciones públicas utilizadas por la pareja para introducir su invento en uno de los pocos países donde desde hacía años el juego de casino era tabú y anatema. En calidad de abrepuestas, el dúo holandés se trajo de Alemania, y a bombo y platillo, al campeón Max Schmelling y a la actriz Any Ondra, ambos popularísimos en España y en el mundo entero. Con ayuda de unos donativos en metálico, nada cuantiosos en verdad, al hijo adoptivo del señor Lerroux y a algún politiquillo que otro en candelero, más la vista gorda de algunos funcionarios públicos de mediana altitud, hartos dúctiles a recomendaciones, los holandeses obtuvieron de las autoridades gubernativas las licencias precisas para hacer funcionar a su *Straperlo*, como un inocuo pasatiempo turístico, en el Gran Casino de San Sebastián, entreabierto ex pro-

(1) Ichikawa, Haruko, *Japanese Lady in Europe* (Londres, 1937).

feso para tan señalada ocasión, estando a punto de repetir la hazaña en el Hotel Formentor de Mallorca.

Corresponde a recuerdos de mi juventud la visión de Paulino Uzcudum, en el ápice de su fama de campeón, recibiendo una tarde de aquel verano a la puerta del Gran Casino donostiarra que da al Boulevard, y al frente de un equipo de comparsas de *smoking*, al elegantísimo personal convocado por rigurosa invitación a perder unos cuantos billetes de banco jugando con los *Straperlos*. Hasta que dos o tres horas después una contraorden de Madrid lanzara a la policía gubernativa a clausurar más que de prisa la vista y no vista timba.

No hubiera pasado a mayores un suceso del que apenas se hizo eco la prensa de no decidir semanas más tarde, el 16 de septiembre, el propio presidente de la República tirar públicamente de la manta, descubriendo un *affaire* en el que figuraba involucrado el partido radical, que al parecer le estaba incordiando demasiado al señor Alcalá Zamora. Al dar al asunto tan alta instancia una importancia muy superior al que, examinado con serenidad, revistió, los políticos de la oposición no perdieron comba para magnificar al máximo el significado de una transgresión administrativa de no mucha monta. Una vez elevado a la categoría de escandalazo histórico-político, el curioso incidente les sirvió de ariete para destruir la coalición gobernante entre el CEDA y el partido radical y de paso acelerar el proceso de desestabilización de una República atacada desde todos los flancos. Sin otro resultado positivo que el enriquecer al idioma de los españoles con un vocablo cuya perdurabilidad y vigencia bien a la vista están.

Veraneos cantábricos

Empezando por la capital donostiarra, y en su conjunto, no puede decirse saliera turísticamente mal librada bajo el régimen surgido, según se dijo, del llamado «Pacto de San Sebastián». Mantuvo su prestigio no ciertamente por la presencia del nuevo elemento oficial, ya que en cierta medida ahuyentó hacia Zarauz o allende la frontera francesa, al elenco que durante el *ancien régime* y al socaire de la real

familia le vino dando su *chic* al veraneo donostiarra. Veraneo que en los nuevos tiempos encontró su mejor aliado en que los líderes sindicales tuvieran la sensatez de dirimir el cupo de conflictos laborales fuera de los meses estivales: durante la temporada baja.

En su afán por mantener en forma una actividad básica aun para la economía de la ciudad, el poderoso Centro de Atracción y Turismo reforzó su programa de festejos cooperando la Diputación Provincial a animar al máximo las vacaciones en la más pequeña provincia española. Saliente novedad las pruebas automovilísticas en el circuito de Lasarte, con resonante éxito cifrado en los importantes contingentes que acudieron para presenciar unas carreras de primerísima categoría internacional.

Una muestra de tantas del buen sentido de las autoridades municipales del tiempo que no les diera por archivar un costoso proyecto, adoptado por un municipio anterior, a instancias del pintor Ignacio Zuloaga. Se trató de rellenar la carencia de monumentos de una población completamente incinerada a principios del siglo XIX, transformando a la abadía de San Telmo en museo. Adquirido el edificio al ramo de Guerra y trasladado a nuevos cuarteles el regimiento sucesor de los que desde la primera guerra carlista ocuparon el insigne monasterio, una vez concluidas las obras de adaptación, brillantísima fue la inauguración del museo con una representación del «Retablo de Maese Pedro», dirigida por don Manuel de Falla. En el interior del templo, tapizados su ábside y paramentos superiores de las naves por los lienzos a lo Miguel Angel, en sepia y oro, de José María Sert, el más afamado decorador del mundo, que combinó su trabajo para San Sebastián con la decoración del Rockefeller Center de Nueva York. Lienzos por los que el artista cobró la entonces respetabilísima suma de 425.000 pesetas, la cuarta o quinta parte de lo que hubiera percibido por una obra de envergadura similar en un edificio extranjero.

En el verano de 1933, la gradual erosión de la peseta había revertido ya las tornas respecto a Francia en materia de precios, donde las tensiones políticas y laborales también andaban a la orden del día o del sindicato de turno. En igualdad de condiciones, el coste de vida es el tanto a favor de San Sebastián que, jubiloso,

adjudica Ramiro de Maeztu, en una crónica periodística fechada en París:

«Algo más que doble en Francia que en España, por lo que se explica que aún aquellas playas francesas donde antes solían veranear españoles sean ahora solaz exclusivo de franceses.»

Más cierta la presencia de veraneantes franceses en San Sebastián y el refugio de los clanes monárquicos más contumaces en Biarritz y en San Juan de Luz, si bien éstos sin perder la costumbre de cruzar regularmente la frontera para asistir a las regatas de balandros, o a las competiciones hípicas, de *tennis* y de *golf*, sin privarse del disfrute de la fiesta nacional en su propia salsa, pese a no faltar corridas de toros de calidad en las plazas del país vasco-francés.

San Sebastián recibía una concurrencia tan nutrida como en sus buenos tiempos. Pero algo esencial le faltaba a «el parque de atracciones veraniegas de Madrid», a juicio de un hispanista irlandés, de visita en el verano de 1933:

«Desde la revolución hay un aire grave y solemne en la ciudad, debido quizá al cierre del casino de juego. ¿Por qué será que los gobiernos revolucionarios introducen siempre una era de puritanismo? Sin juego, San Sebastián no puede competir con Biarritz y Hendaya. Cuánto tardará la España republicana en seguir las libres y fáciles tendencias de sus hermanas del otro lado de la frontera?» (1).

Quedó claro que la República española no estaba resuelta a autorizar un pasatiempo tan escandalosamente burgués. Con el Gran Casino clausurado, la empresa del Gran Kursaal, estimulada por fuertes subvenciones municipales, hizo cuanto pudo para sustituir la desaparición de las ruletas con espectáculos de relieve. Excepcionales las actuaciones de La Argentinita y otras figuras de renombre internacional, y en 1933 resonante el concierto-homenaje a Ravel, con asistencia del compositor vasco-francés. Con el propósito de prolongar la temporada, la última semana de septiembre se realizaba con una Semana Vasca a continuación de dos domingos de regatas de traineras, considerablemente potenciadas.

Si de cuantificar el rendimiento económico de los veraneos donostiarras se trata, más luz que el manejo de estadísticas, de difícil elabo-

ración y discutible solvencia, el uso de estimativas basadas en un dispositivo hotelero invariablemente al completo durante los meses de estío. La consulta de una relación pormenorizada y nominal de los alojamientos en operación en 1935 indica que San Sebastián contó entonces con 46 establecimientos, sumando 2.606 habitaciones con 3.953 camas, sin contar, claro está, el elevado número de villas y chalets sólo ocupados durante el verano y la tradicional aportación del alquiler de viviendas particulares. Una capacidad alojativa ni de lejos alcanzada cuarenta y cinco años más tarde.

Menos satisfactorias las temporadas en la capital de la Montaña, peor dotada de alojamientos y carente de un organismo de los medios y experiencia promocional del Centro de Atracción y Turismo de San Sebastián. En declive por ausencia del impulso soberano de las regatas de balandros y otras atracciones de tipo similar, el Ayuntamiento de Santander se granjeó escasas simpatías entre un estamento veraneante fácil de identificar, al recuperar por vía de expropiación el palacio real y la península de la Magdalena, regresión en cierto grado compensada por el desagrado que en otras «colonias», como entonces se llamaban, produjo las campañas ultravasquistas de signo nacionalista desatadas en la región vascongada.

En el aspecto positivo son interesantes los efectos de la elevación de rango de los cursos para estudiantes extranjeros que venían celebrándose, al establecerse la Universidad de Verano en virtud del decreto de 23 de agosto de 1932, a propuesta del ministro de Instrucción Pública, don Fernando de los Ríos. Cursos inaugurados con éxito apreciable en el verano siguiente, debido a la categoría de los profesores e intelectuales que impartieron las clases, bajo el rectorado de don Ramón Menéndez Pidal.

Simplifica la valoración de los veraneos cantábricos el hecho de repetirse en ellos la democratización perceptible en playismo del resto del continente europeo. Como un indicador más de que no siempre los condicionamientos económicos de un país hallan expresión directa en el volumen del tráfico turístico, la cornisa cantábrica recibió entonces mayor número de veraneantes que nunca, no sin registrarse un sensible descenso en la prestancia social de las temporadas.

(1) Starkie, Wakter, *Spanish Raggle-Taggle* (Nueva York, 1935).

El turismo en Cataluña

Excepto en el capítulo del desorden público, situación resueltamente favorable de cara al turismo extranjero la de una región marítima y fronteriza, con una capital en la que la promoción turística no era novedad alguna desde que se fundó en 1908 la «Sociedad de Atracción de Forasteros», y con la celebración de dos Congresos regionales de turismo en 1919 y 1921. Condicionantes geográficos y hasta de idiosincrasia colectiva contribuyeron a que la problemática del turismo en Cataluña difiriera grandemente de la del resto de la Península.

Especificidad acentuada a principios de los años treinta, al cristalizar en un hecho puramente político, de trascendencia excepcional en el orden turístico. Al firmar en junio de 1932, y en Madrid, los aspirantes a dirigir el turismo catalán con el subsecretario de la Presidencia del Consejo de Ministros un convenio en virtud del cual, y tres meses antes de aprobarse el Estatuto autonómico, otorgaba al gobierno de la Generalitat, ya en funciones, delegación plena para la organización del turismo en la región, tarea realizada en forma que con cierto detalle será reseñada en un epígrafe posterior.

Recursos turísticos

En sus años de autogobierno, Cataluña extrajo satisfactorio partido de un repertorio de atractivos para el forastero en constante aumento y potenciación. Empezando por Barcelona, imbuida del brioso espíritu renovador generado por su famosa Exposición Internacional. Puede que la Ciudad Condal careciera de algo equiparable al Museo del Prado o El Escorial. Pero, en cambio, contó con el «Pueblo Español», con Montserrat, con la novedad de la Sagrada Familia, incompleta e inconclusa como las sinfonías que así quedan, dos activísimas plazas de toros, las Ramblas, el Paralelo, y una exaltación de la sardana evidentísima a escala callejera y domínical.

La negligencia por el perfil histórico y monumental de la ciudad por parte de sus autoridades vino siendo acremente censurada por los estamentos artísticos e intelectuales del centro industrial de la región, y de España entera en

cierto grado. La censura perdió no poca motivación al enriquecerse diversos puntos del casco urbano con una serie de importantes realizaciones de alta vistosidad. Hito prominente la reemergencia a la luz del siglo del «Barrio Gótico», en toda su gloria medieval, renacentista, infundiéndole su noble toque ya más definitivo la traslación piedra a piedra desde la calle de Mercaders a la plaza del Rey de la casa-palacio Clariana-Padellás, para albergar el Museo de la Ciudad. Justo a tiempo de que Barcelona se redimiera de un reproche que venían formulándole generaciones enteras de turistas de *baedeker* al abrirse al público el «Museo d'Art de Catalunya», en el Palacio Nacional, previsoriamente construido con el expreso propósito de que Barcelona se prestigiara con un museo de categoría internacional. Y único además, al exhibir en unas modernísimas instalaciones los alucinantes frescos románicos arrancados en 1919 del interior de unas ignoradas iglesias del Pirineo leridano.

A dos distintos tipos de turistas sirvieron en el ramo del transporte dos inauguraciones, fechadas en 1932. El «ferrocarril aéreo», un aparatoso transbordador que, suspendido en el éter, transportó pasajeros por encima del puerto desde la Barceloneta a un mirador cara al mar, a media ladera del Montjuich, y el tren a cremallera que, en beneficio de esquiadores y de excursionistas, trepó hasta las pistas de Nuria desde la estación de Ribas de Fresser.

Gran acopio de visitantes atrajo anualmente en su imponente recinto ferial la tradicional Feria de Muestras, aunque el turismo propiamente dicho hallara su mejor área de expansión, y muy en primer lugar, en dos privilegiados tramos de la costa mediterránea, enlazados más que separados por el *hinterland* industrial de la capital. Una costa llamada Brava al norte y otra más arenosa y sosegada por el sur. Más atractiva para los extranjeros la señoreada por Tossa de Mar, afincamiento de un núcleo foráneo del que, en calidad de testigo presencial, habla José Pla en su *Guía general y verídica de la Costa Brava* (1941), al recordar «la cantidad de turismo extranjero que se concentró sobre Tossa»:

«Tuvo además esta corriente un matiz especial: la de estar integrada en gran parte por pintores, escultores, escritores y hombres de letras. Una afluencia catalana del mismo sentido se mezcló a

la extranjera. Tossa se hizo célebre en todos los cafés literarios europeos y fue realmente un centro curiosísimo. La playa a la hora del baño, los hoteles extranjeros, el café d'en Bien, las tabernas, llegaron a tener el sello inconfundible que da el cosmopolitanismo artístico. A esta época se debe el aseo del pueblo, las mejoras hechas en la Vila-Vella, la creación del Musco, el alza de precio de los terrenos, el aumento de habitaciones para el turismo y la difusión de las vitaminas.»

Expatriada de una Alemania rumbo a un régimen de virulentas tendencias antisemitas, más adelante arribó a Tossa y alrededores otra oleada de artistas e intelectuales germanos, no lo suficientemente arios como para permanecer sin riesgos personales en el III Reich. Curiosa la función publicitaria asignada al misterioso servicio de autocar «Tossa-Berlín-Tossa», establecido en 1933 por herr Steyer, hotelero circunstancial en la localidad costera.

A un tipo de turista más convencional apuntó la creación del diminuto pero fastuoso «Hostal de la Gavina», inaugurado con once habitaciones y un afamado restaurante el 3 de enero de 1932 en un arbolado promontorio rocoso de la península de S'Agaró, camino ya de consolidarse la modélica urbanización turística de don José Ensesa.

Encarado el nuevo «Patronat del Turisme de Catalunya», con un problema menos nuevo en España de lo que luego pareció, recomendó como remedio preventivo de desafueros que se veían venir la adopción urgente de un plan urbanístico general, «per tal d'evitar el desordre que s'observa en determinats endrets, i d'una manera particular a la Costa Brava». Incentivo para constituirse, el 28 de septiembre de 1935, en el Teatro Municipal de Gerona el «Patronato de la Costa Brava», integrado, naturalmente y por derecho propio, por don José Ensesa, el arqueólogo Bosch Gimpera, el pintor José María Sert y su hijo y homónimo, luego famoso arquitecto y urbanista, que pronunció una conferencia sobre el tema «Defensa del paisaje».

Por el sur, más allá de Castelldefels y tras el abrupto biombo rocoso de Garraf, Sitges culmina varios años de armónica planificación con un conjunto de realizaciones de empuje. El majestuoso Hotel Terramar, en primer lugar y al fondo de la curva de la playa, emergiendo de una pinada salpicada de pistas de *tennis*, un campo de *golf* y una excelente piscina. Entre el

Terramar y el casco urbano iba tomando cuerpo otra urbanización más convencional, separada de la espléndida playa suburense, y como debe de ser, por un Paseo Marítimo, con dimensiones y un aire nada disimilar al de Cannes.

En 1935, y una vez desenmarañados intrincados problemas de testamentaría, pudo abrirse al público el «Cau Ferrat», la residencia-museo de Santiago Rusiñol, regalada al pueblo con todas sus pertenencias, habiéndose de arrendar como ampliación el «Mar y Cel», que mister Deering, aconsejado por Miguel Utrillo, se construyó para sí. Bien es verdad que arrendada después de llevarse su viuda a América los cuadros y obras de arte coleccionados por el multimillonario americano.

Barcelona jugó su baza turística mejor en aguas del puerto. Frecuentado por importantes líneas transatlánticas entre Italia y América del Sur, sirvió de eslabón entre Mallorca y un mundo en trance de descubrirla, así como de interesante escala para buques en crucero turístico. Aportes de consideración para engrosar las estadísticas de visitantes extranjeros llevada por la «Sociedad de Atracción de Forasteros», que en 1934, y referidos en exclusiva al tráfico portuario, arrojaron balances francamente envidiables:

Ingleses	25.868
Franceses... ..	7.329
Alemanes... ..	5.400
Norteamericanos... ..	3.548

Barcelona la «noit»

Famoso el distrito V de la capital, a espaldas del Hotel Oriente y centrado por la calle del Conde del Asalto, al transformarse para cierto tipo de turista en una de las cosas más notables de la ciudad, sobre todo al darle la literatura extranjera del tiempo, la francesa muy en especial, una propaganda picante y morbosa. Elogiado el llamado «Barrio Chino» en el *Fermé la nuit* de Paul Morand, la indignación de los barceloneses de pro llegó a su colmo al escogerlo Duvivier para rodar las escenas más tremendistas de su film «La Bandera», ejemplo seguido por alguna que otra película más, consiguiendo la ambientación necesaria con sólo disfrazar a unos cuantos extras con chilabas.

A petición de los cruceristas, y para congraciarse con ellos, hubo agencias de viajes que incluso en pleno día les llevaron al barrio vitando, para no privarles de lo considerado como una de las máximas atracciones turísticas de la ciudad. Hecho reconocido en octubre de 1935 por Carlos Sentís en un artículo aparecido en la revista de la Sociedad de Forasteros con el título «La vida nocturna»:

«Gustará o disgustará, mas no podrá desconocerse que muchos turistas, muchos curiosos, vienen exclusivamente a nuestra ciudad para contemplar estos parajes. "La Criolla", lugar sucio, pobre, decorado con gusto plebeyo, pero por su carácter especial, es uno de los que más llama la atención de los forasteros ávidos de esas notas típicas portuarias.»

Sin entrar en el tema de la representatividad del Barrio Chino y del Paralelo, es el caso que en sus teatros se representaban espectáculos eróticos al estilo de los de Montmartre y del San Pauli, de Hamburgo, y para una clientela extranjera de gustos menos vanguardistas ofrecía el atractivo de haberse convertido en un emporio del flamenco cañí, lleno de «colmaos» y de cafés cantantes:

«Los hay más típicos que en Sevilla —aseguraba Carlos Sentís—. No son tan auténticos, pero sí más comerciales. Aquí se puede escuchar la mejor ópera flamenca, se pueden contemplar los mejores bailes gitanos. En la calle de Guardia hay varios establecimientos que son como un pedazo de Andalucía en Cataluña. Casa "Juanito el Dorado" (Juanito no es dorado ni andaluz siquiera; es un mallorquín más listo que una gacela), Villa Rosa, Bar Triana, la misma bodega andaluza del hotel Colón.»

Turismo regionalizado

Cumplido el trámite de apearse al señor conde de Ruiseñada de su cargo de subdelegado del Patronato Nacional del Turismo, y una vez firmado el convenio de transferencias con el Patronato republicano, los políticos de la Generalitat no perdieron tiempo en ponerse a extraerle el jugo a la tajada de poder obtenida en Madrid. Tanto es así que a los cuatro días de suscrito el acuerdo le dieron fuerza ejecutiva con arreglo a una noción que trasciende en mucho los confines de la semántica: donde el do-

cumento madrileño decía «delega», el texto barcelonés tradujo «trespassa» (1).

El resto vino rodado una vez establecida la «Oficina de Turisme de Catalunya», adscrita al departamento de Economía. Una de sus primeras actuaciones fue tomar posesión de todas las dependencias del Patronato en Cataluña. En consecuencia, pasaron a dominio del «O. T. C.» las oficinas de información de Port Bou, Puigcerdá, La Junquera, Gerona y Tarragona, amén de la barcelonesa, instalada en el 568 del Carrer de les Cortes Catalanes, a la vera del Ritz. Sede ésta del órgano rector del turismo catalán, dotado de un presupuesto de 110.000 pesetas anuales, figurando patrocinadas sus actuaciones por un logotipo entrañable y sugerente, encarnado en una «oreneta» blanquinegra; según explicaron los responsables de la idea, obviamente contraria a la del cañazo al ave de paso, símbolo del viajero que se va y regresa.

Examinada la cuestión desde perspectivas pragmáticas, dadas las circunstancias, quizá nada tuvo de desacertada la transacción que encomendó a los órganos de gobierno catalanes la responsabilidad de organizar y fomentar su turismo regional. En cuanto a dinamismo e imaginación, se desarrollaron con más garbo que en Madrid. Posiblemente porque si bien el electrizado ambiente político de la capital de España desaconsejaba a ministros y parlamentarios dedicar públicamente afanes en pro de algo de la vitola elitista y *chic* adscrita al turismo, el impedimento no tuvo cabida en el contexto de la vida pública catalana. Diferencia que permitió a los dirigentes del turismo catalán desligarse considerablemente del Patronato Nacional y enfocar la problemática del turismo con una visión del tema menos clasista y más realista y comercial que la de los dirigentes del organismo turístico central.

Superada la fase de reestructuración y rodaje, movido resultó el año de 1934 en el orden institucional. Constituido en enero el «Patronat de Turisme de Catalunya» como órgano consultivo y consideración de entidad de derecho público, desapareció sin pena, pero con gloria, tras elaborar un programa integral de planificación turística a nivel regional, que entre otras nove-

(1) Farreras, Antoni, *El Turisme a Catalunya, del 1931 al 1936* (Barcelona, 1973).

dades preconizó la constitución de un crédito hotelero y una Escuela Profesional de Turismo.

Se fundó la Federación de Sindicatos de Iniciativas de Cataluña (F. E. S. I. C.), al federarse a escala regional los numerosos S. I. T. existentes en la región. Celebró sus asambleas bajo la afable presidencia de don Manuel Ribé, alma del turismo barcelonés, maestro en el difícil arte de, sin perder la compostura ni sufrir merma en su innata caballerosidad, quedar bien con todo el mundo en años difícilísimos. Interesante la fuente de ingresos arbitrada con fecha 25 de julio de 1934 por la Generalitat para proveer de recursos a la Federación catalana. Se los procuró a través de la implantación de una *taxa d'estada*, equivalente a la *taxe de séjour* francesa, percibida al igual que su homóloga por medio de un pequeño recargo en el monto de las facturas hoteleras.

Se produjo sin secuencias el *putsch* independentista de octubre de 1934, sofocado a cañonazo limpio en la plaza barcelonesa de San Jaume, de no ser la de malograr el proyecto de celebración en Barcelona de una Exposición Internacional de Turismo. Si no pudo celebrarse aquella Exposición, se celebró en cambio el primer «Saló del Turisme i dels Sports», inscrito en la Feria de Muestras de 1935. Enaltecido por un equilibrado toque de cosmopolitismo, a cargo de cuatro importantes participaciones extranjeras que confirieron al «Saló» cierto realce internacional: el *stand* del Consulado británico desdramatizó el talante del instalado por el Consulado del III Reich, promoviendo las Olimpíadas del año siguiente, y la Oficina Francesa de Turismo moderó la acritud del pabellón del Intourist soviético.

Trasladada en mayo de 1935 la Oficina de Turismo de Cataluña del departamento de Economía al de Obras Públicas, el tránsito careció de efectos perceptibles en el desarrollo de una labor que concluyó el 18 de julio de 1936. La víspera del día en que iba a inaugurarse el servicio, eminentemente turístico, de la Air France Lisboa-Barcelona-Palma.

Puede decirse que, en líneas generales, los catalanes dirigieron su turismo a las mil maravillas, y si no fructificaron plenamente la totalidad de sus iniciativas, debe cargarse la culpa

a las impropias circunstancias históricas y ambientales.

El remanso mallorquín

Todo apuntó a que, en un contexto de regresión turística por la Península, Mallorca constituyera señalada excepción. Y por dos razones de peso. Una, la formación y operancia de una conciencia turística en los estamentos insulares afectados por el tráfico, perfectamente detectable al inicio del decenio, conforme señala un calificado analista del tema:

«El impacto del fenómeno turístico toma desde 1930 carta de naturaleza en la estructura económica insular haciendo retrasar las consecuencias de la crisis mundial de 1929, a la vez que crea el precedente del gran turismo posterior a la segunda guerra mundial. Es en 1930 cuando las publicaciones periódicas reconocen definitivamente que el turismo es una saneada fuente de riqueza y que su importancia empieza a sobresalir entre la de los demás sectores de la población» (1).

Actitud robustecida por el hecho de que al hacer Mallorca honor al epíteto de «la isla de la calma», en tiempo y áreas que poco tuvieron de encalmados, su sensato comportamiento cívico afianzó el atractivo de la bahía de Palma como escala punto menos que obligada de los cruceros mediterráneos, en década activísima en esta modalidad de turismo puro.

Presidida por don Francisco Vidal Sureda, y una vez definidas las metas con claridad, eficazísima la labor promocional de la Sociedad Fomento del Turismo, auténtico centro motor de una industria ya en vías de consolidarse. De alto rendimiento publicitario la actuación de la Sociedad, orientada a lograr el respaldo de escritores afamados, invitándoles a estancias en la isla. Destacadas las impresiones en 1932 de don José María Salaverría, firmante de una serie de artículos rapsódicos, de los que resulta pertinente entresacar un párrafo expresivo de su visión personal del ambiente reinante en derredor del Hotel Victoria, en el que se alojó:

«Tendré que confesar que cuando salgo del hotel me cuesta algún trabajo el convencerme de que

(1) Barceló Pons, Bartolomé, *El turismo en Mallorca en la época de 1925-1936* (Palma de Mallorca, 1966).

vivo en país español, en un territorio del sur de Europa. La mediocalle y mediocarretera de El Terreno perturba mi imaginación y me sume en pintorescas confusiones. Unas veces me figuro que estoy en una ciudad cualquiera de Hispanoamérica, otras veces pienso que he llegado a un pueblo anglosajón. Enfrente, una librería improvisada en una especie de garaje: si pido un diario español, el dependiente se excusa: no posee más que revistas, novelas y periódicos escritos en inglés. Al lado de la Library, un bar: todos los comensales de uno y otro sexo son anglosajones. No quiero ocultar que así como El Terreno es confuso, híbrido, ambiguo y cosmopolita, me gusta extraordinariamente. Me encanta su aire de libertad y de exotismo y la tácita camaradería con que conviven tan extraños elementos. Cada veinte metros, un albergue de turistas. Y la comodidad de poder lanzarse al agua desde las mismas terrazas de los hoteles. La comodidad de poder hacer cada uno lo que quiera en un ambiente de libertad que el tácito compromiso de todos los habitantes convierte en ley indiscutible» (1).

Del auge turístico vivido por Mallorca en 1932 daba cuenta en su momento un periodista local en una revista madrileña, glosando los datos recogidos por la Cámara de Comercio:

«El pasado año 1932 se acentuó en Mallorca la animación turística, acusando un aumento considerable en relación con los años anteriores. El número de turistas fue de 34.489 alojados en los hoteles y 26.861 llegados en 104 buques de crucero que sólo paran en Mallorca un día: sin contar el gran número de los que han fijado temporal o definitivamente su residencia en la isla, viviendo con presupuesto reducido y máximo confort en casas particulares» (2)

Mallorca se ponía de moda agraciada con sus aires de un Capri en grande, sin camisas negras ni apreturas, y a precios sensiblemente más potables que los usuales en los *resorts* mediterráneos ya acreditados. Perfectamente conscientes también los encargados de que las cosas siguieran por aquel camino, de la imperiosa conveniencia de que la oferta mallorquina preservara su buena reputación, basada en el orden, la compostura y la seriedad. Cualidades al parecer en peligro, a causa de un éxito un tanto subitáneo y por ende atropellado.

(1) Salaverría, José María, *Viaje a Mallorca* (Madrid, 1933).

(2) Vidal Isern, José, *Mallorca. Paraíso del turista* («Index», Madrid, mayo 1933).

Nubes borrascosas en el verano mallorquín

Por escasas que sean las referencias sobre el tema, lo cierto es que a la tan ponderada calma de la isla de la ídem la estaban quebrantando a base de bien por algún paraje de los alrededores de Palma. Particular sobre el que, releídos con espíritu analítico, algo dejan traslucir por entre sus líneas ciertos párrafos del encendido panegírico de don José María Salaverría acabado de transcribir. Aquellos en los que el escritor expresa su satisfacción y contento por el «aire de libertad y exotismo» de la barriada hotelera de El Terreno, al aludir a su ambiente «confuso, híbrido, ambiguo y cosmopolita».

Calificativos cuya imprecisión adquiere rotunda corporeidad al cotejarlos con los sustantivos explicativos de la reacción de cierta turista inglesa, que precisamente en la primavera de aquel 1932 acortó sus vacaciones en Palma, por resultarle «odiosa a pesar de su belleza»:

«La encontré infestada de toda suerte de extranjeros indeseables, drogadictos, alcohólicos, maleantes, ricos ociosos y toda clase de parásitos. Con demasiados bares y demasiados borrachos: pudiera haber sido Montparnasse» (1).

Parecer que de llegar suscrito por alguna anónima dama no pasaría de ser una opinión individual y minoritaria de tantas, y hasta quién sabe si de alguna vetusta puritana o de alguna menopáusica difícil de contentar. Hipótesis totalmente fuera de diana en el caso presente. Por firmarla en su autobiografía una novelista de cierto prestigio, llevando sus treinta y dos años de edad de entonces con garbo extraordinario, a juzgar por las fotos en las contraportadas de sus libros. Más importante aún: por conferir a su juicio la autoridad de provenir de la autora de varios libros de viajes, redactados en plan profesional, y no vacacional, sobre ambientes y paisajes infinitamente más turbulentos que los de Palma.

De todos modos, una situación determinante para que una leve alteración del orden público en un hotel de El Terreno degenerara en un suceso que por espacio de bastantes semanas del verano y otoño de 1932 tuvo en vilo a la

(1) Mannin, Ethel, *Privileged Spectator* (Londres, 1938).

opinión pública norteamericana. De datos espigados en algunas importantes publicaciones de aquel país se deduce que en ocasión de hallarse una noche en el salón o terraza del Hotel Mediterráneo mister Rutherford Fullerton, un riquísimo hombre de negocios, descendiente directo de mister Rutherford Hayes, presidente en su día de los Estados Unidos, en compañía de unas cuantas botellas de licor, y dos matrimonios de artistas, invitados suyos, debiendo intervenir una pareja de la Guardia Civil al desmadrarse el comportamiento de los americanos, produciéndose una refriega, en el curso de la cual un número de la Benemérita recibió en uno de sus ojos un puñetazo propinado por uno de los artistas. Tras el paso de los americanos por el cuartelillo o comisaría, la cosa de momento terminó con el ingreso en prisión del artista, imputándoseles un cargo de bastante gravedad: agresión a personal militar de servicio.

Con la curiosa particularidad de actuar en el proceso instruido por la jurisdicción militar, como secretario, el comandante de Infantería don Francisco Vidal Sureda, secretario a su vez de la Sociedad del Fomento del Turismo. El incidente adoptó carices de auténtico asunto de Estado al ventear el caso la prensa americana, publicando varias cartas de los implicados, denunciando en términos dantescos las condiciones de la cárcel. Debiendo intervenir el embajador americano en Madrid, primero cerca de don Fernando de los Ríos, ministro de Estado, y, vista la falta de éxito, ante don Manuel Azaña, presidente del Consejo de Ministros y ministro de la Guerra, quien, en uso de sus atribuciones, ordenó la libertad condicional de los detenidos, bajo una fianza personal de la entonces exorbitante suma de 1.174 dólares por cabeza.

Liquidado el pintoresco incidente, los testimonios disponibles coinciden en calificar de óptima la temporada de 1934. En otro de sus artículos, el señor Vidal Isern computaba el anclaje en la bahía de Palma —sin concluir aún las obras de los muelles— de 234 paquebotes cargados de cruceristas, «calculándose que dejaron unos 30 millones de pesetas por los comercios y establecimientos de la isla». Recibiendo, para colmo de venturas, el renombre turístico de Mallorca, del 30 de octubre al 2 de noviembre de aquel mismo 1934, una especie

de reconocimiento mundial al servir de sede al XV Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viajes.

Excursionismo insular

Como a la primavera la flor de los almendros, a un tráfico crucerístico en aumento debieron en Mallorca su florecimiento las excursiones en autocar. En suficiente número para inducir a los propietarios de las cuevas del Drach a inaugurar, en 1932, la costosa iluminación en postal technicolor de las grutas y el lago, obra del ingeniero Carlos Bohigas, frescos aún en su haber los luminotécnicos laureles ganados tres años antes iluminando la Exposición de Barcelona.

También debió Valldemosa al excursionismo intensivo el que resurgiera la celda de la Cartuja ocupada por Chopin y George Sand identificada a carta cabal. Lástima que, por partida doble y por si fuera poco, amueblada cada una por el auténtico piano en el que el músico polaco compuso sus sonatas. Valioso el tanto que a su favor se apuntó, en 1934, madame Boutroux, propietaria de una de las polémicas celdas cartujanas, al organizar en la iglesia de la Cartuja un Festival Chopin, prestigiado con la asistencia de algunas personalidades del mundo musical internacional y por las autoridades de la isla, contándose entre ellas el comandante general de las Baleares, general Francisco Franco Bahamonde.

Celdas y pianos a pares desvirtuaban el romántico recuerdo de la pareja llegada a Valldemosa hacía cien años justos en pos de una calma que tan esquiva se les mostró en vida y en la muerte. Esgrimiendo el principio castrense de que en cuestiones de primacía la veteranía es un grado, la familia mallorquina de antiguo ocupante de la otra celda en discordia, lejos de arredrarla el golpe de efecto de la francesa, contraatacó, taco billetero en mano, a lo Agustina de Aragón. De ahí las agrias peloterías protagonizadas por ambas partes en el corredor cartujano, y ante los atónitos ojos de los grupos de turistas recién apeados de sus autocares, jurando y perjurando a grito pelado ser la suya propia, y no la vecina, la celda cohabitada por la escritora y su músico: espec-

título superior en pintoresquismo a las mansas exhibiciones de boleros mallorquines, que, incluidas en el precio de la excursión, tuvieron por entonces su comienzo como remate a la visita de la Cartuja.

Expansión hotelera

Una vez roto el centripetismo ciudadano característico de la infraestructura hostelera de Palma, la industria se desarrolló con cierto vigor acelerando su salida al encuentro del sol y del mar. Preferentemente, y por de pronto, al pie del castillo de Bellver, cedido en 1931 por el ramo de guerra al municipio de la capital, que declaró a los arbolados alrededores del monumento parque público.

El reforzamiento del núcleo hotelero de El Terreno, en torno al Victoria y al Mediterráneo, conllevó la baja del histórico Grand Hotel, que hacia 1935, y a los treinta y dos años de edad, echó los cierres y pasó a peor vida víctima de su pésimo emplazamiento en el casco urbano de la capital. Un simbolista añadiría en castigo de haberle vuelto las espaldas al mar que cimentó la valía de los establecimientos competidores.

Por su novedad, el rasgo más saliente de la hostelería mallorquina de los años treinta fue su marcha hacia el futuro, asentándose en la periferia de la isla. Paso incipiente aún por la modesta dimensión de los establecimientos, todos ellos rotulados con más redundancia que imaginación. Al Marisol, del puerto de Sóller, le salieron como eco un Maricel y un Miramar en Pollensa, un Miramar más en Alcudia, un Solarium en Cala Mayor, por citar algunos componentes de una no muy extensa relación.

Década no tan dinámica para el Hotel Formentor, del argentino Diehl, frustrados sus planes de convertirlo en el Montecarlo isleño de sus ensueños, al denegarle la República el permiso para implantar el juego. Fallido, en 1935, el intento de sortear el escollo por la tortuosa vía del *Straperlo*, del estraperlo original y propiamente dicho, e inspirándose en los cursos universitarios de verano para extranjeros de Jaca y Santander, el señor Diehl convocó en su hotel una «Semana de la Sabiduría», dirigida por el conde de Keyserling, concurrida por una

selección de lumbreras internacionales, en calidad de invitados, de los que por Mallorca jamás se supo una vez finalizada la Semana. Tampoco tuvo demasiado éxito la oferta gratis de parcelas en la enorme pinada de su propiedad a personajes de la categoría de Paul Norand, Miomandre, Bernanos, el conde de Keyserling, y no muchos más, por ser, como en el Evangelio, muchos menos que los llamados los que escogieron parcela.

Valga el lugar común de la bella durmiente para indicar la demora del despertar de Mallorca al cortejo del turismo extranjero. Y con bríos plasmados en la subitánea erupción de urbanizaciones turísticas puestas en marcha casi al mismo tiempo por lugares privilegiados de la isla, según las detalla el señor Barceló en un esclarecedor estudio del tema:

«En 1933 se inaugura la urbanización Cala d'Or (Santany), con 150 solares y cuya planificación y reglamentación en las construcciones son realmente ejemplares. En 1935 se crea la urbanización de Palma Nova, y por estas fechas existían planes de urbanización, algunos de ellos en vías de realización, en Can Picafort (Santa Margarita); en la playa de Alcudia, una de las más ambiciosas, que tenía un magnífico campo de golf y en que se había proyectado incluso un campo de aviación particular; el llamado Pueblo Español en Alcandada (Alcudia); la urbanización Bella Vista, en S'Arenal, y finalmente la Ciudad Jardín, con magníficas instalaciones deportivas» (1).

Iniciativas de tipo y magnitud inéditas por otras costas españolas, cercenadas su consolidación y desarrollo por acontecimientos fechados en julio de 1936. Cotejadas con las del ejercicio de 1934, el año estelar del turismo mallorquín, unas estadísticas de fiabilidades más al alcance de las islas que de zonas continentales, las del año 1935 muestran una perceptible flexión en el número de llegadas y de estancias hoteleras. Nada alarmante por motivarla la disminución del tráfico cruceístico, afectado por la guerra italo-abisinia. Incidente que, lejos de aminorar, realzó el magnetismo turístico de la isla de la calma, al seguir viviendo su vida desglosada e inconexa de los disturbios de una península debatiéndose en un clima de turbulencias políticas más tensas y crispadas por momentos. Como un ente geopolítico ais-

(1) Barceló Pons, Bartolomé, *El turismo en Mallorca en la época 1925-1936* (Palma de Mallorca, 1966).

lado de la Península a todos los efectos programaron a Mallorca las Agencias de Viajes extranjeras, y embellecida por tan relajante atributo figuró ante el punto de mira de quienes la eligieron como residencia no necesariamente temporal, sino permanente en más de un caso.

Condición necesaria y a la vez explicativa de que surgiera en Palma una prensa extranjera, inexistente en punto alguno de España, representada por los semanarios «Palma Post» y el «Majorca Sun», los «Die Woche» y «Die Insel», «Le Jeudi», además de la página cotidiana en el periódico local «El Día», titulada «Daily Chronicle».

Como en toda zona turística situada bajo la enseña de la baratura, el turismo mallorquín no acusa la presencia de apellidos internacionales como los que daban lustre y *cachet* a otros centros de arraigo consagrado. Destaca entre los visitantes de alcurnia, intelectual en su caso, el paso poco menos que clandestino a ojos isleños del Nobel irlandés W. B. Yeats, residente, en el invierno de 1935-1936, en el Hotel Mediterráneo y luego en Casa Pastor, una villa-pensión en el barrio de San Agustín. Amenizada su estancia por el número de visitas que recibió procedentes de Inglaterra e Irlanda, que mister Yeats hubiera continuado recibéndolas el invierno siguiente de no haberse visto obligado, por motivos líneas más abajo aludidos, a terminar los pocos años que le restaban de vida invernando en la Riviera francesa.

Por aquellos años Ibiza comienza a beneficiarse del turismo recibido por su hermana mayor, y fija en Santa Eulalia su residencia el novelista americano Elliot Paul, y en San Antonio el importante filósofo alemán Walter Benjamin. Núcleo germinal de un prometedor futuro turístico para el archipiélago erradicado por una causa que años más tarde el escritor Robert Graves, recién vecindado en Mallorca, rememoraría así: «El 18 de julio de 1936 fuimos evacuados de la isla unos tres o cuatro mil residentes, ingleses en su mayoría.» Frase apta para servir de epitafio a una brillante fase del turismo mallorquín.

Los Sindicatos de Iniciativa y Turismo

La instauración, en 1928, del, por tantos motivos brioso y eficaz, Patronato Nacional de

Turismo en modo alguno supuso estimulante para los diversos entes turísticos locales y provinciales más o menos privados conocidos con el nombre genérico de Sindicatos de Iniciativa. Más bien lo contrario, al magnificar el Patronato, con sus poderosos recursos económicos, la recelosa y exclusivista tendencia adoptada al respecto por su precursora, la Comisaría Regia de Turismo. En líneas generales, la actitud del PNT respecto a sus SIT, sus en potencia inestimables colaboradores, no pecó de amistosa, orientándose su política, en uno de esos repentes propios de las burocracias estatales de nueva creación, a absorber o duplicar sus funciones, particularmente en el campo de las oficinas de información.

Llegada la primavera de 1932, las asociaciones turísticas privadas trataron de salir del bache y revitalizarse en acción mancomunada al fundarse en la oficina del SIT valenciano la Federación Española de Sindicatos de Iniciativas y Turismo (FESIT).

La fecha de su constitución, aparte de su demora, no plantea interrogante alguno habida cuenta de lo socorrido de la fórmula federal, a partir de la década de los veinte, en los organismos turísticos de todo el mundo. Ejemplo: la Unión de Federaciones de Sindicatos de Iniciativa franceses, la UFSI, agrupando desde 1921 a treinta federaciones regionales, con más de seiscientos sindicatos.

Identificado el impulso fundacional primario, varias otras causas debieron intervenir para extraer a los SIT españoles de su particularismo, empujándoles a la acción consorciada. En primer lugar el deseo y la ocasión de suplir el inhibicionismo en el tema por parte del un tanto invertebrado Patronato Nacional del Turismo republicano, sin omitir el influjo de otro factor adicional. De que la tendencia federativa fuera fomentada por cierto sentimiento de tipo compensatorio ante la fiebre autonomista localizada en unas cuantas regiones norteñas del Estado español, en tanto al redropelo, en sus más estridentes expresiones, de la vocación ecuménica e internacionalista latente en el turismo.

Puede que pura conjetura. Pero avalada en cierto grado por el firme asentamiento del movimiento federativo en el área catalana-baleares. Y nada más estrenar Cataluña sus transferen-

cias autonómicas en materia de turismo, al tiempo que Mallorca, cuna y sede del primer SIT español, la Sociedad de Fomento del Turismo descollaba por ser zona en la que en un sosegado clima ambiental la recepción de invernantes extranjeros iba revistiendo abultadas cuantías. Razón determinante para que con general beneplácito de sus fundadores presidiera a la FESIT su promotor, don Francisco Vidal Sureda, ex delegado en Baleares del Patronato Nacional del Turismo hasta el derrocamiento de la monarquía y a la sazón secretario del SIT mallorquín.

Una vez constituida, la más perceptible actuación de la federación se realizó en su elemento natural, en el encarte de las Asambleas, celebradas anualmente con arreglo al calendario siguiente:

- I Asamblea Junio 1932 Palma de Mallorca
- II Asamblea Julio 1933 Barcelona
- III Asamblea Marzo 1934 Zaragoza
- IV Asamblea Mayo 1935 Alcalá de Henares
- V Asamblea Junio 1936 Tarragona

Valorada la acción de la FESIT en función de sus logros se la ve tarada de unos cuantos fallos estructurales, empezando con lo mucho que su morfología interna se distanció de la de su modelo, la UFSI francesa, concebida como una unión de federaciones regionales, en contraste con la excesiva heterogeneidad de los componentes de la versión española. Un abismo dimensional separaba a la Sociedad de Atracción de Forasteros barcelona y al Centro de Atracción y Turismo de San Sebastián, organismos semimunicipales pródigamente dotados de fondos, y a Sindicatos, de hecho regionales, como el aragonés y el valenciano, en contraposición de otros ubicados en localidades de parvo potencial económico, sin otro patrimonio que un ultravernacular entusiasmo por la patria chica, en su más mínima expresión vecinal.

Del restringido espacio geográfico cubierto por la FESIT deriva su escasa operatividad, evidenciada por la falta de arraigo y penetración por la importante región andaluza y zonas limítrofes, y corroborada al proyectarse su representatividad territorial sobre un mapa de España, observándose que su ámbito operativo efectivo diseñó un triángulo, con su base apo-

yada en San Sebastián, Palma de Mallorca y Valencia, con un vértice titubeantemente apuntando a Madrid. Tan romo y difuso en su ángulo de ataque, que de facto y por omisión, y de consuno con un más bien inerte SIT madrileño, al animoso SIT de Alcalá de Henares le correspondió la misión de, en el seno de la FESIT, servir de portavoz de los intereses turísticos de toda Castilla la Nueva.

Agravó esta fragmentaria aplicación del principio federativo lo sucedido por el cuadrante nordeste de la Península, de resultados del peso específico de la potente «Federació dels Sindicats de Turisme de Catalunya», integrada de lleno y en peso en la FESIT. Causante de una inevitable hiperestesia en los Sindicatos de otras regiones que no pudo menos que frustrar una más que deseable simetría al hacerse inviable el equilibrio por la imposibilidad de crear otras federaciones regionales de parecido volumen.

Por otra parte, la actuación preponderantemente asamblearia de la Federación la condenó a sufrir su obligado corolario. Reducir el alcance de sus reuniones a que al fin y a la postre unos mismos señores elevaran anualmente a las altas esferas de la Administración unas mismas peticiones desde lugares distintos. Lo que conduce al tema de las ambivalentes relaciones mantenidas por el Patronato Nacional del Turismo con la FESIT. Epitomizadas en cierto modo por el hecho de que, sin perjuicio de subvencionarles las Asambleas, se mostraran remisos en extremo en Madrid a potenciar a la Federación y mucho menos a sus más útiles dependencias: sus oficinas de información.

Un intento de localizar los principales puntos de fricción entre ambos organismos hace imaginar lo pésimamente que a uno tan altamente politizado en sus superestructuras, como el domiciliado en Medinaceli, 2, debieron sentarle la plétora de conclusiones denunciadoras de modo tácito de su escasa efectividad en la resolución de las cuestiones básicas del turismo nacional. Postura crítica exteriorizada de modo explícitamente contundente al aprobar la III Asamblea unas «Normas básicas para la organización racional y eficacia del PNT», recomendando el punto primero de su extenso articulado la conveniencia de mantener a la dirección del organismo turístico estatal al margen de la política, propugnando otro punto.

menos utópico a todas luces, la pertinencia de que en equitativa extensión de la norma arbitrada para Cataluña, recayera en los SIT, y por delegación, la organización del turismo a nivel provincial.

Pasando revista a menos conflictivos acuerdos asamblearios destacan dos de ellos por su visión de futuro y sentido anticipativo. El adoptado en la IV Asamblea, la única a la que asistió una representación del Patronato, en la persona de su secretario general, don Ignacio Bäuer, que, aunque no por unanimidad, hizo suya la propuesta malagueña de solicitar del gobierno la despenalización de los juegos de azar impuesta por la Dictadura. Más viable, por menos polémica, la que instó de los Poderes Públicos (*sic*) la creación de una Escuela Oficial de Turismo dividida en dos secciones: una de preparación de expertos de turismo y dedicada la otra a la formación profesional de peritos hosteleros.

En contrapartida a la falta de eco de la mayoría de sus propuestas, los SIT españoles lograron una de sus más caras reivindicaciones: equipararse a sus homónimos franceses en sus relaciones con la Administración Central. Firmado el 21 de noviembre de 1935 («Gaceta» del 26) por don Joaquín Chapaprieta un decreto de la Presidencia del Consejo de Ministros, declaró Asociaciones de utilidad pública a la FESIT y a cada uno de los sindicatos integrantes de la Federación. Seguidamente se especificaban las vías de acceso al calificativo y las funciones y facultades adscritas a la distinción:

«Para optar a esta consideración, la entidad solicitante deberá usar estatutariamente, como título o subtítulo, la denominación de Sindicato de Iniciativa. Se les encomienda el inventario turístico de su zona de actuación, organizar su adecuada explotación económico-turística, proporcionar información gratuita y propaganda práctica y lo menos costosa posible.»

En definitiva, nada sustantivo por carecer la FESIT de una adecuada organización administrativa para llevar a sus últimas consecuencias las posibilidades del campo de actuación arbitrado por el decreto.

Volviendo a la evocación de sus Asambleas, cierra las del ciclo fundacional la VI de Tarragona, aprovechada para conmemorar en gran estilo el XXV aniversario del SIT local. Con

una lucida Exposición de Turismo y las excursiones de rigor, rematadas con una inolvidable al monasterio de Poblet, destruido en 1838, y acabado de ser restaurado a expensas del mecenazgo de don Eduardo Toda.

Visita realizada en circunstancias irrepetibles no desprovistas de cierta significación simbólica a nivel nacional. Un mes antes de que a consecuencia de una serie de acontecimientos rabiamente antiturísticos de vasto alcance, desencadenados a mediados de julio de 1936, el insigne monumento retornara en materia de unas cuantas horas vandálicas a su estado de pura ruina.

Agencias de viajes

Opinan los modernos economistas que la Gran Depresión no afectó a España y Portugal de modo directo hasta sufrir sus exportaciones las consecuencias de los acuerdos preferenciales establecidos en 1932 por la Commonwealth, en la Conferencia de Ottawa. No así en lo que al turismo interno español respecta, que, salvando distancias de todo tipo, presenta insospechado paralelismo con la dinámica del de los Estados Unidos por las mismas fechas. En un contexto de recesión económica y serias alzas en los niveles de desempleo, también se registraron sensibles elevaciones de salarios, que, unidos a factores de índole sociológica, conexos con tendencias ya apuntadas a finales de la década anterior, determinaron una amplificación del mercado viajero nacional, con exponente adecuado en una interesante floración de Agencias de Viajes.

En Madrid, junto a las oficinas de la Wagons-Lits, y de la sucursal de la Marsans, presidente su fundador, don José, de la Asociación Nacional de Agencias de Viajes, se instalaron las oficinas de las Hamburguesas, hoy Viajes Norda; Viajes Carco, la Cafranga, en San Sebastián, y la Valencia Exprés donde su rótulo indica. Más activo el núcleo barcelonés, el más importante, con mucho, de los existentes en el territorio nacional, operante en el seno de una mesocracia más afluyente e internacionalista que la de cualquier otra región española. Nacidas éstas en su mayoría al filo de la oleada general de expectativas generada por la preparación de

la Exposición de 1929, la Internacional Express, Baixas, Barcelona Express y Viajes Catalonia, filial de Viajes Iberia, de Palma, superaron condiciones no del todo propicias a veces para los viajes de placer, consolidándose como empresas llevando a buen fin no sólo giras a la Costa Brava, Montserrat y Mallorca, para lo que nunca hubo problemas de monta, sino para organizar excursiones al Pirineo aragonés, *tours* Barcelona-Andalucía y a diversas zonas de Francia, actividades complementadas con la venta de pasajes en los numerosos cruceros que tocaban en la Ciudad Condal.

A la bonanza crucerística y a las escalas de los barcos de pasajeros con las Américas, deben su origen Agencias dedicadas a excursiones por tierra como la Bakumar, de Málaga, fundada por consignatarios de buques, como los diez que, consorciados, establecieron en Vigo y en Villagarcía la SADIT, Sociedad Anónima de Iniciativas Turísticas.

Debe ser consignado a título de curiosidad el relativamente elevado número de españoles burgueses y burguesillas, y a ver qué vida, clientes de 1932 a 1935 de los *tours* trisemanales a la Unión Soviética organizados desde París por la Intourist, vendidos en España por la Carco y la Wagons-Lits/Cook, a dos mil pesetas precio *standard* en clase turista y *tout compris*. Pletórico de pormenores técnicos sobre el particular el relato que consta en *El apasionante mundo del libro. Memorias de un editor* (Madrid, 1972), de José Ruiz-Castillo Basola, obra publicada por el participante en una excursión realizada en 1933, el año del reconocimiento de la URSS por la República española.

El principio de un fin

Es posible que el desbarajuste institucional incidiera poco en el ánimo del visitante extranjero en recorrido por una España eminentemente vital e incandescente, pero —y cifras cantan— al visitante potencial pareció afectarle en medida mensurable la magnitud del desorden endémicamente desatado en el país. Cabe interpretar como indicador de esta reticencia la cancelación de los aterrizajes de los zeppelines alemanes en los postes de amarre de los aeró-

dromos del Prat y Tablada, en Barcelona y Sevilla, respectivamente, etapas fundamentales en los viajes de ida y regreso al continente americano.

Fuera por las razones que fuesen, aquel tráfico hacía unos pocos años tan lozano y prometedor daba muestras de irse gradualmente amortiguando con tendencia a la extinción, al tiempo que por el resto de Europa el turismo vivía una fase de auge. Datos facilitados por el organismo central del turismo español indicaron que los 440.500 turistas extranjeros venidos en 1930 provistos de pasaporte, reculaban en 1932 a 202.000, y a 191.000 en 1934. De ellos, más de la mitad de nacionalidad francesa y portuguesa, inflacionando el total el paso del personal por ambas fronteras, repasándolas en el día. Sólo San Sebastián, Barcelona y Palma, y gracias a la escala de cruceros, registraron incrementos efectivos en sus cifras de visitantes, que, transferidos a las estadísticas globales, no pudieron menos que disimular la profundidad de la recesión turística española.

Hasta aproximarse el verano de 1936, con las cosas de mal a peor. Muchos puntos por delante la ofensiva huelguística española de las que por aquel tiempo hacían tan incómodo el paso por Francia para el viajero, encabritándose en escalada el toma y daca de los asesinatos políticos, hasta finalmente estallar *manu militari* la gran *cremá* del 18 de julio, en pleno curso una temporada turística problemática de por sí.

Por lo menos, y dentro de la ola de locura desatada, irreprochable la conducta con los visitantes de las dos facciones confrontadas en lo que rápidamente iba tomando visos de guerra civil. Cuantas referencias y vivencias personales poseo indican que tanto las autoridades del bando «nacionalista» como las del «republicano» o «leal» compitieron extendiendo atenciones a todo titular de pasaporte extranjero, facilitándole los medios para salvarse de la quema accediendo a las fronteras francesa, portuguesa o la de Gibraltar.

El turismo en la guerra civil (1936-1939)

Enfrascados los españoles en una guerra fratricida de inmensa resonancia universal, nota

surrealista, si las hubo, que en el invierno de 1938, con la batalla de Teruel en su punto álgido, en el organigrama administrativo del primer gobierno llamado «de Burgos», se creara —así, como suena— un Servicio Nacional de Turismo, de hecho Dirección General, encuadrado en el recién fundado ministerio del Interior. Salvada cuanta incongruencia coyuntural que el hecho comporta, el nuevo Servicio no desentonaba del todo en el seno de un ministerio subdenominado de Prensa y Propaganda, que bajo la titularidad de don Ramón Serrano Súñer, de momento funcionó exento de competencias policiales que normalmente suelen serle propias, a la sazón responsabilidad de un ministerio de Orden Público y de Fronteras, con sede en San Sebastián. Siempre y cuando, dadas las circunstancias, se le vaticinara al Servicio en cuestión el destino reservado a tantas entelequias burocráticas que nacen vacías de contenido.

El Servicio Nacional del Turismo

Contenido que en este caso le vino adherido a la persona de su jefe, don Luis A. Bolín, un periodista malagueño de buena planta y dinamismo incontenible, estupendamente relacionado por el exterior desde los tiempos en que prestó servicios de agregado de prensa en la Embajada española de Londres y en el secretariado de la Liga de las Naciones de Ginebra. Un políglota consumado que de turismo entendía lo suyo. Tanto por vocación como por haber simultaneado sus viajes y corresponsalías, con el desempeño, hasta que el primer gobierno republicano le destituyó, de la subdelegación zonal de Andalucía y Canarias del Patronato Nacional del Turismo.

Protagonista en varias peripecias conspiratorias relacionadas con el alzamiento militar de 1936, no puede decirse que el nuevo destino le supusiera al señor Bolín ascenso alguno en su carrera política. A lo sumo un cambio de actividad, ya que vistiendo el flamante uniforme de capitán de la Legión, venía desempeñando con lucimiento y constante trajín la jefatura de prensa extranjera del Cuartel General del ejército nacionalista, encargado de las relaciones con los corresponsales de guerra venidos del exterior.

Tan pronto como en Burgos, en febrero de 1938, tomó el señor Bolín posesión de su cargo, emprendió rumbo a San Sebastián, instalando sus reales en unas dependencias del teatro Victoria Eugenia. Tan corto de presupuesto como de oportunidades legítimas para gastarlo, improvisó su plantilla de personal con cinco funcionarios del Patronato original, casi todos evadidos de Madrid, vía Embajada, sin otro material de trabajo básico que una «Remington» portátil propiedad del ilustrísimo señor jefe del Servicio (1).

Nunca fue el señor Bolín hombre capaz de aguantar mucho tiempo inventándose, retrepado en la poltrona, expedientes que repasar, malgastando energías en tareas de sustantividad similar. Prefirió elevar la calidad de la hostelería de la zona, inspeccionando personalmente precios y servicios, ocasión que le permitiría apreciar el florecimiento de puntos como San Sebastián y Santander, que, exentos de amenazas de bombardeos aéreos, prosperaban inundados de pudientes familias «refugiadas» de Madrid y Barcelona.

Al poco de asentado en San Sebastián y puestas sus azules pupilas en el succulento mercado turístico veraniego de Biarritz y de San Juan de Luz, se le ocurrió al señor Bolín una iniciativa turística, curiosa por derecho propio, sin precedente alguno y que importa recordar. Aunque no fuera más que para en toda Historia del Turismo figure ocupando el lugar que le corresponde un increíble fenómeno de turismo puro: un punto luminoso también destacando sobre el trágico trasfondo de nuestra guerra civil. Se le ocurrió la idea de, en pleno fragor bélico, ofertar al *voyeurismo* extranjero unas excursiones en autocar, ajustadas a los más ortodoxos cánones de los circuitos a *forfait*, con la guerra en curso a modo de cebo o *réclame* muy a tono con las preferencias de una demanda coyuntural.

Las Rutas Nacionales de Guerra

Tanteadas sobre el terreno y con el asesoramiento de un experto, el teniente coronel don Francisco Vidal Sureda, activísimo durante los

(1) Datos extraídos de Bolin, Luis, *The Vital Years* (Londres, 1967).

años republicanos en la promoción del turismo mallorquín, las posibilidades del plan, se llegó a la conclusión de la viabilidad del proyecto. Acto seguido se procedió a planificar la excursión, cuyo itinerario, partiendo del puente internacional de Irún, comprendía Bilbao, Laredo, Santander, Gijón, Oviedo y regreso al punto de partida por Covadonga, Santander y San Sebastián, reducidas en la programación al mínimo las dosis visuales de las huellas de la guerra. De hecho limitadas a un atisbo a las fortificaciones del «Cinturón de Hierro» de Bilbao, a los muros ennegrecidos del cuartel gijonés de Simancas y a las ruinas del casco urbano de Oviedo, ya en proceso de reconstrucción, con énfasis en las vertientes panorámicas, gastronómicas y monumentales de la zona a recorrer: relajada, bien abastecida y en absoluta calma y tranquilidad.

Mucho más turística, en suma, de lo que en sustancia, y una vez aprobado el proyecto por la suprema autoridad, prometía el decreto que creó la primera ruta, fijando los fines perseguidos en «la oportunidad y utilidad de organizar viajes de extranjeros a España, con objeto de que recorran las Rutas de Guerra del Norte, en donde, en el magnífico escenario de un paisaje incomparable, pueden visitarse los lugares más relevantes de aquella gloriosa etapa de la Cruzada, proyecto cuya realización servirá de inteligente propaganda de la Causa y ayudará a la obtención de divisas extranjeras» (1).

Tarifado el *forfait* inaugural y siguientes al precio de nueve libras esterlinas, o su equivalente en divisa foránea, terminantemente excluidas las pesetas. Cada billete confería al viajero que lo adquirió el derecho a recorrer en nueve días, a bordo de un excelente autobús, unos mil kilómetros de carreteras generosamente salpicadas de baches y con docenas de puentes en curso de reparación, amén de tres opíparas comidas cotidianas y a los servicios de un guía competente y ducho en lenguas extranjeras. Planificación teóricamente impecable, más que razonable su precio, con un itinerario apasionante y, en tales circunstancias, absolutamente original. Todo a punto y a pedir

de boca, pues, de no quedar por ultimar algún que otro detalle. Por ejemplo, el de los autocares, piedra angular de la operación. Faltaba por producir en la realidad unos autobuses de momento sólo existentes en el papel: en el papel del contrato sobre el que se formalizó la operación de compra.

En el hecho de que los vehículos fueran americanos en lugar de alemanes o italianos debieron intervenir consideraciones más técnicas que políticas. El caso es que la elección recayó en el «Dodge» de 30 plazas, de interior completamente metálico, excepto el cristal del parabrisas y ventanas. Austeridad decorativa no inspirada en criterios estéticos ni tampoco económicos. Se adquirió una partida de los famosos y durables *school buses*, expresamente fabricados por decenas de millares en los Estados Unidos para trasladar de sus domicilios a las escuelas a los energéticos grupos de muchachos americanos del «New Deal».

Tras premiosas diligencias, no exentas de *suspense* y de carreras contra el reloj y el *tempo* administrativo del ministerio de Hacienda burgalés, trámites probablemente acelerados por la personalidad y malas pulgas del siempre expeditivo señor Bolín, dos días antes del primer *tour*, descargaba un carguero americano en el puerto de Bilbao 20 autobuses color naranja, pagados al contado, por adelantado y en divisa fuerte. Lo que en la fecha prevista, a primeros de julio de 1938, unas semanas antes de comenzar la batalla del Ebro, posibilitó la salida del puente internacional de Irún de la «Ruta Nacional» inaugural. Compuesta por un pasaje por su número y calidad casi simbólico. Tres monjas francesas y un periodista británico de izquierdas, poco ducho, al parecer, de la mecánica psicológica de la publicidad turística: «Una vez de regreso a su país —apostilla en su libro el señor Bolín— escribió que nuestros *tours* funcionaban principalmente favorecidos por monjas, declaración que, aparte de no estar totalmente desprovista de verdad, nos ayudó a captar unos cuantos clientes más.»

Siempre y cuando se salvaran de alguna manera los requisitos impuestos a sus ciudadanos por el gobierno francés, aludidos por R. Brasillach, que en julio de 1938, en compañía de dos amigos, realizó una extensa excursión en automóvil particular por la zona nacionalista:

(1) Decreto del Ministerio del Interior de 25 de mayo de 1938: «TURISMO. Organización para el verano "Ruta de Guerra del Norte"» («Boletín Oficial del Estado», Burgos, 7 de junio de 1938).

«En aquella época era arduo el paso de la frontera. Era preciso firmar de antemano en París unos papeles exonerando al Estado francés de toda responsabilidad y jurar no hacer nada en contra de la no intervención, ni algo que indujera a pensar que se inclinaba uno más por un partido que por otro. ¡Joyeuse plaisanterie!» (1).

Sin embargo, y según su originador, parece ser que el cliente, decidido a participar en las «Rutas», tropezó con muy pocas trabas para satisfacer su deseo: «Para simplificar la cuestión y vender más billetes, aceptamos viajeros sin visado y en algún caso nos hicimos los distraídos si carecían de pasaporte.» Pragmatismo responsable a buen seguro de que antes de finalizar aquel verano unas «Rutas» menos de guerra cada vez, prolongaran su recorrido hasta Galicia y las Rías Bajas, con Santiago de Compostela de plato fuerte, regresando por León, Valladolid y Burgos —con un estupendo Hotel Condestable acabado de construir a marchas forzadas—, fallando un intento de ampliarlas con un circuito con arranque en Tuy, comprensible a causa del recrudescimiento de las características prevenciones de Oliveira Salazar respecto al turismo hacia el exterior.

Las «Rutas» no entraron en fase de hibernación al aproximarse las lluvias del otoño de 1938. La organización trasladó a Sevilla sus cuarteles de invierno, para desde allí operar el circuito del Sur, con demanda satisfactoria desde Gibraltar, discuriendo por Jerez, Cádiz, Algeciras, Málaga, Granada y Córdoba, con algún tramo en esta última etapa tangente en demasía con los frentes de combate. Circunstancia que hizo coincidir el tránsito de algún autocar que otro con alguna que otra salva de obuses o morteros, sin bajas que lamentar, aparte del repeluzno: expresión por vía artillera de la extrema impopularidad de aquellas excursiones en el bando rival.

La popularidad de las «Rutas» tropezó con el inconveniente de privárselas de publicidad por considerarlas vehículo de propaganda política. Y con razón. Aspiración normal en el cuadro de las eufemísticas «guerras psicológicas» inscritas en el contexto de las modernas

contienda. Objetivo declarado en el decreto que las creó, al que contribuyeron en grado apreciable unas excursiones que por lo general dejaron en su clientela excelente sabor de boca. Entre los testimonios impresos destacan los de la popularísima novelista inglesa Kate O'Brian, cuyos artículos, recogidos en su *Farewell Spain* (1939), pusieron por las nubes tan insólita manera de hacer turismo, se supone que animando a algún lector suyo a comprobar personalmente la veracidad de sus encomios.

No ha lugar, por contra, a especulaciones de ninguna clase en cuanto al fruto económico de las «Rutas». Máxime de estimar que nada atestigua el éxito de una empresa concebida como tal que la rentabilidad de la inversión. Consideración que sitúa a las españolas de guerra ostentando una distinción no muy común en empresas de carácter estatal, al liquidarse con un opíparo superávit, según datos obrantes en libro del señor Bolín. Del balance que facilita resulta que deducidas las amortizaciones y gastos de explotación de una flotilla de autocares, cuyo coste ascendió a la cantidad de 600.000 pesetas (pesetas de aquel entonces), complementadas por un capital operacional de 200.000 pesetas más, los beneficios obtenidos e ingresados en el erario nacional en divisas superaron los siete millones de pesetas, no sé si de las de entonces también. Sin englobar dicha suma el importe de la venta, años después y en pública subasta, de la primera promoción de vehículos, a precios muy superiores a los de coste, pero ya en otra clase de pesetas.

Nada más deseable en aras de la simetría histórica y de la ecuanimidad que equilibrar la exposición del tema con el aporte de algunas iniciativas turísticas extraídas de la zona republicana. Por lo visto inexistentes por obvios impedimentos, mayormente aeronáuticos. Con el título que se le puso al famoso lienzo, es dudoso que el «Guernica» de Picasso, rey y señor en 1937 del modesto pabellón español de la Exposición Universal de París, incentivara las visitas a la zona. Al igual que la oficina del Patronato Nacional del Turismo, en el *boulevard* de la Madeleine, dedicada a la propaganda antifascista y al reclutamiento de voluntarios para las Brigadas Internacionales. Ni la superioridad en reservas oro, ni unos poderosos medios publicitarios, a escala internacio-

(1) Brasillach, Robert, *Notre avant-guerre* (París, 1941).

nal, permitieron duplicar en especie la fórmula del señor Bolín.

En primer lugar por quedar todas aquellas ventajas reducidas a la inoperancia, debido a las condiciones viajeras prevalentes en la parte de España regida por el gobierno de Valencia o Madrid. Suplan la documentación de que en este momento carezco algunos testimonios más o menos literarios, pero de solvencia reconocida. El párrafo inicial de *L'Espoir*, de André Malraux, por ejemplo, alusivo al Hotel Colón de Barcelona, erizadas sus terrazas de ametralladoras antiáreas. Procuran válidos informes sobre el mismo tema los reportajes de un invitado cubano al II Congreso de Escritores, celebrado en Valencia en 1937, publicados en una revista de gran difusión por los países americanos de habla española. El simple hecho de trasladarse a la sede del Congreso requería precauciones excepcionales:

«No formen caravana. Cada automóvil a noventa metros del otro. ¡Si se detienen, resguarden el auto debajo de un árbol! Tales son las órdenes formuladas por nuestro "responsable", Rafael Alberti, ante el edificio de la Alianza de los Intelectuales, punto de reunión de los delegados al Congreso» (1).

Consta otra información sobre el mismo particular en cierto texto testimonial, calificado hoy de egregio. Comienza con el relato de la

odisea de los siete personajes de la obra, en trance de atravesar en automóvil la Plana castellonense, camino del albergue de la carretera de Benicarló, y cortarles el paso, exigiéndoles la documentación, una patrulla de vigilancia al mando de un cabo analfabeto. Incidencia perfectamente justificada en un país en guerra. No así el pánico, que, según el autor, les inspiró el temor a perecer liquidados a tiro limpio y en campo raso. Tal es al menos la viñeta con que comienza *La velada en Benicarló*, firmada por uno de los supuestos viajeros, don Manuel Azaña, presidente de la República española.

* * *

Los tres años de guerra civil tuvieron de colofón seis meses de tregua, prácticamente empalmados, sin solución de continuidad, por cinco años de guerra mundial, de la que, para bien suyo y de su turismo, España se salvó. Desde el 8 de agosto de 1939, y con el señor Bolín como titular, la Dirección General del Turismo, creada en la fecha indicada, hizo cuanto pudo para reorganizar una actividad poco menos que utópica, dadas las circunstancias, instalada en la sede del desaparecido Patronato Nacional del Turismo, en la calle de Medinaceli, 2.

EL TURISMO EN PORTUGAL

Superando décadas de inestabilidad permanente, Portugal se asoma a la década de los treinta en postura potencialmente propicia para volver a recibir visitantes. No es poco en su caso que bajo la «Ditadura» del general Carmona el país se mantuviera tranquilo, disfrutando de una calma hacia generaciones perdida y vigorizada su economía por obra y gracia del aún casi anónimo ministro de Finanzas, el

profesor Oliveira Salazar. Artífice del semi-prodigio de, en un brevísimo plazo, cuadrar los presupuestos estatales por primera vez en setenta y cinco años, liquidar la deuda pública con superávit y robustecer en grado increíble el crónicamente derrumbado escudo: bien es verdad que elevando los impuestos, reduciendo el gasto público y tras proceder a una feroz poda de funcionarios.

En concordancia con los inicios de un período de recuperación nacional, surgieron algunas

(1) Carpentier, Alejo, *España bajo las bombas* («Crónicas», tomo II. La Habana, 1976).

realizaciones turísticas, fruto de una iniciativa privada estimulada a la inversión. Como el hotel Santa Luzia, en la cumbre de una colina, dominando el bucólico paisaje de Viana do Castelo. Ninguna más trascendente que la última en la de pronto denominada «Costa do Sol», con su foco en el ya veterano centro veraniego de Monte Estoril, promovida su extensión y modernización por Fausto Cardoso Figueiredo, mucho más destacado que en su profesión de farmacéutico por su vista de águila para los negocios. Adquirida la quinta de Vianinha, con la cooperación del ferrocarril Lisboa-Cascaes, el señor Figueiredo formó la Sociedad Estoril-Plage, urbanizando los terrenos y hasta financiando, llegado el caso, la construcción de chalés en sus parcelaciones.

Una empresa de altos vuelos respaldada por la reglamentación de 1927 de los juegos de azar, medida en cuya adopción el señor Figueiredo tuvo no poca intervención. Un audaz proyecto el del nuevo Estoril, concluido en su parte esencial al inaugurar, en agosto de 1930, los hoteles Palacio y Tamariz y el Casino Internacional, de cara a un tanto distante mar al que le unieron unos hermosos jardines rectangulares al estilo de los de Montecarlo. De «A primeira realização turística portuguesa» califica a su creación la inscripción que campea en el pedestal que sustenta la efigie en bronce y de cuerpo entero del señor Figueiredo, presidiendo con un plano en la mano el impresionante conjunto que creó.

Subestimación del turismo en el «Estado Novo»

La consolidación del régimen nada más que autoritario presidido por el general Carmona precisaba superar su carácter interino definiendo sus rumbos y aclarando su naturaleza política. Trámite cumplido en su aspecto sustantivo en julio de 1932, al ocupar la Presidencia del Consejo de Ministros, emergiendo de su anonimato el frugal y morigerado hombre fuerte de Portugal, para de modo ostensible y autoridad mayor proseguir la empresa regeneracionista del país, llevada a buen fin como ministro de Finanzas, cartera que conservó.

Atendidos los perfiles corporativos, al modo italiano, infundidos por Oliveira Salazar al

nuevo Estado de su invención, pudo considerarse insoslayable la inserción del turismo en el nuevo organigrama administrativo, en tiempos en que, con la excepción anglosajona, no hubo gobierno occidental desprovisto de un organismo específicamente encargado de dirigirlo y fomentarlo. No así en el particular caso portugués. Más cierto, por el contrario, que en momento alguno de su prolongado mandato se hizo el exitoso ex profesor de Economía merecedor al reproche de depositar excesiva fe en el turismo, un tanto dificultada ya su promoción por el exterior, a causa de la robustez del escudo en años de recesión viajera.

Organización turística

Camino de figurar Portugal como punto de destino turístico recomendable, es curioso, además de anómalo, que se ocupara de reanimar la corriente visitante un organismo de nueva planta, que tuvo de modo explícito excluida tarea tal de su ámbito de actuación. Patentiza la extralimitación de la Secretaría de Propaganda Nacional en el área indicada, que al ser creada, el 20 de octubre de 1933, el propio Oliveira Salazar definió a su titular, y en cuatro puntos concretos, las funciones que debería atender al frente del cargo: «Seja verdadeiro. Defenda o essencial. Proteja o Espirito. Nao gaste moito.»

Misión de fácil cumplimiento sin rebasar las lindes impuestas de no haber sido designado secretario de Propaganda un hombre en aspectos, múltiples la antítesis y contrafigura de Salazar. Flagrante el contraste biográfico y temperamental entre el dictador portugués y Antonio Ferro, su brillante secretario de Propaganda. Mientras el ex seminarista, hombre ascético, eminentemente de estudio y despacho, jamás había salido del país; el Paul Morand portugués contaba en su haber con un sinfín de viajes, regresando de algunos con incisivas entrevistas con las más sobresalientes figuras del tiempo: desde Primo de Rivera (don Miguel), D'Annunzio, Mussolini y Mustafá Kemal, hasta Douglas Fairbanks, Jean Cocteau y Charlie Chaplin. En oposición al retraimiento e introspección de Salazar, Ferro se manifestó mundano, exuberante, esteta, epicúreo, innovador, estrechamente relacionado con los círculos lite-

rarios más en vanguardia, franceses en especial, lo mismo que su esposa, Fernanda de Castro, poetisa de reconocido prestigio.

Es comprensible que con parejas credenciales Antonio Ferro entendiera que ningún procedimiento más resolutivo para propagar el lado favorable de su país que haciéndolo visitar por la máxima cantidad de personalidades extranjeras, escritores con gran audiencia que con sus plumas confirieran a Portugal la buena prensa que desesperadamente precisaba. Tarea emprendida instalado en unas modestísimas oficinas de un edificio cualquiera de la rúa S. Pedro de Alcántara. Para proseguirla al poco, más en su estilo, en el precioso palacio Foz, una vez desalojado, claro está, por el suntuoso «Maxim's», más por falta de clientas que de clientes.

En funciones de gran animador del turismo lusitano, Antonio Ferro no dio la sensación de verse demasiado coartado por el hecho de tener que desarrollar su labor a través de los organismos turísticos existentes. La «Repertição de Jogos e Turismo», una modesta sección administrativa dependiente del ministerio del Interior, las dos Casas de Portugal, en Londres y París, dependientes del de Asuntos Extranjeros, y a nivel local, de las «Comissoes de Iniciativas e Turismo», recipiendarías a propuesta de la Secretaría de Propaganda de ayudas económicas para la ejecución de proyectos específicos, determinados por la propia Secretaría. Tales como la campaña de urbanización rural y de exaltación de la arquitectura popular, que tanto alegró la fisonomía de tantos pueblecitos portugueses, así como el renacimiento de la artesanía y del folklore. Marco de actuación en el que se inserta el suministro gratuito a los pescadores de la playa oficialmente típica de Nazaré de lotes de paño cuadriculado a fin de que preservaran sus pintorescos atuendos.

No supone menoscabo de la óptima labor propagandística de Antonio Ferro, su fuerte verdadero, reconocer que de poco hubieran servido sus desvelos de no contar con el soporte de los hechos para realizar el despegue del moderno turismo portugués. Contó con la cooperación de la espectacular política de obras desatada por el ingeniero Duarte Pacheco, ministro de Obras Públicas y Comunicaciones, desde 1932 hasta su muerte, en 1943, como el gue-

rrero en su campo de batalla, en un accidente automovilístico sufrido en una de las excelentes carreteras que construyó.

En sincronía con la tarea de poner al día y a la hora el sistema de transportes portugués, no menos cara al eficaz y versátil ministro la empresa de restaurar, adecentar y hasta reconstruir por las buenas, y llegado el caso, el malparado patrimonio monumental del país. Dirigiendo un equipo de arquitectos adiestrado al efecto, el ministro Duarte Pacheco, en plazos asombrosamente breves, consiguió ir ofrendando al turismo y a un orgullo nacional en vías de recuperación conjuntos medievales de la categoría de Obidos y Guimarães, castillos y monasterios como los de Leiria y Thomar, por citar las obras más prominentes de una extensa relación. Campaña complementada por la imaginativa decoración del interior y exterior de las estaciones ferroviarias, a base de fijar en muros y fachadas centenares de kilómetros cuadrados de paneles de azulejería, tan enraizada en la arquitectura civil y religiosa lusitana. Por ilustrar las escenas y panorámicas turísticas alusivas a cada lugar, vistieron de alegre cromatismo blanquiánil, con visos de cartel mural, el acogedor ademán de las estaciones que saludaban el paso de los trenes.

Un cúmulo de actividades las del tándem Ferro-Pacheco desplegadas todas acordes con lo que puede considerarse rasgo característico de la filosofía turística de Oliveira Salazar. Bastante similar en espíritu a la que animó al otro lado de la frontera a la Comisaría Regia de Turismo. Un concepto del turismo, el de Salazar, que por su sentido eminentemente nacionalista admite el lema de «Portugal para los portugueses», por limitar de momento sus objetivos respecto al turismo extranjero a la captación de una clientela conservadora, no muy numerosa y de alto rendimiento *per cápita*.

La nueva Lisboa

Lógico y natural que el empeño de pulir y brillantar la imagen portuguesa tuviera campo de actuación preferente en la capital del país. Obras de alta vistosidad la urbanización del parque de Eduardo VII, dotado desde 1930 con una interesantísima Estufa Fría,

para disfrute de los amantes de la botánica tropical, y sin merma de su aire hindú-morisco, y la repriminación de la plaza de toros de Parque Pequenho, en la que, en 1933, y con carácter experimental, llegaron a celebrarse dos corridas a la española. Sin secuencia posible por las protestas provocadas entre la afición local: más que por el estoqueo a muerte de los astados, encanto y deleite del taurófilo portugués en sus excursiones por España, por interpretar la ejecución de la suerte suprema en su propia casa como una especie de represalia subrepticia contra la victoria de Aljubarrota.

Objetivo primordial en el programa de embellecimiento de Lisboa la restauración y conversión en parque-mirador del dominante castillo de San Jorge y la limpieza del barrio de la Alfama, extendido por sus laderas, sustituyendo un racimo de casuchas, de mal ver pero de buena situación, por el Miradouro de Santa Luzia, una bella pérgola ajardinada, decorada con muestras de azulejería de calidad —la firma de Duarte Pacheco—, atalaya de unas fenomenales vistas al estuario del Tajo. Marco idóneo la redimida Alfama para los cafetines en los que imperó un fado triston y lastimero, más orientalizado quizá y de modo más o menos subconsciente que en sus formas originales. Adoptado al paladar de los turistas expuestos ya a los efluviosseudomorunos del flamenco español. De todos modos, la escasa trepidancia y artificiosidad de la vida nocturna lisboeta quedaba deslucida ante la consideración extranjera por el *status* victoriano o prepombalino de la mujer portuguesa, excluida en términos generales de la vida pública del portugués.

Punto flaco en el dispositivo turístico de una Lisboa antigua y señorial, una hostelería estancada en los últimos tiempos de la monarquía, integrada en 1933 por 27 hoteles, con 1.268 habitaciones, más de la mitad de tercera clase. Un equipo nada a la altura de los tiempos tuvo al menos la compensación de enriquecerse con un establecimiento sin par, el legendario, aristocrático y en razón de su escasa capacidad alojativa exclusivísimo Hotel Aviz, instalado en un palacete *belle époque* por los hermanos Ruggeroni: dos gibraltareños de enorme gusto e imaginación, que lo habilitaron con una serie de *suites* suntuosamente amuebladas con mena-

je auténticamente de época, denominada cada una con el nombre de un rey de Portugal.

Interesante la materialización práctica de algunos monumentos hacia años proyectados. Para infundir cierta animación estética en la monotonía del cemento cuadrulado que iba surgiendo en distritos, por alejados de la plaza de Rossio poco frecuentados por el turista, se elevó en una de sus anchísimas avenidas un efervescente monumento marmóreo a la Guerra Peninsular, o sea, a la librada contra Napoleón, dándole cumplido remate visual a una capital remodelada y modernizada a niveles de pulcritud nunca vistos desde los tiempos del marqués de Pombal, un impresionante monumento, inaugurado en marzo de 1934 en honor y memoria del expeditivo gobernante: el primero en la historia en expulsar a la Compañía de Jesús, decisión al parecer que no se la tuvo en cuenta el presidente Salazar, que propició su construcción. Monumento que cerró dignamente la grandiosa perspectiva de la avenida de Liberdade, un año después de celebrar Lisboa, la primavera anterior, el VIII Congreso de la Unión de Organismos Oficiales de Propaganda Turística (U. O. O. T.).

El nuevo Portugal

Hecho evidente lo remiso que se mostraba el gran turismo a visitar una nación tiempo hacia al margen de sus principales circuitos. Una iniciativa para dinamizarlo, muy en línea con los modos de actuación de Antonio Ferro, la recluta de una selecta pléyade de literatos extranjeros para que, en un extenso *tour* planificado con minucia, se documentaran sobre el terreno para de regreso a sus lares hacer conocer a sus lectores la realidad de un país encalmado y en auge. Utilizó de pretexto las grandes fiestas organizadas en junio de 1935 para conmemorar un centenario de la fundación de Lisboa. Convocatoria a la que, entre otros personajes de nota, respondieron Maritain, Jules Romains, Maeterlinck, Gabriela Mistral, Ramiro de Maeztu e, imprevistamente quizá para los no familiarizados con sus contradicciones, el patriarca del filolusitanismo español, don Miguel de Unamuno, quien, tras romper una especie de *boicot* o de privación públicamente autoimpuesta al acceder al poder el presidente Carmona, por

última vez, y tras veintiún años de ausencia, revisitó su bienamado Portugal.

Estímulos más en sintonía con el catolicismo acendrado del gobernante portugués popularizaron las peregrinaciones a Fátima. La copiosa afluencia internacional al ya famoso santuario mariano llegó a competir en cierto grado con la recibida por Lourdes, no casualmente el modelo adoptado para la basílica en vías de construcción. Tráfico que no se les ocultó a los avasados que por imposición itineraria dejaba más beneficios en España, aun sin salir nada mal librada la hotelaria lisboeta al impedir los industriales del ramo que Fátima contara con posibilidades de albergar ni a los ocupantes de un par de autobuses de peregrinos.

Pasando a aspectos todavía más marginales al turismo puro, propósito declarado de Salazar promoverlo entre las clases trabajadoras. A tal fin, y con sólido soporte económico estatal, y sin pretensión alguna de originalidad, se creó el 26 de mayo de 1935 la «Fundação Nacional para Alegria no Trabalho» (F.N.A.T.), adscrita a la Secretaría de Estado de las Corporaciones y de la Previsión Social, enunciando su objetivo «en emplear el ocio de los trabajadores para asegurarles el máximo desarrollo físico y moral». Con modestias impuestas por las disponibilidades económicas nacionales, una imitación del *Kraft durch Freude* alemán, proclamada sin reparo alguno por la propia denominación de la versión portuguesa.

Sin calar los innegables logros socioeconómicos con la profundidad precisa para en menos de medio decenio transmutar en nación razonablemente afluente a un país afligido por siglos de desgobierno. Al visitante extranjero ni de conocerla le hubiera servido para atinarle el juicio la advertencia de Salazar en 1932, al hacerse cargo de las riendas del gobierno de la nación: «Sé muy bien lo que quiero y a dónde voy, pero no se me exija que lo consiga en unos pocos meses.» El turista siguió clasificando a Portugal como un país más bien misérrimo, con estructuras sociales rancias de puro arcaicas. Delirantemente pintoresco con tanta mujer descalza por las carreteras, en bamboleante equilibrio sobre la cabeza de cargas de volumen descomunal. Ni hecho de encargo para el turista-fotógrafo —valga la redundancia—, resuelto a demostrar en su tierra a diestro y siniestro,

enarbolando sus fotos, lo perramente que vivía la gente en países de religión no protestante.

En paralelo con la notable mejoría de los ferrocarriles, la consolidación de los servicios aéreos Lisboa-Madrid, reiniciados en 1934 por la compañía Aéreo Portuguesa, establecida con capital mayoritario de la Air France: una manera como otra cualquiera de darle la réplica a los vuelos de la LAPE española.

La mejora de aspecto del escenario portugués permitió a Antonio Ferro el moverse más a sus anchas en funciones de director extraoficial del turismo, dándole pie para obtener autorización y fondos con los que instalar en Nueva York una Casa de Portugal, al estilo de las de París, Londres y Amberes. Dados los vientos reinantes en la otra República peninsular, sin siquiera pensarse en abrir otra similar en Madrid. En igual medida —y cortesía por cortesía— de que tampoco el centripeto Patronato del Turismo español acusara síntomas de pensar en instalar en Lisboa otra de las suyas.

Turismo hispanolusitano

Característica distintiva en los inicios de la era salazariana la total falta de cooperación entre ambas naciones peninsulares, resultante de gobernarse por repúblicas de signo político contrapuesto. Cancelado a los pocos meses de vigencia el acuerdo de 23 de enero suprimiendo pasaportes entre España y Portugal, el paso por las fronteras entre una y otra nación presentó molestias hasta para los turistas extranjeros. Al salir de España, a causa de la severidad de los dispositivos aduaneros para impedir salidas fraudulentas de pesetas. Por lado portugués, por las precauciones de tipo policial, unidas a la potencia del escudo respecto a una vacilante peseta. Factores determinantes para hacerse sentir un sensible decrecer de los cupos tradicionales de veraneantes españoles, elemento consustancial de antiguo a las excelentes playas portuguesas. Más explicable la ausencia de veraneantes extranjeros, ahuyentados por el extremo conservadurismo ambiental, que situó a las mismas playas al margen de sus gustos y apetencias. Ciertamente que incomparables ambas hartas rellenas por el espectacular incremento de bañistas nacionales de toda laya social.

Los intercambios turísticos luso-españoles vivieron un momento de plenitud el año 1929 con motivo de la Exposición Ibero Americana de Sevilla, en la que Portugal participó con un precioso pabellón, visitado por el presidente Carmona en viaje oficial. Propiciaron otro tipo de más rentables viajes los vuelos de la S. A. P., los Servicios Aéreos Portugueses, una compañía con capital mayoritario alemán, servida la línea Lisboa-Sevilla por trimotores «Junkers». Establecida con intención de llevarse para casa una porción de la afluencia que se esperó concurriría al certamen sevillano, hubo de interrumpirse al poco vista su escasa rentabilidad, limitando los servicios a los vuelos entre Lisboa y Madrid.

Cumple anotar entre las escasas medidas administrativas dictadas en favor del turismo la reordenación de la rudimentaria industria hotelera del país. Con fecha 5 de julio de 1930, un decreto del Ministerio del Interior sentó las bases para clasificar por categorías los establecimientos existentes, perdiendo más de uno el rótulo de hotel a cambio del de *Penssao*, más acorde con la calidad de sus instalaciones y servicios.

Salta a la vista el paralelismo de la promoción turística de Portugal por el extranjero con la actividad por el exterior del P. N. T. español. Decisivo al efecto el decreto de 16 de julio de 1930, creando en el seno del Ministerio de Asuntos Exteriores de una comisión de Propaganda del Turismo en el exterior, que propugnó la instalación de Casas de Portugal en determinadas capitales europeas. Obtenido el visto bueno del todopoderoso y elusivo ministro de Finanzas el 10 de enero de 1931, en la rue Scribe, de París, cercana a la Opera y a la American Express, se inauguró la primera con un brillante ciclo de conferencias, organizado por Antonio Ferro, a cargo de prominentes figuras de la intelectualidad francesa. Al año siguiente, y con menos aparato, se abrió la segunda Casa en Londres.

Sufragadas en parte por el Estado, las Casas de Portugal respondieron a un concepto original que las diferenció de otras oficinas de turismo oficiales montadas por otros países. Las portuguesas funcionaron regidas por un consejo directivo de exportadores, presidido por el cón-

sul local, divididas en dos secciones: una de propaganda comercial y otra de turismo.

Nada coadyuvantes a endulzar las relaciones hispanolusitanas a nivel oficial las facilidades extendidas por el gobierno portugués a los jesuitas expulsados de Vigo y de Valladolid, que, reinstalados sus colegios en el bello paraje de Curia, cercano a Coimbra, siguieron funcionando de 1932 a 1936 con el mismo alumnado. Institución generadora de un tráfico de familias de la buena burguesía española al gran balneario portugués, visto por las autoridades de Madrid con ojos tan pésimos y recelosos como observaban las autoridades de Lisboa los movimientos en España de los opositores al régimen, dirigidos por Alfonso Costa, el padre de la República portuguesa.

El deterioro de las relaciones entre los gobiernos de las naciones ibéricas no obstó para que, como de costumbre, el contingente español continuara situado a la cabeza de los visitantes de Portugal. Como, a falta de inexistentes estadísticas turísticas, parece expresar un estadillo de la Policía lusitana de fronteras terrestres, referido a las entradas de extranjeros en 1933:

Españoles	20.577
Franceses	2.837
Ingleses	1.539
Alemanes	1.214
Italianos	608 (1)

Incluso engrosando las cifras con las derivadas del intenso tráfico portuario registrado en Lisboa, y el fiel contingente británico recibido en Madeira, un balance incapaz a fin de cuentas de producir especial alborozo entre portugueses, quienes no totalmente faltos de razón, y una vez cambiadas las tornas políticas a su favor, atribuyeron la escasa comparecencia de turistas no españoles, es decir, de turistas-turistas desde su óptica particular, al estado de cosas prerrevolucionario que rebullía al otro lado de su única frontera internacional.

Aislamiento portugués

Problemático el futuro de una política turística, poco definida, aún, condicionados sus bio-

(1) Duarte Ferreiro, J., *A Industria do Turismo* (Lisboa, 1934).

ritmos por imperativos geográficos a los anticiclones y borrascas del turismo español. Dependencia doblemente exasperante por carencia de reciprocidad. Un aspecto negativo de la cuestión puesta de manifiesto de modo contundente por la guerra civil española.

Reducidas a simbólicas cuantías las visitas de extranjeros, hízose preciso archivar a la espera de tiempos más propicios no pocas iniciativas para atraerlos. En primer lugar, la puesta en marcha de realización tan clave como la construcción de alojamientos en carretera, proyecto predilecto del ministro Duarte Pacheco, acabado de aprobarse a instancias suyas en el I Congreso Nacional de Turismo, celebrado en 1936. Presentados tres proyectos para construir una red de paradores, bien al estilo de los españoles o de los *motels* americanos, prosperó el proyecto del ingeniero Francisco de Lima, bajo el lema «Pousadas Regionais», una síntesis ecléctica de los tipos del modelo español. Con la molestia de tener que posponer la construcción de las cinco primeras «Pousadas» hasta que los españoles concluyeran la guerra que paralizó en seco el desarrollo del turismo portugués.

Con la irritante agravante de comenzar en el justo y preciso momento de hallarse el dispositivo turístico lusitano a punto de empezar a cosechar lo mucho sembrado. A remolque del eclipse de una España en guerra, Portugal desapareció de la mayoría de las guías turísticas, al tiempo de que, en represalia por la ayuda prestada al bando insurrecto, el régimen portugués pasó a integrar el grupo de las naciones puestas en la picota de la impopularidad por un influyente segmento de la opinión mundial.

Lo que no significa que hubieran de ser a la fuerza desfavorables todas las repercusiones del conflicto español. Óptimas para la balanza comercial portuguesa la supervaloración de sus exportaciones tradicionales y la disminución de salidas de portugueses al extranjero, en paralelo con un notable incremento del parque automovilístico nacional: una serie de puntos positivos que en lo concerniente a su infraestructura permiten fechar en aquellos difíciles años

para la Península Ibérica el despegue definitivo del turismo portugués.

Vale mencionar entre la relación de retoques al inventario de recursos turísticos la sustancial ampliación de que fue objeto el Museo Nacional de las Janelas Verdes, al inaugurarse unas cuantas nuevas salas, incorporándose al conjunto la iglesia del convento de las Albertas, un ascua de azulejería y madera sobredoradas, albergue y vitrina de la rica sección de orfebrería. La reordenación del edificio sirvió para acrecentar la fama del políptico de San Vicente, la pieza reina del museo. Más aún al señalársele a los turistas que entre los componentes del panel de los pescadores, y fijándose un poco, podía descubrirse entre los portentosos retratos de Nuno Gonçalves la vera efigie del doctor Oliveira Salazar.

El aislamiento de Portugal redobló la actividad de Antonio Ferro en el campo turístico, ahora pertrechado de medios y competencias antes discutidas y escatimadas. Encargado del pabellón portugués en la Exposición de París de 1937, palpables sus logros en la promoción de visitas turísticas a Portugal, desde Francia, por vía marítima, a bordo de las líneas entre Europa y Sudamérica. Con muy superiores frutos, y por obvios motivos, a los obtenidos al restablecerse a mediados de aquel año, y a través de una España en guerra, los servicios ferroviarios del *Sud-Express* Lisboa-París.

El secretario Ferro prosiguió su campaña promocional en cuanto oportunidad se presentó. Nombrado comisario de la participación portuguesa en la Exposición Universal de Nueva York de 1939, intervino en los trámites precisos para que hicieran escala en las Azores y Lisboa los vuelos intercontinentales de la Pan American Airways, iniciados nada más finalizar el conflicto bélico español. Momento en que Antonio Ferro inicia a fondo el lanzamiento turístico de Portugal, al frente de la Secretaría de Estado de Turismo, creada por decreto de 30 de diciembre de 1939, en líneas similares a la Dirección General del Turismo española, fundada cinco meses antes.

EL TURISMO EN LOS BALCANES

Inmerso en un proceso de incorporar nuevos territorios a su ámbito de actuación, el turismo fluyó por la península balcánica ajustado a un calendario de signo dispar. Magro en caudal y frutos en el decenio de los años veinte y bastante más activo en la década de los treinta. En todo caso, discurrió a trancas y barrancas, sin aludir a lo quebrado del paisaje: entorpecido por el sinfín de trabas e inconvenientes resultantes de las relaciones entre un racimo de naciones que se llevaron a matar.

En un intento de reconstrucción del tema, de Norte a Sur y de menos a más, la oferta yugoslava figura bastante inefectiva, y no por culpa de la «Putnik», la agencia de viajes gubernamental. De momento, nada apetecible la imagen turística proyectada por el país cuna de la Gran Guerra, enfrascado en la tarea de digerir y soldar, en forma de Estado, el cúmulo de etnias, lenguas, religiones y territorios, con los que en torno al núcleo serbio, y a instancias del presidente Wilson, se urdió en Versalles una de las más complicadas y artificiosas naciones engendradas sobre la mesa de negociación. Motivo por el que de todo menos atractivos encontrara a la capital servia, dominando desde su Ciudadela uno de los más memorables paisajes del Danubio, el gusto de un visitante inglés:

«En Belgrado no se construyen edificios que duren, porque saben que en unos diez años o así estallará otra guerra y todo saltará en pedazos de nuevo. Esta es la clase de espíritu con que se tropieza por doquier. Nada permanente. Sin confianza ni fe. Sin esperanza» (1).

Al embellecerse Belgrado con edificios con voluntad de permanencia, el terrorismo de los *oustachi* croatas se bastó y sobró para mantener bajo mínimos el turismo recibido por la capital.

(1) Nichols, Beverly, *Twenty-Five* (Londres, 1926).

Las comparecencias de turismo internacional en suelo yugoslavo parecieron limitarse a los antiguos centros de vacación de la burguesía austriaca. A Ljubiana y Maribor, en Eslovenia y al litoral adriático, renaciendo por la costa dálmata las gracias paisajísticas y monumentales de Spalato, Ragusa y las bocas del Cáataro, al contacto vivificador de los cruceros turísticos. Bien que incitando su popularidad a que el gobierno de Belgrado, sumido en su política centralista, encontrara políticamente rentable el canjear la sugestiva musicalidad de sus vénetos topónimos por los de Split, Dubrovnik y Kotor.

Distinto el caso de Rumania. Desmesuradamente engrandecida en territorio a expensas de los desgajados de los Estados vecinos —de un solo golpe pasó de siete a dieciocho millones de habitantes—, en lo turístico se bandeó mejor. Ajena al hecho de haber absorbido las poblaciones de la Transilvania húngara y las de la Besarabia rusa, resaltó el rasgo diferencial nacional exaltando su trasfondo cultural latino, por no decir francés. Robustecida su economía con las rentas de los campos petrolíferos de Ploesti, los únicos de Europa, y por tanto una curiosidad más que contemplar, Rumania se embarcó en una vigorosa campaña promocional de sus recursos turísticos. Abundantes amén de variados, pero un tanto oscurecidos por una desfavorable posición geopolítica, en parte atenuada con la ayuda de la aviación comercial, a través de la «Cie. Franco Roumaine», organizada y dirigida por Nogues, el as de la aviación francesa en la Gran Guerra.

Bucarest crece desaforadamente, y bajo el *slogan de le Paris de l'Orient*, fija su destino turístico jugando a fondo la carta de una «Ville Lumière» danubiana, resplandeciendo en un entorno eslavo. El ambiente permisivo de la capital adopta acentos parisienses al recuperar en 1930 su trono el rey Carol. Separado de su se-

gunda esposa, Helena de Grecia, no pudo decirse que reinara en solitario, al desempeñar en fiestas y recepciones las veces de soberana su amante, madame Magda Lupescu: guapísima y elegante a carta cabal, pero por su condición de judía —y en Rumania— combustible para la Guardia de Hierro, un movimiento antisemita y pronazi de armas tomar, que puso al país en un tris.

Escapate del cosmopolitanismo de la capital rumana la *calea Victoriei*, sede del «Athénée Palace» y de la oficina de turismo del Automóvil Club. El lujo de sus cafés, almacenes y *boutiques* le proporcionaron el barniz de capital europea que precisaba, y en 1931 Agustín de Foxá describía a los españoles la exuberancia del veraneo en la capital hablándoles, entre otras cosas, «de los bañistas estilo yanqui en las olas del Lydo, donde se baila en *maillot* a los sonos del jazz».

Versión urbana de la animación bullendo por las playas del Mar Negro, mejoradas cada año sus comunicaciones con la capital. En 1933 el expreso superlujo «King Carol» realizaba el trayecto Bucarest-Constanza en tres horas, con prolongaciones a los vecinos centros playísticos de Carmen Sylva y Mangalia. En los Cárpatos, en los dominios del conde Drácula, la estación climática de Sinaia emprende camino de convertirse en un St. Moritz en embrión. Como su modelo, con dos temporadas a disposición de la clientela, la buena sociedad balcánica. En invierno acondicionando sus pistas nevadas para la práctica del tobogán y el esquí. En verano, para distanciarse en su verdor del calor de Bucarest: bien en el balneario de Fango (y *sic*) o por los alrededores del monasterio de Sinaia o del castillo de Pelesh, un chaletazo al estilo suizo, residencia veraniega de la reina madre Alejandra María, una princesa británica ardorosamente propagandista de las bellezas naturales de su país de adopción. Arrolladoramente rurales y pastorales, en sustancia y fuera de los puntos comentados, e impreparadas para la recepción de turistas.

Bulgaria comparece con cuantos inconvenientes le procuró el que, en castigo de salir derrotada en la Gran Guerra, se le arrebatara gran parte de su territorio y se le cerrara el acceso al Mediterráneo en favor de Grecia. Poco de interés para el viajero ofreció Sofía, su capital.

vuelta la espalda a la estación de ferrocarril. A lo sumo, y en días de mercado, una buena exhibición de atuendos campesinos, auténticamente típicos, superior en colorido a los visibles en cualquier otra capital de una península rica en la materia.

El estado permanente de guerra civil vivido por el país se traduce en la excesiva frecuencia con que se asoma a la picota de la prensa mundial, con indiscriminadas matanzas terroristas rebasando los límites permisibles en los Balcanes. Difícil de olvidar la voladura en 1925 de la iglesia de Santa Nedelia, al estallar una enorme carga de dinamita colocada en la cripta, que pulverizó al templo, llevándose las vidas de medio generalato búlgaro y de un buen sector de su aristocracia, en ocasión de hallarse congregados bajo sus naves asistiendo a una ceremonia religiosa de alta significación social.

Reina en aquel hervor de desenfadada pasión el zar Boris III, fanático de los ferrocarriles, mundialmente célebre por su notoria afición a vestirse con mono proletario para darse el gusto de conducir personalmente las locomotoras del «Orient Express» en tránsito por su reino.

Transportes turísticos

A cuestras con su leyenda, y fiel a su reputación, el célebre tren continúa atravesando los Balcanes como un tópico turístico-literario de alta graduación. Acrecentada su *mystique* por novelas a lo James Bond, comprometidas a llenar sus vagones, pasillos, *couchettes* y coches-restaurante, por exigencias del guión, de millonarios, espías, agentes secretos, extraños personajes de morena tez, de *smoking*, fez o astracán: al retortero, de una u otra manera, del plato fuerte, las *femmes fatales*, las enigmáticas damas de nacionalidad y acento indefinidos, nimbadas de elegancia y neurosis, en rumbo solitario hacia la aventura.

Laborando por temas y asuntos roturados por Morand y Dekobra, destacan entre otras plumas que probaron fortuna con el legendario tren las de Agatha Christie, Graham Greene (*Stamboul Train*, 1932), el holandés Den Doulard (*Orient Express*, 1932), título utilizado para popularizar un *fox-trox* de los suyos por G. Mohr, repe-

tido en el film «Orient Express» (1934), de la Fox, escenario asimismo, y faltaría más, de la película «The Lady Vanishes» (1938), de Alfred Hitchcock.

Obras todas en las que el tren garantizaba al usuario excitantes experiencias a buen seguro. Pero dudoso que con tanta intriga, erotismo, misterio, crimen y suspense, el «Orient Express» se promocionara mucho entre turistas de gustos normales, ni tampoco fomentara los deseos de visitar los países en tan extraordinarias circunstancias atravesados en sus recorridos.

Para la visita de Constantinopla, Atenas y la costa dálmata, y disponiendo de tiempo, mucho más recomendable que un tren detentando un renombre ya inmerecido, aprovecharse de la profusa oferta de cruceros por el Mediterráneo, sin omitir respecto a austríacos, alemanes, suizos y escandinavos, los cruceros italianos del Lloyd Triestino, con salida de Trieste. Para viajes más rápidos, y desde 1930, el servicio aéreo «Flèche d'Orient»: en dieciséis horas de vuelo, de París a Estambul, con escalas en Nüremberg, Praga, Viena, Budapest, Belgrado y noche en Bucarest, que es cuanto en una jornada daban de sí las horas de diurna luz. Hasta reducirse considerablemente años más tarde la duración de los vuelos suprimiendo la Air France escalas con aviones de mayor radio de acción.

Modernismos por la Grecia clásica

Mecas turísticas del alto significado de Atenas y las islas del Egeo tardaron en conectar con la bonanza del turismo por el Mediterráneo, pese a contar Grecia desde 1921 con el *Office* nacional de ordenanza. Entidad condenada a operar en el más absoluto vacío por culpa de la guerra con Turquía, de la que en 1923 salió Grecia ignominiosamente derrotada por su enemigo secular.

Revés que le acarreó la pérdida de sus posesiones en Asia Menor y el derrocamiento de la monarquía del rey Constantino, provocando el desastre el hundimiento del ensueño panhelénista y una repatriación masiva de griegos a la madre patria. Con especial incidencia en Atenas, al empujar el censo de su población cerca del millón de habitantes. El empleo del capital

y el espíritu de iniciativa de los repatriados conllevó una vertiginosa modernización de la metrópoli a gran escala, al desatar un *boom* constructivo que erradicó el carácter y personalidad de la ciudad, acelerando la vulgarización de su aspecto urbano, ya en precario desde la expulsión de los turcos en la primera mitad del siglo XIX. Deterioro en pleno desarrollo en la primera visita a Atenas de José Pla:

«El turista que llega aquí obsesionado por la antigüedad clásica, ha de prepararse de antemano a tener disgustos serios. Todo está removido por una especie de fiebre constructiva. La ciudad se encuentra en su momento peor: está a medio hacer, no hay nada acabado, nada tiene su cara definitiva. Antes se subía a la Acrópolis en coche de caballos, dando tumbos por la carretera, y había bandidos de ópera cómica por el camino sagrado de Eleusis. Ahora, el Partenón se ve entre cables de la conducción eléctrica y el camino de Eleusis se pierde en el humazo de un bosque de chimeneas. Para evitar estos sobresaltos, antiguos y modernos, lo mejor quizá es no moverse de casa y mirar las fotografías de los monumentos» (1).

Consejo para bien de Atenas desatendido por su fidelísima hinchada, objeto de algunas iniciativas y dispositivos montados para su recepción y acomodo. El Museo Arqueológico enriqueció sus fondos con meritoria estatuaria en bronce, recién descubierta, y por las noches la Acrópolis resplandecía como una amarillenta ascua de mármol, al concentrar en su mole la luz de unas baterías de arco voltaico.

Promoción turística

De nada sirve detenerse a glosar el estado de continua turbulencia vivido por Grecia en régimen republicano desde 1924, hasta reinstaurarse la monarquía en 1935 en la persona de Jorge II. Sucesos de nula incidencia al parecer en el tráfico turístico recibido por Grecia. Encargándose de promoverlo desde 1924 la acción concertada de los club Touring y Automóvil *reunies*, fundándose en 1927 otro más, el Club Alpino, con el propósito de fomentar excursiones al Olimpo, trono de Zeus. Elementos fundamento del dictamen elaborado en 1928, y sobre el terreno, por un experto suizo en turismo:

«Grecia se encuentra en el camino de su desarrollo turístico. El siglo de atraso que tiene con

(1) Pla, José. *Las ciudades del mar* (Barcelona, 1942).

Suiza es una enorme ventaja, al poder aprovechar en su beneficio experiencias penosas y costosamente adquiridas por los demás y prevenir así ruinosos e irreparables errores» (1).

En resumen: un presente poco lúcido con una risueña previsión de futuro. Enumeradas unas cuantas realizaciones de poca monta, el suizo menciona la hostelería surgida en Patras, Delfos y Olimpia, modesta y a precios asequibles, «explotada en general por griegos que han vuelto de los Estados Unidos». Más importante la cadena «Lampsas», que cuenta en Atenas con el mejor hotel de la nación, el «Grand Bretagne», y otros en el Pireo. Instalaciones para atender a un tráfico crucerístico que va cobrando importancia.

Importancia realzada con un toque de calidad al reemprender el culto «Hellenic Travellers' Club», de Londres, los cruceros a Grecia de otrora. Con parientes, amigos *and servants* de los ilustres miembros de una asociación restringido su ingreso a titulados universitarios.

Sin variantes apreciables en su cupo habitual de profesores, médicos, abogados y dignatarios de la Iglesia anglicana, formados en Harrow, Oxford o Cambridge, según acredita un repaso a la lista de pasajeros. Una consulta más a la documentación del «Hellenic» permite reconstruir la planificación de sus cruceros, que, referida a dos años representativos, viene a quedar esquematizada como sigue (2):

En la tarde del 4 de abril de 1928, y en sendos trenes especiales, partieron de Londres dos expediciones. Una con dirección a Marsella, para veintidós horas después embarcar en el «Lotus», y la otra a Venecia, donde esperaba el «Asia» a los excursionistas. Destinadas ambas expediciones a reunirse en el Pireo por distintos itinerarios. Un total de dos semanas de navegación, con visitas a Corfú, Mycenas, Siracusa, Spalato, Córcega, etc., para los amantes de la botánica en la más grata estación del año, y con apasionantes *matches* de *cricket* en la cubierta del barco entre señoras y caballeros.

En la primavera de 1929 ascienden a tres los cruceros del Club. Los salidos de Venecia pro-

(1) Boissons, Fred, *El turismo en Grecia* (ed. en español, Ginebra, 1930).

(2) *Proceedings of the Hellenic travellers' Club* (Uxbridge, 1929).

longan a Constantinopla la escala básica del Pireo, y los embarcados en Marsella, en el «Theophile Gautier», tienen la oportunidad de darles un repaso a las ruinas de Troya, Efeso y Knossos. Amenizadas todas y cada una de las expediciones con eruditísimas conferencias a bordo, a cargo de la plana mayor de la historia y de la arqueología clásicas de la universidad inglesa, miembros del Club.

Lejos de cejar, el crucerismo normal y corriente intensifica sus arribadas a Grecia durante los años primerizos de la Gran Depresión. Y en alto grado de tomar como punto de referencia la reacción de un crucerista portugués, de visita por la Acrópolis en 1933, mezclado con un grupo de turistas de agencia, sufriendo cuantas desventajas comporta la visita en rebaño a monumentos de muchas campanillas:

«Iban pocos ingleses en la excursión, pero muchos húngaros, gentes también dadas a estropear monumentos. Verlos acercarse al pórtico de las Cariátides del Erecteón, para asegurarse eran tan de piedra como el guía les indicó, y verlos, Kodak en mano, fotografiarse unos a otros a horcajadas sobre los derruidos pilares del Odeón de Herodes Atticus, o repantigados en las gradas del teatro de Dionisos, como si estuvieran en las Folies Bergère de París, además de constituir un espectáculo abominable, perturbaba irremediablemente el paisaje clásico de los monumentos. Si algún día vuelvo a Atenas ha de ser solo» (1).

Para José Pla, en cambio, el monumento cumbre de Grecia le procura una especie de antídoto contra la barahúnda que inunda las calles de la capital:

«En la Acrópolis reina un gran silencio que parece colgado sobre el vago rumor que sube de la ciudad circundante. Es el único punto de Atenas donde se pueden pasar una o dos horas plácidamente. El público no suele ser nunca indígena —si se exceptúan los fotógrafos y los guías, naturalmente—. La clientela es casi siempre forastera y prevalentemente rubia.»

Sin embargo, es injusto a todas luces considerar como fuente de molestias a los visitantes extranjeros de una ciudad —más o menos monumental— por abundantes que sean. Los de Atenas, y una vez cerrados museos y recintos arqueológicos, infunden vida y animación a los cafés al aire libre del amplio cuadrilátero, en rampa, de la plaza Syntagma (o de la Consti-

(1) Matos Sequeira, Gustavo de, *Mediterráneo* (Lisboa, 1934).

tución). centro turístico de la capital, presidido por el «Grand Bretagne». En su cabecera, al pie del Parlamento, la tumba al Soldado Desconocido, polo de atracción a causa de su guardia de *ezvones*: de media blanca, corto faldellín acampanado de igual color y zapatillas con pompón y punta revirada. Pasto irresistible para las cámaras fotográficas. El resto de la plaza, campo de maniobra para los cambistas callejeros de moneda y de los enjambres de vendedores ambulantes, ofreciendo —y no es inferencia, sino cita textual— postales, esponjas del tamaño de melones y tiritas de sellos de colección: «praga abominavel que vitima todo o estrangeiro um Atenas», rezonga el senhor Matos Sequeira, que, formando parte de un grupo de periodistas de países diversos, viaja invitado por una línea marítima italiana.

El contacto inicial del turista con Grecia a través del puerto del Pireo le sometía a zarañeos y vejaciones por parte del personal a la espera de los buques. De tal incomodidad para que, en 1931, y a los ochenta años de edad, sir Arthur Evans, que detestaba navegar, se desplazó a Creta en hidroavión:

«Lo que me dio la oportunidad de soliviantar a la gente de Atenas —escribió el irascible arqueólogo— enviando al periódico leído por Venizelos un informe completo del pésimo trato recibido en el Pireo por otros viajeros, tanto al embarcar como al desembarcar, *at the hands of the Pirates of Piraeus, the boxtmen and porters...*»

Debió surtir efectos la queja de tan ilustre personaje, de existir relación con su misiva y la ulterior intervención de la Policía para normalizar la oferta de los servicios de los taxistas y maleteros en el barrio portuario de Atenas.

En el turismo por las islas griegas descuella Creta, potenciados sus atractivos naturales, hasta entonces tal vez subestimados, con la apertura al público general de una de las más evidentes concesiones de la arqueología al turismo de masas. El palacio del mitológico rey Minos, en Knossos, restaurado en parte por cuenta propia por el acaudalado profesor de Oxford sir Arthur Evans, tras más de treinta años de ininterrumpidos trabajos.

La restauración del palacio tuvo la no infrecuente virtud de generar a partes iguales el entusiasmo de los turistas y la desesperación de los

arqueólogos. Innegable el valor de recomponer unos restos considerados por su intrincada complejidad como el laberinto del Minotauro. Pase la presentación teatral del sillón del trono real más antiguo de Europa en su emplazamiento original. Pero parece ayuda excesiva para retrotraer la imaginación del profano a varios milenios antes de la era cristiana el pintar las columnas cilíndricas de cemento armado, imitando madera, en un rojo y azul de lo más chillón, y las habitaciones con bañera, y alguna con inodoro con agua corriente a ras de suelo. De todo menos encomios inspira el recorrido del conjunto al participante en un crucero organizado por la Universidad de Madrid:

«¡Qué contraste entre las salas recién restauradas, de las que parece que acaban de irse los albañiles y los pintores, y las otras viejísimas! ¡Qué griterío repugnante de madera recién barnizada!»

De vuelta a la capital y puerto de Heraklion (antes Candía), la visita se complementa con otra al museo donde se exhiben los prodigiosos frescos, de autenticidad nada más que parcial, arrancados de las paredes del palacio, por su temática, potente estímulo para la compra de las postales que los reproducen. A los más llamativos se les denomina con apellidos al alcance de cualquier percepción. Hay «el Príncipe de los Lirios», «la Parisienne», con aceptación masiva el de las despechugadas señoritas toreras, de larga falda y senos al aire, en trance de esquivar la embestida del toro, catapultándose en aérea cabriola tras agarrarse a la cornamenta del animal sagrado de Knossos.

La nueva Turquía

La reducción de los dominios turcos en Europa a la cabeza de puente de Constantinopla y territorios adyacentes, impuesta por el tratado de Sévres, tuvo consecuencias imprevistas por y para los tratadistas comprometidos a pagarle a Grecia, a costa de Turquía, el favor de haberse enrolado en el bando ganador. Lo de menos para lo que aquí se trata de puntualizar que como primera providencia el expolio provocara una tremebunda guerra por Asia Menor, concluida con la quema total de Esmirna y la expulsión de los griegos de unos territorios acabados de adquirir. Su trascendencia reside en que, como suele suceder en guerras finalizadas con

una victoria aplastante, del conflicto emergiera como dueño de la situación la figura de Mustafa Kemal, el «Ghazi, el Victorioso». El general que en 1922, como quien de un papirotazo se quita una brizna de paja de la hombrera del capote, liquidó varios siglos de imperio otomano derrocando al sultán Muhamad VI para acto seguido instaurar una república de corte occidental.

Llevado por su ímpetu modernizador, el presidente de la República turca cambió el alfabeto y calendario arábigos por sus equivalentes latinos, introdujo el sistema métrico decimal, estableció la monogamia obligatoria y, predicando con el ejemplo, cambió su nombre por el de Kemal Ataturk, imponiendo a los ciudadanos el apellido al estilo occidental. Sin que para la cosa allí, implantó el sufragio universal, extensivo a las mujeres, proscribió el uso del fez y de vestimentas orientales bajo severísimas penas, coronando una serie de disposiciones difíciles de valorar por su ambivalencia desde el punto turístico, llevándose las oficinas del Estado desde Constantinopla a la remota Ankara.

No hay duda de que aquella revolución entrañó para la capital del Bósforo una grave pérdida de pintoresquismo y un bajón en su tono social, en absoluto compensada la ausencia de embajadores y de los órganos de gobierno por la enorme afluencia de vecindario rural procedente de los intercambios de población griega y turca.

El Estambul kemalista

Sin haberse movido de su sitio ni una sola de sus venerables piedras, el aspecto y ambiente de la vieja Constantinopla —ahora Istambul— sufrieron un vuelco radical de resultados de la enérgica campaña de occidentalización emprendida por el presidente de la Turquía renacida. Elocuentemente simbolizado por el monumento que en la punta del Serrallo, bien visible a la entrada del Bósforo, se dejó Ataturk erigir, representando al enérgico general con los pies bien plantados en el suelo y vestido de *smoking*.

Allá por 1926, y en su época de reportero puntero, el futuro director del turismo portugués, engarzando en unas cuantas preguntas de tono elegíaco, sintetizó la suma de efluvios

turísticos que se le fueron a Constantinopla con el cambio de régimen:

«Si resucitase Pierre Loti, sería un extraño en las calles de Istambul. ¿Dónde están las hermanas de Aziyadé, de Meleck y de Djenane? ¿Dónde los caiques con remeros en oro y azul? ¿Y los Fantômes d'Orient? ¿Y los derviches danzantes? ¿Y la ceremonia del Selamlik, postrado el Califa sobre las alfombras caprichosas de la real mezquita de Siman Pachá? ¿Dónde está Constantinopla?» (1).

Pues a decir verdad sólo en el recuerdo y en las páginas de algunas guías rezagadas tan sólo. Con el agravante de aguardarles a los turistas llegados a Estambul sorpresas como la de recibirles en los autocares de la agencia de viajes Natta guías-intérpretes femeninos. De nacionalidad turca, si no de nacimiento, en todo caso con el rostro descubierto y exento del velo rigurosamente prohibido.

La buena actitud de las autoridades de la nueva Turquía la refrendó en 1930 el propio Kemal Ataturk al poner el palacio ex real de Dalmabache, a orillas del Bósforo y próximo al muelle de transatlánticos de Gálata, a disposición de los asistentes al Congreso de la Alianza Internacional del Turismo. De todos modos, llegar a Estambul saturado de ilusiones y nostalgias exponía al viajero a desencantos como los experimentados en 1933 por un crucerista español:

«Es muy bello el Bósforo y el Cuerno de Oro también. ¡Lástima grande no sea verdad tanta belleza! Me doy cuenta de que, lejos de entonar el acostumbrado canto del turista, mis palabras parecen de decepción. Y así es. Porque Constantinopla, quitando unas pocas cosas, no es más que un truco formidable: saber combinar con habilidad el agua y las mezquitas. Con eso, dos plazas de cierta grandeza —muy relativa—, algunos palacios y un parque con museos, hacen creer que Constantinopla es algo. La vista de Constantinopla desde el Bósforo me impresionó, porque aún no sabía el truco. La verdad es que de que el agua esté ahí no tienen la menor culpa los turcos, y que la mayoría de las mezquitas son malas copias de un buen modelo. Sin embargo, he de reconocer que no carece de mérito el haber sabido organizar tan formidablemente esta superchería turística» (2).

Criterio nada justo ni objetivo, pero nada insólito a la sazón. Pues aparte de dejar intacta

(1) Ferro, Antonio, *Viagem a volta das Ditaduras* (Lisboa, 1927).

(2) A. del Real y Ramos, Carlos, *Diario de un estudiante viajero* (Madrid, 1934).

a la vieja Estambul, el hombre fuerte de Ankara hizo no poco para propiciar su disfrute. Su inamistosa postura respecto al clero musulmán posibilitó la desislamización de la basílica de Santa Sofía, aboliendo la necesidad de abonar un par de piastras por el uso de las babuchas de rigor y convirtiéndola en museo. Restaurado su interior, en 1931, por un equipo de expertos norteamericanos en arte bizantino, reaparecieron a la vista del visitante, tras quinientos años de eclipse, algunos restos de los mosaicos que decoraron muros y cúpula del modelo de las mezquitas de la ciudad, una vez eliminada la secular costra de yeso con que la ortodoxia musulmana los ocultó a los ojos del creyente.

Por trabajo que cueste discernir el porqué, es posible situar el santo y seña del Estambul turístico en un párrafo inserto al principio de una novelita inglesa del tiempo, leída por millones:

«La Sainte Sophie, it is very fine», said Lieutenant Dubosc, who had never seen it. «Yes», said M. Poirot, «La Sainte Sophie», I have heard it is very fine» (1).

Igualmente la Gran Cisterna bizantina quedó más interesante que nunca, reparada e iluminada con luz eléctrica, y con mejores harquitas para examinar el bosque de columnas. Más cómodo de admirar el Palacio del Serrallo, transformado en el Museo Topkapi, y más gratificantes las compras en el Gran Bazar, al salir a la venta un heteróclito amasijo de curiosidades procedentes de la liquidación de los últimos «harenes».

Por el lado negativo, en modo alguno contribuyó a restañar la pérdida de encanto de la vieja Constantinopla el rodaje de demasiados automóviles y camiones complicando la circulación por un caserío no concebido para aquella clase de tráfico. El puente de Gálata, permanente escenario, en tiempos no lejanos, del desfile de una colorida parcela de humanidad, caminando de una a otra orilla del Cuerno de Oro, a duras penas encauzaba ahora la ensordecedora avalancha de los *claxons* y campanillazos de taxis, autobuses y tranvías.

(1) Christie, Agatha, *Murder in the Orient Express* (Londres, 1934).

El negocio hotelero emigra por la margen norte del Bósforo y hacia la isla de Terapia: lejos del tráfico de la capital. En el barrio portuario de Galata prospera el «Tokatlian», junto al muelle de atraque de los paquebotes en crucero. En desfavor del ya histórico «Pera Palas Oteli» —que jamás estuvo en Pera, dicho sea de paso—, ahora en franco declive en unión del distrito en el que la Wagons-Lits lo emplazó.

Lo que significa que el *ghetto* turístico se aleja aún más de la Constantinopla que se venía a ver. Se reagrupa en lo alto del barrio de Pera propiamente dicho, en torno y más allá de la grandiosa plaza circular de Taksim, un suburbio europeo calco de los ensanches de Bruselas, Budapest o Barcelona. Nada pintoresco en la zona: cafés, restaurantes, muchos abiertos por refugiados rusos, con música tsigana, *music-halls*, consulados y oficinas navieras. «Les façades des cinémas nous offrent les fugitives Greta Garbo et les Marlène Dietrich de partout», observa Albert Flament con disgusto a la vista de las grandes carteleras de los *Kinnetoi*.

Por lo demás, sin variar en un ápice el estratificado *sightseeing* turístico de Constantinopla, inmutable desde la *belle époque* hasta nuestros días. De lo que da fe, en 1928, una crucerista inglesa:

«Al desembarcar en unas lanchas a vapor, nos recibió una flota de automóviles, para ser acompañados por unas señoritas altamente eficaces, la mayoría educadas en el Robert College, ahora guías oficiales, a cargo cada una de ellas de una docena, poco más o menos, de nosotros. Bajo su competente dirección realizamos un *tour* relámpago de Constantinopla, viendo las murallas, las cisternas, Santa Sofía y la mezquita Azul, y una vieja iglesia bizantina con frescos aún intactos, el Serrallo, con su despliegue de las joyas del Sultán, increíbles por su tamaño, número y valor; una gran exhibición de riquísima cerámica y porcelana y por último el Gran Bazar. La mañana siguiente nos dejaron libres para visitar con más calma las curiosidades de la ciudad que habíamos visto a toda prisa, mientras otros se dedicaron a comprar sedas y alfombras» (1).

Visitados los puntos condecorados por el estrellato de las guías, excursión aún en boga la visita a la barriada de Eyup, al norte de

(1) Fisher, Mrs. H. A., *The cruise of the «Lotus»* (abril, 1928).

Estambul. Un conglomerado de mezquitas y cementerios, con el café Pierre Loti al fondo, con la mejor panorámica —entonces— del Cuerno de Oro. Nada de particular lo que no es más que un cafeticho al borde de un cementerio frecuentado por Pierre Loti, y ahora «por novelistas, poetas, *globe-trotters*, aviadoras y canzonetistas en *tournée*», según monsieur Flament.

Recomendable la gira por el Bósforo, hasta la desembocadura en el mar Negro, a bordo de los *chiket*, los vapores excursionistas. Proscritas las alucinantes danzas de los derviches, surgen de recambio las danzas genéricamente llamadas típicas. Vistosísimas como ellas solas unas en las que, ataviados a lo genízaro, los artistas bailan cogidos de la mano elevando en cadeneta los brazos y dando saltitos al unísono. Expresión de folklore identificada al instante por la princesa Lucien Murat como el *laridé* bretón. Conjetura sustanciada por la

princesa interviniendo en el numerito como una profesional más.

De no ser crucerista costeano el litoral turco en el Egeo, nada fácil internarse por la Turquía asiática. Demasiado papeleo y trámites que cumplimentar. Se ven pocos turistas por el interior excepto los transportados rumbo a Bagdad y Beirut por el «Taurus Express» de la Wagons Lits. Bastantes más por una Esmirna reconstruida del modo más trivial e impersonal. Generalmente europeos pertenecientes a la subespecie peregrina. Aunque no se pierdan una visita a las interesantes ruinas de Efeso, no es la arqueología el objeto de su excursión. Sino que acuden en peregrinación a «la casa de la Virgen María», un humilde edificio sito en un bosquecillo de las cercanías, en el que, según revelaciones de la monja alemana Catalina Emerich, a principios del XIX falleció, a los sesenta y cuatro años de edad, la madre de Jesucristo.

EL TURISMO EN EL MOGREB

Durante los años de entreguerras las posesiones francesas en el norte de Africa presentan un balance turístico prometedor tirando a satisfactorio. En parte por la razón expuesta por una periodista y aviadora en uno de sus libros de viajes al aludir a la zona como «la región que un snobismo reciente ha puesto de moda» (1). Moda propiciada al redoblar su actividad por el Mogreb la administración colonial francesa, una vez concluida la Gran Guerra, en materias tan esenciales como las relacionadas con la sanidad y las comunicaciones.

El inmenso potencial de Túnez comenzó a hacerse notar. En la aún pequeña capital, el Tunisia Palace, bajo dirección suiza, cumplió con decoro su misión de atender al tráfico de yates y servir de base de operaciones para ex-

plorar los alrededores. La ciudad amurallada de Kairuan y su Gran Mezquita, abierta al infiel, alguna ruina romana y una ristra de playas incomparables, recorriendo paisajes habitados por una población dócil y sumisa, cordialísima con el visitante occidental.

En un plan más sedentario devino distinguido disfrutar el apacible invierno tunecino en las villas del pulcro poblado residencial de Sidi-Bou-Saïd, vecino a la capital y a las ruinas de la Cartago romana, las únicas visibles. Dijo mucho en su favor lo recomendará el Cosmopolitan, de la cadena Hearst. Consciente de que entre sus invernantes regulares se contarán André Gide, los marqueses de Alcedo, los barones de Erlanger, de la rama sudamericana de la dinastía bancaria, con casas abiertas en Londres y París.

Los tirones y retrocesos, típicos de la oferta

(1) Sauvy, Elisabeth. *Aventuras de una mujer en avión* (Barcelona, 1930).

tunecina, sufren en 1935 un parón de tantos al entrar en acción el Neo-Destour de Habib Burguiba, y estallar al poco disturbios independentistas reprimidos, sufriendo el bando más numeroso e indefenso bajas rebasando el centenar de muertos.

El turismo en Argel

Completamente calma y sosegada la más afrancesada colonia de Francia. Algo decaído el prestigio internacional del complejo hotelero del oasis de Biskra, al borde del Sahara, al frecuentarlo las excursiones domingueras de *les colons*, de visita a las elegantes ruinas romanas de Timgad y algunas otras curiosidades de la zona oriental de Argelia.

Argel capital mucho había cambiado desde que, en el invierno de 1882, con una viudez reciente y una pleuresía crónica ganada a pulso y a fuerza de no parar de fumar, llegó procedente de Londres Carlos Marx. En visita turística y vía Montecarlo. Dato cuya exactitud no excluye el riesgo de que, sin una puntualización inmediata, suene como una cochina calumnia capitalista más. E inmerecida, dado que no se costeó la excursión por cuenta propia un teórico de la economía, sin un mal duro que gastar en su aperreada vida londinense. Las cosas en su punto. Como alguna otra posterior al distinguido balneario de Karlsbad, la gira argelina se la sufragó su paisano, mecenas y colaborador Federico Engels, rico éste por su casa, y hasta el fin de sus días, acaudalado propietario en Inglaterra de fábricas textiles de alta calidad.

Nada más que relativa la validez informativa de las descripciones de la capital argelina que constan en la correspondencia particular de Marx. Espigando por entre un sinfín de observaciones botánicas, meteorológicas, arqueológicas, etnográficas y demás (traducidas todas y cada una, y de pe a pa, al alemán, de la «Guide Joanne» de la Hachette, según reciente descubrimiento del crítico Pierre Enckell), la ciudad aparece como era entonces con toda probabilidad: preponderantemente musulmana, bastante puerca, con mucha tropa colonial, y unos cuantos ingleses y franceses en vacación disfrutando en los hoteles de la parte alta de un suave clima invernal.

Medio siglo después, Argel se había vuelto otro. Para empezar, mucho más francés que africano sin punto de comparación. Con su correspondiente Sindicato de Iniciativas, Agencias de Viajes y el «Touring Club» de rigor. Fácilmente accesible gracias a la frecuencia de los servicios marítimos desde Marsella, en algo más de veinticuatro horas de travesía, reducidas más tarde a cuatro o cinco utilizando los vuelos de la Air France. Ciudad próspera y aburguesada. Como la mayoría del proletariado llegado en plan campesino de la metrópoli, y del Levante español, manteniendo excelentes relaciones la mayoría europea con la minoría islámica. A los visitantes, particularmente a los ingleses, les llamaba vivamente la atención contemplar en las terrazas del *boulevard* de la République, o a la sombra de las palmeras, plátanos y magnolios de la plaza du Gouvernement, sentados en torno a un mismo velador, platicar amistosamente a *colons* franceses y a moros enturbantados, decorado el blanco *bournois* con medallas militares recién ganadas en los frentes de combate luchando por Francia. Eso sí: sin una mora para un remedio. De no ser las que se veían pasar y repasar por la plaza, como gallinas en corral ajeno, o como las sardineras de Santurce: con el jaique arremangado, luciendo las pantorrillas, oculta la parte inferior del rostro con un velito triangular de paño.

Por lo demás, mínimamente apasionante la visita turística de Argel. Rutinaria como todas las de su género en localidades de clase. Lo más interesante, desde el punto de vista Kodak, la magnífica panorámica urbana desde la terraza del ya veterano Hotel Saint Georges, en el aristocrático barrio mirador de Mustapha Supérieur: muy parecido al paisaje de Nápoles visto desde San Martino, el descenso en cascada del blanco caserío argelino zambulléndose en el añil de las aguas de la dársena festoneada de grúas. A continuación, un vistazo a la nívea mezquita de El Yedid, o del Pescadero, a la que volvía la grupa la estatua ecuestre del duque de Orleans, otro a la mezquita de Sidi Abderrahman, y una pausada detención sin premuras de ninguna clase en las tiendas de *souvenirs* de la Cashbaia. Inyectándose, bien que mal, a la gira de la ciudad una ración de orientalismo con un breve recorrido a pie por la Kasba, el distrito indígena original, altamente proletarizada su población de trabajadores por-

tuarios y peones del gremio de la construcción. Un maloliente amasijo de callejas, en durísima pendiente, con poco interesante que ver aparte de su sordidez.

Argel «la nuit»

El abanico de opciones desplegado ante el turista por la noche argelina se diferenció muy poco del ofrecido por cualquier otro puerto mediterráneo de su categoría. Los refractarios a meterse en berengenas se contentaron con el *supper tango* en el salón moruno del Hotel St. George o cenando al fresco en algún restaurante de la plaza del Gobierno, regalándose de postre, y en algún *cabaret*, con *danses de ventre* de idéntica impudicia a las de los *music halls* de Marsella o Montmartre, ejecutadas por las mismas especialistas apurando la cosa. Sin que en aras de lo oriental y de la numerosa población española faltaran jamás en Argel «cuadros flamencos», iniciados en *tournee* en los establecimientos del ramo del Paralelo barcelonés o en la Alameda de Hércules sevillana.

Repertorio insulso para cruceristas ávidos de alegrarse la noche con alguna aventurilla reprochable y original que contar a su regreso. Demanda originadora de ciertos circuitos nocturnos programados por una fauna común a todo puerto receptor de cruceros turísticos. Personalizada en el caso particular del de Argel, por un nada recomendable género de guía-intérprete, autónomo y autodidacta, ojo avizor a cuanto en plan festerio descendiera a su aire por la pasarela de un buque de placer.

Existe constancia escrita de un ilustrativo vislumbre acerca de las tácticas operativas del gremio en cuestión fechada en la primavera de 1929. Redactado con mano maestra por un crucerista inglés de excepción. Su informe no es de primera mano, sino elaborado con las vivencias en tierra de unos compañeros de travesía: tres hombres y dos señoras, todos de mediana edad y, como buenos escoceses, con un sentido muy preciso del precio de las cosas.

Ya bien cenados, y nada más descender del «Stella Polaris», les abordó uno de aquellos localísimos guías, al que costó poco esfuerzo engatusarles con una oferta tentadora. La de visualizar una orgía oriental, por todo lo alto

y con todas las agravantes, nada menos que en el corazón de la Kasba argelina.

Cerrado el trato, introdujo el gancho a su presa en un taxi, y a expensas de lo que se le ocurriera al narrador aportar de cosecha propia, el relato viene a quedar como sigue, partiendo de la llegada del grupo al punto de destino. Al instante se deduce de que el guía sigue en absoluto control de la expedición:

«Les cargó 200 francos por el servicio del taxi, pagados por los escoceses mansamente y sin rechistar. Les llevó acto seguido a una casucha, en un callejón sin salida, y tras golpear tres veces en la puerta excitó aún más su prevención al susurrarles: "Muy peligroso. Ustedes estarán seguros mientras no se separen de mí; de lo contrario, no respondo de las consecuencias." Pasaron uno a uno al interior, pagando 100 francos por persona» (1).

Ya dentro, y una vez acomodados en la especie de sótano desierto al que les hicieron descender, les indicó el guía que debían pedir café, sugerencia obedecida abonando cada uno 20 francos más:

«Apenas comenzaban a saborearlo —prosigue la transcripción de Evelyn Waugh— cuando sonó un tiro de pistola tras la puerta. "¡Sálvese quien pueda!", gritó el guía. Salieron a trompicones del local, con la buena fortuna de encontrar casualmente al mismo taxi que les trajo esperándoles en la misma puerta. "Supongo que los señores estarán algo intranquilos. ¿Les apetecería un poco de *cognac*?" Ordenó al taxi dirigirse a un café cualquiera de la ciudad —200 francos más— e hizo les sirvieran una copita de aguardiente. Tras pagar por ellos, les indicó al cobrársela que la copa salía a razón de 25 francos y 10 más de propina. "Este sitio está lleno de granujas —les explicó—, y la ventaja de pagar por ustedes es que no les estafan como harían de venir solos." Les acompañó hasta el barco, haciéndoles saber discretamente que la tarifa de sus servicios salía a 100 francos por cabeza o lo que les pareciera bien. De puro desconcertados y despavoridos los escoceses le dieron 150, *thanking him very much*, y felicitándose por haber salido vivos de la excursión. Únicamente más tarde, y al intercambiar impresiones, surgió la sospecha de que tal vez les hubieran cobrado todo de modo excesivo, y que quizá la casa de la que escaparon por los pelos fuera el domicilio del guía, y hasta quién sabe si su esposa o el hijo pequeño de algún vecino servicial era quien había disparado el pistoletazo.»

En fin. Misterios de tantos del Argel conocido por el turista individualista, descarriado

(1) Waugh, Evelyn, *Labels* (Londres, 1930).

del rebaño, que, como buenos misterios, quedaron en la ocasión sin esclarecerse del todo.

Sólidamente consolidada, pues, y pese a cuantos pesares conlleva lo trillado, la reputación turística de Túnez y Argelia, un tanto eclipsadas al comparecer en el mercado del viaje, poco menos que de repente, y como una auténtica novedad, que es lo bueno, el cuadrante del continente africano está menos distante del europeo y también del americano. El reino de Marruecos. Mejor dicho: la zona marroquí, bajo bandera francesa. Un aspecto particular del turismo africano merecedor de resalte por el interés que reviste evocar lo sucedido en unos territorios, virtualmente inaccesibles al turista antes de la *Grande Guerre*, acondicionados para recibir visitantes de modo casi subitáneo.

Merced en primer lugar a la modélica labor pacificadora y discretamente modernizada del mariscal Lyautey, «el Africano», un intelectual de prestigio, miembro de número de la Academia Francesa, un gobernante colonial con modos y estilos reminiscentes a los de un procónsul de la buena época del Imperio Romano. En lo específicamente relacionado con el turismo, secundados sus equipos técnicos por el «Office cherifien du Protectorat», y más aún por las inversiones hoteleras y en autocares excursionistas realizados por la naviera de más tonelaje e influencia de toda Francia.

Apertura marroquí

Fácil comprender la demora del ingreso de Marruecos en el turismo, y por la puerta grande, detallando las fases seguidas por un proceso por otra parte normal. Muy poco que hacer sin contar de antemano con la apoyatura publicitaria que sólo pudo procurarle a Marruecos una literatura *ad hoc*, distinta, claro está, de los relatos de exploradores y africanistas que de antiguo frecuentaron la zona. En 1919, el año de publicación de *La Atlántida*, de Pierre Benoit, aparece la primera edición de la «Guide Bleu» sobre Marruecos: exuberante en materia de historia y monumentos, pero bastante reticente en los aspectos prácticos del viaje. Les siguen, en secuencia rápida, el *In Morocco* (1920), de la americana Edith Wharton; el *A*

Journey in Morocco (1921), del inglés Cunningham Graham, y *Un Mois au Maroc* (1923), de la francesa Henriette Celarie. Textos de apasionante lectura todos ellos, pero limitado su potencial persuasivo al aficionado al disfrute de aventuras ajenas con un libro en la mano.

De todos modos, valiosos estímulos que cristalizarían en forma de turismo puro una vez ultimados los proyectos fundamentales de la «Société des Voyages et Hôtels nord Africains», creada como filial de la «Cie. Générale Transatlantique» por John Dal Piaz, ferviente admirador de Lyautey y presidente de la «Transat» de 1920 a 1928.

Ahora bien. De nada hubieran servido la construcción y montaje de los hoteles y de los circuitos en autocar sin antes regularizar la situación en el imperio cherifiano. Fue imperativo sofocar las rebeliones de las cábilas del Atlas, sometiéndolas por vez primera en siglos a la autoridad del sultán, y poner en 1926 a buen recaudo, en la isla de la Reunión, al caudillo rifeño Abd-el-Krim. Operación encomendada al mariscal Pétain, enviado por el gobierno de París al frente de un ejército de 60.000 hombres, designación interpretada por Lyautey como un desaire intolerable. Tras trece años de fecunda labor, presentó su dimisión como residente general del Protectorado y regresó a Francia para no volver en vida a su gran creación.

Finalmente tranquilizado el territorio, y a punto las instalaciones turísticas de la «Transat», una importante serie de guías turísticas americanas, los «Newman Travel Talks», y en la prosa hiperbólica propia del género, anunciaba la buena nueva:

«Hoy en día en Marruecos se viaja con tanta seguridad como por el continente europeo: lo hecho en estos últimos años para aumentar el placer del turista, conservando intacto lo antiguo, es una continua delicia para el viajero. Mientras el visitante se siente transportado al país de las Mil y Una noches, gozará del *confort* y adelantos del mundo moderno, en medida comparable a los que encontrará en Francia y en Italia» (1).

Al ir publicando los inevitables hermanos Tharaud sus abiertamente promocionales artículos «Rabat», «Fes» y «Marrakech», recoge

(1) Newman, E. M., *Seeing Spain and Morocco* (Nueva York, 1930).

dos luego en «Le Maroc» (1932), el francés medio recibió la señal anunciativa de que Marruecos era algo más que tierra prometida para colonos y emigrantes, encargándose de su promoción en el extranjero las oficinas de la «Transat» o de la «Frech Line», su marca comercial en el mercado angloparlante.

Al turista francés, numéricamente el más copioso, se le apareció de súbito su Marruecos como una especie de Arabia Felix a la puerta de casa. Los americanos, segundos en importancia, sensibles al exotismo oriental con riesgos e incomodidades eliminadas, encontraron en él cuanto les sugirió desde Hollywood el «Marruecos» con la Marlene Dietrich. Un Oriente excitante con sus bares y camellos y no muy distante. Algo parecido a lo que, con muy similar inexactitud geográfica, había prometido a los turistas de cien años antes la literatura romántica, al señalarles el sur de España como el Oriente al alcance de la mano.

Marruecos turístico

La visita turística organizada a Marruecos se programó del modo más convencional. Los buques de la «Transat» anunciaban circuitos *tour compris* desde octubre a finales de mayo. Recomendables para los enemigos de imprevistos y amigos de climas benignos. Más continua y regular la afluencia llegada por libre, ora utilizando los paquebotes, escalando en Casablanca, en tránsito a Sud-Africa o a Sud-América, o escogiendo a Tánger como vía de penetración. Una ciudad internacional, medio francesa y medio andaluza de ambiente y aspecto, con unas cuantas cositas morunas que ver, tras tomar un *apéritif* en el *boulevard Pasteur*. El zoco grande y el chico, una Kasba en miniatura en el interior de la pequeña Medina, y el taxi a la estación para tomar el tren rumbo al Marruecos propiamente dicho.

Sin preocupación alguna, una vez que a los desprovistos de certificado de vacunación se les inoculó en la aduana una antivariólica en el brazo. Se sabía que Marruecos era una de las áreas más seguras para el viajero. Por todas partes se veían miembros del ejército y de la policía coloniales, con instrucciones de velar por el turista.

En cuanto a la programación itineraria, imperativo visitar las cuatro villas imperiales. O sea: las villas en las que el sultán posee un palacio presto en todo momento a recibirle, y que siguiendo una costumbre establecida las suele recorrer *tour a tour*. Son éstas: Rabat, Fez, Mequinez y Marrakech. Identificadas por Robert Brasillach en el curso de una excursión en la primavera de 1936 («Avant Guerre»), al modo con que Rimbaud tipificó a las vocales en un célebre poema: «Rabat blanc, Fes gris, Meknés vert, rouge Marrakech».

Por empezar por algún lado, la blanca Rabat, primero, capital administrativa del Protectorado por designio de Lyautey y por hallarse pegada al mar. Sabido es que Mogreb significa lo mismo que Far-West. Sin embargo, nada más penetrar en la Medina, y por la admirable puerta de Yakub-al-Mansour, el visitante imbuido por la etnografía turística que sitúa a Marruecos en pleno Oriente, se daba de bruces con la demostración del aserto. Callejas estrechísimas, sin más tráfico que el de los viandantes enchilabados y el «Balek, Balek» del que cabalga en burro y pide paso a los transeúntes. Sin citar todos los monumentos, hay las ruinas de la mezquita de Hassan, destruida en 1755 por el terremoto de Lisboa, y en el bonito parque de la Colline, y desde 1935, un modesto morabito, diseñado por el propio mariscal, con la tumba de Lyautey. (Trasladados en 1961 sus restos junto a los de Napoleón.)

Espectáculo difícil de olvidar, los viernes al mediodía y «Kodak» en mano, la asistencia de Muley Yussef a la mezquita mayor. Con un ceremonial mucho más abigarrado y pintoresco que el «Salamlik» de Constantinopla recientemente desaparecido. Cabalgando el sultán, vestido con jaique de blanca seda, al paso de un corcel ricamente enjaezado, bajo el protocolo parasol. Los jinetes de su guardia negra, con la contera de sus lanzas, alejan del soberano el griterío de la multitud, que se apiña entorpeciendo el avance de la banda de tambores y trompetas de los guerreros del Rif. Cumplida su obligación, Muley Yussef regresará a su palacio en coche cerrado.

Fez la Santa después, al parecer de muchos la más interesante ciudad de Marruecos. Olvidada la matanza de franceses en 1911, motivo para la ocupación del imperio cherifiano por

las tropas del general Lyautey, y la subsiguiente instauración del Protectorado.

Fez se divide en dos ciudades a cual más curiosa. Fez el Bali, o el antiguo, y Fez el Jadid, el nuevo, de relativa novedad, con edificios de los siglos XIV y XV, y el barrio judío, con tiendecitas de orfebrería, a la sombra protectora del palacio del sultán. Prohibidas las visitas a las innumerables mezquitas, quedan su equivalente, las medersas, en pleno funcionamiento, fundadas en el siglo XVI por la dinastía merinida.

Como el resto de las ciudades históricas de Marruecos, Fez debe muchísimo a la política colonial de Lyautey, basada en un profundo respeto a la cultura autóctona. Una de sus más acertadas medidas la construcción de las *nouvelles villes*, a distancia prudencial de las antiguas, para que no perdieran éstas su carácter distintivo. Es una disposición aplaudida a su paso por Fez por un novelista inglés, reconocido experto en asuntos islámicos:

«Los franceses han construido afortunadamente su barrio fuera de la ciudad mora, salvándose por esta causa de ser estropeada como lo ha sido El Cairo, al meterle una civilización que nada tiene que ver con ella. Todavía es posible en Fez pasearse por un laberinto callejero, sintiendo como si una alfombra mágica le hubiera transportado a uno siglos atrás, y saborear las maravillas, oler las fragancias, oír las voces de la ciudad, como flotando inmerso en los secretos de las Mil y Una noches» (1).

Fez brinda la oportunidad de realizar, y en un día si se desea, un *tour* en autocar comprensivo de las sensacionales ruinas de la ciudad romana de Volubilis, en las afueras de Muley Idris, con la tumba del santo fundador del santuario-ciudad. Un Lourdes en pequeño y al estilo moruno, con el atractivo de prohibirse rigurosamente a judíos y cristianos pasar la noche en su interior. Restricción fuente-de intensa emoción para los turistas que circulan por sus callejuelas con entera libertad. Una detención en Mequinez, insuficiente para las curiosidades de la pequeña ciudad, con el mausoleo de Muley Ismail, el Felipe II alauita (para los franceses, el Luis XIV marroquí), incansable monumentalizador de la capital de su reino. Y vuelta a Fez.

(1) Hichens, Robert, *Yesterday* (Londres, 1947).

Precisamente durante su estancia en Fez elogió una turista americana a la «Transat», por la comodidad con que gracias a sus servicios turísticos podía una señorita desplazarse por Marruecos:

«La visita a Fez se hace muy grata con la estancia en el Palais Jamai, un antiguo palacio moro convertido por la "Compagnie Transatlantique" en un hotel encantador. Esta sociedad posee hoteles por toda Argelia y Marruecos, bien en antiguos palacios árabes o en edificios construidos en ese estilo, en los que los visitantes pueden alojarse con todo *confort*, y recorrer todo el país transportados por los buenos autobuses de la North Africans Tours» (1).

El viaje de Fez a Casablanca puede realizarse en muy pocas horas utilizando el ferrocarril construido en 1925, uno de los primeros que tuvo Marruecos. Desobedeciendo, por supuesto, la recomendación de los hermanos Tharaud: «¿Quién viaja en tren en Marruecos? Aquí el automóvil ha precedido al ferrocarril. Las carreteras son muy buenas y la gente tiene la costumbre de no desplazarse más que en auto.»

La gente europea y algunos moros notables, por descontado. Notables por sus recursos económicos y su occidentalización.

Cuatro o cinco horas rondando por una carretera, como todas las del Protectorado, perfectamente señalada en árabe y en francés, para una vez rebasado su cinturón industrial rendir etapa en el espejismo hecho realidad de Casablanca, «Casa» para los *habitués*. La capital económica de Marruecos. La gran creación urbana del viejo mariscal. Una ciudad ultramoderna, francesa hasta la médula, a despecho del estilo arquitectónico favorecido en los edificios oficiales, con el mejor puerto comercial de la costa africana del Atlántico. Construido artificialmente sobre el espacio ocupado por un embarcadero al servicio del pueblecito moruno de Dar-el-Beida, que es lo que en árabe significa Casablanca.

Anchas avenidas llenas de automóviles, edificios de oficinas, cafés, restaurantes y soberbios hoteles, algunos de la categoría del Transatlantique y el Anfa. En consecuencia, poco moruno que ver, fuera de dos o tres mezquitiillas de poca monta en la Medina. De gran pre-

(1) Merriman Peck, Anne, *Roundabout Europe* (Nueva York, 1931).

dicamento las visitas diurnas, con cicerones e itinerario fijado de antemano, a una curiosidad jamás mencionada por las guías. Al «Quartier Reserve», el «Bousbir», dicho en indígena. El barrio de los prostíbulos, una traducción francesa al vernáculo de un «Yshiwara» japonés, construido por los mejores arquitectos del siempre providente mariscal Lyautey. Viviendo en el interior del recinto amurallado unos centenares de prostitutas, indígenas y europeas —que siempre acompañó al gusto la variedad— en régimen quasi conventual, o de *ghetto*, que suena más propio. Sin posibilidad alguna de abandonarlo ni para dar un paseo sin permiso de la administración, un complejo de amores por el atajo en en que funcionan bares, cafés, un cinematógrafo, o sea, cuantas diversiones fuera de las propias de los establecimientos de choque precisaban las pupilas y su clientela.

Para el buen filomarroquí, neófito o de corazón, inexcusable distanciarse de las poblaciones del norte, poco separadas entre sí, y llegarse rumbo al sur hasta Marraquech, capital de la zona meridiana, ciudad que, como Oporto en Portugal, le dio su nombre a todo Marruecos. Estupendamente emplazada desde el punto de vista paisajístico. En una llanura rojiza, envuelto su caserío por un cinto de altas murallas de igual color, y por un prodigioso palmeral, con la cadena montañosa del Atlas al fondo, orlada de nieve. No tan visible la cordillera como daban a entender las postales y los carteles de la «Transat», bien que aparentes a simple vista bastantes días del año.

Dentro de la Medina, el pintoresquismo más exasperado al piel del minarete de la Kutubia, el más alto de Marruecos, y tan almohade como su hermana la Giralda sevillana. En el mayor zoco del país, en el inmenso cuadrilátero del Fna. Una especie de circo al aire libre, con los más suicidas encantadores de serpientes, los más arriesgados tragadores de sables y de rescoldos encendidos, y las caravanas de camellos y dromedarios procedentes de Tumbuctú.

Dignos de visita los centenares de salas y patios del palacio de Bahía, residencia de invierno del virrey francés de Marruecos, el residente general. Para entretenimiento nocturno a la europea, y degustación de excelente cocina francesa, El Guliz, la ciudad moderna, y en

sus cercanías, el palacio de Sidi Madani, El Glauí, el pachá de Marraquech. Un señor riquísimo y muchísimo más europeizado de lo que su rica vestimenta vernácula pudiera hacer sospechar, siempre gustoso de agasajar en su mansión a los visitantes de calidad. Bien en su palacio con parque poblado de avestruces o en su campo de golf particular.

Para el mejor disfrute de tanta maravilla, el Hotel Mamunia, en un parque en plena Medina y las habitaciones con terrazas individuales con vistas al Atlas.

* * *

La infraestructura turística creada entre la Administración colonial y la gran naviera francesa se quedó corta para extraerle al pintoresco Mogreb todo su potencial. En absoluto por imperfecciones de organización y menos aún por falta de atractivo del tipismo marroquí, uno de los pocos folklore-espectáculo genuino e incontaminado a carta cabal. Interesantes las hieráticas danzas de los *chleu*, unos muchachos vestidos de blanco y maquillados, de aspecto un tanto andrógino y vistosas como ellas solas las frenéticas *fantasías* de los jinetes del desierto cargando en tromba y disparando al aire con pólvora sola sus espingardas.

No. Hablando con sinceridad, el limitado éxito turístico de Marruecos no se debió a fallos de planificación. La falta estuvo en haberse reducido los márgenes de tolerancia del turista de la postguerra comparados con los del turista de la época anterior. Cuanta fascinación irradiaban la zona y sus afines se desvanecía para el común de los visitantes empañada por insalubres vaderretros difíciles de estomagar. Excesiva exhibición de mendigos, moscas y tracomá, por un lado. Otras veces, por ciertas implicaciones sintetizadas en detalles como el interpolado por Elisabeth Sauby en su radiante descripción de Marrakech: «A la puerta de los hoteles cosmopolitas he visto mujeres indígenas recogiendo por entre los excrementos de los mulos los granos de avena salvados de la digestión.»

Observación de función similar a la que cierra la impresión general, que en 1927, y desde Túnez, le participaba Roger Martín de Gard

a André Gide, fanático éste de todo lo moruno, si bien balanceando los inviernos en su villa tunecina con unos veraneos en Suiza. El país, a juicio de Martin de Gard, rabiosamente pintoresco como le anticipó su colega y amigo.

La población, afable y hospitalaria. Sólo plácemes en ambos particulares. «*Mais, hélas!* —altamente *degoutant* el país en su conjunto—, *avec tant de pipi séché sous les essaimes de mouches.*»

BORRASCAS Y BONANZAS EN EL TURISMO NORTEAMERICANO

Notoria la pegajosidad con que en la consideración de los tratadistas del ramo sigue enraizada la noción de que la Gran Depresión de los años treinta, punto menos que erradicó el turismo del repertorio de hábitos del pueblo americano. Tomado en su valor absoluto, un tópico de tantos asentado en una inmensa sinécdoque, como todas, rea de la infracción de tomar una sola parte de un todo, magnificando así el aspecto negativo de una doble cuestión. Dicho de otro modo, y con referencia expresa a sus forjadores, el producto del subjetivismo de historiadores y comentaristas que por vías apriorísticas fuerzan a una realidad a adoptarse a conclusiones establecidas de antemano.

Cualquier aproximación objetivista y documentada a aquella realidad, en lo que al turismo se refiere, permite, cuando no obliga, sustentar a contrapié de criterios tan inexactos como divulgados, la tesis opuesta. A saber: que remontando las rémoras de una crisis económica contumaz no hubo nación alguna en el mundo turbulento de los años treinta en la que el turismo funcionara con el vigor y la expansiva enjundia alcanzada en los Estados Unidos. Circunstancia fácilmente constatable, como se verá, y digna de tenerla en cuenta. No sólo con vistas a rectificar lo que no son más que inferencias nutridas *a posteriori* con datos parciales, sino por el influjo directo y capital ejercido por las vicisitudes del turismo de aquel país sobre el desarrollo de la actividad: en el turismo europeo muy en particular, y por extensión, y por ende, en el del resto del mundo.

Conviene aclarar conceptos a desarrollar recordando que bastó que transcurriera un breve

lapso temporal de pánico y desconcierto, en la hora punta de la recesión, para que la actividad turística, jamás extinta del todo, renaciera sin grandes huellas ni cicatrices de haberla afectado seriamente el percance. Dato éste implícito por de pronto en el silencio mantenido sobre el tema por las fuentes de información más afines a la cuestión. ¿Qué otro sentido admite la ausencia de comentarios sobre crisis viajeras de ninguna clase en libros de viajes y artículos, específicamente turísticos, firmados por visitantes extranjeros? Ni siquiera los fechados en el epicentro de la débacle aluden a repercusiones en el ámbito del viaje de un cataclismo mencionado a lo sumo de modo oblicuo y ocasional. El caso del *En Amérique* (1933), de André Maurois, al narrar su dos viajes a los Estados Unidos, en 1927 y 1931, y más comprensible también el de García Lorca, «poeta en Nueva York», testigo presencial, pero mudo, respecto al *crack* bursátil de 1929 y de sus más ásperas secuelas.

Por sorprendente que, dados los enjuiciamientos valorativos al uso, suene hoy en día recordarlo, es el caso que el visitante extranjero de los Estados Unidos durante la década aciaga no dio muestras de darse por enterado de la grave situación vivida por el país. ¿Invidencia de frívolo y atolondrado babieca? ¿Y por qué no simple cuestión de relativismo objetivo? Fuera por ley de contraste con lo visto, leído y vivido en sus respectivos países de procedencia, el caso fue —y textos coetáneos cantan— que jamás deslumbró al viajero como entonces el paradigmático *way of life* americano, así como la desusada vitalidad y movilidad de su ciudadanía.

Turismo a prueba de crisis

La inesperada brillantez revestida por varios eventos de signo turístico que contra viento y marea tuvieron lugar en pleno 1932, constituye prueba de que ni en los más negros años de la Gran Depresión el turismo se resignó en terreno americano a amainar del todo. Regido aún un país presuntamente en bancarrota por el presidente Hoover, lucidas las celebraciones en Washington del segundo centenario del primer presidente de la Unión, conmemoradas, entre otros actos, con la inauguración del monumental «Memorial Bridge», sobre el Potomac, indispensable para dar cauce a la expansión de una capital cada vez más consciente de su incuestionable belleza.

Más esclarecedor que no pudieran aquellas duras jornadas ni hacer pensar tan siquiera en desconvocar la primera salida de los Juegos Olímpicos de territorio europeo. Incluso, no tan exigua como se temió la concurrencia a las Olimpiadas de Los Angeles, en el verano de 1932, marco de las primeras subidas a los podios de las medallas de atletas de raza negra. Con inferior incidencia en el turismo nacional que las Olimpiadas de Invierno celebradas meses antes en Lake Placid, *the St. Moritz of America*, según el *slogan* publicitario del aristocrático *resort*, al norte del Estado de Nueva York, próximo a las lindes del Canadá y con óptimos servicios ferroviarios con la capital neoyorquina. Acontecimiento apasionante seguido por el país entero pegado a sus radios, de palpable influjo para popularizar en los Estados Unidos los deportes de la nieve, al copar los equipos patrios, contra todo pronóstico y en competición con 16 países, la mayoría de las medallas en litigio.

Nítido exponente del espíritu con que en el campo turístico afrontó la nación su crisis económica, el no archivar Chicago para más propicia ocasión los trabajos preparatorios de la Gran Exposición Universal, con la que decidió conmemorar, en 1934, el primer centenario de la fundación de la ciudad.

Interesante por sus consecuencias futuras fue el despertar al turismo del desierto Estado de Nevada, limítrofe con el de California por el

Oeste, de extensión aproximada a la mitad de la de España y con una población inferior a las de Zaragoza o Bilbao. Sin más candidatura a la notoriedad que la procurada por la villa de Reno, bien comunicada con San Francisco, cimentada su economía en una facilidad extraordinaria para disolver matrimonios por vía legal, inhallable en zona alguna del país. Divorcios supeditados a que la demandante fijara su residencia, por un plazo determinado, en alguno de los hoteles de la población.

En 1931, el Congreso de Nevada amplió su oferta con otra peculiaridad de naturaleza no menos legal. Al aprobar una disposición decretando la legalidad del juego de casino, destinada a situar pocos años después al Estado en el primer plano del mapa del turismo mundial. Medida adoptada en parte para regularizar la situación del Boulder Club, montado el año anterior en Las Vegas, originalmente Nuestra Señora de los Dolores de las Vegas, una antigua misión española que ascendió al rango de municipio en 1905. De todas formas, un poblado, en 1931, al sur del Estado, sin otra notabilidad que la de converger en su estación de ferrocarril un par de líneas ferroviarias. El casino, al que siguieron otros, se consideraba necesario para solaz de la considerable población laboral ocupada en la construcción del «Hoover Dam», la presa hidroeléctrica más importante de los Estados Unidos. El resto le vino rodado al acudir a los casinos de Las Vegas los ciudadanos de Los Angeles aficionados al juego.

Por lo demás, innegable, tal y como se viene diciendo, la suspensión de las llegadas de emigrantes a los Estados Unidos. Más que por falta de deseos, por la dificultad de obtener visados de entrada en los consulados. En cambio, no tan radical como la retracción de salidas de americanos al exterior, circunstancia ésta puntual y preocupadamente registrada por las estadísticas y balanzas de pagos de varios países europeos. Atonía pasajera compensada con amplitud, y a ritmo creciente, por un briosos incremento del turismo dentro de la fronteras nacionales, tan pronto como el gobierno federal imprimió un cambio en la actitud inhibicionista en materias económicas hasta entonces tradicional.

Anverso y reverso de la depresión

Al discurrir el criterio aquí expuesto contra corriente de otros sólidamente establecidos de signo contrario, aconseja interpolar, a modo de inciso, un intento corrector del subjetivismo desenfrenado que a mi juicio distorsiona con trazos patéticos la imagen que en retrospecto proyectan los Estados Unidos durante el decenio de su Gran Depresión. Fijemos la multiplicidad de ángulos de visión sobre los USA entonces circulantes, recordando, por ejemplo, las versiones de «Pravda» e «Izvestia», de Moscú, curiosamente idénticas en forma, tono y contenido a las propaladas por el famoso Doktor Goebbels, reiterativo expositor de las tremebundas condiciones en que, según él, vivía la población de un país. «en manos de 1.200 millones». Situación descrita en 1937 en su diario «Der Angriff» por el célebre ministro de Hitler, en términos que los seguidamente transcritos servirán de muestra:

«Miles y miles de granjeros vagan hoy como vagabundos y habitantes permanentes de las carreteras americanas. Esta es la democracia de los veinte millones de parados, donde los empleados en las industrias trabajan terriblemente por el mismo salario de antes de que el valor del dólar se redujera a la mitad.»

De recurrir, en pos de más solventes informaciones, a textos americanos del tiempo, cierto que la literatura mejor —no necesariamente a la sazón la más leída en los Estados Unidos—, cargada de crítica social en modo alguno extemporánea, no rehuyó evocar, más o menos de pasada y sin cebarse en el tema, las dramáticas procesiones de parados a la búsqueda de trabajo y las *bread lines* formadas principalmente por la última promoción emigrante en los puntos más duramente castigados por el desempleo industrial.

¿Representación fidedigna de una situación? ¿Qué duda cabe, y quién la niega! Pero de tomarla con excesiva unilateralidad —y toda unilateralidad es excesiva—, abocada a ocultar otra cara no menos auténtica de una misma realidad. No se trata de escatimar a aquella narrativa, claramente enraizada en la literatura centroeuropea, ninguno de sus altos valores. En la medida de que tampoco supone cuestionar su mensaje si se aporta otro dato sociológico o demoscópico esencial. Lisa y llanamente. La

coexistencia en la América de los años treinta de dos sociedades de muy desigual tamaño desde el punto de vista laboral. Una, por fortuna, decididamente minoritaria, perceptora de subsidios de paro y sujeto receptor de otras medidas arbitradas para hacerle su predicamento más llevadero. Tras consignar un sentimiento de conmiseración por su triste suerte, en modo alguno se debe y puede olvidar, con todas sus consecuencias, la existencia de otra colectividad aplastantemente más numerosa, como es lógico y natural. La integrada por el sector de población empleada, y empleada con salarios relativamente altos: altísimos comparados con los europeos. Una masa humana, en suma, presumiblemente de menor rendimiento literario, pero trabajando y arrojando el hombro para emerger del bache, y con unas ansias trepidantes de gozar de la vida.

Protagonista ésta, y no la anterior, de las referencias al pueblo americano prevalentes en las reseñas viajeras del período, población en absoluto desvinculada con el desbordante optimismo que rebosan los filmes de la época, en ningún momento tildados de tendenciosos o mendaces por el público a quien iban destinados. Dos aportaciones a las que sería hoy injusto negarles de cuajo y por apriorismo puro el tanto de valor testimonial a que tienen derecho.

La era del segundo Roosevelt

En medio de una más que comprensible expectativa mundial, el 4 de marzo de 1933, con un ilustre apellido, medio paralizado el cuerpo por la poliomiélitis y una radiante sonrisa dental soporte de un «Camel» emboquillado, accede a la presidencia de los Estados Unidos Franklin Delano Roosevelt. Electoralmente comprometido a sacar del atasco a un país cuyo producto nacional bruto, a precios constantes, era inferior en un 50 por 100 al de 1929, con un 25 por 100 de la población activa desempleada y con la renta nacional *per cápita* descendida al nivel de la de 1908.

Al margen de los encontradísimos juicios valorativos que sigue despertando la gestión del presidente Roosevelt, es posible que el rasgo más positivo de su política de cara al pueblo

estribó en el optimismo que logró infundirle, pese a que en ningún momento de su prolongado mandato consiguiera erradicar un paro laboral que de 1933 a 1940 jamás bajó de los siete millones.

Fulgurante la entrada en liza de la nueva Administración. Como primera providencia, y una vez cumplidos los trámites de desreformular la reforma constitucional que había injertado la «ley seca» en la ley fundamental del país, desapareció de la escena americana una de sus más curiosas peculiaridades, al despenalizarse la fabricación, venta y consumo de bebidas alcohólicas, resucitando al instante una industria de ilustre tradición que absorbió cierta cantidad de paro.

Antecedente para la entrada en juego de la dura política fiscal del «New Deal», que actuó sobre el turismo en dos sentidos, si no contrapuestos, complementarios al menos. Por un lado, el negativo, devaluando el dólar, que tuvo la consecuencia de refrenar despliegues de signos de riqueza demasiado estridentes por parte de las clases económicamente prepotentes. Aspecto de la cuestión hartamente compensado de modo menos llamativo por los efectos de la legislación en favor de todo tipo de asalariado. Sabido es que la Administración demócrata asentó su filosofía económica sobre los principios keynesianos de apuntar al máximo empleo, con el mínimo de horas de trabajo posible, a unos salarios moderadamente ascendentes. Los gobernantes de Roosevelt se propusieron estimular el consumo para reactivar de rebote la producción. Sin quitar ojo de toda señal de alarma inflacionista, consideraron al aumento de poder adquisitivo de la masa laboral como el más efectivo revulsivo para sacar de su letargo a la economía. No se trata de juzgar sus aciertos o desaciertos en el problema. Sí de indicar que la aplicación del principio de más ocio con más dinero tuvo en el turismo la resultante de democratizarlo, popularizándolo entre las clases menos afluentes.

Sin olvidar el impacto directo en el turismo de algunas medidas gubernamentales contra la depresión. Concretamente, la adecuación de los Parques Nacionales, un tanto a contrapelo si se quiere, contra los postulados de la ecología pura e incontaminada inspiradora de su creación. Inmerso el gobierno federal en su lucha

contra el desempleo, desvió de los inmensos fondos presupuestarios apropiados para mitigar el paro un considerable número de millones de dólares para, en trabajos que absorbieran máxima cantidad de mano de obra, amortiguar la afluencia de trabajadores hacia los grandes centros fabriles y urbanos. Se procuró mantenerlos en las zonas rurales empleándolos en obras a realizar en los vastísimos terrenos de propiedad estatal, desperdigados por las áreas más rústicas de la nación, contratándose al efecto trabajadores por millares para que en los más celebrados Parques Nacionales trazaran carreteras y senderos, repoblaran baldíos y construyeran miradores, piscinas y *Touring Camps*.

Una nación en movimiento

Sin perjuicio de que la incierta situación política europea y la gradual clausura del Oriente al turismo tendieran a popularizar los viajes dentro de casa, no hay duda de que el supremo acicate del turismo americano durante sus años de vacas flacas dimanó de estímulos endógenos. Al unirse a los condicionamientos de tipo económico una revolución tecnológica —una más— en los sistemas de transporte de viajeros, que a una población adepta por tradición a la movilidad proyectó a familiarizarse con su propio país, desplazándose a enormes distancias, y a velocidades inauditas, con el automóvil como punta de lanza.

Inalcanzables las cifras de fabricación de 1929 —Europa ahorraba divisas fabricándose y hasta exportando los suyos propios—, el parque nacional de vehículos en rodaje crecía sin cesar, al comprarse baratísimos los coches de segunda o tercera mano, poco antes condenados al desguace en su mayoría (1). Tampoco costó demasiado el viaje normal en el cuadro general de precios de una recesión permanente sin inflación y con una gasolina vernácula en su integridad e increíblemente barata. Razón de las aceptables tarifas de la gigantesca empresa de autobuses, la Greyhound Company, fundada

(1) Según datos del «Touring Club de France» (1935), de los 33 millones de automóviles existentes en 1934 en el mundo, 25 millones rodaban por las carreteras de los Estados Unidos, muy por delante de los 2.200.000 franceses y los 2.100.000 de la Gran Bretaña.

en 1928 por Earl Wickman, para prosperar como la espuma en tiempos para muchos críticos. A los cuatro o cinco años de la operación transportaba a lo ancho de todo el país tantos o más viajeros que los servidos por una red ferroviaria europea de fuste medio. El medio de locomoción más recomendable para el corto de fondos y sobrado de tiempo era trasladarse en cinco días y cuatro horas de Nueva York a Los Angeles, siempre y cuando renunciara a realizar por el camino cuantos altos quisiera.

Con el visto bueno del gobierno, cuya nómina en tan sólo diez años pasó del medio millón de 1929 al millón largo de 1939, otros sectores dedicados a más productivas actividades disfrutaron de vacaciones anuales, más dilatadas cada vez, obtenidas merced a la presión continua de potentes sindicatos en su era más visceralmente reivindicativa.

Datos tenidos muy en cuenta por las compañías ferroviarias para reaccionar contra la supremacía del automóvil y del autobús, obligadas a iniciar una reducción de kilometraje que duró hasta los años sesenta. La necesidad de defenderse contra los estragos de la competencia del motor de explosión impulsó a las ferroviarias a erigirse en fervientes propagandistas del turismo doméstico no sólo a través de su excelente cartelería y propaganda impresa, sino poniendo en servicio los raudos trenes aerodinámicos introducidos en la «World's Fair» de Chicago en 1934, tirando sus virtualmente nuevas locomotoras eléctricas o Diesel de relucientes y pulcros vagones en duraluminio, formando ya en 1936 parte integrante del paisaje americano.

Concebidos como lujosos hoteles sobre ruedas, además de ser una maravilla técnica, una auténtica gozada también los trenes de largo recorrido de los años treinta. Nada desaconsejable ni menos aburrido que viajar de noche para ganar tiempo a través de centenares de millas del monótono y desabrido paisaje característico de los Estados del Medio Oeste. Amenizado el tránsito por llevar la estirada caravana de los rápidos de largo recorrido su *observation car*, cubierto el techo por una alargada cúpula de plexiglás, el «Club Car», el «Cocktail-Bar» y la «Soda Fountain», útil al tener que interrumpirse en seco el servicio de bebidas

alcohólicas, en trances de atravesar el tren Estados donde aún imperaba la «ley seca».

Acrescentaron no poco los perfiles de este tipo de tren los nombres por los que fueron conocidos. Con la majestad impuesta por sus respectivas denominaciones rodaron, entre otros, el «Golden State», el «Flying Texas», el «Sunset Limited», y más de uno con rótulos un tanto imprevistos en una democracia de buena ley, tales como el «Aristocrat», el «Empire Builder» o el «American Royal».

La velocidad de unos transportes colectivos privados, en dura competencia tarifal, aceleró el desarrollo del turismo dentro del país. Recuperada la costa de Florida del traspies de 1926, reemergió brillantemente al amainar la recesión y ofertar las ferroviarias durante los inviernos plazas en trenes como el «Flamingo» o el «Florida Special», con *dancing* a los sonos de una orquesta hawaiana y juego de ruleta y *black jack* en un vagón-casinito. Y otras amenidades más al empezar a volar a Miami importantes compañías aéreas por una ruta excepcionalmente rentable y segura.

Una etapa de tantas ascendente hacia el asentamiento del transporte aéreo de pasajeros en el único país en el que finalmente, y superada su demora, participó en las estadísticas turísticas en cuantías casi macroeconómicas. De modo especial al recibir la aviación comercial energético impulso al comprar, en 1932, la TWA a la Douglas la primera partida de 24 bimotores «DC-2». Popularizándose en firme el viaje por avión al suministrar, en 1936, la misma compañía a las aéreas el exitoso «DC-3», el «Leviatán de los Aires», como apellidó la propaganda al popular bimotor, por largo tiempo indisputado rey de los cielos y de los aeródromos mundiales. Gracias a tan excepcional aeronave, la «American Airlines» pudo apuntarse graciosamente un valioso tanto publicitario, al erigirse, en 1937, en la primera compañía del mundo en transportar al «pasajero un millón».

Sin razón alguna para omitir el turismo por vía marítima. Incluso al producirse el ocaso de los grandes cruceros al Mediterráneo a causa de la guerra civil española. Descenso de tráfico un tanto compensado por los cruceros al Caribe, Hawaii y a Sudamérica, a precios fracamente asequibles los pasajes a Centroamé-

rica ofrecidos por los populares *banana boats* de la «United Fruit» y otras compañías.

«See America First»

Las campañas para incitar al americano a satisfacer sus ganas de viajar conociendo a su propio país, además de las curiosidades atesoradas por tan vasto y variado territorio, contaron con el apoyo de su patriotismo y una serie de realizaciones turísticas de reciente creación.

La festividad nacional del 4 de julio de 1930 la celebró el Estado de Dakota del Sur inaugurando, en una ladera del monte Rushmore, el megalítico busto tallado en roca de George Washington, cabeza de serie de los de otros tres eminentes presidentes más que se iban esculpiendo. En 1932 le llega la vez al Estado de Virginia, al abrir al público la pequeña ciudad dieciochesca de Williamsburg, con un hotel para turistas y un cuerpo de guías ataviado al estilo de la época colonial. El primer producto de los once millones de dólares donados al efecto por Mr. Rockefeller.

El punto álgido de la Depresión no frenó los planes de Chicago para conmemorar con una Exposición Universal su primer centenario de vida. Desde julio de 1933 al otoño de 1934, y bajo el lema «Un siglo de progreso», la ciudad del viento y de los *strip tease*, con nutrida participación ferial extranjera, y en terrenos robados al lago Michigan, celebró su Gran Exposición, concurrida por centenares de millares de curiosos, bastantes movilizados por la «American Express», que hizo un buen negocio en el trance. En la Exposición hicieron su debut los nuevos trenes aerodinámicos en metal ligero y otras novedades presentadas por una industria en plena superación tecnológica. Por su infrecuencia en esta clase de certámenes puede resaltarse como novedad que sus organizadores saldaron con un sustancial superávit contable los 48 millones que costó montarla. Éxito que contribuyó a que Nueva York, sin ningún acontecimiento especial que celebrar, decidiera montarse otra «World's Fair» para 1939.

Y más Parques Nacionales para disfrutar al acelerarse la creación de los de nueva planta como una de tantas medidas para absorber mano de obra desempleada. Destacan la am-

pliación, en 1932, del Gran Cañón de Arizona, y en 1935, el Parque Nacional de Shenandoah, en el Estado de Virginia, a corta distancia de la capital federal, al tiempo que se acondicionaron para la recepción del excursionismo ferroviario las grandiosas Carlsbad Caverns, monumento nacional primero y Parque Nacional, con todas sus consecuencias, desde 1930.

Washington rebasa el millón de habitantes. Confrontado el turista americano con la prestancia de la capital de su nación, troca toda su antipatía y animadversión contra la insaciable devoradora de sus impuestos en orgullo y admiración. Nuevos edificios ministeriales confieren dignidad al cuadrángulo de césped dominando desde la loma que le sirve de asiento la vaticanesca cúpula del Capitolio. La munificencia de los multimillonarios, blanco de críticas y reconvenciones, contribuye a elevar la monumentalidad de la capital federal. Míster Carnegie se procura buena prensa costeando a cuenta de los impuestos que ha de pagar el magnífico edificio de la Unión Panamericana, un palacio de mármol de estilo español, con un patio fenomenal, y míster Andrew M. Mellon sigue su ejemplo regalando a la ciudad una colección pictórica, con obras en número y calidad harto suficientes para merecer con justicia la calificación de Galería Nacional.

San Francisco se embelleció, muy a la americana, al estrenar, en 1937, brincando de un lado al otro, del portento de su bahía, el puente más alto, más largo, más caro y más todo del mundo, el del Golden Gate, financiado sin ayuda oficial alguna por el American Bank, con un coste de 35 millones de dólares, como una inversión de tantas. De hecho, más remuneradora de lo calculado. Tan densa avalancha de vehículos acudió a una de las magnas maravillas americanas, que pudo al poco tiempo rebajarse a 0,50 centavos por automóvil el peaje fijado en 0,70.

Exponente de un decenio no pobre en realizaciones turísticas el magnífico centro de deportes invernales y de vacaciones veraniegas de alta montaña del Sun Valley (Idaho), dotado de un gran equipo hostelero al estilo suizo, sufragado, como todo el conjunto, por la ferroviaria Union Pacific.

La hostelería al ralenti

Ciertamente nada propicios los tiempos en curso para seguir construyéndose hoteles rascacielos de megalítica grandiosidad. Bastante tuvieron los existentes en las grandes ciudades con subsistir capeando la merma en comerciantes y hombres de negocios. Tanto así, que hasta el «Stevens» de Chicago, con sus 3.000 habitaciones, hubo de funcionar a menudo con un coeficiente de ocupación por debajo de la mitad del total de su capacidad alojativa, sin que por su parte nada hiciera el automóvil para aliviar el problema al motivar la proliferación del *motel*, cuya construcción y mantenimiento requería costes ridículamente bajos en comparación a los establecimientos convencionales.

La Gran Depresión no fue óbice, en cambio, para que algunos audaces especuladores realizaran suculentos negocios en el ramo maniobrando con habilidad en el campo financiero. Aprovechándose del peso de las enormes hipotecas que gravitaban sobre algunas industrias, y tras conseguir los créditos suficientes para adquirirlas a bajo precio, se crearon varias grandes cadenas hosteleras. Tal es el origen de las que, siguiendo la fórmula que hizo célebre y multimillonario a mister Statler, forjaron Ralph Hitz, Conrad Hilton y algún otro.

En la ya larga relación de adelantos técnicos de antiguo encabezados por la hostelería americana, es preciso añadir, por su trascendencia, la veloz implantación a mediados del decenio de los sistemas eléctricos de «aire acondicionado» en los establecimientos, que suavizaron la dureza extrema de los veranos en un país con gran parte del territorio situado en los paralelos comunes a Libia, Jordania y el Golfo Pérsico.

Prácticamente inhallables intervenciones estatales en favor del turismo a través de una industria hostelera, sometida a fuerte presión fiscal. Cabe indicar por su carácter excepcional los «Touring Camps» instalados por el gobierno federal en sus Parques Nacionales. Consistieron en auténticos poblados de vacaciones, de *cottages* y *bungalows*, con cocina y garaje, a precios considerablemente más reducidos que los vigentes en la hostelería convencional. También se arbitraron instalaciones adecuadas

para satisfacer las necesidades campistas de los *trailers*, la última palabra en el turismo automovilístico.

El abrupto hechizo de Nueva York

La ciudad más populosa del mundo se hizo a sí sola símbolo, logotipo publicitario. No precisó de *affiches* su silueta surrealista para divulgar su encanto, misión desempeñada a la perfección por los filmes *made in Hollywood*, al hacer del conocimiento de Nueva York punto menos que un *desideratum* universal. Mucho más al rematar, en 1931, la verticalidad de su *skyline* los 102 pisos del Empire State Building. Justo el tónico que necesitaba el orgullo del país y del neoyorquino. Condecorar a su ciudad con un edificio superior en altura al hasta entonces más alto del globo terráqueo. Concretamente, con 412 metros sobre el nivel del asfalto, 112 más que la torre Eiffel, como precisaron todas las guías.

Edificio que procuraba al turista la suprema emoción viajera de ver desde alturas desconuñales a todo Nueva York extendido en sábanas de luz sobre el lecho de la noche, como, en noviembre de 1931, quiso contemplarlo un visitante francés, abordando con expectación y denuevo el espectacular sistema de ascensores embutido en la más eminente estructura de la tierra:

«En unos segundos, con zumbidos en los oídos, henos aquí, en el piso sesenta y ocho: otro ascensor y al piso ochenta y nueve, con terraza y salón de té, más un panorama incomparable con todos los edificios resplandeciendo luz, brillantes todas las calles con anuncios luminosos, una orgía en verde, rojo y azul, con las pinzas luminosas de los proyectores barriendo las terrazas de la gran ciudad. Y otro ascensor más, que os lleva del piso ochenta y nueve al ciento diez, os procura la satisfacción de alcanzar el punto culminante de Nueva York» (1).

No indica el deslumbrado viajero lo que le costó satisfacerse el capricho. Un dólar, algo más de un billete de butaca en un cinematógrafo de postín, aunque pudo ascender por 0,50 a la cúspide del rascacielos de la Chrysler. Arbitrios establecidos con intención selectiva,

(1) Goerger, André, *Le Tour du Monde* (Paris, 1935).

un modo de reaccionar de manera rentable al ansia de devorar con la mirada la majestad de la orografía de Nueva York desde uno de sus atractivos turísticos cumbres.

Se suaviza un tanto la proverbial rudeza de la ciudad al descubrirle aspectos sofisticados. Remontando la barrera de los tópicos se hizo notar la elaborada distinción de algunos centros de la alta sociedad neoyorquina, accesibles al visitante de cartera bien provista. Una serie de establecimientos superlujosos de renombre internacional, alumbrados al desaparecer la «ley seca». Volver a Europa, o a Buenos Aires, con un menú de El Morocco o del Stork Club, con unas cuantas firmas bien escogidas en la maleta, irrogó al turista prestigios equivalentes a los de regresar de Kenia o Ceilán con los colmillos de un elefante en el baúl.

Importante aportación a la vertiente cultural de la ciudad de los rascacielos la apertura, en 1930, de los museos Whitney y el de Arte Moderno. La prodigalidad inagotable de mister John D. Rockefeller obsequió con otro importante incentivo turístico más a su ciudad favorita. Una vez adquiridas y derribadas unas cuantas manzanas de edificios de media altura en la zona más cara de Nueva York, el 27 de diciembre de 1932 se había levantado sobre el solar, no un edificio, sino el gigantesco conjunto del «Rockefeller Center», con la fastuosa Radio City, y en sus bajos el *music-hall* mayor del mundo. Con espectáculos de obligado disfrute para visitantes nacionales y extranjeros, especialmente su cuerpo de baile —y es un decir— de las *Rockettes*: un elenco de muchachas, todas igualitas, rubísimas y pernilarguísimas, bailando en línea y todas al unísono, prodigando una sonrisa de anuncio dentífrico, con la mecánica regularidad de un instrumento de alta precisión.

Nueva York siguió engalanándose con otros donativos de su generoso benefactor. En 1938, en el frondoso parque de Fort Tyron, sito en un panorámico promontorio sobre el Hudson, se abrió el bellísimo museo medieval de los «Cloisters». Más que construido, formado por cinco claustros románicos, transportados a Manhattan, piedra a piedra y capitel a capitel, desde el Rosellón francés. Exhibido en sus monásticas salas, entre otras maravillas, los tapices sin par de la caza del unicornio y un rico

acopio de la imaginería religiosa de todas las épocas, del Renacimiento para atrás.

No ignora Nueva York el atractivo capital que posee en su puerto. De las púas de sus muelles zarpan sin tregua los vapores de excursiones que, bordeando Manhattan, proporcionan, en travesía circular, la visión del alucinante desfile del ejército de rascacielos. Todo un espectáculo de masas, en el mejor estilo de Hollywood, presenciar la estrepitosa chundarata de la salida de los paquebotes cargados de turistas, compitiendo ferozmente las navieras de veinte países en darle máxima extravagancia al gran *show* de la partida para animar al personal. En contrapunto de los mugidos de las sirenas de los transbordadores, la música de las orquestas de a bordo que tocan sin cesar en las cubiertas, mientras los que se van y los que se quedan intercambian el contenido de los enormes cestos de *confetti* y serpentinas, suministrados por las compañías con cargo al departamento de publicidad.

Cortometraje californiano

No fueron las acres «uvas de la ira» de la novela de Steinbeck, sino pámpanos y bañistas dorados por un risueño sol, lo que hicieron de la costa californiana meta favorita del turista americano. *Sunshine*, sol en abundancia sobre un trasfondo de clima paradisíaco, es lo que promueven diversos entes encargados de animar al turista, lo mismo que las compañías ferroviarias accediendo a la Andalucía americana por rutas diversas. Y en dieciséis horas los vuelos Nueva York-Chicago-San Francisco de la «United Airlines», habiéndolos también nocturnos, para más comodidad y en aviones-cama.

Consciente de su peculiaridad, San Francisco disimuló la juventud de un caserío rehecho tras el terremoto de 1906, que lo redujo a una inmensa pila de cascotes calcinados, ofrendando a sus visitantes la máxima ración de tipismo posible. Sus ya anacrónicos tranvías por las calles pendientes, un barrio chino restaurado con esmero, al que se le agregó otro mexicano, si no tan exitoso, más auténtico al menos. Un conjunto realizado por el superpuente del «Golden Gate» rubricando con un trazo de acero la maravilla de la bahía.

Camino de San Francisco a Los Angeles, pudo el pudiente relajarse al sol en la aristocrática urbanización turística de Monterrey, centrada por el esplendoroso «Del Monte Hotel»: en una península a orillas del Pacífico, con varias misiones franciscanas de la época de fray Junípero Serra.

La fealdad congénita al vasto conglomerado de Los Angeles —doce barrios en busca de una ciudad— se rehabilita a los ojos del visitante gracias a la arquitectura trasplantada por los barrios residenciales, visto con agrado sumo por un visitante portugués de excepción:

«Las casas *spanish style* de California no dejan de tener una inconfundible fisonomía americana. Son una España, sí, una España colonial, pero una España geométrica, deportiva, con chal pero sin peineta. Son casas hechas de un solo trazo, sin arabescos ni fantasías» (1).

Resultante de la hispanofilia californiana que no remite. Epidérmica en el fondo, como todo lo de un Estado a la búsqueda de sus señas de identidad, por direcciones sugeridas por su clima y los topónimos de todo el territorio. Sentimiento directriz de que en 1930 una disposición del municipio de Santa Bárbara, al norte de Los Angeles, decretara, y aquí no ha pasado nada, que a partir de su promulgación, todos los edificios de la comunidad deberían ser construidos en «estilo español», entendiéndose por tal el andaluz: casas totalmente blancas y tejas rojas en los tejadillos de puertas y ventanas.

Sin embargo, el verdadero centro turístico de Los Angeles caía un tanto lejos de la ciudad, en unas colinas de su periferia: en un suburbio calificado por Antonio Ferro como «o mais belo filme que Hollywood produziu», o sea, lo que Ramón Gómez de la Serna y otros llamaron «Cinelandia», objeto de visitas organizadas por las Agencias.

En el programa, primero el recorrido de los vastísimos *Studios*, bien de la Metro-Goldwin Mayer, de la Fox o de la Paramount. Daba igual. Fábricas en cualquier caso de los delirios en celuloide, muchos en technicolor, resoñados en las fluorescentes penumbras de los cines

(1) Ferro, Antonio, *Hollywood. Capital das Imagens* (Lisboa, 1931).

del mundo entero por una humanidad sedienta de evasión. En la luminosa oquedad de los inmensos hangares, enjambres de tramoyistas improvisaban al fulgor de los arcos voltaicos lo mismo un *simoun* en pleno Sahara, un idilio en el Gran Canal, que el naufragio del «Titanic» o un episodio de las Cruzadas. Sin descartar la posibilidad de, con algo de suerte, atisbar el buen hacer de un par de astros de la pantalla protagonizando alguno de aquellos romances, tórridamente castos, gestados por el ejército de guionistas empleados por la Gran Gomorra americana. A lo sumo —y de acuerdo con las normas— con besos con las bocas cerradas en alcobas, matrimoniales o no, jamás de una cama sola. Un mundo de irrealidad, regido con emolumentos superiores a los de muchos jefes de Estado, por Otto Preminger, von Stroheim, Alexander Korda, Hitchcock, en suma, por la flor y nata del cine europeo. Sustanciosos contratos suscritos con la industria de un país presumiblemente en bancarrota, así como a la difusión del idioma castellano, motivan las residencias en Hollywood de una legión de autores y actores españoles, entre los que se cuentan Martínez Sierra, Edgar Neville, Jardiel Poncela, Ernesto Vilches, la Bárcena y la Ladrón de Guevara, Roberto Rey, Miguel Ligeró y cien más, argentinos y mexicanos, hasta perfeccionarse los sistemas de doblaje.

Los turistas visitaban Hollywood estupefactos. Con emoción comparable a la que invadía a sus predecesores al visitar el Versalles del Rey Sol. Después venía el postre de la gira por Beverly Hills, el Parnaso o el Olimpo, residencia de las diosas y héroes del panteón del cine mudo y hablado. Oído atento al megáfono del guía, los cinéfilos en vacaciones —y quién no fue cinéfilo entonces— absorbían informes sobre el número de divorcios y de millones de dólares que costó a cada uno de los inquilinos las residencias cuyo exterior contemplaban sentaditos en el autocar. Los *cottages*, «haciendas», *bungalows* de Mary Pickford, Gloria Swanson, Charlie Chaplin, Adolphe Menjou, Marlène Dietrich, Pola Negri, Greta Garbo, Clara Bow, Gary Cooper, algunos ocupados en vida por Jean Harlow, muerta a los veintiséis años, o por el mítico Rodolfo Valentino, muerto en 1926, cuya tumba, en el cementerio propiedad de la Paramount, recibía algunos años tantos visitantes o más que la tumba de Lenin.

La peregrinación a «la Meca del cine», como se decía entonces, y no sin razón, terminaba en la acera del «Chinese Theatre», impresas en su cemento las huellas de las manos o pies de los divos y divas del séptimo arte. En total y en resumen, una excursión americana la de Hollywood de similar interés a las de las cataratas del Niágara o al Gran Cañón del Colorado.

California hizo muy gustosa de trampolín para pasar el archipiélago hawaiano, ya en vías de labrarse un puesto de excepción en el turismo americano. En 1923, a su paso por el «Aloha State», como entonces se llamaba a lo que no era aún más que «territorio» y no Estado, Blasco Ibáñez, con la fastuosidad que tanto apreció, pudo alojarse en el Moana Hotel de la playa de Waikiki. Una de las empresas de la «Matson Line», empeñada en hacer de la isla un paraíso tropical.

Ya funcionaba entonces un cuerpo de muchachas hawaianas, bien entrenadas para recibir en el puerto a los visitantes, ciñéndoles al cuello el *lei* de flores confeccionado con papeles multicolores, bailando el *hula-hula* con camisolas de seda y faldellines de fibra vegetal. Cuanto destape en la era de la «ley seca» toleraban los *clerygmen* afincados en la zona. Años más tarde las camisolas desaparecen, protuberan los bustos, se abrevian los faldellines y las flores son naturales: a las muchachas se les unen los muchachos hawaianos que, bailando sobre el oleaje, practican el *surf* en beneficio de las cámaras de los turistas.

La frecuencia y rapidez de los transportes acorta distancias. Se acreditan para los residentes en zonas lejanas a California los cruceros de cinco días a Hawaii, desde Vancouver, de la «Canadian Pacific». Un paso gigantesco para acreditarse como lugar ideal para vacaciones exóticas y sin inviernos la implantación, a partir de 1936, de los vuelos regulares en los «Clippers» de la Pan American desde Los Angeles y San Francisco.

Reestructuración de las agencias de viajes

El abrupto corte en viajes al extranjero registrado en las horas más puntiagudas de la Depresión no conllevó la poda de Agencias de

Viajes que cupo imaginar. A lo sumo entrañó un reajuste en sus estrategias comerciales promocionándose por entre unas clientelas de inferior vitola que la tradicional.

Fecundo a medio y corto plazo resultó el movimiento asociativo, que tuvo su origen en 1931, al concertar las consignatarias navieras con bajas ventas de pasajes y las Agencias de Viajes de la costa Atlántica la constitución en Nueva York de la «American Steamship and Tourist Agents Association», denominación original de la «ASTA» nada menos. Sus miembros, unos 200 tirando algo por lo alto, celebraron puntualmente su consabido congreso anual, casi siempre en plazas de algún buque en crucero, graciosamente puestas a su disposición por las navieras, visitando corporativamente, en 1934, La Habana y, en 1935, Florida y las Bermudas. De acuerdo con la finalidad de los congresos flotantes, factor determinante del encauzamiento de cierto tráfico hacia dichos destinos.

En conjunto, la década resultó favorable para la potenciación de las Agencias de Viajes norteamericanas. Entorpeció su desarrollo el mismo inconveniente sufrido por las europeas. La facilidad existente para el viaje individual y por libre: tanto por el uso del automóvil privado como por la vigorosa promoción de sus servicios y excursiones realizadas por las compañías ferroviarias a través de su tupida red de oficinas de viajes. Optimos tiempos para la «American Express», y refiriéndose a la fatídica década, asegura en 1950 la historia oficial de la compañía: «It was in those years that the American Express laid the firm foundations of its present preminent position.»

Poco representativo quizá el caso de la superagencia asentada en la garantía que en años monetariamente revueltos ofrecieron sus *Travellers Cheques*. Sin ser malos tampoco para Agencias acreditadas y más convencionales, como la veterana «Raymond & Whitcomb», las cuales remontaron tiempos nada fáciles para la industria programando un sistema de *tours* de alta calidad. De carácter más individualizado que los singularmente exitosos «Banners Tours» ferroviarios organizados desde 1936 por la «Amexco» de Nueva York a la costa del Pacífico, despachando en sólo 1939 veintinueve excursiones, con un total de 4.600 participantes.

Interesante novedad los «Tourist Bureaus» establecidos por diversas entidades paraoficiales de los soleados Estados del Oeste y del Sur, en los grandes mercados del Norte, generalmente en apoyo de campañas publicitarias de temporadas de invierno. El potencial adquirido por el turismo americano lo prueba la plétora de oficinas estatales de turismo instaladas por los países europeos en las capitales cardinales de los Estados Unidos, llegando Francia, Alemania e Italia a mantener dos oficinas en cada capital: una de información turística general y otra para la venta y reserva de plazas en sus compañías de transporte. Concurrieron con las europeas, con oficinas propias, los departamentos de turismo japonés y la «Intourist» soviética, anunciando ésta los viajes colectivos a la Unión Soviética a tarifas impudicamente clasistas: a razón de 15, 8 ó 5 dólares diarios, según se viajara en primera clase, en turista o en tercera.

Balance turístico de la Gran Depresión

Cotejadas las estadísticas de salidas de extranjeros y de expedición de pasaportes, confeccionadas en Washington con los cómputos de entradas de americanos llevadas por los países receptores, la compulsas arroja de 1930 a 1935 un drástico declive, para emprender luego una curva ascensional sin flexión perceptible. Básicamente, en la forma en que con referencia expresa a Europa glosa aquellas estadísticas un estudioso del tema:

«El total anual se redujo en 1934 a un suelo de 135.000, elevándose gradualmente a 207.000 en los próximos tres años, para otra vez volver a declinar de nuevo. Lo más significativo de estas estadísticas, por reducidas que sean, es que sus totales subsistieran tan altos. Revelaron con claridad que de no sobrevenir una guerra nada disuadiría a los americanos de salir al extranjero. Combinando las compañías marítimas y las agencias todas sus fuerzas, haciendo cuanto les fue posible para reducir precios, se mantuvo un tráfico que en ningún momento descendió a los niveles alcanzados antes de la primera guerra mundial» (1).

Existen otros indicadores de fácil consulta gráficamente expresivos de la dimensión de la

(1) Rhea Dulles, Foster, *Americans Abroad. Two Centuries of European Travel* (University of Michigan Press, 1964).

proyección internacional del niuso vacacional del americano en los años treinta. Los anuncios de Agencias de Viajes americanas y de navieras europeas insertos en publicaciones de amplia difusión social. Puesto a citar algunas de las por mí revisadas con cierto pormenor, debo aludir a los ejemplares de la «National Geographic Magazine» y a la revista «Vogue» de los años comprendidos en la revisión presente. Sin desaparecer del todo, ni mucho menos, durante los años 1931 y 1932, se aprecia un sensible descenso publicitario, manteniéndose a niveles aceptables los anuncios de *tours* a Europa y a Oriente, y por encima de lo esperado los incentivos excursionistas con destino a las zonas más turísticas de los Estados Unidos. De 1935 en adelante la promoción cambia de orientación al cesar de figurar la baratura como incentivo principal, aproximándose bastante el espacio cubierto por los anuncios a los insertos en los años precedentes al *crack*.

Y para completar el cuadro, una indicación somera a los visitantes extranjeros. Una afluencia sensible a dos estímulos de peso, precios y publicidad, que acrecentaron no poco el interés intrínseco al país de los rascacielos. Por un lado, la increíble baratura de los pasajes marítimos en años en que las navieras europeas compitieron ferozmente entre sí para llevarse el tráfico que les resarciría de la pérdida de ingresos derivados de la desaparición del tráfico de emigrantes. Y el que, por otra parte, y sin proponérselo tan siquiera, los americanos extendieron por el mundo una invitación a venir a verles inflamando la imaginación universal con el más persuasivo instrumento publicitario concebido por la mente humana. Su industria cinematográfica, virtualmente sin rival. El agente que por las pantallas de la redondez del planeta, y subliminalmente si se quiere, propagó los usos, modos y semblante del país más rico, más próspero, más excéntrico e inverosímil del mundo occidental.

No está de más apuntar, por último, la versión optimista del turismo americano durante su Gran Depresión aquí sustentado con el soporte que le procuran las estadísticas turísticas elaboradas por el Departamento de Estudios Económicos de la Sociedad de Naciones. Las correspondientes a 1933, año de transición, calcularon a los Estados Unidos ingresos de

324 millones de dólares oro, a cargo de sus visitantes, adjudicándoles el cuarto lugar mundial, precedidos únicamente por Francia, Canadá e Italia. Puesto susceptible de admitir cierto realce al no haber realizado la cuarta potencia turística del mundo esfuerzo o ademán alguno para estimular la respetable corriente viajera que lo visitó. Actitud y resultados repetidos todavía en superior magnitud en el país más vasto de los tres que ocupan la América del Norte.

Turismo canadiense

«Tourist traffic between the United States and Canada is probably larger than that between any other two countries of the world», escribía en 1933 el economista inglés Ogilvie, subrayando un dato por lo general ausente incluso en las generalizaciones de quienes primordialmente valoran al turismo en función de sus macromagnitudes. Dato que por la parte que le tocó muy presente en la consideración del aparato gubernamental del Dominio, cuyo departamento de Estadística publicó desde 1926 el boletín «The Tourist Trade of Canada», quizá el análisis anual más técnico y exhaustivo del tema de todos los existentes.

Dentro de su carácter monográfico, brillante en el orden económico la etapa de auge vivida en Canadá por la industria del viaje. Para mantenerse en constante desarrollo al turismo canadiense le bastaron, ya desde los tiempos de la Ley Seca, con los visitantes procedentes de los grandes núcleos de población del Norte de los Estados Unidos. Afluencia oportuna después para resarcir al Canadá de las consecuencias del *crack* bursátil de 1929, con repercusión instantánea en la economía nacional y con efectos análogos por lo nocivos.

El turismo entre los dos colosos del hemisferio Norte no revistió en el aspecto cultural y social esa prestancia típica en los intercambios turísticos entre dos países extranjeros. En las visitas de yanquis y canadienses al país del vecino se hallaron en un entorno demasiado parecido al suyo propio. La misma lengua, las mismas costumbres, el mismo sistema monetario, y en gran medida el mismo paisaje bajo un clima parecido. Pero con algunos matices dife-

renciales. Al oído del estadounidense Canadá le regaló la oreja con un deje británico y la vista con ciertas peculiaridades propias de un territorio, teóricamente provincia de la monarquía inglesa.

Potentes credenciales frente a una demanda atraída preferentemente por lo dispar esgrimió el área francófona, sujeta a una especie de redescubrimiento turístico por parte del contingente francés, rumbo a los Estados Unidos, que tomaba contacto con el continente americano a través del soberbio puerto de Quebec. Muchas cosas que ver en la vieja capital del Canadá francés. A las diez de la mañana, en la Ciudadela, el relevo de la guardia: con rito y uniformes idénticos a los de Buckingham Palace o White Hall, gorros de piel peluda incluidos. El inmenso «Château Frontenac», quince pisos de hotel de aire británico con exquisita cocina francesa en su restaurante. En un coche de caballos, un recorrido a los campos de batalla entre los *Franças* y *les Anglas*, acondicionado al estilo de Waterloo. La casita del cuartel general de Montcalm, el monolito indicador del sitio en donde cayó moribundo el general Wolff, y otros monumentos. Millas arriba remontando el río San Lorenzo, Montreal, gran ciudad americanizada, a pocas millas de las cataratas de Montmorency, más altas que las del Niágara, aunque no tan fotogénicas, como se comprueba al contemplar la gran maravilla americana desde su mejor punto de vista: la orilla canadiense. Enorme tráfico por las cataratas del Niágara, uno de los puntos de acceso a los Estados Unidos más frecuentados.

El turismo discurrió por el opulento Dominio de la Corona británica en gran medida canalizado por una institución peculiar, la «Canadian Pacific Railway», la más importante y poderosa entidad del país, después del gobierno confederal en bloque. Lo de menos, con ser mucho, en su calidad de constructora y propietaria de los trenes del Atlántico al Pacífico: eso lo proclamaba el nombre de la compañía. Su peculiaridad radicó en operar bajo esta denominación, y a veces con caracteres de monopolio, un complejo sistema de servicios turísticos básicos: las líneas marítimas de pasajeros entre Canadá y Europa y Asia, una importante red hotelera extendida por todo el país, y en los Parques Nacionales, establecidos a imagen de

los norteamericanos, en un territorio de por sí casi un inmenso parque nacional.

Primero en concurrencia y en edad el de Banff, fundado en 1885 y fácil de acceso por atravesarlo de lado a lado la «C. P. R.», concesionaria de los excelentes alojamientos de un Parque que en noviembre de 1931 deslumbró por su belleza a un viajero francés en ruta de Montreal a Vancouver. Alojado por llegar en baja temperatura en el «King's Edward Hotel», el único abierto, pero no obstante el establecimiento mayor y mejor de todos los de Banff:

«Esta inmensa región ha sido inteligentemente delimitada y expropiada por el gobierno canadiense. Es un National Park en el que nada se hace sin su autorización, sobre todo la práctica de la caza. Así ha conservado su estado primitivo: manadas de búfalos, cabras y carneros de montaña se pasean sin temor, dejándose fotografiar, complacidos, al tropezar nuestro auto con ellos. Banff es un centro al que en verano acuden centenares de miles de turistas para refugiarse del calor. Grandes hoteles, palaces de quince pisos figuran diseminados por escogidos lugares del parque. Un

campo de golf, extraordinario por sus dimensiones, ubicado en medio de un imponente escenario alpino, completa con una piscina de agua sulfurosa esta atrayentes hospitalidad» (1).

El gran peso específico ejercido por el turismo en la economía canadiense se debía a distribuirse la elevada renta que generó entre una relativamente reducida población nacional. Por eso las autoridades canadienses se cuentan entre las primeras en considerarlo, además de una salvaguarda contra la recesión, como un óptimo agente creador y difusor de riqueza. Sin sentir el menor reparo para rendirle público homenaje al turismo, como en esta frase textualmente entresacada de un documento oficial:

«En los últimos treinta años la industria turística se ha convertido en una importante fuente de renta para ciertas regiones del país. Los gastos de los visitantes extranjeros ejercen en la balanza comercial del Canadá el mismo efecto que una exportación adicional de materias primas. De no ser por esta exportación turística, el valor de la cotización del dólar canadiense habría indudablemente caído a niveles más bajos que los de 1931» (2).

TURISMO IBERO-AMERICANO

Las repúblicas de Río Grande para abajo ingresan en la década de los años treinta, en conjunto y en bloque, proyectando una imagen turística fatal. Sufriendo en tiempos nada propicios a grandes viajes el latigazo de la Gran Depresión con dureza superior que área alguna del planeta.

Comienza la serie de descalabros al consumirse una aspiración cara a los movimientos nacionalistas. Batiéndose en retirada, y en este orden, los capitales británicos y norteamericanos con el fin de atender imperiosas necesidades domésticas. Siguen las restricciones a la importación de las naciones conjuradas a proteger sus productos con elevadas tarifas aduaneras. Desmoronándose en picado los precios de las materias primas, base sustancial de las economías ibero-americanas, desprovistas de un

sistema financiero capaz de actuar en el plano crediticio a guisa de paracaídas. Al tiempo de que Brasil y Colombia queman cordilleras de café recolectado, van cerrándose las minas y plantaciones explotadas por los grandes consorcios internacionales, generándose el caldo de cultivo ideal para toda clase de conmociones.

Como lianas amazónicas tras un temporal de lluvias, brotan y proliferan por doquier cuarte-lazos y contracuartelazos, guerrillas teledirigidas desde puestos de mando extraamericanos, revoluciones, catástrofes de toda suerte y hasta alguna guerra que otra. Destacable por su duración aquella en la que, por espacio de siete

(1) Goerger, André, *Le Tour du Monde* (París, 1935).

(2) *Canada Year Book*, 1932 (cita extraída de F. W. Ogilvie, *The Tourist Movement*, Londres, 1933).

años consecutivos, se mataron por las junglas del Chaco bolivianos y paraguayos.

Indudable lo factible para el bien informado discernir lo improbable de sufrir en su persona las consecuencias de conflictos armados, dirimidos en territorios, llegado el caso, facilísimos de orillar gracias a la cósmica vastedad del área. Sin excluir la probabilidad de que el lector de periódicos peor informado, y en plan viajero, reaccionara con otra clase de lógica.

Difícil determinar si en aquel maremagnum inyectó algún elemento estabilizador al proclamar en 1933 la administración demócrata de Washington la política del buen vecino: *the good neighbour policy*. Al menos ya no se llevaron a cabo intervenciones abiertas en los asuntos de los demás, con la consiguiente mejora de imagen del turista norteamericano.

Tal vez no sea fútil confesar que las páginas que siguen no son ni pueden ser crónica puntual de la evolución del turismo en una parte del mundo tan descomunal. Basadas en una revisión urgente de un forzosamente incompleto acopio de datos, intenta suplir temporalmente la falta de un estudio global del tema. Sin otra aspiración, aparte de salir del paso, que diseñar las líneas maestras de una especie de cañamazo, andamio o armazón valedero quizá para empeños de más categoría y responsabilidad que el presente.

Esto sentado, y por la razón expuesta, quedarán huérfanas de mención y comentario zonas tan interesantes, y políticamente tan revueltas, como toda la América central, así como la isla de Santo Domingo y adyacentes, arrasada la primera por un devastador ciclón. Omitiendo de la reseña espacio de actividad turística tan intensa, como el de la «Canal Zone», en el istmo de Panamá. Omisiones compensadas con el examen de casos tan específicos y distintos entre sí como los de México y la isla de Cuba.

El dilema mexicano

La problemática del problemático turismo del país azteca sigue planteada a principios del decenio con simplicidad extrema. Dependiendo su ser o no ser, y por obvios imperativos geográficos, de las preferencias viajeras de sus vecinos

del norte. De los turistas norteamericanos, su clientela natural, y única de momento, sumamente refractarios a franquear la frontera sur, más allá de algunos puntos fronterizos: Tijuana y Aguas Calientes, por ejemplo.

Supongamos que se tratara de atraerles, objetivo ajeno por completo a los propósitos de los gobernantes de entonces. En tal supuesto, condición indispensable la institucionalización de la Revolución, término así de enrevesado y casi impronunciado, no obstante escogido por los revolucionarios de otrora para legitimarse en el ejercicio del poder. Operación hacedera una vez eliminados, uno a uno, y al estilo de la tierra, Emiliano Zapata, Pancho Villa y tantos otros que cada uno a su manera tomaron literalmente la retórica de la Revolución. Quedándose en el machito los listos, los termidorianos. Y de resultados de un duro proceso evolutivo previsto con mucho más acierto por Carlos Darwin que por Carlos Marx.

El país dio un paso decisivo para recibir visitantes en marzo de 1929. Cuando bajo el liderazgo del «Jefe Máximo», y presidente de la República, general Plutarco Elías Calles, los generales surgidos en diez años de permanente revolución decidieron enterrar el hacha de la guerrilla intestina, fundando el Partido Nacional Revolucionario. Único de hecho y a todos los efectos: al estilo de los de Rusia e Italia. Celebrando elecciones con resultados cantados de antemano.

Algo más sosegado el país sin de momento desaparecer algunos factores disuasorios respecto al viaje a México de los norteamericanos. Muy en primer lugar, la violenta campaña anti-religiosa o anticatólica del presidente Calles, respondida en 1932 por numerosas manifestaciones adversas en numerosas capitales de los Estados Unidos, apoyadas por las iglesias protestantes.

Por difícil que se lo pusieran, y no fue poco, el país azteca siguió interesando a bastantes americanos. A los de tendencias progresistas y anticlericales, sin lugar a dudas. Para otros, no era poco el poder prescindir de embarcarse, rumbo a otros continentes, cuando a precios irrisorios se les ofrecía a la puerta de casa un pintoresquismo de autenticidad inhallable en paraje alguno de la vieja Europa. E incluso re-

cién facilitado su acceso en automóvil, al terminarse de construir, desde México capital a la población fronteriza de Laredo (Texas) una aceptable carretera vía Monterrey.

Ni por esas. La problemática del turismo mexicano, y sugerido sea con respeto exquisito, presentaba una estructura esquizoide. Bifronte, bífida, bipolar. Todo menos imputarla en contradicción interna, por lo trivial y gastado de la expresión. Durante los años treinta, y salvando distancias, a su oferta le pasaba algo parecido a lo sucedido a la española durante sus años republicanos. Visto de lejos, México aparecía caótico, espeluznante, peligroso. Fascinante y acogedor al viajar por su interior. Lástima que en turismo, unas veces para bien y otras para mal, la apariencia de las cosas prima sobre su realidad esencial. Sin poder hablarse en rigor de campañas adversas, erizaba los cabellos del lector de periódicos las informaciones sobre la escena mexicana publicadas por la prensa mundial. Y lo peor es que ciertas en lo fundamental.

Cuando no eran matanzas entre «camisas rojas» y «camisas doradas», evocadoras de aquellas guerras religiosas desconocidas en Europa desde el siglo xvii, eran informes sobre bombardeos de la aviación militar contra las bandas insurrectas de Jalisco o en cualquier otro Estado. O reseñas del tipo de aquel curioso debate parlamentario en la noche del 11 de septiembre de 1935. Abruptamente concluido con una enalada de tiros en pleno hemicycle, que dejó muertos, con la pistola en la mano, a dos señores diputados, y bastantes otros malheridos, apreciándose la intervención de algún ciudadano de a pie, disparando desde la tribuna de invitados.

Publicidad paraturística

Por lo demás, la presidencia del general Calles presentó más positivas facetas al no mostrarse hostil a suculentas inversiones en México de capitales «gringos», eso sí, a cencerros tapados, en la industria petrolífera y en obras públicas. Empezaron a publicarse libros describiendo el teatro mexicano desde ángulos favorables. Línea en la que se sitúan *El árbol de Judas* (1930) y *Hacienda* (1934), de la texana Katherine Porter, y el *Beyond Mexico way* (1934), de

Aldous Huxley, en el supuesto de merecer calificativos turísticos los libros de viajes del escritor inglés. Obra en la que comparecen ya, debidamente desbrozadas y consolidadas, las pirámides de Teotihuacán, a 60 kilómetros de la capital, identificadas con membretes a cual más sugestivo: la pirámide del Sol, la de la Luna, la del Viento..., al tiempo en que empezaban a funcionar los *tours* en autocar.

El cinematógrafo comercial norteamericano se comportó amabilísimo con su vecino del sur. Las convencionalísimas películas de Hollywood, de tema mexicano, lo presentaban como un país de guitarras, sombreros, caballeros y *romance*. Más apetecible que como salía en las europeas, incluido el «Viva México» de Eisenstein, apenas visto por nadie, por fortuna para el país. Típico el largometraje «Indio, hermano mío», estrenado en París, en el verano de 1931, por su artífice, Elisabeth Sauvy (Titayna), un *film* reseñado por un crítico cubano de excepción:

«Aparte de unos pocos metros de *film* consagrados a mostrarnos piezas del Museo Nacional de México; aparte de una visión de las ruinas de Uxmal y de las pirámides de la altiplanicie, aparte de un Xochimilco entrevisto fugazmente, Titayna, ávida de *ciceronadas* caprichosas, no nos ha presentado más que mugre, exotismo y miseria... Y, finalmente, nos ofrece tres cuartos de hora de proyección, acerca de las costumbres rudimentarias de los habitantes de la Isla Tiburón, a quienes casi se jacta de haber *descubierto*. ¡Eso es México! ¡Vengan a ver, señoras y señores, al indio comecandela!» (1).

Coyuntura nada favorable desde perspectivas turísticas que experimentó sensible variación al acceder, en 1934, a la presidencia de la República el general Lázaro Cárdenas e imprimir a la política mexicana opuesto sesgo al impuesto por su predecesor. Si bien el presidente Calles contrapesó la furibunda campaña antirreligiosa con un más que tolerante *laissez faire* en asuntos de negocios, Cárdenas, en cambio, y con su «Plan Sexenal», de amplitud superior en un año al quinquenal soviético, su modelo, al tiempo que desaceleró la ofensiva laicificadora, se embarcó en una política socializante. Un aspecto de su gestión de momento vista con enorme simpatía por los poderosos sindicatos laborales de los Estados Unidos, puestos los ojos en la inter-

(1) Carpentier, Alejandro, *México, según una película europea* («Carteles», La Habana, septiembre 1931).

vención estatal como medio para salir de la depresión, y aprobada de modo tácito por los políticos del «New Deal».

«Gringos» en México lindo

Producto de los nuevos aires mexicanos la mejora de los enlaces ferroviarios con los Estados Unidos. Particularmente al entrar en servicio, en 1935, y al principio una vez por semana, el superlujoso «City of Mexico», tan americano como la Coca-Cola y desde la locomotora al furgón. Entre otras curiosidades en el orden panorámico, he aquí el paisaje humano entrevisto a través de la ventanilla de su vagón por uno de los primeros pasajeros:

«Familias indias, vestidas, si así puede llamarse, de andrajos, contemplan con esa frialdad admirativa de las razas inferiores el paso del tren de lujo, que con sus dobles ventanales impide acceder al interior el polvo miserable de tan inhóspita región y el contacto con seres tan desdichados. La india, doblada por la carga de mesquite para el misero hogar y por el repetido fruto de la maternidad, con sus dos negras y sedosas trenzas, contempla a través del doble vidrio de la ventana del *pullman* a la rica norteamericana que, fumando un rubio cigarrillo, acerca a la boca la paja del *cock-tail*.»

Es el comentario de un turista europeo, cuyo nombre, nacionalidad y libro del que la cita se extrajo quedarán sin identificar en esta ocasión.

Mejorados los transportes y al filo del encalamamiento ambiental, tuvo lugar en México capital un acontecimiento eminentemente turístico de envergadura y trascendencia innegables. La XXVI Convención anual del «Rotary International» en el otoño de 1935, según una crónica de la Agencia de Viajes en cuestión, merced a las gestiones de la «American Express» (1). Anotando por su parte los anales de la asociación la asistencia de 5.000 rotarios recibiendo la bienvenida oficial del presidente Cárdenas en el Palacio de Bellas Artes. Incluso de rebajar la cifra oficial de asistentes en la cuantía que proceda, por inflacionarla el elemento local y oficial que participó en el Congreso, muchos debieron ser los rotarios llegados de los Estados Unidos cuando para resolver el problema de su alojamiento debió situar la «American Ex-

press», que con este motivo instaló en la capital mexicana con carácter permanente una de sus oficinas, un tren de coches-cama en la estación de ferrocarril durante la celebración del Congreso.

A primera vista, cabe pensar en el efecto negativo que pudo ejercer en algunos turistas el tono xenófobo de la ofensiva de «indigenismo» instrumentada desde el gobierno por exigencias de la política interna. Curiosamente, nada mal vista por los dirigentes de la opinión pública norteamericana, quizá por las obvias connotaciones antiespañolas de un movimiento que en México capital, y de modo bien gráfico y visible, cristalizó en los murales pintados por Diego Rivera en tres palacios incluidos en el itinerario turístico: el de Cuernavaca, el Nacional y el de Bellas Artes. Repintado en una de las paredes interiores de este edificio, y por el propio Rivera, aquella polémica figura de Lenin, que quien tan espléndidamente y en buenos dólares se la pagó hizo erradicar del vestíbulo del Rockefeller Center de Nueva York, sustituyendo la obra por otra de José María Sert.

Pese a sus estridencias ultranacionalistas, no pasaron de epidérmicas las irritaciones que el «indigenismo» neozteca produjo en el turista hipersensible por manifestarse con todas las taras propias de un invento burocrático de dudoso arraigo popular. Pueden anotarse entre sus peculiaridades que en nada minorara su rápido signo antiespañol la adición nacional a las corridas de toros, sin entibiar su laicismo a ultranza el fervor de las multitudinarias visitas al santuario de Nuestra Señora de Guadalupe, sin hacerse en modo alguno extensiva la fobia antiyanqui que informó al movimiento a los visitantes norteamericanos. Recibidos en todo momento y lugar con la cordialidad hacia el forastero, de no calentarle alguien los cascos, innata al buen pueblo llano mexicano.

Centro focal del turismo mexicano, el Mexico City de los americanos. Espectacularmente renovados sus distritos centrales durante la presidencia de Cárdenas. Escenario adecuado para el estilo de vida de la dorada pléyade de *nouveaux riches* engendrada por la Revolución. Una mesocracia adinerada con un fenomenal apetito para gozar de los más amables aspectos del existir. Una gloria las anchas avenidas de Chapultepec,

(1) Hatch, Alden, *American Express. A Century of Service* (Nueva York, 1950).

Insurgentes, Juárez y el paseo de la Reforma, prolongadas con rascacielos en miniatura, ebrias de publicidad luminosa y riadas de automóviles en constante aumento.

Reaparecen los mariachis y en trances folklóricos el vistoso atuendo del charro. No en su versión revolucionaria, cruzado en equis el torso despechugado por las cintas de la ametralladora, y al cinto pistolón de verdad, sino con encajes, bordados y espolones de plata bruñida en la era de don Porfirio Díaz. Destacan en los testimonios consultados los elogios al cabaret «El Retiro», al «Café Colón», así como a las lujosas tiendas de las calles Cinco de Mayo y Francisco Madero, irradiando del incomparable rectángulo del Zoco, rebosante día y noche de puestos de tequila y enchiladas y de peones y chamacos.

Polo de atracción de la fuerte emigración rural, empujada a zonas urbanas por el desempleo, la capital mexicana presentaba al visitante uno de los contrastes más rudos entre la miseria y el lujo de todo el continente. Sin más rémora para el turista «gringo» que la acción de la por ellos mismos denominada «venganza de Moctezuma». Alusión en fino a las licuaciones intestinales causadas por unas condiciones sanitarias no del todo satisfactorias.

No parece que durante el mandato del presidente Cárdenas el turismo recibió mucha atención. Es de suponer que, atosigado por la marabunta de problemas con que tuvo que pechar, le faltarían humor y tiempo para ocuparse de un tema bastante a contracorriente del signo de su política. Sin que ni aún así deje de producir extrañeza que privara al erario nacional de una caudalosa fuente de divisas por este concepto al decretar, el 26 de julio de 1935, la prohibición de las carreras de caballos en el hipódromo de Aguas Calientes y el juego en los salones del Gran Casino del mismo lugar. Pasatiempos sostenidos económicamente, casi en exclusiva, y desde los tiempos de la Ley Seca, por clientela norteamericana residente en el sur de California, incluido Hollywood. Complejo balneario propiedad del enriquecidísimo ex presidente de la República mexicana, don Abelardo Rodríguez, próximo a la ciudad fronteriza de Tijuana, a salvo por tanto y en razón de distancia de las turbulencias que agitaban otros distritos del país.

Ahora bien, de haber deseado el presidente Cárdenas sentar un ejemplo sonado de moralidad política, y jorobar de paso a su inmediato antecesor en el cargo, cuesta poco imaginar otros enfoques del problema sin necesidad de arrojar piedras a la economía de la zona. Tal pareció ser al menos el criterio de los representantes de otros intereses ligados al turismo de Aguas Calientes, que sin fruto alguno tomaron un avión para persuadir al señor presidente revocara una disposición, que sin beneficio para nadie arruinó uno de los pocos centros turísticos de la nación en plena actividad.

En el sur de la costa del Pacífico, la carretera de México a Acapulco, constantemente mejorada, empezó a dar los frutos previstos. Partiendo de México con un potente automóvil se llegaba en menos de un día, con un alto en la maravilla churriguera de Taxco, de no viajar con demasiado premura. Dotado Acapulco de teléfonos y de otros servicios, fueron abriéndose los hoteles La Marina, El Mirador y el Alvarez, empezando a fondear en su espléndida bahía los buques en crucero. Acapulco enfila sus rumbos hacia el futuro al construir un aeródromo aceptable. Nada más establecerse una línea regular con México capital, los acantilados florecieron en villas y hoteles, fertilizados por aportes de capital nacional y norteamericano.

Aunque de corta duración, grave interrupción en las relaciones turísticas con los Estados Unidos, aun precarias, al expropiarse en 1938 el gobierno mexicano los yacimientos petrolíferos explotados por compañías británicas y americanas. Medida en realidad adoptada para resolver una prolongada huelga laboral que los mantenía paralizados. Y sin que, pese a compromisos formales de justa indemnización a los intereses lesionados, dejara de provocar en los Estados Unidos una virulenta campaña antimexicana. Hablándose incluso de intervención militar, viéndose y deseándose el presidente Roosevelt para aplacar los ánimos.

Sin que en ningún momento llegara la sangre al río Grande. Como en su admirable relato viajero, *The Lawless Road* (1939), comprobó personalmente observador tan perspicaz como Graham Greene:

«El hotel, americano; las habitaciones, americanas; la comida y las voces, americanas —anotó a

su paso por Monterrey—. Menos *foreign* que San Antonio (Texas), Monterrey es una ciudad de lujo administrada por americanos, en el camino a México City.»

Puede decirse a modo de resumen de un tema complejo y lleno de altibajos que, aunque nunca en impresionantes cuantías, el México esencial, excluidas las poblaciones próximas a la frontera común, recibió significativos contingentes de turismo americano. Muy por bajo quizá de los que hubiera recibido de no mostrarse las Agencias de Viajes emisoras tan reticentes. Juicio básicamente emitido otorgando valor indicativo a la publicidad de aquellas empresas, que muy raramente incluyeron el país en la programación de *tours* a los países latino-americanos. Exclusión bien es verdad que correspondida en la misma especie por el gobierno mexicano.

Turismo cubano

En el área del Caribe, con bastantes puntos aprestados ya para recibir turistas durante el invierno, el turismo cubano cobró monto y enjundia a causa de las excelentes relaciones a nivel personal entre cubanos y norteamericanos. Posiblemente ayudando a estrecharlas el no exigirles al desembarco pasaportes ni visados y, sobre todo, por la corta distancia entre la isla y un mercado casi monográfico. A siete u ocho horas de Miami en barco y en un santiamén en hidroavión, más amplias facilidades para que los cruceristas lo pasaran bien. Sin olvidar que la economía cubana se basaba en la exportación de azúcar, café, tabaco y ron: productos consumidos en la sobremesa del yanqui, gozando aún del prestigio de ser considerado como el libertador y con salientes recordatorios del suceso.

Sobre el caserío habanero destacaba por su volumen la mole de las cámaras legislativas, el Capitolio: con su nombre y anacrónica arquitectura denunciaban, copia sumisa del de Washington D. C. Otra deferencia a los Estados Unidos al inaugurarse, el 8 de marzo de 1929, y en un privilegiado lugar del Malecón, el monumento a los caídos en la voladura del «Maine», en la plaza del mismo nombre ajardinada por Le Forestier. Entronizando las efigies de tres personajes no distinguidos por su hispanofilia: los bustos del presidente MacKinley, Teodoro Roosevelt y el general Wood. Presidió la ceremonia

inaugural el presidente Zayas con asistencia de altos jefes del Ejército y de la Marina de los Estados Unidos.

Un cálido edén de goces La Habana de los felices veinte para el yanqui sediento sostiene un tópico, referido a una ciudadanía que pudo satisfacerlas en su propio país con el añadido placer de transgredir la ley. Célebre de todas formas el «Sloppy Joe's Bar», en el paseo del Prado, y para los de distanciarse temporalmente de los compañeros de crucero, el refinado Floridita, especializado en *daiquiris* granizados. Los rótulos de los hoteles principales —Sevilla-Biltmore, Plaza, Roosevelt, etc.— insinuaban sus preferencias en materia de clientela.

Funcionó una «Comisión del Turismo», sobre la que no cuento más datos que constancias fehacientes de su existencia. Presumiblemente relacionada con el esplendor del Carnaval habanero, de cuatro a cinco *week-ends* de duración. Con desfiles de carrozas, patrocinadas del modo más visible que fuera posible, por industrias nacionales y norteamericanas, y un sinnúmero de comparsas de negros danzantes al estilo de Río.

El paseante por la vieja Habana, tan española, saboreó la cordialidad, la despreocupación, el *tempo* vital del habanero y el pintoresquismo. Los vendedores callejeros, los limpia-botas, numerosísimos, prosternados ante tronos más altos aún que los de Nueva York, y el manisero, tarareando a la vera de su carrito lo de «si te quieres con el pico divertir», en compañía del «Siboney», bailado por todos los *cabarets* del mundo. Por las noches, el Gran Casino Nacional, abierto solamente en invierno. Suntuoso, animado, con más cubanos que forasteros, y en un estanque de sus jardines, un grupo escultórico original: el de las ocho Bacantes, un poco gorditas, bailando cogidas de la mano una especie de sardana, como su madre las parió.

A falta de otros monumentos de empuje que admirar, visita ritual para el turismo de grupo a una fábrica de «labores de Cuba», industria de alta artesanía manual. Dividida en dos partes. La sala de las «despalladoras», primero: personal femenino en exclusiva, como el de la operática fábrica de tabaco sevillana, celebrada por los turistas del romántico. La sala de los «tabaqueros» después, sólo para hombres de destreza increíble para enrollar a supersónica

velocidad en forma de *zeppelin* la hoja morena del tabaco. Sin necesidad de precisar su nacionalidad, de respetable volumen la concurrencia de turismo extranjero a La Habana: «se eleva a unos 200.000 turistas de noviembre a marzo a unos 250.000 al año», informa el «South-American Handbook» de 1930.

Derogada la Ley Seca, y con la depresión económica en marcha, los americanos persisten fieles a su *play ground* en el Caribe. Desde 1930 La Habana contó con un hotel rascacielos, el Hotel Nacional, el mayor en centenas de millas a la redonda, yanqui desde los cimientos a la terraza, construido y operado por el «Manhattan Plaza» de Nueva York.

Los años de dictadura del presidente Gerardo Machado, gobernando la isla bajo el lema de «aguas, caminos y escuelas», evidentemente, no al gusto de muchos cubanos, terminan al desmoronarse el precio del azúcar, quebrar la economía y dejar de cobrar el sueldo la policía y los funcionarios. A mediados de 1932, el turismo se interrumpe durante los cinco o seis meses de revolución precisos para derrocar a Machado. Proceso culminado con una batalla en toda regla, en torno al Hotel Nacional, al rendirse la oficialidad a los grupos combatientes dirigidos por el sargento Fulgencio Batista en comandante en jefe.

Abolida la enmienda Platt, y relativamente apaciguada la situación política en la isla, Cuba, al menos sobre el papel, figuró como Estado independiente y soberano, recobrando el turismo norteamericano sus niveles normales.

El turismo en Sud-América

Prescindiendo del exiguo turismo extranjero que visitó la América austral, eran en 1931 tan exiguas las relaciones turísticas entre los ciudadanos de las repúblicas del cono sur, que admitían aplicación literal del lamento proferido aquel año por Jorge Luis Borges: «Los hombres de las diversas Américas permanecemos tan in-comunicados que apenas nos conocemos por referencia, contados por Europa.»

Observación a punto de circunscribir su validez al plano intelectual debido al progreso registrado en los medios de comunicación. Y a la

cabeza, la por lo veloz asombrosa densidad adquirida por los servicios aéreos y elevarse al techo la altitud de las aeronaves gracias a mejores sistemas de carburación. Al hacerse posibles los vuelos transandinos de la «Panagra» (un consorcio entre la Pan American Airways y la Grace Line), al pasajero entre Santiago y Buenos Aires se le garantizó un espectáculo sensacional: vistas del pico del Aconcagua al nivel de su mirada.

Apasionante continente en verdad, ocultando aún su geografía estupendas maravillas naturales a la espera de ser descubiertas. Como el Salto del Angel, en pleno corazón de la selva venezolana. La más alta catarata del mundo: dieciséis veces más que las del Niágara, llevando el nombre que lleva en homenaje a su descubridor, mister Jimmy Angel, un aviador norteamericano, que en 1935 dio con ella de modo fortuito y casual.

Las Agencias de Viajes más importantes del área internacionalizan su ámbito operativo. La «Exprinter» domina en el Brasil, y en 1937 la «American Express» monta una filial en Río de Janeiro, y nueve sucursales más en la República Argentina, con la colaboración de la ya multinacional «Expreso Villalonga». Al incremento de los cruceros norteamericanos y europeos por los puertos atlánticos sud-americanos coadyuva la inseguridad del Viejo Continente.

El lento desarrollo de los viajes turísticos a los países del cono sur acusaba las consecuencias de una propaganda imperfecta. Es preciso añadir a la rémora del factor distancia la en cierto modo inexplicable dependencia, en materia de transporte turístico, de las naciones ibero-americanas, a las compañías de navegación europeas y norteamericanas.

Sin radicar el obstáculo principal en la materialidad física del transporte y en las derivaciones económicas de la bandera del buque en sí. Sino en el débil impacto promocional de la publicidad de las navieras, enfatizando la calidad de los servicios a bordo de sus paquebotes. Manifiestamente inferior al obtenible de una propaganda más tópica, desplegada directamente por los países receptores en los grandes mercados turísticos emisores.

Modelo a imitar por unas guías turísticas prácticamente inexistentes a escala supranacio-

nal, la guía de «Argentina, Paraguay y Uruguay», impresa en 1932 separadamente en italiano y castellano, por el «Touring Club Italiano». Un volumen de 614 páginas, subvencionado por la compañía de navegación «Italia», obra distribuida gratuitamente entre el pasaje de primera.

El modelo uruguayo

En área de no excesivos logros turísticos en el plano institucional, destaca con visos de ejemplar el caso del Uruguay, exponente de lo mucho que pudo hacerse en este campo. Un país carente de los más distintivos condimentos de la oferta turística ibero-americana, sin grandiosidades paisajísticas, comparadas con las de sus vecinos, sin nada relevante en flora y fauna, sin sombra de indigenismo y con muy poco de qué presumir en monumentos aborígenes o coloniales, y con una capital, Montevideo, grata, pero un Buenos Aires en pequeño, según el tópico al uso entre turistas.

Bajo la presidencia de Gabriel Terra, electo primero y de 1934 a 1938 gobernando en plan dictatorial, ajustando el paso al de sus vecinos, parece ser que el país funcionó, así como el turismo. Y no deja de ser excepcional el interés exteriorizado por los organismos del gobierno en fomentarlo, por considerarlo, en serio y de verdad, un importante aporte de riqueza. De la promoción del turismo siguió ocupándose el «Touring Club Uruguayo», encargándose de su

tratamiento administrativo la «Comisión Nacional del Turismo», organismo paraoficial de nueva creación, adscrito al Ministerio de Relaciones Exteriores. En marzo de 1936, con analogía a los españoles, al menos nominal, el Estado construyó en la playa de El Refugio el primer «Parador Nacional», «destinado a brindar hospedaje a las tripulaciones de los centenares de yates argentinos que frecuentan el pintoresco arroyo de Las Vacas».

Aparte de las presencias brasileñas, notables por la zona de Aiguá, «la Suiza uruguaya», el núcleo del turismo internacional lo integraron turistas argentinos, disponiendo durante los veranos más de ocho servicios de vapores desde Buenos Aires a Montevideo.

El carácter multitudinario de las playas El Pocito y Punta del Este motivó el surgimiento, con pujos aristocráticos, de la playa de Piriápolis. Una urbanización financiada y planificada por un solo hombre, propietario de la zona marítima del «Puerto del Inglés». Don Francisco Piria, un emigrante de origen italiano, constructor en los años treinta y en buen estilo francés del Argentina Hotel, con 1.400 plazas, según la propaganda anunciando su entrada en servicio, y un Gran Casino.

Independientemente de la entidad y volumen, las realizaciones turísticas uruguayas proporcionaron a la pequeña República del Plata la rara distinción de conseguir que la industria turística figurara entre las primeras del país. Empresa nada menguada en todo el subcontinente.

TURISMO Y SOCIALISMO. EL VIAJE A LA URSS

«Maintenant seules les contrées où de grandes pulsations son sensibles m'attirent, telles les Amériques et l'URSS» (1), escribió una superviajera francesa en íntima sintonía con las pulsaciones de su siglo, erigiéndose en portavoz

(1) Gramont, Elizabeth de. *Mémoires de la treizième heure* (París, 1935).

de preferencias viajeras perceptibles en un sofisticado sector del turismo de los años treinta.

Su declaración revela el nexo existente entre las excursiones a los Estados Unidos y su contrapolo, las peregrinaciones capitalis-

tas a la meca del marxismo en acción. No necesariamente opuestas en más de un sentido. En el caso ruso, singular episodio turístico inscrito en el contexto de una década turísticamente singular. Excursiones insuficientemente valoradas incluso en su volumen numérico, por más de no residir en el orden cuantitativo ni mucho menos su significado esencial. Para extraérselo en su plenitud es menester establecer de modo previo su motivación clave: política, por supuesto. Sin precedente alguno hasta entonces como determinante casi exclusivo de una corriente turística.

De aquí que, analizados los viajes al país de los soviets en su metafísica, salte a la vista su rasgo diferencial: el realizarse con la finalidad primordial de ver una sustancia invisible en pureza. La bondad o maldad de un sistema ideológico. Con el previsible resultado de que el elemento consustancial al turismo puro y sin trampa, como es lo visible y fotografiable, viniera a quedar en algo accesorio o secundario en la mayoría de aquellas giras, por no decir en todas.

Distingo incitante a desglosar del conjunto visitante, y en aras de la claridad, a las expediciones de artistas, literatos y periodistas de vitoria progresista o radical. Rumbo con billete de ida y vuelta —y el epíteto es suyo— al paraíso del proletariado, tan pronto como la mística de la Revolución de Octubre hizo del filocomunismo de salón, y de aula universitaria, credo de alto lucimiento social en determinados círculos intelectuales y literarios de Occidente. Sin que sobre puntualizar que viajando la mayoría de este grupo en calidad de invitados, y con gastos pagados, más que nada para reafirmar sobre el terreno simpatías y fervores de simpatizantes incondicionales y enfervorizados.

Esto sentado, queda el campo despejado para el sujeto fundamento del estudio presente, la corriente turística rectamente entendida. Nutrida por la burguesía de posibles, al situarse el viaje a la URSS por cuenta propia fuera del alcance de los económicamente infradotados.

El viaje a la URSS

Sin ser en momento alguno lo que se dice placentero y de por sí el viaje a Rusia fue agili-

zándose bastante al correr del tiempo. Requiriendo al principio bastante comprensión y tolerancia por parte del viajero. Una vez provisto del visado consular, concedido gota a gota desde Moscú, por telégrafo y a través de las contadas embajadas soviéticas en el extranjero, pasables los ferrocarriles para el capaz de aguantar a base de bocadillos y de té la claustrofobia inherente al pasarse tres o cuatro días encerrado en un vagón propulsado por locomotoras quemando madera. Motivo que, conjugado con la enormidad de las distancias a recorrer, situaron al avión en posición descollante en el transporte turístico de la Unión Soviética.

Desde 1926 pudo el pudiente llegarse desde Berlín a Moscú en menos de un día, volando en los trimotores de la Lufthansa hasta Königsberg, y enlazar allí con la compañía ruso-alemana «Dereluft» (Deutsche Russische Luftverkehrs Gesellschaft), que le deposita en la capital de la URSS vía Smolensko, reduciéndose a partir de 1928 el viaje de Berlín a Leningrado a catorce horas de vuelo, en lugar de las setenta a consumir por ferrocarril.

En el verano de 1926 se abrió para el turismo de *grand standing* la vía marítima, al anclar en el puerto de Leningrado, y en crucero turístico —el primero—, uno de los más lujosos buques alemanes dedicados a esta minoritaria modalidad. El «Cap Polonio», fletado por la «Derutra», que zarpó del puerto de Buenos Aires cargado de turistas sudamericanos. Con un éxito glosado por un crucerista portugués, embarcado en Lisboa, al redactar la crónica de «a primeira incursao de burgueses latinos na Rússia vermelha»:

«Despertó tal entusiasmo —se refiere al anuncio del crucero—, que se inscribieron cuatrocientos excursionistas, casi todos pertenecientes a las repúblicas hispanoamericanas, y a las dos naciones ibéricas, todos ciudadanos de países que no habían reconocido a los *soviets*, y que, por lo tanto, no hubieran podido entrar allí en condiciones normales» (1).

En los años treinta, y con la «Aeroflot» en la palestra, el viaje aún presentaba bastantes complejidades según experiencia de una joven novelista inglesa:

(1) Santos, Carlos, *Como eu vi a Rússia* (Lisboa, 1928).

«El viaje Londres-Moscú por vía aérea era todo un problema en 1934 —recuerda en una especie de autobiografía—. El avión de las cuatro de la tarde —muy pequeño y sofocante con sólo ocho pasajeros más— hasta Berlín. Una noche en Berlín, y luego, a las siete de la mañana, el avión para Dantzig y Königsberg, donde se transbordaba del aparato alemán a otro ruso. Se cruzaba la frontera por Vladislavow, para aterrizar poco después en Kaunas, capital de la Lituania. Y a las cinco de la tarde se llegaba a suelo ruso, pero invirtiéndose más de dos horas y media para llegar a Moscú» (1).

Ya se sabe: aduanas y otras lentísimas zaramojas que reseña sin dar excesiva importancia a la cosa.

La «Intourist» en acción

Desde el primer momento figura el turismo como uno de los objetivos políticos de la política exterior soviética. E ineluctable como la síntesis de un silogismo de la dialéctica hegeliana que en el seno de un colectivo hiperburocratizado a ultranza, y con densidades totalmente imprevistas en los pronósticos de Karl Marx, tocara promoverlo y encauzarlo, con caracteres monopolísticos y de punta a cabo, a uno de los más curiosos organismos de los que registran los anales de la actividad.

Comenzando por sus antecedentes, más que discutible la naturaleza turística del «VOKS» (Centro de Relaciones Culturales Internacionales de la URSS), por más que estatutariamente constara entre sus fines «prestar ayuda cultural a las delegaciones extranjeras y viajeros individuales». Manejado desde 1922 por su fundador, el camarada Chicherine, comisario de Asuntos Exteriores, nada sorprendente la eficacia del organismo para captar al intelectual propenso a dejarse captar, su más preciada presa, dirigido como estuvo el «VOKS» por especialistas de probada pericia en el tema: militantes del partido con larga experiencia en exilios y valiosos contactos con el exterior. Años en que el «VOKS» realizó sus operaciones comerciales a través de la «DERUTRA», una entidad germana financiada con capital soviético.

Más tarde se hizo preciso actuar sin intermediación alemana con las Agencias de Viajes

extranjeras con vistas a poder firmar con ellas contratos de servicios en pie teóricamente de igualdad. Causa probable de que los asuntos turísticos propiamente dichos pasaran a la competencia de Anatoli Lunatcharsky, comisario del pueblo para la Instrucción Pública, un ex periodista de valía en tiempos prerrevolucionarios, con residencia casi permanente en París.

Constituido el «Intourist» con fecha 12 de abril de 1929, y al estilo de la «C. I. T.» italiana, integrado su accionariado por varios entes jurídicos estatales, inició sus actividades con talante y apariencias de Agencia de Viajes, irrumpiendo a pecho descubierto en el mercado turístico internacional. Reforzada su plantilla dirigente con elementos de la «VOKS», culminó su aparato organizativo al abrir oficinas de información y de venta de servicios al público en unas cuantas capitales claves del mundo capitalista, siempre en función de agente exclusivo y excluyente del turismo dentro de la Unión Soviética.

El turista juzgó al «Intourist» a través del componente humano de la organización con el que durante su viaje tuvo contacto más directo cuando no único: sus guías, funcionarias del Estado con todas sus agravantes. Gremio enjuiciado en el verano de 1932 con criterios explícitos y suspicaces en extremo por cierta dama francesa que viajaba sola con un *forfait* individual. O sea, por todo lo alto. De sus constantes escaramuzas dialécticas con la serie de acompañantes que la tocaron en suerte, además de su negativa a admitir propinas, la señora extrajo una conclusión general:

«Las guías de la agencia Intourist son muchachas intelectuales y políglotas a las que se ha educado en escuelas especiales para que presenten a los turistas la URSS en su aspecto más favorable. La Intourist depende enteramente de la GPU, y por razones de comodidad, pues los viajes por Rusia resultan difíciles cuando no se conoce la lengua del país, se ve uno obligado a recurrir a su ayuda. Así se encuentra uno protegido, pero pasa al mismo tiempo a depender de la GPU, que por este medio está al corriente de todas las idas y venidas de los viajeros extranjeros por el interior del país» (1).

Sin extraer del participante en el turismo de grupo muchos plácemes el *modus operandi* de

(1) Mannin, Ethel, *Young in the Twenties* (Londres, 1971).

(1) Lauret, Magdalena, *Una mujer en la URSS* (Madrid, 1934).

la organización, de aceptar como representativo el criterio de un crucerista italiano, al desembarcar en el puerto de Odessa. Por lo que cuenta, mucho se pareció la Crimea mostrada al turista por el «Intourist» a la que le enseñó a Catalina el conde de Potemkin:

«Los únicos viajeros autorizados a desembarcar son los inscritos previamente en las excursiones de la Intourist, quedando la tripulación recluída a bordo. Ya en tierra, los turistas son agrupados por nacionalidades. Dirigido cada grupo por un guía que habla la lengua de los suyos, les acompañará por las calles de Odesa y de Yalta, para visitar las cosas y el establecimiento comercial dispuesto por la Intourist» (1).

Se desconocen los coeficientes de rentabilidad obtenidos por tan peculiar Agencia. Constant, en cambio, los escuálidos dividendos ideológicos de un proselitismo basto, empalagoso y mal camuflado: fiasco normal en promociones turísticas de cuño oficial, adeptas a tragarse sin pestañear sus propias propagandas. Casi sin excepción que el convencido de antemano volviera de la nueva Rusia entonando los mismos loores y alabanzas que antes de conocerla, en contraposición al turista puro, y por ende burgués, quien de no renegar de su condición optó por regresar más aterrado que otra cosa por cuando le dio por ver en la dictadura del proletariado.

Al traslucir tan irreconciliables vivencias una disimilitud de opiniones tan radical, diríase que unos y otros volvían de países antípodos. Máxime de tomar literalmente aquellas en teoría inmejorables fuentes de información. Hasta el punto de hacer pensar su cotejo en que hasta la fecha no comprende la historia del turismo país alguno equiparable a la URSS en inspirar en sus visitantes valoraciones de signo más discrepante y dispar. Consideración que no deja de contraponer formidable alegato a la difundida noción que considera al turismo insustituible vía de conocimiento de una realidad, física y moral, distante al *habitat* usual al turista.

«Sightseeing» soviético

Hablando genéricamente de turistas, y aplicándose el cuento, la francesa Madeleine Lauret expresó en 1932 un sentimiento bastante gene-

ralizado en su gremio al hacer constar al inicio de su interesante relato viajero:

«No cabe duda de que la Rusia de hoy puede evanecerse de ser el único país al que el viajero no piensa ir para contemplar monumentos del pasado, sino la construcción de un mundo nuevo.»

Principio correcto como motivación motriz de los viajes a la URSS. De tan difícil logro como las páginas de su libro patentizan. Por culpa de lo poco suyo que el principio tuvo la «Sovietskaya Russia» que enseñar. Aparte de fábricas, escuelas, oficinas estatales, kilométricas colas en paradas de tranvías y puertas de comercios, y tropeles de rojas banderas tremolando en compañía de la trinidad de los descomunales *posters*seudofotográficos de Marx, el Padre Eterno de la Revolución, y de Engels y de Lenin, sus profetas.

El visiteo —digamos sin intención confesional, ortodoxo, que del otro, del proselitista, se hablará más adelante— hubo de ser satisfecho admirando los monumentos legados por el vitando régimen anterior, carentes por algunos años de rival. Tal fue por de pronto el juicio en materia estética emitido por José Pla: «En Rusia no hay más que dos cosas bien construidas, limpias, acabadas: las iglesias y las casas de la antigua nobleza. Lo demás es siniestro, levantado sin orden ni concierto.» Dos tipos de edificio susceptibles de infundir en revolucionarios salidos de madre un respeto desgraciadamente no compartido veinte años después por sus émulos en la mitad de cierto país europeo meridional cuyo nombre se omite.

A Petrogrado, Leningrado ya, «mais morto que o proprio Lenine», lo encontró en 1926 cierto turista portugués. Trasladada a Moscú la capital de la URSS, con sus ejércitos de funcionarios en pleno proceso de proliferación, la magna creación de Pedro el Grande languidecía con un aire semifantasmal de capital de provincia venida a más. La perspectiva Nevsky, ahora del 25 de Octubre a efectos oficiales, preservó su imperial prestancia arquitectural en patente desarmonía con la masa peatonal, según opinión del viajero portugués arriba citado:

«No tiene la vida, la elegancia, el esplendor de cuando se llamaba perspectiva Nevsky, y era el centro de los negocios y de la vida cosmopolita de la ciudad: como la City de Londres, los grandes *boulevards* de París, la Unter der Linden de

(1) Rispoli, Tullio, *Una Crociera* (Roma, 1937).

Berlín, la Puerta del Sol de Madrid o el Rocío... Actualmente la atraviesan obreros de blusa azul y cinturón de hule negro, mujeres comunistas vestidas de paño rojo, o conservadoras de blanco y alguna que otra mujer de sombrero: como nuestras guías, tan pobremente vestidas de señoras que mejor les sentaría andar a pelo y descalzas» (1).

A los catorce años del triunfo de la Revolución, la Nevsky, vista por José Pla, seguía tan desangelada como de costumbre:

«La calle es ancha, sin árboles, con las aceras más nobles y señoriales de Europa. Los tranvías circulan en medio, al lado de la hilera de postes de conducción eléctrica. A los cuatro pasos os dais cuenta de que la calle se encuentra en una enorme decadencia. Los escaparates, las tiendas están vacías. No hay más que el esqueleto de las tiendas, los grandes cristales están rotos; las maderas, des pintadas y sucias. El empedrado está en estado lamentable. El tránsito es limitado y tiene un aspecto tímido. Se ven coches desvencijados, carros miserables, tranvías de aspecto antiguo. Uno siente que el comunismo a Leningrado le va ancho» (2).

Lugares prominentes de visita, el Hermitage en primer lugar, en el Palacio de Invierno. Considerablemente incrementados los tesoros del museo por Trotsky, a fuerza de fabulosas requisas nada difíciles de realizar sin salir de la capital. Las impresionantes catedrales de S. Isaac y N. S. de Kazán después, reabierta esta última al nuevo culto transformada en Museo del Ateísmo, aún en servicio.

Como recuerdos de la Revolución se ofrecía a la admiración del visitante dos instituciones zaristas más: la fortaleza de Pedro y Pablo, con hermosísimas vistas al Neva y al Palacio de Invierno, y las mazmorras para presos políticos, mucho menos incómodas y más espaciosas de lo que se dijo, y luego el inmenso y aristocrático conjunto palacial, anexa a él una catedral con calidad de porcelana sobredorada, del Instituto Smolny. En otros tiempos, buenos o malos al criterio del visitante, liceo-internado para señoritas bien, escogido por Lenin y sus colaboradores para desde él planificar el golpe de gracia que, tras tomar al asalto el Palacio de Invierno, daría al traste con el régimen democrático y parlamentario de Kerensky.

(1) Santos, Carlos, *Como eu vi a Rússia* (Lisboa, 1928).

(2) Pla, José, *Leningrado* («El Sol», Madrid, 14 de septiembre 1932).

La visita turística a Leningrado podría completarse con excursiones a las vecinas residencias ex zaristas veraniegas de Tsarkoie Selo (ahora Puschkin) y a Peterhof. Dos maravillas versallescas abierto el interior de los palacios tres días a la semana, con abundante provisión de zapatillas de fieltro a disposición de las camadas visitantes.

Trasladada por Lenin a Moscú la capital de su imperio, la vieja capital recobra una preeminencia turística hacía tiempo perdida. En el verano de 1932 José Pla la encuentra más vital y animada que Leningrado, no sin reflejar el ambiente los efectos de la nueva situación:

«Todo es en Rusia magia. Antes eran los uniformes deslumbradores, los cubiertos de oro y plata, las coronas con brillantes incrustados. Hoy, en el Kremlin la magia consiste en llevar una americana raída, andar con una gorra ladeada, sin cuello y sin corbata y —como yo he visto a Kalinin, presidente de la URSS— comer cacahuetes por las calles.»

No es nada fácil penetrar en el área más interesante de Moscú, el recinto amurallado del Kremlin, un complejo administrativo de acceso infranqueable para los administrados. Sujeto a importantes trabajos de restauración, parece ser que en general acertados, particularmente al demoler unas cuantas edificaciones modernas que desvirtuaban su interior. Para visitarlo se necesita una autorización ardua de obtener, y bajo ningún concepto se extienden permisos para fotografiar nada. Los primeros contingentes visitantes, y por largo tiempo, se pierden la visita a la Armería, donde, en forma de museo, se exhibe quizá el más espectacular tesoro de orfebrería y objetos de valor.

A partir de 1927, en plena Plaza Roja y extramuros del Kremlin, acapara la curiosidad del turista un monumento increíble e imprevisto, dado el entorno y circunstancias en que se erigió. El «Santo Sepulcro» del marxismo-leninismo internacional, la meta cumbre de la peregrinación laica a la URSS: un catafalco de granito rojizo, literalmente cubista, custodia en su seno, y en una urna de cristal, como Alejandro Magno en su «Soma» de Alejandría, el cadáver embalsamado del «mesías» del «Novísimo Evangelio» de una parcela de la humanidad. Desde la mañana al atardecer, millares de personas guardan la más extensa cola de las de

Moscú para, de reojo y al pasar sin detener el ritmo, y al fulgor de una cadavérica luz, echar un vistazo a un Lenin horizontal, correctamente vestido de funcionario de paisano a la usanza prerrevolucionaria.

Bien que utilitaria y subterránea, no menos asombrosa que el mausoleo de la Plaza Roja es la obra que, de 1933 en adelante, pasó a engrosar el repertorio de visitas turísticas moscovitas. Fruto de ansias demasiado explícitas de *épater le bourgeois*, el inesperado cúmulo de deslumbrantes fastuosidades marmóreas, bronceas y luminotécnicas de las estaciones del «METPO» de Moscú, inimaginables en un régimen del talante y postulados programáticos del soviético. Por cierto construido con cooperación técnica americana e inglesa, en años afligidos por una oleada de hambre generalizada, apenas perceptible por Leningrado y Moscú, beneficiados por un régimen especial de abastecimiento, nada en armonía con los más rudimentarios principios de la igualdad.

Modelo de torpeza, por otra parte, la contra-propaganda capitalista, al concentrar la puntería de las andanadas del antibolchevismo en la amoralidad de la sociedad soviética, manifestada en la permisividad sexual, el aborto legalizado, el divorcio relámpago y el amor libre. Serios desencantos esperaron al turista llegado con ilusiones en este campo. Por más que se esforzase, trabajo le costaría captar síntomas de desenfreno y libertinaje, en una ciudadanía deficitaria en proteínas, con mínimos estímulos al erotismo, con escaso tiempo hombres y mujeres para emplear el ocio sobrante de las cuarenta y dos horas semanales para consumirlo en el relajo y el marimoneo, derrengados por jornadas laborales estajanovistas, maltrajeados e infralimentados. Nada de cosméticos ni de perfumes en ellas; a lo sumo «Odkolon», versión bolchevique del *eau de Cologne*, y ropa interior colgando en patios con indicios de haberla diseñado la intendencia del Ejército Rojo. La única evidencia al erótico respecto, recogida por las «Kodaks» y negativa a fin de cuentas, los grupos de hombres y mujeres que, al principio en nudismo integral, se arracimaban los veranos sobre los pétreos bordes del Neva y del Moskowa para absorber a través del cuerpo algunas calorías de un sol imposible de racionar. Como los vio en Moscú un visitante francés:

«Aquí, hombres; un poco más allá, las mujeres, sin frontera bien definida. La mayoría desnudos por completo. Grato ver a cada cual expresar su carácter con tan simple atuendo. Una matrona coge a sus chicos del cuello y los sumerge en el río. Una patricia permanece inmóvil en el agua, que le sube hasta las axilas, majestuosa, como vistiendo un vestido descotado de agua del Moskowa. Hay Ofelias haciendo la plancha y coquetas que nadan en persecución de los botes cargados de muchachos, tomándolos al abordaje entre los gritos y risas de la débil defensa de los navegantes. Toda fealdad, todo desco desaparece ante la feliz inocencia del gran festival de la carne sobre el agua, en esta alegría breve y amenazada con la que el pueblo ruso goza del buen tiempo. Esta orgía, desconocida en tiempo de los zares, sólo vivirá un intervalo entre dos autocracias. Ya he visto entrar en el agua los primeros *maillots*, vestidos por las jóvenes más hermosas. Acontecimiento histórico que acompaña a la reglamentación más severa de los abortos y de la prohibición de los filmes inmorales. Como bajo Robespierre, esta virtuosa evolución está ligada a un recrudescimiento del terror» (1).

La prohibición del despelote público y estival no parece que se hizo extensiva a las playas del Mar Negro, de acuerdo con lo visto años más tarde en la playa de Liman, en Yalta, por un crucerista italiano:

«Al aproximarse el vapor a la costa se perciben sobre la playa larguísima hileras de blancos cuerpos humanos. Son hombres y mujeres que en homenaje a la nueva era, por snobismo naturista o por insolente ostentación de impudicia, entregan su desnudez al sol. Es una escena dantesca que atrae a las barandillas del barco a pasajeros provistos de prismáticos. Los viejos verdes ríen hilarantes y curiosos: los jóvenes miran pensativos, las señoras protestan indignadas: pero todos observan» (2).

Para decirlo todo, observaciones sin comentario alguno acerca de lo que tuvo no poco de encomiable: que por fin gozaran los proletarios de lo que nunca estuvo al alcance de su disfrute. La puesta en marcha de un sistema masivo de vacaciones laborales en los reducidos balnearios y playísticos reservados para la burguesía.

Un turismo eminentemente crítico prefería fijarse más en particularidades de la vida soviética menos escandalosas. En la tónica de vida, austera, monótona y gris de la gran colmena humana. En los fallos y antinomias de la economía socialista, generadora de colas al por mayor, y de puestos callejeros de frutas y hortalizas.

(1) Fabre Luce, Alfred, *Russie 1927* (París, 1927).

(2) Rispoli, Tullio, *Una Crociera*.

zas, últimos reductos de la economía de mercado; en las ancianitas de pañoleta multicolor, barriendo las calles nevadas; en la ubicuidad de la G. P. U.; en las bandadas de niños mendigos, a veces agresivos, merodeando por estaciones ferroviarias y hoteles.

Variaciones sobre el turismo soviético

Nada chocó tanto al turista burgués en el curso de sus desplazamientos por el ámbito de la sociedad sin clases que el bulto de las *contradicciones internas* que observó en la *praxis* del sistema sustituto del anterior. Ya en 1920 H. G. Wells y Bertrand Russell regresaron escandalizados y con su fervor de simpatizante mustio y por los suelos a causa del mimo con que se atendía a los turistas en contraste con la miseria reinante. «I found nothing I could like or admire», escribió mister Russell, y bien a su pesar. Lo mismo en sustancia que André Gide, militante del partido, al, tras pensárselo mucho, estampar sus desilusiones en su *Retour de la URSS*, e igual que Céline, ídolo de la *divine gauche*, hasta ocurrírsele dar a la imprenta su durísimo *Mea Culpa* (1936), blando en comparación con el *En el país de la Gran Mentira* (1937), del comunista yugoslavo Brussi, denunciando a la nube de funcionarios, militares e intelectuales al servicio del partido como la nueva clase dominante de la URSS.

Pecaría de parcialismo silenciar opiniones más favorables. Que las hubo. Las de Bernard Shaw, por ejemplo, cuidadoso en todo momento de mantener su bien ganada reputación de disidente permanente. Encomiásticas para no defraudar sus referencias a la URSS, al regreso de su visita en julio de 1931, acompañado de la conocida activista lady Astor y de su marido el lord. De los pocos recibidos en el Kremlin por Stalin en persona a su paso por Moscú.

Todos y cada uno viajando bajo los auspicios de la monopolista, multinacional y tentacular «Intourist», cuya técnica empresarial apuntó a mantener a las clases, en el transcurso del viaje, rígidas y compartimentadas como un escalafón. Creando así las *condiciones objetivas* ideales para que, contrastado el viaje del extranjero con el del ruso ordinario, la diferencia resultara abismal.

Para comodidad de su clientela particular, y en riguroso régimen de cadena hotelera, la super-Agencia explotó los mejores establecimientos del *ancien régime* —el Metropole en Moscú, y en Leningrado el Europa y el Astoria, por citar los aún en función— y otros que fueron construyéndose. Otro de los servicios típicos de la «Intourist», la conducción al turista a ciertos establecimientos comerciales, sujetos al mismo tipo de comentario de tirones y troyanos, a causa de su peculiar régimen de funcionamiento. La red de «Berioskas» o de «Trogsin», las *boutiques* en las que podían adquirirse artículos y *souvenirs* no a la venta en los crónicamente infradotados comercios del Estado. Con ciertas limitaciones. Reducida la posibilidad de adquirir los objetos a la venta de todo extranjero provisto de pasaporte y de divisa fuerte, excluidos rublos y ciudadanos soviéticos.

Por ajustarse a una regla de tres similar, varió bastante el modo de recorrer el país en función del precio del *forfait* escogido, y a veces a tenor de la nacionalidad del visitante. Sólo a primera vista anómalo que el turista norteamericano recibiera por parte de las autoridades rusas deferencias no extendidas a visitantes de otras nacionalidades. La visita en 1926 de Douglas Fairbanks y Mary Pickford revistió caracteres de apoteosis improbable los despertara ni el propio Marx revivido. Las merecidas por la ciudadanía de un país a la cabeza de la técnica, exportador a Rusia de excelente maquinaria pesada, y cuyo Parlamento, en horas difíciles para la URSS, financió con no pocos millones de dólares al comité del «Russian Famine Relief».

Puede también pensarse en aquella popularidad la acción de ciertas afinidades entre los U.S.A. y la URSS, y para detectarlas sobre el terreno nadie mejor capacitado que un turista francés:

«Es imponente la admiración rusa por los Estados Unidos, o sea, por el supercapitalismo —escribe monsieur Luce desde Moscú con celillos mal reprimidos—. La educación, la organización científica del trabajo, se inspiran en métodos americanos. Los libros de Ford se han traducido con éxito. En Bakú un residente cree encomiar a su ciudad comparándola con Chicago. Algo hay en la Rusia bolchevique de América fracasada. El mismo desdén por el individuo. La misma supresión de la libertad, aquí por las leyes, allá por las cos-

tumbres. La misma confusión del progreso científico con la civilización moral» (1).

La discriminación en favor del turista americano no pasó de ser un detalle diferencial más, dentro de un sistema cuidadosamente jerarquizado. Así, pues, Rusia pudo ser recorrida de diversas maneras. Con la pompa y *confort* de un capitoste del Politburó, o de un intelectual foráneo de prestigio, quienquiera estuvo en condiciones económicas de llegar en un crucero de lujo. Dos botones de muestra, extrapolados de las impresiones publicadas por un crucerista español del «Cap Polonio», embarcado en San Sebastián, testimonian la clase de recepción que ya en tiempos de la «VOKS» acostumbraban extender a viajeros de fuste los servicios turísticos de la administración staliniana:

«El Gobierno se interesa por fomentar el turismo. La Prensa se ocupó con todo detalle de la visita del "Cap Polonio", y hasta la Opera anticipó su función original, obsequiándonos con un *ballet* cuya lujosísima presentación contrastaba violentamente con el abandono y la pobreza de las vestiduras de los espectadores indígenas.»

La fisonomía urbana de Leningrado, considerablemente menos lucida, a su parecer, que la entrevista entre los oros y terciopelos del teatro de la Opera ex zarista:

«La impresión es, desde luego, que el país vive una vida triste, sin confort, abandonado: las casas muestran sus fachadas despintadas, las calles carecen de paseantes, y por las noches su alumbrado se reduce a la luz que irradian los escaparates de los comercios de artículos de primera necesidad, pues los de lujo han desaparecido en absoluto, como todo cuanto signifique comodidad, pues en toda la capital apenas si existen medio centenar de taxímetros, y están tan sucios y destartados que el montar en ellos más resulta suplicio.»

Por contra, y a modo de exponente de las vivencias de turistas económicamente infradotados, sirvan las de un escritor inglés, Alec Waugh, de visita por Rusia en febrero de 1935. Al viajar por libre, dentro de lo permisible, el hermano del entonces menos famoso Evelyn hubo de experimentar los trámites dilatorios de una fauna totalmente imprevista e inimaginada en los cálculos y predicciones de Karl Marx; el funcionalismo soviético, en proceso ilimitado de reproducción. Culpable de que el inquisitorio régimen de entrada al país por la aduana

de la estación en la frontera polaca se repitiera en cualquier punto de acceso a la URSS:

«Los aduaneros no estaban interesados en artículos usuales, alcohol, tabaco, sedas: buscaban libros y monedas. Exceso de rutina burocrática. Antes de procurarme un maletero tuve que sacar en el *bureau* del Intourist un permiso para contratar sus servicios; permiso que debí presentar luego a un cajero a quien pagué dos chelines y siete peniques. Al llevar el recibo al *bureau* me entregaron una copia duplicada, que di al maletero, que entonces quedó autorizado a ocuparse de mi maleta» (1).

Excepto en los casos de invitados con gastos pagados, el viaje por Rusia salía carísimo. Extremo comprobado por míster Waugh al no osar canjear sus libras esterlinas en el mercado negro callejero de Moscú, donde el rublo andaba a razón de 180 por unidad monetaria inglesa, en lugar de los cinco y medio que le pagaron los Bancos del Estado.

Ideológicamente comprometido o no, el caso es que nadie regresó desencantado de la excursión a la URSS por saber de antemano no tener cabida en viaje tal el divertirse o pasárselo bien. Se trató de un *tour* original y de *prestige*, socialmente rentable. Tanto para el burgués como para el intelectual o artista con un marchamo progresista que apuntalar, ya que si aspiró a mantener el tipo, conocer Rusia *de visu* constituyó una especie de obligación moral. Aun a expensas de tener que estomagar platos visuales bastante indigestos, como la inspección de las realizaciones del I Plan Quinquenal de 1929, primero de la serie, *pièce de résistance* en las programaciones de la «Intourist». Un tipo de promoción que, como invitado agradecido, tuvo a bien justificar un popular periodista sevillano, sometido a una ración de visitas, que sin fascinarle en demasía, tampoco le sorprendieron con exceso:

«Viniendo del centro de Europa, no se concibe lo que en Rusia representa cualquier progreso industrial, cómo a los bolcheviques les entusiasma la máquina y cómo la desean. Saben que el punto flaco del régimen es ése. Que el marxismo no podía implantarse más que cuando la industria hubiese llegado a un grado de concentración del que Rusia dista mucho. El culto a la industria, el fetichismo de la máquina, es una de las características del soviétismo» (2).

(1) Waugh, Alec, *Just for curiosity* («Traveller's Quest», Londres, 1950).

(2) Chaves Nogales, Manuel, *Un pequeño burgués en la Rusia Roja* (Madrid, 1929).

(1) Fabre Luce, Alfred, *Russie 1927* (París, 1927).

Nota no menos característica también del turismo a la URSS en quienes volvieron fascinados de su excursión. Vista la reiteración de las motivaciones turísticas, bajo formas cambiantes, no es de extrañar que bajo novedosas ínfulas en el éxito de las giras rusófilas de los simpatizantes a ultranza subyazga una bizarra combinación entre el didactismo del *Grand Tour* neoclásico y las incitaciones motoras del turismo romántico. Nítidos ingredientes de romanticismo puro se detectan en la peculiar mezcla del interés tecnológico, con el idealismo más utópico y desenfrenado, que suscitó entre occidentales de la rama progre la visión de las expresiones maquinistas de «El Gran Experimento». De no haber fallecido lord Byron cien años antes, en su fatídica excursión a Missolonghi, cabe imaginarle, en perfecta rima con su temperamento inconformista, el desdén con que hubiera desterrado de su «Childe Harold» al Rhin, al Gran Canal y al Partenón, para exaltar a sus anchas la aromática belleza de un *koljox* ucraniano, operando con fertilizantes orgánicos, o al colosalismo de las presas hidroeléctricas del Dnieper o del Volga.

De igual manera y tono con que los exaltaron por escrito no pocos de sus jóvenes compatriotas, formados en los años treinta en los *campus* de las más selectas universidades inglesas. Y orientada hacia Rusia su curiosidad viajera por motivos y de modos descritos por una joven escritora, participante activa en el movimiento:

«Hacia 1932 la "Oxford Union" enarbó la noción de "únicamente en el socialismo descansa la solución a los problemas de este país". La joven *intelligentsia* empezó a distanciarse del decadente capitalismo occidental fijando ilusionada la mirada en la esperanzadora bandera roja de la URSS. La peregrinación a Rusia, a la búsqueda de algo mejor, mucho mejor, empezó a ponerse de moda,

apoyada por los *films* rusos exhibidos en asociaciones y clubs, todo esto tomado muy seriamente. Se hizo la visita a Rusia como una especie de bautismo de seriedad» (1).

De todas formas, y con referencia a los peregrinos ingleses y americanos, al desapasionado analista del fenómeno causa indecible estupor observar que poetas que en sonoros hemistiquios, en libérrimo verso, bramaron en su isla o en su Estado de la Unión, contra la alineante fealdad del maquinismo, el consumismo, el industrialismo y el militarismo burgués, les extasiaran tanto los humazos y polvaredas de las más prosaicas realizaciones del Plan Quinquenal, así como los nada pacíficos desfiles militares del Primero de Mayo y Octubre ante la tumba de Lenin.

En cuanto a las técnicas publicitarias de la «Intourist», presenta obvio interés para los españoles la muletilla «The URSS is different», utilizada treinta años antes que en España en los anuncios insertos en la prensa anglosajona durante los años 1934 y 1935 por la Agencia de Viajes soviética.

Transcurrido el verano de 1935, Stalin dio la sensación de considerar poco rentable para él los resultados político-económicos de la curiosidad burguesa, haciéndosele sospechoso todo lo extranjero. La actividad de Trotsky y secueces por el exterior, y la contigüidad a la prepotencia nacional-socialista, le hizo sentirse inseguro y pensar en la conveniencia de ultimar algunas reformas internas con mínimo de testigos. Desencadenada la histórica ola de terror con los procesos en cadena que costaron la vida a tantas egregias figuras de la Revolución, de momento, y por mucho más tiempo del calculado, la URSS quedó prácticamente encerrada en sí misma y clausurada a la curiosidad exterior.

LA EXCURSION A ORIENTE

Por mucho que, como parte interesada, le cueste admitir al turista en avión a reacción de nuestros días en la gran reserva de exotismo del turismo occidental, sucedió lo que vinieron anti-

cipando sus grandes descubridores literarios, con Kipling y Loti al frente. Tal y como estuvo

(1) Mannin, Ethel, *Young in the Twenties* (Londres, 1971).

escrito, el Oriente se desnaturaliza a ojos vistas al hacer el turismo organizado del exotismo un sentimiento impuro, desprovisto de poesía, una especie de superstición. La excursión *tout compris* por las rutas de Ben Batuta y de Marco Polo cesó de suponer una aproximación vital a las culturas y sentires de los pueblos orientales. Duda que en el invierno de 1911 ya le asaltó a Rainer María Rilke nada más regresar de un crucero por el Nilo a bordo del «Ramsés el Grande», de la Agencia Cook:

«Por estos países no se debería viajar sin un objetivo preciso —le escribía desde el hotel Al Hayat, de El Cairo, al príncipe Thun und Taxis—. La curiosidad, que cuando viajaba poca gente era algo delicado, casi una ciencia, ha degenerado en un acto vulgar desde que el viaje dejó de ser una empresa ardua y genuina. Uno se desplaza ahora en lucha continua contra una falsa situación privándose del derecho a ver. Respecto al Oriente, opino que sólo tenía sentido el viaje del ayer, solitario y esforzado. Encuentro grotesco entrar en relación con este mundo difícil, hermético y laborioso, como un mirón ocioso y resguardado.»

La falta de originalidad del lamento del poeta no le priva de expresar una verdad aún soportable en su tiempo. Pocos años después, y con la Gran Guerra de por medio, la gran aventura viajera del ayer pasó a ser una excursión más. Privada del ingrediente de hallazgo y sorpresa, cronometradas y dosificadas todas sus etapas, quedó transformada en el disfrute en secuencia de unos paraísos, más artificiosos que artificiales, servidos al viajero por una industria imbricada de lleno en la denostada sociedad de consumo.

La comercialización del viaje a Oriente conllevó una de las servidumbres inherentes al turismo en sus grandes avances por latitudes infradotadas de anticuerpos que les posibiliten encajar sus embestidas con daños mínimos en su ser natural. Imperdonable no anotar en el lado bueno de la cuestión, y al menos en los puntos de intersección, el alivio que el fugaz paso del turista imprimió a la secular miseria del Oriente. No sin engendrar la tangeneia entre dos culturas la bastardía de un submundo falaz. Causada por una mentalidad demasiado etnocéntrica por parte del visitante, agresión que en la culpa llevó su penitencia. Pagada por el propio turista al interponer él mismo el telón que le ocultó lo que vino a conocer «el peregrinaje de retorno a la cuna de la Humanidad y de la Kultura», como dijo Hermann Hesse en su

Siddharta (1922), obra de obligada mención por su influjo entre turistas germanos.

De tal suerte que, salvadas mutaciones de clima, de intensidad lumínica y de paisaje, los únicos elementos auténticos con los que el visitante de Oriente entró en contacto viajero, se redujeron a ciertas aventuras gastronómicas, no siempre afortunadas, y a las imágenes captadas en el cepo de su máquina fotográfica. Consistentes poco más o menos en variaciones indumentarias en las vestimentas indígenas, rarezas en flora y fauna ya entrevistas en los zoológicos y botánicos de su país de origen, la contemplación más o menos a la deriva de extraños monumentos expresivos de creencias, sentires, y de procesos históricos de complejidad suma, comprendidos por el turista medio de modo patéticamente epidérmico y superficial. Pudo, pues, muy bien fuera la excursión por Oriente un fiasco como fuente de conocimiento. Con el no del todo despreciable resultado a favor de la gira, y desde el punto de vista occidental, de haber situado al alcance de los muchos la posibilidad de gozar experiencias hasta entonces reservadas al disfrute de los pocos.

Debido a lo que los viajes ilustran, algo se ganó en el orden cultural. Por de pronto ajustarse con mayor rigor los confines del Oriente del turista a los de la geografía. De los años veinte para abajo, ya no se pudo publicar con el título «Oriente» en la portada, como hizo en 1908 Vicente Blasco Ibáñez, un libro de viajes con comienzo en el balneario de Vichy y término en Constantinopla. Una vez delimitada un área de límites por naturaleza imprecisos, pudo decirse que el Oriente del turista siguió siendo una especie de metáfora, pero de confines concretos. Plasmado en una cálida franja de tierras y mares, extendida como una banderola desde los muelles de Vancouver y San Francisco a los grandes puertos del Mediterráneo oriental. Sito uno de sus portalones de acceso en el embudo del canal de Suez, punto de partida de esta revisión.

Que comienza en el puerto de Port-Saïd, concentrándose a veces en su rada, y ante la vista del grandioso monumento a Lesseps, de 70 a 80 buques (lo dice Claude Farrère, en su doble condición de marino profesional y excelente escritor, en su *La promenade d'Extrême Orient*

(1923), prestos a enhebrarse en caravana por el camino acuático abierto en derecho por entre las arenas del desierto, y pasar del mar de Ulises al océano Indico.

Los buenos servicios de trenes liberan del hastío de aguantar a bordo el tedio de una lentísima travesía. Tan factible saltar en tren a El Cairo como detenerse en Port-Saïd, y tomar luego un automóvil y, en impresionante excursión nocturna por la carretera paralela al canal, con los faros del coche encendidos, rebasar uno a uno los buques en recua cansina, esperándoles en Ismailia para reembarcar.

Distanciadas a popa las azulísimas aguas del mar Rojo, más dos o tres días de navegación por el Indico, el navío avistaba finalmente la costa de la India. Es decir, el intrincado mundo de los rajahs y los maharajahs, de los faquires y las bayaderas, de los elefantes y tigres, de las serpientes encantadas y los bueyes sagrados, de las cien razas y lenguas y de las mil religiones. Las tierras calientes de los templos milenarios y de la basura y el hambre negra, al lado de un lujo llamado por su desenfreno asiático.

La puerta de la India

La India llevaba muchos años de práctica dejándose abordar por los venidos de Occidente a través de la gran metrópolis de Bombay. Dominados los muelles de su vastísimo puerto por dos monumentos constituyendo cada uno a su estilo y manera un verdadero símbolo turístico. Por un lado, «The Gateway to India», una especie de arco de triunfo a la indostana, erigido en el invierno de 1911 por la administración británica para conmemorar en perdurable gesto de bienvenida el desembarco de Jorge V y la reina Mary, y el gran Taj Mahal Hotel, de la familia Tata, miembros multimillonarios del clan de los parsis. Una casta minoritaria y cerrada, étnicamente persa o iraní, practicantes de profesiones liberales y dueños de los principales negocios de la ciudad. No pocos educados en Inglaterra y ennoblecidos algunos por las sucesivas Graciosas Majestades británicas. Anglófilos perdidos, visten siempre de blanco impoluto, pantalón blanco y levitín entallado. A contramoda de la vestimenta del abigarrado gentío bullendo por las calles de Bombay.

Casi predecible que el Bombay de entreguerras al turista idealista y romántico le procurara una fuerte decepción. De enormes dimensiones, con el tráfago propio de una ciudad reboante de humanidad, de comercios, edificios públicos y con la entrada a los templos hindúes vedada al visitante. Desde el «Malabar Hill», el barrio residencial, además de unas vistas preciosas le fue posible al turista vislumbrar un atisbo impresionante de la India esencial. Las ciertamente lúgubres «Torres del Silencio», en las que, por exigencias de la religión fundada por Zarathustra, ricos o pobres, han de depositarse los cadáveres de los parsis para ser devorados sus cuerpos por los cuervos y buitres planeando casi inmóviles en el azul del cielo.

Útil como rito iniciático la visita a la isla de Elefanta, en un extremo del puerto y a unos diez kilómetros de la capital. Con un templo rupestre excavado en roca viva, como todos los templos de la India en tiempos en que se construía el Partenón. Y en su interior un gigantesco busto tricéfalo con la Trimurti en pleno: Brahma, Siva y Visnú. Experiencia válida para el turista en función de aprendizaje y de anticipo de las complejidades del mundo por el que se va a introducir. Pocos tan bien preparados para digerir el alud de visiones y vivencias a punto de venírseles encima, que cierto turista español, que realizó su viaje en 1927. Por lo que escribe, perfectamente consciente de tenerlo bastante claro lo de las condiciones en que va a conocer el país:

«Durante varios meses del año recorren la India turistas, la mayoría ingleses, que huyen del pésimo clima de su país. Hoteles, guías, agencias de viaje, intérpretes, sirvientes y todos los vendedores de baratijas, encantadores de serpientes, faquires más o menos prodigiosos, juglares, acróbatas... se movilizan para divertir a los turistas y sacarles los cuartos. Fuera de éstos, los demás hindúes los forman la gran masa del pueblo; miran, indiferentes o con desprecio, las caravanas de viajeros, casi todos vestidos como si hubieran tomado la peligrosa resolución de fijar su residencia en la selva virgen» (1).

Precauciones exageradas, pues las oficinas de la Cook y de la American Express en Bombay tienen organizado como una rutina el viaje en grupo por la India. Al turista desplazándose individualmente y a su aire, se le aconseja viaja-

(1) Bastos Ansart, Francisco, *Viaje a nuestros antípodas* (Madrid, 1928).

ra como en los tiempos de la reina Victoria, contratando los servicios de un *travellers servant*, el *boy* de las novelas de Kipling. Lo recomienda el señor Bastos Ansart, que como buen hombre de negocios catalán sabe mucho de estos asuntos:

«Todos los blancos viajan en la India con sirvientes hindúes, proporcionados por las Agencias o los hoteles. Saben algo de inglés, sirven de intérpretes, se encargan del equipaje, del hielo, de las comidas y... cuestan cinco pesetas diarias, alimentándose por su cuenta.»

Sin alternativa en cuanto el medio de transporte con distancias de semejante envergadura. El tren. Sin perder de vista lo muchísimo que viaja el habitante de la India, la mayoría en tercera clase. Así que incluso para economizar tiempo el turista, y a falta de otras razones que no escasean, optará por los *pullman*, con *sleepings*, que llevan además un vagón furgón con duchas.

Partiendo del centro comercial de Bombay, las rutas turísticas de la India se diversifican como ramas del tronco de una palmera. Acordes con la dimensión y variedad de puntos interesantes de un subcontinente trece a catorce veces más extenso que la Gran Bretaña. Es posible cruzarlo de través, de mar a mar, desde Bombay a Calcuta. Sin embargo, y por una razón de peso, el itinerario básico, de unos 3.000 kilómetros de recorrido, diseñará sobre el mapa un ángulo agudo, apuntando al norte, con el vértice en Agra.

Primera etapa de Bombay a Jaipur

Insoportable en los meses cálidos, que son los más. Lo prudente es hacerla en dos jornadas nocturnas, con detención en Abu Road, que es ciudad fresquita y salubre por su elevada altitud. Jaipur, capital de la semiautónoma Rajputana, merece la pena. El maharajah, que accedió al trono en 1922, a los once años de edad, con el imponente número de esposas requerido por su rango, reside en un palacio moderno, visitándose el viejo, admirable e inmenso, como los palacios de Windsor y el de Oriente de Madrid: pasando por taquilla y abonando la entrada. La vieja capital de Amber, a diez kilómetros en automóvil, bellísima

en su desierta desolación, puede ser visitada utilizando el servicio de elefantes, cortesía del maharajah de Jaipur.

Vuelta al tren y algo más adelante las dos Delhi. La antigua, con el mausoleo de Humayun, en sus afueras, antecedente del Taj Mahal, y muchas cosas más.

A prudente distancia de la vieja Delhi, la Nueva, capital de la India, oficialmente inaugurada en 1931, pero hacía años en funcionamiento. Burocrática, espaciosa e insulsa. Una Brasilia, casi en neoclásico. El Durbar Hall, el ultramoderno edificio del gobierno, demasiado parecido al Capitolio de Washington, con el salón del Trono, con los sillones del virrey y de la virreina, y enfrente, a lo lejos, el Parlamento hindú. Un edificio en rotonda rodeado de una columnata clásica. De no tratarse de algún alto funcionario, la Nueva Delhi, modelo de planificación urbana, al turista corriente le dejó tan frío como su arquitectura. Estaba claro que sin algo de mugre y cierto coeficiente de caos la India moderna le supo al turista normal como vacaciones sin «Kodak».

Contratiempo del que se resarcía en Agra, que, como capital de su Imperio, se construyó el Gran Mogol, contemporáneo de Cervantes. Maravillosos los palacios de los reyes mongoles en estilo islámico. Sobre todo El Fuerte, antiguo palacio real, con la mezquita de la Perla y otras curiosidades enriqueciendo su interminable interior.

Monumentos interesantes a carta cabal, pero no determinantes de hacer a Agra tan visitada. El que la eligieran de escala de aterrizaje y pernocte las tres compañías aéreas desde Europa al Extremo Oriente, es dudoso se le debiera Abra a sus propios monumentos, sino a uno muy particular, emplazado en sus afueras. Relativamente moderno comparado con la mayoría de los del país y ni siquiera hindú.

El Taj Mahal

Fuera de los tratados de arte y de obras publicadas por funcionarios británicos con largas residencias en la India, raramente figuró el Taj Mahal en textos leídos por el común. El edificio inició su carrera a la fama al restau-

rarlo el virrey lord Curzon y divulgarlo la fotografía, estableciendo su preeminencia turística universal potenciando su buena facha con la carga connotativa adscrita a su exótica denominación.

A partir de la inserción del vocablo Taj Mahal en el lenguaje ordinario de los principales países del mundo, como expresión de lo sublime en materia de belleza arquitectónica, se repitió el caso previo de la Alhambra, y por la misma razón. Y ya nada tuvo de exagerado decir que una visita a la India sin incluir una al Taj Mahal, equivalió a pasar por Granada sin ver la Alhambra o por Atenas sin acercarse al Partenón. Posible, pero raro. Más accesible cada vez, el Taj compareció en los escaparates del turismo individual o *a forfait* como una novedad, el monumento superventa cuya visión prestigiaba a quien la disfrutó. Mucho más si el viajero, a diestro y siniestro, y a golpe de foto, exhibía al regreso pruebas concluyentes de haberle llevado su viaje la pie de aquella maravilla.

Cabe pensar que tal vez no hubiera sido para tanto de haberse edificado el Taj por los alrededores de Argel o El Cairo, donde no hubiera desentonado una estructura islámica de arriba abajo, diseñada según parece por el veneciano Geronimo de Veroneo y decorado su interior por el gascón Austin de Burdeos. Cuestiones dirimidas entre eruditos. El caso es que nada le faltó al Taj para afamarse entre turistas como se afamó. Porque lo tuvo todo. Lejanía, exotismo, fotogenia, historia en forma de leyenda, dándose pocos casos de viajeros, metidos a autor, que, obedientes a un uso consagrado por el abuso, no la glosaran copiándola de la guía que tuvieron más a mano.

Como en tiempos románticos el Coliseo romano, la visita al Taj tuvo su ritual privativo, aún en vigor. Por impedimentos obvios, no siempre factible contemplar a su mejor luz, *au clair de lune*, que era lo bueno. A falta de plenilunio se le veía al amanecer, a costa de meter en danza a los despertadores del hotel a altas horas de la madrugada.

El turista entró en contacto personal con el Taj predispuesto a emocionarse ante la magnificencia del túmulo erigido por el rey mongol a su esposa favorita, según las crónicas, no del

todo románticas en el trance, diferencia correspondida por su mujer a través de los diecisiete hijos que le dio en catorce años de matrimonio. Ya en su interior, la riqueza de las tumbas gemelas de la feliz y prolífica pareja emocionaba muchísimo a las señoras. Por su textura emotiva, condicionantes tan insuficientes para descifrar la clave del secreto de la popularidad del momento, en su proyección estética, como el florilegio de ditirambos que lo exaltan agotando el repertorio de los adjetivos panegíricos en lenguas diversas.

Por citar alguno, se transcribe el parecer de Aldous Huxley, ferviente debedor de las grandes supersticiones turísticas de su tiempo. Entró en faena declarando que el Taj Mahal no le convenció ni poco ni mucho, clasificando «entre las más horribles estructuras salidas de manos humanas» a los cuatro minaretes que, al modo de los de Santa Sofía, encuadran al monumento.

Criterio que con tan sólido respaldo me permito compartir, por entender que, con su aire de chimeneas fabriles, el cuarteto de alminares le dan al conjunto un aspecto de mesa patas arriba. De seguido, mister Huxley expone la motivación de su tibieza, por principios estéticos y causas sociológicas, mitad y mitad:

«Creo que mi incapacidad para apreciar el Taj se debe al hecho de que, aunque soy muy amante de la arquitectura y de las artes decorativas, me entusiasman muy poco y *per se* el costo y el pintoresquismo de una obra, y sucede que son su costo y su pintoresquismo las cualidades salientes del Taj... Su desmesurado costo es lo que parece deslumbrar a la mayoría de la gente. Y si decepciona a algunos es justamente por no encontrar al edificio tan caro como lo imaginaban. Explorándolo por los tejados descubren evidencias indicativas de que el mármol no es más que una capa sobre albañilería barata y nada sólida. Un fraude. Mientras guías y guardianes no cesan de ganarse propinas insistiendo en su costo: "Todo de mármol —dicen—, todo de piedras preciosas." Quien que lo toques, además de admirarlo, para comprobar su riqueza: no sólo con los ojos, sino con los dedos además. En Europa he visto a guías haciendo lo mismo. En todas partes se admira lo muy caro» (1).

Degustadas cuantas emociones proporcionó a caño roto la contemplación del monumento culminante de la India, el turista seguía su

(1) Huxley, Aldous, *Jesting Pilate* (Londres, 1926).

ruta para confrontarse con una experiencia de muy distinta naturaleza.

La Meca hindú

En Benarés, santa ciudad entre las santas, toda ella en la orilla derecha del santo Ganges. «Con 300.000 habitantes, de los cuales 40.000 son sacerdotes», informan las últimas ediciones de las guías. Vista de esta manera por Stephan Zweig en un ensayo largo y sapiente como el río:

«Nada hay en esta ciudad que llame la atención hacia la santidad del lugar: ni grandes edificios, ni grandes explanadas, ni solemnes procesiones. De pasar por ella sin estar informado, sólo se vería una población sucia, llena de recovecos, con muchos palacios extraños, corroída por las inundaciones y llana y arenosa la ribera de enfrente. El dios de la ciudad no se deja encerrar ni en rocas ni en mármol; el mismo río es el santuario, el milagro eternamente renovado de la purificación» (1).

Directamente relacionado con el grandioso espectáculo colectivo de la purificación fluvial, los famosos «Ghat» de Benarés. Las escalinatas por las que se desciende a las riberas del río sagrado, que fluye con corriente casi imperceptible a unos treinta metros por debajo de la ciudad. Todos los días, antes del amanecer, empiezan a bajar sombras por aquellas escalinatas para tomar el baño ritual. Según avanza el día son muchedumbres, componiendo escenas como las que reseña Stephan Zweig:

«Junto al río, entre los tenderos y los devotos, yace solitario un anciano que agoniza; su bronceada piel está seca como la madera; tiembla la blanca barba sobre los huesos salientes de un rostro enjuto. Tendido sobre las piedras desnudas, nadie le asiste, nadie le habla. Le han traído para que muera en un paraje donde la muerte es el sacrificio supremo. Ellos, que no matan a ningún animal; ellos, que cuidan a seres viejos e inútiles en casas apropiadas, dejan que el ser humano agonice y perezca abandonado de todos. En la superficie del río flotan cuerpos hinchados, cubiertos de cuervos hundiendo los picos en la carne en putrefacción; son los cadáveres de los santones, que gozan del privilegio de no ser quemados, y el río los lleva por entre los diminutos bateles de flores que las mujeres regalan u ofrendan. Al mismo río, cuya agua amarillenta y salobre beben allí mismo los devotos y en la que se sumergirán miles y miles en sublime arrobamiento.»

(1) Zweig, Stephan, *Benarés, la ciudad de los cuatro mil templos*.

El turista interesado en presenciar aquel tremebundo espectáculo humano en panorámica no tuvo por qué desgastarse los meniscos subiendo y bajando por los «Ghat». Pudo contemplarlo a sus anchas con un *confort* casi obsceno dadas las circunstancias y el entorno ambiental. Embarcando en alguna de las lanchas o batales, y menos mal que impulsadas a remo, estacionadas en el único puente existente, y recorrer después, y tirando instantáneas, los tres o cuatro kilómetros de río sagrado que le merecieron la pena: ni más ni menos que si se paseara en góndola veneciana por el Gran Canal.

La pluralidad y movilidad de los puntos de mira de este medio de transporte procuraban al curioso observador amplias posibilidades de captar la escena en toda su integridad. Appreciando detalles como los que en 1927 reseñaba un turista barcelonés:

«Contemplábamos desde las grandes barcazas llenos de pasmo aquella prodigiosa visión, cuando nos dimos cuenta de que en diferentes sitios se desarrollaban las macabras escenas de la incineración, y que mientras unos cadáveres eran presa de las llamas, otros esperaban turno para sufrir la misma suerte. Los cadáveres de los hombres estaban amortajados de blanco y los de las mujeres de encarnado» (1).

Las descripciones del señor Serés, y por asociación de ideas, hacen pensar en la persistencia de los epidemiólogos de la Sociedad de las Naciones fijando en Benarés uno de los focos de los ramalazos de cólera morbo alumbrados desde tiempos inmemoriales por la India:

«Miles y miles de personas medio desnudas, suben, bajan o se detienen; es un hormiguero de devotos y penitentes. En los peldaños cercanos al agua se ven algunos penitentes inmóviles como estatuas; unos de pie o adoptando rígidas y violentas posturas; otros en el agua, temblando de frío, bañándose sin nadar, bebiendo el agua sagrada a pesar de ser tan sucia, haciendo como si se persignaran. Se calcula en un promedio anual de medio millón los peregrinos que van a Benarés para bañarse y regresar con garrafas llenas de agua y montones de fango, también sagrado.»

Por más que no muchos de excepcional calidad, Benarés poseía santuarios y templos en cantidad. Preferido por los visitantes el llamado

(1) Serés, Antonio, *Dando la vuelta al mundo* (Barcelona, 1930).

por los ingleses «el de los monos» por haberlos a barullo por los alrededores y en el ramaje de un gran árbol erguido en medio del patio del templo. Claro está que monos sagrados, como todo en Benarés. Dignas de visita, a siete u ocho kilómetros, las ruinas de la en tiempos floreciente Sarnatha, interesante por haber predicado en ella Buda por vez primera.

Camino a Calcuta

Sin detentar al respecto tipo alguno de exclusiva, las poblaciones aglomeradas por la cuenca del Ganges ofrecieron al turista visiones arduas de estomagar. Y con embarazosa insistencia. Ninguna más lacerante que la del hambre, el azote endémico de la India, exteriorizado en la pesadilla de los enjambres de niños y ancianos que en revolera escoltarán el caminar del forastero con un gesto y una palabra: una descarnada manecilla extendida susurrando muy bajito y quejumbrosamente: «*Sahib, sahib, sahib...*»: la letanía que en la conciencia del turista resonará con estruendos de trompetas al sentarse a la mesa en el comedor del hotel.

Escena recurrente la de los famélicos que, lleno de perplejidad, el turista relacionará con un espectáculo no menos recurrente por casi toda la superficie del país. La continua presencia de las a veces lustrosas vacas sagradas, paseándose en gran número por las calles de ciudades y poblados. Bien cebadas, inmunes al cuchillo del carnicero y a la lumbre del fogón, ofrendando al pavimento de cuando en cuando, y sin detenerse, con un vago aire distraído, entre filantrópico y archiducal, un chorretón de pellas de boñiga fluyendo por el solomillo de sus cuartos traseros, para fallecer algún buen día de puro viejas, y reencarnarse en quien sólo el gran Brahma sabe de fijo.

Otra cuestión abocada a rebasar la pobre lógica del occidental en vacaciones, el caso de los parias, de los intocables. Los movimientos independentistas, tan democráticos y elocuentes en sus protestas contra la manera con que Inglaterra violaba los derechos humanos del pueblo hindú, pasaron como por sobre ascuas un aprendiz de faquir, ante el hecho de que una parte sustancial de la población disfrutara de menos derechos humanos que un perro. A

nadie le sucedía nada en la India por acariciar a un chucho o a un gato. A despecho de que, predicando con el ejemplo, hubiera Gandhi prohijado a una niña paria; ¡ay de aquel, nativo o forastero, que con un dedo de la mano tocara a un intocable, aunque fuera sin querer!

La excursión finalizaba en Calcuta la bengalí, a orillas de un brazo del Ganges, la segunda ciudad del Imperio británico en población, sólo sobrepasada por la de Londres. Una ciudad, capital oficial de la India hasta 1911, grata en tiempos victorianos, deformada ahora por un crecimiento casi patológico y afeados sus alrededores por las malolientes industrias fabricantes de casi todos los sacos de arpillera consumidos en el mundo. Con un calor horripilante, hablándose de siestas dormidas llenado de agua la bañera del hotel.

Bastantes cosas que ver, aparte de museos y demasiada población depauperada malviviendo por las calles. Desde el templo de Kali, esposa del todopoderoso Siva, hasta el templo budista de Jaina, de modernidad sólo discernible al ojo del experto, y el barrio chino, por su dimensión, ciudad, más próspero y limpio que el resto de la capital. El amante de espectáculos morbosos, que no pudo llegarse a Benarés, tuvo en Calcuta una réplica aceptable en el campo de Nimtola, un incinerado de cadáveres cercano al Ganges. Tras describirlo con el plasticismo con que supo hacerlo, a don Vicente Blasco Ibáñez no le impresionó demasiado:

«En realidad, el quemadero de Calcuta no difunde olores nauseabundos. Hay en el ambiente un fuerte olor a madera quemada y sólo un lejano tufillo de carne recién salida del asador.»

«Gurus» y «yoguis» aún carecen de fuerza para atraer al occidental con sus esoterías. Lo propio es acudir a la extraña universidad «El Hogar de la Paz», fundado en 1924, su mansión de Santiniketan por Rabrindanath Tagore: poeta, premio Nobel de Literatura desde 1913 y muchas cosas más. Un centro de estudios generador de un interesante tráfico apoyado por la plana mayor de la intelectualidad del tiempo. Valéry, Gide, Thomas Mann, Hermann Hesse, Stephan Zweig, doña Zenobia de Campubi, y su esposo, don Juan Ramón Jiménez, traductores al castellano de las obras de Tagore.

La India meridional

Además del *grand tour* hindú, hubo otro de menor costo y duración, favorecido por cruceristas y pasajeros de buques en servicio regular, así como por quienes realizaron ya la ruta comprensiva del Taj Mahal. Fuera desde Bombay o Calcuta, se partía en vertical hacia el sur, donde en arquitectura y escultura predomina el más puro estilo hindú, el «dravidiano». Sin influjo islámico ni mongol —valga la redundancia, como dicen los periodistas— al haberse abstenido aquellos invasores de asentarse por las partes más tórridas del país. Excursión con término en la isla de Ceilán, reencontrándose allí con el buque que les espera tras proseguir su travesía normal.

Con la oportunidad de ver en su recorrido por tierra lugares como la Nova Goa, en la costa malabar, próxima a Goa Velha, antaño puerto floreciente, ahora una preciosa ciudad fortificada y semidesierta a causa de las palúdicas. Melancólica como un fado, con enormes iglesias barrocas, custodia una de ellas del cuerpo incorrupto de San Francisco Javier. O Madrás, tirando desde Calcuta, gran ciudad y pulcra dentro de lo que cabe. Con mucho hotel, banco, parque y jardín, más una playa sensacional, además de la bella catedral de Santo Tomás, construida por los portugueses en 1504. Centro para la visita a los enclaves franceses de Podinchery y Karikal, y para las excursiones a los templos de Kanchipuram y Mahabalipuram, en la costa, con fachadas esculpidas en granito, a la manera de retablo, con doce y trece pisos o franjas de relieves, mayormente ornamentales.

Demasiado atracción de templos, ya clásicos y un tanto reiterativos, para no remitir en interés confrontados con otros, como los de Kajuraho, por la cuenca del Ganges y la Pagoda Negra, de Konarak, «tabú» para los turistas de la *belle époque*. Quedaban en este estilo, por el sur, los gigantescos templos de Madura, y el de Srirangan, de un kilómetro cuadrado, con esculturas de éxito parecido en el fondo al de los films clasificados con una S así de gorda. Literalmente cuajadas, fachadas y pilares, de relieves amoratorios, ilustrando, en retorcidos mano a mano y en pelota picada, los «Mithuna, o sea, el sexo en acción, en posturas descritas en el «Kamasutra».

Nuestra «Summa Artis» asegura con documentada seriedad que los relieves en cuestión simbolizan la unión mística del alma con Dios. Bueno. ¿Por qué no? Todo es posible en la India. Sin entrar en polémica con los expertos, y atendiendo a cuestiones más en línea con los fines perseguidos en estos comentarios, es el caso que señoras con un mínimo de inhibiciones no ganaron ni para sofocos examinando de reojo las múltiples variantes posibles en la conexión del «lingam» con los «yonis», haciendo como que no oían los quizá excesivamente técnicos esclarecimientos de los guías. La prohibición de sacar fotografías encauzó hacia los puestos de *souvenirs* una respetable cantidad de señores que adquirirían tarjetas postales sin comprar sellos de correos.

Concluida la gira por las ciudades y monumentos de tan interesante zona, un excelente servicio de *ferries* trasladaba a los turistas a la isla de enfrente, reintegrándoles al buque que abandonaron en Bombay o Calcuta.

El Edén cingalés

Para navíos en ruta al Extremo Oriente, por la vía rápida, y para las líneas procedentes de Australia, escala insoslayable, Ceilán. Isla budista, pacífica y fértil hasta el tuétano, de lo que para los recién llegados de la India significó, y no fue poco, librarse del espectáculo del hambre ajena.

Panorámico hasta la exasperación el puerto de Colombo, capital de la isla, y aparatosa por su longitud la ringlera de hoteles financiados por sir Henry Lipton, el rey del té, y lujosísimo el «Mount Lavinia Hotel», en estilo manuelino, de cara a una espléndida playa bordeada de cocoteros. En el centro de la capital inglesa, con ciertos resabios portugueses y holandeses, El Fuerte, el barrio de las oficinas y de los *clubs* y calles de tiendas y comercios, en edificios con arcadas, al estilo de las ciudades italianas.

A don Vicente Blasco Ibáñez debieron tratarle como un rajah a su paso por Ceilán, en 1923, al despedirse de la isla con un párrafo de muchos quilates publicitarios:

«El desarrollo de las comunicaciones ha empujeado la tierra, ensanchando considerablemen-

te el espacio en que se mueven las personas adineradas. Hace unos años nada más, los ricos de Europa, al trasladarse a la Costa Azul, creían mostrar con ello una audacia aventurera. Luego la moda convirtió en estaciones invernales Argelia y Egipto. Ahora estos viajes resultan mezquinos y sin novedad. Lo *chic* para las gentes ricas y de humor vagabundo es embarcarse en un paquebote del Extremo Oriente y pasar los meses del frío en Ceilán» (1).

Mucha razón debió asistirle a don Vicente, cuando un turista catalán, que, por más que se lo calle, debió servirse bastante del *Viaje alrededor del mundo* del valenciano, se sintió animado en 1927 a vaticinar:

«Esta gran isla, verdadero Paraíso terrenal, cuando la locomoción aérea alcance un inmejorable grado de perfección que permita trasladarse allí rápidamente, desde París, Londres o Nueva York, será el *rendez-vous* de la gente rica de la Tierra y una estación invernal de primer orden, tal y como lo son actualmente Egipto y la *Côte d'Azur*» (2).

Ulteriores razones, de rememoración no pertinente en la ocasión presente, hicieron que al advenir los aviones, Ceilán no participara en ese florecimiento turístico generalizado atribuido por los tratadistas al turismo al correr de los tiempos. Por contra, el turismo cingalés, como el de tantos otros lugares, sufrió una sensible regresión, acusada en el deterioro de su más que aceptable infraestructura turística.

En sus buenos tiempos, en los que nos encontramos, meticulosamente organiza la gira a Kandy, la excursión reina a la antigua capital de la isla. Sin necesidad de aguantar la lentitud del veterano ferrocarril, trepando por pendientes de respetable empinamiento. Tanto mejor disfrutar de la maravilla del paisaje a bordo de potentes automóviles, que transportaban al turista Kandy, en una altitud garante de frescor, con jardines, cascadas y flora edénicas según las guías y los visitantes, además de una no muy espectacular pagoda del Diente de Buda, a orillas de un lago artificial. Sin sombra de orientalismo vio en 1926 a la famosa villa de vacación el novelista Roland Dorgelés:

«Se me presentó como una ciudad termal, modelo *standard*, con villas, jardines, terrazas, kiosko

(1) Blasco Ibáñez, V., *La vuelta al mundo de un novelista* (Valencia, 1924).

(2) Serés, Antonio, *Dando la vuelta al mundo* (Barcelona, 1930).

para la música, grandes hoteles y, en el centro, un pequeño lago, que dicen espléndido, pero que lo encontré trivial: a despecho de los cuatro elefantes, que los bañan a horas fijas, para dar ocupación a los fotógrafos.»

Veraneo en Cachemira

Con la excepción de Kandy, y de Katmandú, en el Nepal, el mítico Shangri-La de una novela famosa, escenificada en la película «Horizontes perdidos» (1937), al turista le tuvo cuenta eliminar a la India propiamente dicha y torrefacta del programa de sus viajes veraniegos. Desde el punto de vista climático, nada más deliciosamente original en épocas de calor que Cachemira, «la Venecia del Norte» (una de las enésimas), al pie del Himalaya. Ventajosamente compensado lo complicado de su acceso a su capital, Srinagar, por la calidad y peculiaridad de los alojamientos existentes en la mejor estación veraniega de la India.

Convertida por su alteza Shri Bahadur, el maharajah, figura familiar en los inviernos por Cannes y en Londres en la temporada invernal, en una especie de Interlaken hindú. Desde la estación ferroviaria de Rawalpandi, una flota de automóviles, a disposición de los turistas, le trasladaba al «Nehdu's Hotel», compuesto de cuatro grandes cuerpos de edificios, con verandas, aislados en un vasto parque a orillas del Jhelu, rodeado en semicírculo por los nevados picachos de la cordillera más alta de la tierra. Con opción a alojarse en los *chikaras* o *house boats* anclados en el río.

Para la copiosa clientela británica, huida de los tórridos veranos del sur, excitante en temperaturas helvéticas o escocesas practicar el deporte del polo en el punto en que se inventó. O bien dedicarse a la pesca o a la caza del oso, en lugares singulares apropiados para su disfrute, sin más cortapisa que vestir de rigurosa etiqueta en las divertidas noches en la terraza del «Nehdu» o del «Srinagar Club».

Durante el día, plenas de actividad y en un ambiente de naturalidad y llaneza las jornadas en Srinagar. Tal y como en el verano de 1931 las describe un turista, contemplando a la ciertamente abigarrada clientela del hotel, dispuesta a pasárselo bien:

«La representación del Universo entero se agita ante mí. Americanos, y sobre todo americanas bulliciosas y sin la menor concesión a la elegancia. Ingleses, en exageradamente cortos *shorts*, con camisa deportiva y sin chaqueta. Inglesas, a menudo bonitas, y no del tipo de grandes dientes y velos flotantes. Representan a Europa algunos comerciantes, más un lote alocado de austriacas, húngaras y eslavas, momentáneamente exaltadas por cualquier excentricidad. Y, por último, hindúes de alto copete, escoltados por sus mujeres, con cinturones de oro y plata, y su progenie de cabellos de azabache y piel bronceada. Todo el mundo se prepara para las excursiones a la montaña, y un ejército de *chikaristas* y de *coolies* acecha a la puerta del hotel a esta clientela de *choix* murmurándole ofertas tentadoras» (1).

En el examen del turismo a la India destaca la falta del menor esfuerzo promocional por parte de las autoridades británicas. Sospecho que a causa del perjuicio político que a la potencia ocupante le procuraron las visitas de turistas no ingleses. Incurriendo en un error patentizado algunos años después, los turistas de entreguerras atribuyeron al aislamiento social, y al superior nivel de vida de los residentes ingleses, el hambre y la miseria del país. Tesis cuya certidumbre quedaría poco menos que pulverizada una vez desmembrada la India en tres Estados libres y soberanos con pésimas relaciones de vecindad entre sí. Recipientarios los tres de considerables ayudas técnicas y económicas del exterior, con efectos en la suerte de sus poblaciones no muy brillantes hasta el presente.

El novísimo Japón

No obstante hallarse involucrado en guerras expansivas por Manchuria y China, el Japón sigue visitadísimo y receptivo como nunca respecto al turismo que le llega a bordo de los paquebotes canadienses y americanos, sus agentes publicitarios más denodados. Ilimitada la tolerancia de sus aduaneros, marcando un aspa de tiza en los baúles y maletas que no es costumbre abrir. Pensándolo bien, ¿quién iba a introducir contrabando en un país inundando los mercados internacionales de productos fabricados más baratos que nadie?

El nuevo Japón presentó caras menos risueñas que las de sus ciudadanos. Asesinado en 1932 el jefe del gobierno por un grupo de ofi-

(1) Goerger, André, *Avec la Croisière Jaune au Levant* (Paris, 1931).

ciales, el país acrece su perfil militarista. Cambio simbolizado en la posibilidad de contemplar al joven emperador Hirohito en persona, descendiente en línea directa del Sol, pasando revistas militares a caballo. Un belicismo ambiental que de momento al turista preocupó mucho menos que las evidencias de la vertiginosa occidentalización del país, y en el más antiestético sentido de la palabra. Tanta fábrica y astillero, tanto estadio y ferrocarril, tanta universidad técnica, más la práctica universal del *base-ball* y los concursos de belleza a la californiana, al turista le desdibujaban el semblante del Japón que vino a ver. Con la agravante de que algunas peculiaridades niponas se resistió el occidental a calificar de típicas, por mucho que lo fueran en verdad. Por ejemplo: la disciplina cívica de los acatarrados, fueran transeúntes, revisores de tren, dependientes de comercio o camareros de restaurante, con la boca y orificios nasales cubiertos por una mascarilla de gasa, recubierta de hule negro, anudada con cintillas a la nuca.

Y menos mal que al intenso espíritu nacionalista le dio por proyectarse de modo visible en la indumentaria de la población. Sin variantes sustanciales para los amantes de la fotografía. Vistiendo en Tokyo las mujeres su tradicional atuendo, llevando las mamás sujetos a la espalda un bebé o dos, sin más capitulación visible a la moda occidental que el bolso de mano. Por entre mucho *samurai* vestido de caqui y gorra de plato, circularon por las calles muchos señores en quimono negro o gris, encasquetado a veces un sombrero hongo y una cartera de piel con documento en la mano: O sea, y no por casualidad: como un inglés en su *City*. Varía el tráfico callejero, que se densifica. Desaparece el *rickshaw*, desplazado por los taxis, bicicletas y la avalancha de los automóviles en rodaje por una red de carreteras construida a ritmo endiablado. Japón sigue sin un mendigo, aceptándose las propinas como extravagancias de extranjeros que sería descortés rechazar.

Porque el Japón, además de pulcro, es extremadamente cortés y Tokyo trasnochador y divertido. Animadísimas las noches en el Ginza, la calle o barrio de los cines y de los teatros, inundada de luz y color, y en función sus establecimientos hasta bien entradas en horas las

madrugadas. Para los aficionados al tipismo cultural, punto menos que obligado asistir a una representación de Kabuki, el drama nacional y tradicional. Escenificando episodios históricos del tiempo del Cid, con profusión de *hara-kiris* y alaridos. Señal para que el turista abandone su asiento, a media miel, como en las corridas de toros españolas, claro que por motivos opuestos.

Turística como nunca la vetusta y legendaria Kyoto, prohibiéndose construir en su antiguo recinto nada que oliera a moderno u occidental. En alza su millar largo de templos, al aumentar su número los santuarios edificadas para venerar en ellos las cenizas y la memoria de los grandes caudillos militares caídos en las últimas guerras.

La forma de la isla de Honshu, casi la única visitada por los turistas, como la de la sombra del ciprés, es alargada. Por lo que daba y da origen a distancias de entidad. Pudiendo verse mucho y en poco tiempo merced a la rapidez y frecuencia de trenes como el «Fuji Express», entre Osaka y Tokyo, y a la eficacia de los excelentes servicios aéreos nacionales. Había un vuelo diario de Tokyo a Seúl, en Corea, y dos servicios diarios, en 1932, de Osaka a Tokyo, que suben a cuatro en 1936. Vuelo recomendable, más que por economías de tiempo, por el aliciente de contemplar de muy cerca el cono perfecto del Fuji Yama. Y en todo su niveo esplendor. Como lo vio Cecil Roberts, experiencia que el viajero sitúa en muy alto lugar entre las coleccionadas en el curso de sus grandes viajes. En compañía de la plaza de San Marcos en Venecia, el Coliseo de Roma, el Partenón, el Gran Cañón del Colorado, la bahía de Río de Janeiro, el Taj Mahal, y el River Front de Nueva York. Una posible lista de las ocho maravillas turísticas del viaje moderno, avalada por venir suscrita por un eminente representante del turismo de su época.

Turismo nipón

La vida colectiva japonesa presentó una faceta poco o nada mencionada por el visitante extranjero. Que en lugar de aludirla de pasada, como en el caso presente, convendría que la estudiaran en detalle los analistas del turismo, aunque no fuera más que para compensar en cierta medida el aplastante eurocentrismo hoy

predominante en los estudios del pasado de la actividad.

Se trata con la intensidad con que gran parte de la población japonesa, inmersa en un contexto social altamente industrializado, se entregó a la práctica del turismo en todas sus modalidades, y con un impresionante consumo de carrete fotográfico. Además de dedicarse a conocer los principales monumentos históricos y religiosos del país, así como los paisajes consagrados por la fama, imprimió al playismo masivo un tremendo desarrollo. Por citar la playa más afamada, sirva la de Kamakura, a cómoda distancia de Tokyo y Yokohama, acondicionada, con bastante respeto al paisaje, para recibir, aunque no con holgura, a centenares de miles de bañistas. Con el placer añadido de poder admirar, en su emplazamiento en un bello jardín, al voluminoso Buda sedente, fundido en bronce en el siglo VII y con una escalera practicable en el interior de su corpachón.

Con no demasiado campo de maniobra en su superpoblado archipiélago, el japonés en vacaciones se proyectó hacia otros territorios a la menor ocasión. Principalmente a Corea, no hacía mucho anexionada a su Imperio, por lo visto adecuadamente preparada por los órganos de la administración japonesa para recibirlos. Existe constancia de la modernidad y hasta lujo de los nuevos trenes enlazando a Seúl, o Seijo, por decirlo al modo japonés, con los puntos más interesantes de la península. Valga como punto de partida para posibles exploraciones del centrifugismo turístico japonés, el testimonio directo y desinteresado, fechado en 1928, de un crucerista español acerca de la enérgica actuación promocional del «Japan Tourist Bureau»:

«Los japoneses no pierden detalle. A todo extranjero que llega allí le llenan de elegantes prospectos para que conozca toda la riqueza y comodidades del país: se muestran amabilísimos y le dan toda clase de facilidades para que encuentre agradable la estancia, incitándole a que conozca Corea, al objeto de que haga compras y deje en el país su moneda» (1).

En auge y boyante el turismo japonés, en su doble vertiente, entró en declive temporal a consecuencia de la buena marcha de la campaña de ocupación de China. Con victorias tan fenomenales y amenazantes para el equilibrio

(1) Serés, Antonio. *Dando la vuelta al mundo* (Barcelona, 1930).

mundial, que hacia mediados de 1937 las Agencias y navieras extranjeras, y no *motu proprio*, fueran cancelando sus operaciones con el Imperio del Sol Naciente con un frígido *Sayonara* de despedida.

La carrera hacia el desastre

El *sprint* hacia la autodestrucción se inició conforme al clima moral del planeta iba cargándose de trilita y celos, al tiempo que con ímpetus controlados el turismo, como el de *La piel de zapa*, de Balzac, circulaba por espacios inexorablemente más reducidos cada año. Las señales de reanimación mostradas por el prometedor mercado del Extremo Oriente se extinguían al ocupar la infantería japonesa la concesión internacional de Shanghai y destruir en 1937 la aviación china el magnífico «Shanghai Hotel», cuyo rótulo tituló una novela de Vicky Baum. Las campañas de resistencia pasiva de Ghandi de momento seguían traducándose en horribles matanzas entre musulmanes e hindús. Únicamente por Europa, al dar por concluidas las anexiones territoriales del III Reich, se notaban los efectos derivados de la falsa euforia generada por el Pacto de Munich.

Los entes encargados de que no amainara el turismo ni perdiera su internacionalidad cerraban los ojos del viajero potencial desviando su atención de la sucesión de presagios de la catástrofe que algunos veían venir. Un respiro el 1 de abril de 1939, al concluir la guerra civil española, que por de pronto desbloqueó restituyendo al turismo el cuadrante del Suroeste europeo y el ángulo africano norteoccidental. Concluida el mismo día y año en que inauguró Nueva York su gran Feria Internacional, motivo para la visita a los Estados Unidos de los nuevos reyes de Inglaterra: la primera en la historia de ambas naciones. Fecha no casualmente coincidente con la entrada en servicio del «America», de la United States Lines, si no el más lujoso *superliner*, sí el más rápido a flote.

Evento, claro está, de otro también en el área del transporte turístico que tuvo lugar a principios de aquel verano. El comienzo de los vuelos transatlánticos de los «Clipper» de la Pan American. El 28 de junio de 1939, con 22 pasajeros seleccionados de una lista de 500 candidatos, despegó de Long Island en vuelo regular el «Dixie Clipper», un hidro «Boeing» cuatri-

motor, con destino a Marsella y con escalas en las Azores y Lisboa. Servicio poco después ampliado a sendos estuarios de Inglaterra y norte de Francia, materializándose así, y en puntos múltiples, un supremo anhelo del turismo: la interconexión por vía aérea de los continentes europeo y americano en viaje de duración inferior a un día.

Ese turismo tópico de masas (que estalla bastante antes de las fechas que se barajan para fijar su eclosión oficial), en el verano de 1939 se hacía más que evidente por numerosos puntos de Europa. Se refiere al 12 de agosto de aquel año la descripción de su salida de Londres hacia las playas bretonas, inscrito en una masa de *holidaymakers*, redactada por un conocido autor inglés de libros de viajes:

«Un genuino ejército de vacacionistas se derramaba hacia el Canal. El tren, repleto hasta la asfixia. Por lo prieto y hacinados que íbamos, podíamos ser refugiados en huida de un país invadido por los fascistas. En los andenes de la estación portuaria de Dieppe, doce mil personas —según cifras oficiales— bullíamos bajo el ardiente sol, luchando por ocupar las plazas en los trenes que nos esperaban. Nadie se molestaba en mirar nuestros pasaportes. Los funcionarios franceses lo dejaron por imposible, dejando que los invasores ingleses se las arreglaran como pudieran» (1).

Acercándose el verano de 1939 a su término, todavía quedaba resuello para rechazar y descalificar como catastrofismos sin fundamento los signos de fastos nefastos para la humanidad y el turismo. La gente circulaba por el mundo febril pero impertérrita; mirando de reojo los titulares de los periódicos, pero sin interrumpirse la riada.

Un solo día, el 2 de septiembre de 1939, celebró Cannes su primer Festival Cinematográfico Internacional, programado sin prever que los ministros de Asuntos Exteriores de Hitler y Stalin habían concertado firmar el 24 de agosto el pacto ruso-alemán, o nazi-comunista si se prefiere. En todo caso, el trámite indispensable para dar luz verde a la ocupación del pequeño enclave de Dantzig y de Polonia por parte del ejército alemán. El detonante del polvorín. El factor desencadenante para que los veinte años de entreguerras los cerrara el más sangriento y destructivo cataclismo bélico que hasta entonces vieron los siglos.

(1) Goldring, Douglas. *Facing the Odds* (Londres, 1940).

R E S U M E

LUIS LAVAUUR: *Le tourisme dans la décade des années 30 (1930-1939).*

Cet étude est le complément de la publication dans l'antérieur numéro de cette revue, se traitant de la décade de 1919-1929. Le présent essaie utilisé comme hypothèse de travail de base l'influence négative sur le tourisme mondial de la Grande Dépression exercée pendant la décade dans les économies nationales. En se demandant, cependant, si ces crises généralisées affecteront le tourisme ayant la même intensité dans tous les pays et en tout moment.

Sur cette optique relativiste, on commente l'adaptation des divers pays européens à une diminution touristique, pas constante mais en continue procès d'évolution et jusqu'à la récupération, en analysant minutieusement ses conséquences dans la péninsule ibérique. Exposées les vicissitudes de l'activité dans la péninsule balcanique et en Afrique du Nord, et termine en essaie avec une révision du phénomène touristique aux Etat Unis et en U. R. S. S.

S U M M A R Y

LUIS LAVAUUR: *Tourism during the thirties (1930-1993).*

This study is a complement to the one referred to the decade 1919-1929, published in the previous issue of our review. The present essay uses as a basic working hypothesis the negative influence on world tourism made by the Great Depression upon the national finances along the decade. Nevertheless, an interrogation is posed about the fact that if this general crisis affected in the same intensity every country and in the whole period of time.

From this relative point of view, it is commented the adaptation of the different European countries to a tourism recession, not constant, but in a continuous process of evolution, even of recovery, analyzing in a certain detail its consequences on the Iberian peninsula. Once the vicissitudes of tourism in the Balkans and North Africa are presented, the essay ends with a revision of the tourism phenomenon in both the United States and the Soviet Union.

ZUSAMMENFASSUNG

LUIS LAVAUUR: *Der Tourismus während der 30-er Jahre.*

Das gegenwärtige Studium ergänzt dasjenige, welches in der vorangegangenen Ausgabe dieser Zeitschrift veröffentlicht wurde und sich auf den Zeitraum zwischen 1919 und 1929 bezog. In dem hier wiedergegebenen Essay benutzt man als Hypothese der Grundarbeit den negativen Einfluss des Welt-Tourismus aufgrund der grossen wirtschaftlichen Depression während dieses Jahrzehnts auf die nationale Wirtschaft. Trotz allem, ist in Betracht gezogen worden, dass diese allgemeine Krisis auch den Tourismus in gleicher Stärke in allen Ländern und zur gleichen Zeit erfassen würde.

Von dieser relativistischen Optik her gesehen, wird die Adaptierung der verschiedenen europäischen Länder an eine touristische Rezession behandelt, welche nicht konstant ist, sondern sich in einem kontinuierlichen Entwicklungsprozess befindet, sogar bis zu einer gewissen Wiederherstellung; besonders eingehend werden die Konsequenzen in der iberischen Halbinsel studiert. Nachdem die Wechselfälle dieser Aktivität auf der Balkan-Halbinsel und dem Norden von Afrika erfasst wurden, schliesst dieses Essay mit einer Revision des Touristen-Phänomens in den Vereinigten Staaten und der Sovjet-Union ab.