

## **APROXIMACIÓN A LA HISTORIA DEL TURISMO EN EL REINO UNIDO, SIGLOS XVIII-XX**

---

John K. Walton,  
Universidad de Central Lancashire

Este artículo pretende presentar un resumen del estado de los estudios históricos que tratan del turismo británico. Por éste entiendo no sólo la historia del turismo en Gran Bretaña, sino también la de los británicos que viajan por otras partes del mundo en busca de esta mezcla de diversión, educación, dominación y vicio a la que calificamos «turismo». El enfoque principal se concentra en los escritos de los historiadores británicos, pero trataremos también de las ideas e influencias que han llegado desde fuera para contribuir al desarrollo inicial de esta tan joven subdisciplina académica.

La historia moderna y contemporánea del turismo tiene muchos de sus orígenes en la Inglaterra de los siglos XVIII y XIX. Los ingleses han exportado el turismo como fenómeno a todas partes de Europa y quizás del mundo, y se han exportado ellos mismos en busca de experiencias turísticas de varios tipos, destacando especialmente los viajes por los territorios del imperio británico. Sin embargo, Inglaterra nunca ha atraído a muchos turistas extranjeros, de manera que sus playas y balnearios han estado siempre casi exclusivamente reservados a los de casa. La gente de fuera que llegaba a este país ha demandado un turismo de tipo cultural, buscando tradiciones y patrimonio histórico o deseando conocer la cultura popular de Londres y de otras grandes ciudades. Además, desde finales del siglo XX, Gran Bretaña recibe a gente que quiere mejorar o perfeccionar el conocimiento del inglés, ya que se ha convertido en el idioma internacional por excelencia.

Los historiadores británicos han seguido, en su gran mayoría, unas líneas muy conservadoras, prefiriendo no reconocer la verdadera importancia del turismo en sentido económico, social, cultural y hasta político, por tratar no sólo de asuntos como el ocio, que pueden parecer

poco serios y alejados de la dignidad de una historia que debe ocuparse de la alta política, la diplomacia, las guerras y las biografías de los grandes hombres, sino también de una industria sin un producto concreto (aunque necesitado de muchos edificios, trabajo e inversiones en infraestructuras para acomodar y satisfacer a sus clientes) y, por lo menos hasta hace quizás treinta años, carente de estadísticas fiables que tanto necesitan los historiadores de la economía<sup>1</sup>. Los geógrafos, antropólogos y sociólogos y los practicantes de «estudios culturales» han prestado más atención a este fenómeno y han escrito los pocos libros de texto orientados a la comunidad universitaria sobre la historia del turismo británico (interior y exterior). El libro del geógrafo John Towner, *An historical geography of recreation and tourism in the Western World*, publicado en 1996, es la única historia general del tema que trata de manera competente la mayoría de los asuntos importantes, pero sin expresar otro punto de vista que el del autor, ni abordar los complicados problemas que surgen especialmente del posmodernismo y de otras aproximaciones teóricas<sup>2</sup>. Un libro reciente, que lleva el seductivo título *The making of modern tourism* (con un subtítulo que promete: «la historia cultural de la experiencia británica 1600-2000»: ¡se nota el uso del artículo determinado!), incluye tres capítulos en los que se expone el estado actual de la historia de los viajes y el turismo en Gran Bretaña, además de otros once que tratan de temas más específicos, que se analizan desde la perspectiva tanto de las prácticas de la literatura como de las de los historiadores<sup>3</sup>. El libro de Fred Inglis, publicado en 2000 y titulado *The delicious history of the holiday*, resulta, por el contrario, muy decepcionante y hasta peligroso, en el sentido de que podría realmente despiristar al lector<sup>4</sup>. El autor, catedrático de estudios culturales, domina ciertas perspectivas teóricas interesantes, pero casi no recoge la mayor parte de la bibliografía sobre el tema, tal como se puede apreciar en las referencias bibliográficas de este artículo. Tampoco

<sup>1</sup> La reciente creación (septiembre de 2002) de la Comisión Internacional para la Historia del Viaje y del Turismo, afiliada a la Comisión Internacional para las Ciencias Históricas, evidencia de manera inconfundible la credibilidad internacional de este tema de investigación.

<sup>2</sup> J. TOWNER, *An historical geography of recreation and tourism in the Western World, c. 1540-1940*, John Wiley, Chichester, 1996; reseñado por J.K. WALTON en «Taking the history of tourism seriously», *European History Quarterly*, n.º 27, 1997, pp. 573-81.

<sup>3</sup> H. BERGHOFF, B. KORTE, R. SCHNEIDER & C. HARVIE (eds.), *The making of modern tourism: the cultural history of the British experience 1600-2000*, Palgrave, London, 2002, caps. 1, 6, 8.

<sup>4</sup> F. INGLIS, *The delicious history of the holiday*, Routledge, London, 2000.

resultan fiables muchas de las fechas, de los hechos, ni de las interpretaciones históricas.

Sobre el tema del turismo británico existe otra serie de obras más cortas y reducidas, consistentes especialmente en contribuciones y capítulos de libros que tratan más genéricamente de la historia del ocio, que se ha extendido mucho en Inglaterra después de los años de 1970, y de la historia urbana, que también tiene una mayor tradición en Inglaterra. Entre estos trabajos destacan los capítulos escritos por Peter Borsay y Douglas Reid en la obra titulada *Cambridge Urban History of Britain*<sup>5</sup>. Una aportación más reciente se encuentra en el libro de texto de Jeffrey Hill que trata del deporte, ocio y cultura en la Gran Bretaña del siglo XX, cuyo capítulo sobre «el espíritu de las vacaciones» no alcanza la relevancia con la que este autor trata la historia social y cultural de los deportes, el tema del que es un especialista. En este capítulo perpetúa algunos mitos, como el de la trascendencia de Thomas Cook como inventor del turismo popular, algo sobre lo que volveremos más adelante, aunque por lo menos introduce algunos temas de la historia de los últimos treinta o cuarenta años, como en el caso del crecimiento de las vacaciones «todo pagado» de los turistas británicos en España y otros países del Mediterráneo, y del controvertido desarrollo del turismo de patrimonio («heritage tourism») en Inglaterra hacia fines del siglo XX<sup>6</sup>.

El tema del turismo merece un más amplio tratamiento histórico por diversas razones. Su destacada importancia a principios del siglo XXI, como consecuencia de los cambios económicos, sociales y culturales que se dan en todas partes del mundo, debería generar estudios sobre los orígenes, el desarrollo y las consecuencias de un fenómeno que ya tiene más de tres siglos de historia, así como de los problemas y conflictos que han surgido alrededor del desarrollo de lo que ha llegado a ser una industria y un sector generador de empleo de enorme tamaño, una fuente de riqueza y un transformador de paisajes, lugares, identidades y modos de vida<sup>7</sup>. Para complicar aún más el guión, los tipos de

---

<sup>5</sup> P. CLARK (ed.), *The Cambridge Social History of Britain*, tomo 2, 1540-1840, y M.J. DAUNTON (ed.), *The Cambridge Social History of Britain*, tomo 3, 1840-1950, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.

<sup>6</sup> J. HILL, *Sport, leisure and popular culture in twentieth-century Britain*, Palgrave, London, 2002, cap. 5.

<sup>7</sup> H. BERGHOFF y B. KORTE, «Britain and the making of modern tourism: an interdisciplinary approach», en H. BERGHOFF, B. KORTE, R. SCHNEIDER & C. HARVIE (eds.), *op. cit.*, caps. 1-2.

turismo se han diversificado y cada uno de ellos presenta sus características típicas, pudiendo ser analizados desde la política empresarial y la de los gobiernos nacionales y locales, desde la naturaleza de las actividades preferidas y los recorridos y destinos de los turistas, la composición de los grupos de turistas (clase social, género, etnicidad, edad, cultura), el mercado laboral y las condiciones de trabajo. Visto así, el turismo se presenta como un campo lleno de oportunidades para el análisis histórico, aunque también estrechamente vinculado a los grandes temas relacionados con la disciplina<sup>8</sup>.

Los ingleses no sólo fueron los protagonistas de la mayor parte de los tipos del turismo moderno, sino también se destacaron entre los iniciadores de los estudios del mismo, a pesar del rechazo de la mayoría conservadora. Los debates se han apropiado de aproximaciones teóricas trasladadas de la sociología, la geografía, la antropología y otras disciplinas académicas. El geógrafo cultural Rob Shields nos ha traído los conceptos del *carnavalesco* (adoptado de las obras de Bakhtin), de la «liminality» (la suspensión de las normativas de la vida en lugares transicionales como los balnearios y especialmente las playas) y del contraste entre las partes anterior y trasera de las ciudades-balneario y otros lugares de reunión (adaptado de Erving Goffman)<sup>9</sup>. El sociólogo John Urry nos ha introducido en «la mirada del turista» (concepto adaptado de Michel Foucault), una manera de contemplar el cambio tanto desde el estado de ánimo del turista como desde la percepción (y como consecuencia la realidad) del objeto de tal mirada. Urry apostó originariamente por dos tipos de mirada turística, la romántica y la colectiva; pero más tarde elaboró el concepto, reconociendo las limitaciones de tal oposición binaria y proponiendo otras versiones de la «mirada» para tener en cuenta la diversidad de las experiencias turísticas<sup>10</sup>. Algunos de los historiadores ingleses de viajes y turismo adoptan también el controvertido concepto de «Orientalismo» de Edward Said. Según este punto de vista, el turista, como el viajero, el militar, el comerciante y el administrador colonial, dirigía hacia los indígenas una mirada clasificadora, reclamando una comprensión privilegiada y científica de

---

<sup>8</sup> Véase, por ejemplo, O. LOFGREN, *On holiday: a history of vacationing*, University of California Press, Berkeley, 1999.

<sup>9</sup> R. SHIELDS, *Places on the margin: alternative geographies of modernity*, Routledge, London, 1991.

<sup>10</sup> J. URRY, *The tourist gaze*, Sage, London, 1990; Idem., *Consuming places*, Routledge, London, 1995. Véase también J. TAYLOR, *A dream of England: landscape, photography and the tourist imagination*, Manchester University Press, Manchester, 1994.

esta «otra» cultura, reforzando así su percibida situación como representante de una civilización más poderosa y cultivada. Se puede aplicar esta versión de la «mirada turística» no solamente para el «Oriente» convencional y los países más «exóticos» del imperio británico, sino también para Europa o la mismísima Gran Bretaña, cuando se trata, por ejemplo, de la «mirada antropológica» dirigida hacia las costumbres anticuadas de los «incultos» habitantes de los aislados pueblos de pescadores o de las tierras altas de Escocia, de Gales o hasta del norte o del suroeste de Inglaterra<sup>11</sup>.

Los historiadores del turismo británico tienen que tener en cuenta también la cuestión problemática de la distinción «viajero/turista/excursionista» y el relacionado y aún más problemático concepto de «turismo de masas». El concepto de «distinción» en este sentido se remonta a las obras de Pierre Bourdieu, analizando el consumo francés a fines de los años sesenta del siglo XX, pero quizás la elaboración más influyente para esta historiografía ha sido la del norteamericano James Buzard. En su encarnación turística este concepto se origina en los prejuicios de la aristocracia y, más tarde, de las nuevas clases adineradas del Reino Unido hacia las gentes menos pudientes que llegaron a compartir con ellas los espacios hasta ahora exclusivos, fuera una playa inglesa, fuera un museo de bellas artes en Italia. Ostentaban un desprecio hacia la presunta falta de educación y «capital cultural» (la famosa frase de Bourdieu) de los recién llegados, acusándoles de pasar rápidamente por los sitios históricos y de moda, guía en mano, no entendiendo realmente lo que miraban por no haber experimentado la duradera instrucción clásica del gran señor y del caballero<sup>12</sup>. Según este punto de vista, los viajeros («travellers») plausibles eran los de la aristocracia y la alta burguesía que disponían de la formación cultural y el ocio para hacer viajes largos, que a ellos les abrían las oportunidades para explorar, elegir y entender. Los que carecían de educación y de tiempo, y miraban y experimentaban las cosas que les mostraba una creciente industria del turismo, eran calificados de meros «turistas». Los de la pequeña burguesía y la clase obrera, que sabían ahorrar dinero para pasar un día

---

<sup>11</sup> E. SAID, *Orientalism*, Routledge and Kegan Paul, London, 1978; J.M. MACKENZIE, *Orientalism: history, theory and the arts*, Manchester University Press, Manchester, 1995; S. WARD (ed.), *British culture and the end of Empire*, Manchester University Press, Manchester, 2001.

<sup>12</sup> J. BUZARD, *The beaten track: European tourism, literature and the ways to «culture», 1800-1918*, Clarendon, Oxford, 1993; J. PEMBLE, *The Mediterranean passion*, Clarendon, Oxford, 1987.

o fin de semana en un lugar de esparcimiento, eran algo aún peor: he aquí el uso de la palabra «tripper» (excursionista) para calificar a tales personas como ruidosos, borrachos e inmorales. Estos discursos o maneras de hablar, que nacieron en el siglo XIX, se mantuvieron y afectaron a la política de muchos balnearios y de otros sitios ingleses parecidos que deseaban rechazar a los excursionistas, pero que no podían excluirlos, ya que necesitaban su dinero<sup>13</sup>.

De tales esnobismos ha surgido una preocupación constante, que es compartida por muchos escritores ingleses (y no sólo por los autores de libros nostálgicos de viajes), hacia el desarrollo del llamado «turismo de masas» que lleva por todas partes a la gente inculta, arruinando los lugares valiosos y preciosos por la presencia de turistas que sólo buscan sol, mar, alcohol y sexo, o que no entienden lo que están viendo y que no saben explorar fuera de su hotel o experimentar fuera de los entretenimientos populares que les proporcionan las empresas de viaje. Tales preocupaciones también tienen su historia. Se puede encontrar parecidos comentarios críticos cuando se trata de los que visitaban el distrito inglés de los Lagos desde finales del siglo XVIII por razones de entretenimiento y de moda más que para contemplar tranquilamente los paisajes pintorescos y románticos; o (cosa especialmente injusta) de los primeros turistas de Thomas Cook en Europa desde los años 1860; o de los pioneros de las vacaciones marítimas de la clase obrera inglesa hacia finales del siglo XIX; o del incremento enorme del turismo popular dentro del Reino Unido durante la posguerra; o de las vacaciones «todo pagado» al Mediterráneo desde los años sesenta del siglo XX. La frase «turismo de masas» ha sido aplicada a todos estos fenómenos y a otros, pero todavía carecemos de una clara definición de este término tan ambiguo y cargado de prejuicios<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> H. BERGHOFF, «From privilege to commodity? Modern tourism and the rise of the consumer society», en H. BERGHOFF, B. KORTE, R. SCHNEIDER & C. HARVIE (eds.), *op. cit.*, pp. 159-79; J.K. WALTON, *The English seaside resort: a social history 1750-1914*, Leicester University Press, Leicester, 1983, cap. 8; J.K. WALTON, *The British seaside: holidays and resorts in the twentieth century*, Manchester University Press, Manchester, 2000.

<sup>14</sup> J.D. MARSHALL & J.K. WALTON, *The Lake Counties from 1830 to the mid-twentieth century*, Manchester University Press, Manchester, 1981, caps. 8, 9; L. TISSOT, «La conquête de la Suisse. Les agences de voyage et l'industrialisation du tourisme (1840-1900)», en P. BAIROCH & M. KÖRNER (eds.), *La Suisse dans l'économie mondiale*, Droz, Zurich, 1990; J.K. WALTON, «The demand for working-class seaside holidays in Victorian England», *Economic History Review*, n.º 34, 1981, pp. 249-65; S. WRIGHT, «Sun, sea, sand and self-expression: mass tourism as an individual experience», en H. BERGHOFF, B. KORTE, R. SCHNEIDER & C. HARVIE (eds.), *op. cit.*, pp. 187-8.

Por otro lado, los mismos comentaristas se quejaban también de la pérdida de los antiguos sitios remotos y salvajes, donde los verdaderos viajeros podían buscar (sin necesidad de llevar pasaporte) nuevos territorios más allá de los tentáculos de la industria del turismo y las empresas de viajes<sup>15</sup>. Esta nostalgia de un mundo abierto por parte del viajero inglés, quien podía explorar la selva, la montaña y el pueblo e informar a sus compatriotas de las cosas exóticas que había encontrado, representa de manera acentuada la búsqueda más generalizada de lo «auténtico», ese fantasma deseado y perseguido por tantos turistas (incluidos muchos calificados de «turistas de masas»), pero siempre fuera del alcance de los que ya han probado esta manzana del árbol de la ciencia con la que les ha tentado las seducciones del turismo<sup>16</sup>.

Las tensiones entre «viajeros», «turistas» y «excursionistas» expresan muchas veces clara y explícitamente la importancia de conflictos entre clases en el consumo del turismo. Los ayuntamientos de las ciudades-balneario y de otros lugares de reunión británicos se preocupaban, especialmente desde la llegada de los ferrocarriles y los trenes-botijo a mediados del siglo XIX, del «tono social» de sus localidades, tratando de manejar la muchedumbre que solía llegar cada fin de semana del verano, de tal manera que no perdían la respetabilidad que era necesaria para continuar cobrando el dinero de las familias de la aristocracia y burguesía que buscaban seguridad y tranquilidad para el esparcimiento sosegado de mujeres y niños<sup>17</sup>. Esta manifestación del conflicto cultural entre clases era más llamativa aquí que la lucha entre patronos y obreros, excepto los años especialmente conflictivos por todas partes durante y después de la Primera Guerra Mundial. Resultaba muy difícil organizar sindicatos y fomentar huelgas, ya que muchos puestos de trabajo eran estacionales y mucha gente llegaba cada verano para competir en el mercado laboral de la temporada. No había ni seguridad, ni continuidad de trabajo<sup>18</sup>.

---

<sup>15</sup> P. FUSSELL, *Abroad: British literary travelling between the wars*, Oxford University Press, Oxford, 1980; H.-M. TEO, «Wandering in the wake of empire: British travel and tourism in the post-imperial world», en Ward (ed.), *British culture and the end of empire*, pp. 163-79; M.L. PRATT, *Imperial eyes: travel writing and transculturation*, Routledge, London, 1992.

<sup>16</sup> J. BUZARD, *op. cit.*; B. KORTE, «Julian Barnes, *England, England*: tourism as a critique of postmodernism», en H. BERGHOFF, B. KORTE, R. SCHNEIDER & C. HARVIE (eds.), *op. cit.*, 285-303.

<sup>17</sup> H.J. PERKIN, «The "social tone" of Victorian seaside resorts in north-west England», *Northern History* 12 (1976), 181-95.

<sup>18</sup> J.K. WALTON, «Leisure towns in wartime: the impact of the Second World War in Blackpool and San Sebastián», *Journal of Contemporary History* 31 (1996), 603-18; J.K. WALTON, *British seaside*, cap. 6.

El problema del «tono social», que se expresaba especialmente por cuestiones de acceso y uso de espacios preferidos (playas, parques, paseos y hasta teatros de variedades y salas de conciertos) y de comportamiento de la gente en las calles y sitios públicos, contribuyó a la subida y caída de los lugares específicos de reunión turística, un asunto al que han prestado mucha atención los geógrafos que se interesan por el llamado «ciclo vital de las ciudades turísticas» («resort cycle»). Según este concepto, derivado directamente del «ciclo de los productos» de los economistas, cada lugar de reunión pasa por seis etapas, empezando con el descubrimiento y terminando con la saturación, la polución, la pérdida de atractivos y la decadencia, aunque quepa la posibilidad de invertir y renovar la oferta para atraer a nuevos públicos para volver a empezar. Este modelo resulta demasiado mecánico para describir los procesos históricos por los que pasan los lugares turísticos y no tiene en cuenta que una versión del éxito podría consistir en llegar a una etapa intermedia y quedar así sin tener que crecer hasta el punto de crisis. Así lo parece cuando estudiamos, por ejemplo, las trayectorias de los balnearios ingleses. Sin embargo, se puede utilizar esta idea para formular las cuestiones al comienzo de un proyecto de investigación, pero sin anticipar por eso los resultados empíricos<sup>19</sup>.

Después de abordar algunas de las aproximaciones a los temas que han interesado a los historiadores del turismo británico, vamos a introducirnos en la historiografía de los distintos tipos de turismo y lugares de reunión sobre los que se ha investigado y escrito. Empezaremos con el desarrollo de los balnearios de aguas minerales como lugares de salud y esparcimiento, lo que era realmente un fenómeno europeo, como señala el hecho de que la palabra que describe tales sitios en los países anglófonos deriva del nombre de la pequeña villa de Spa, ahora en Bélgica, que queda reconocida como la pionera de todas las villas recreativas que se multiplicaban durante la época moderna. Por casi toda Europa había fuertes tradiciones de visitar las fuentes minerales en la búsqueda de la salud<sup>20</sup>. Otro pionero fue el balneario inglés de Bath, que a finales del siglo XVII ya se desarrollaba con creciente rapidez, estando de moda como lugar de reunión de las capas acomodadas de todo el país. Durante el siglo XVIII esta ciudad creció de manera impresionante,

---

<sup>19</sup> *Built Environment*, edición especial, 18, 1992; G. PRIESTLEY y L. MUNDET, «The post-stagnation phase of the resort cycle», *Annals of Tourism Research* 25, 1998, 125-48.

<sup>20</sup> Por ejemplo, L. BROCKLISS, «The development of the spa in seventeenth-century France», en R. PORTER (ed.), *The medical history of waters and spas*, London, 1990, 23-47.

ostentando una arquitectura clásica que deleitaba a la gente adinerada que llegaba en busca de salud, entretenimiento, amor (o sensualidad) y prestigio. El Ayuntamiento invirtió copiosamente en la provisión de baños, salas de fiesta, parques y seguridad, y al lado de los «respetables» se encontraban prostitutas y aventureros<sup>21</sup>. El éxito de Bath estimuló la competencia: una búsqueda general de aguas minerales, la cooptación de médicos para validar la calidad y las características curativas de las aguas, la publicidad, por medio de prensa y panfletos, y la inversión en edificios, paseos, tiendas y salas de reunión. Todo contribuía al desarrollo de una nueva y única sociedad de consumo por lo menos entre la aristocracia y la burguesía del Reino Unido del siglo XVIII. Este proceso formaba parte del «Renacimiento Urbano» inglés que Peter Borsay ha identificado en muchas ciudades y villas de provincia durante el siglo posterior a la restauración de la monarquía en 1660. Hacia finales del siglo ya había toda una red de «spas» por todas partes de Inglaterra, siendo menor y más tardío su desarrollo en Gales, Escocia e Irlanda. El proceso continuó a principios del siglo XIX, cuando Bath estaba cambiando su identidad en ciudad residencial y de jubilación (siguiendo con exactitud en este caso el «ciclo vital de las ciudades turísticas»), al tiempo que surgían nuevas ciudades «spa» como Cheltenham, Leamington y Harrogate<sup>22</sup>.

El «paso del tiempo» en estos sitios de moda ofrecía a la burguesía comercial una manera más asequible (y menos cara) de encontrar y compartir la sociedad de la aristocracia, sin tratar de alcanzar los gastos que requería la adquisición del capital cultural que otorgaba a éstos la educación universitaria y/o la experiencia del «Grand Tour» europeo. Este rito de tránsito («rite of pasaje») de los jóvenes adinerados, cuyos orígenes se remontan al siglo XVI, se extendió a unos pocos durante el siglo XVIII, con la participación de la alta burguesía. Por su parte, el enfoque principal del viaje se trasladó de la Italia clásica y del Renacimiento hacia las cordilleras sublimes y románticas de los Alpes<sup>23</sup>. El «Grand

---

<sup>21</sup> P. BORSAY, *The image of Georgian Bath 1700-2000*, Oxford University Press, Oxford 2000; G. DAVIS y P. BONSAI, *Bath: a new history*. Keele University Press, Keele, 1996; R.S. NEALE, *Bath 1680-1850*. Routledge. London. 1981; P. BORSAY, «Bath: an enlightenment city?», en P. BORSAY, G. HIRSCHFELDER & R.-E. MOHRMANN (eds.), *New directions in urban history*, Waxmann, Munster, 2000. 3-17.

<sup>22</sup> J. STOBART, «In search of a leisure hierarchy: English spa towns and their place in the urban system», en P. BORSAY, G. HIRSCHFELDER & R.-E. MOHRMANN (eds), *op. cit.*, 19-40; P. BORSAY, *The English urban renaissance*. Clarendon, 1989.

<sup>23</sup> J. BLACK, *The British abroad: the Grand Tour in the eighteenth century*, Sutton, London, 1992.

Tour», como tal, entró en declive desde principios del siglo XIX y después de mediados de siglo los vapores, ferrocarriles y hoteles hacían aseguibles rápida, cómodamente y a precios relativamente reducidos los sitios cuyo alcance hasta entonces precisaba de muchas semanas de viaje y de una tolerancia de varios disgustos<sup>24</sup>.

El «Grand Tour» no era sólo un asunto de los ingleses, aunque éstos lo dominaran numéricamente y contribuyeran de manera desproporcionada a la imagen europea de este fenómeno. Pero las rutas del «Tour» y los destinos preferidos definieron unos modelos duraderos del turismo británico en Europa. El «descubrimiento» de la Costa Azul por los británicos se remonta a los viajeros del siglo XVIII que, con rumbo a Italia, querían evitar los puertos alpinos. Y la aristocrática «pasión por el Mediterráneo» del importante libro de John Pemble, como la pacífica «conquista inglesa de la Suiza» del siglo XIX, también se arraiga en la herencia del «Grand Tour», aunque varias nuevas y más democráticas tradiciones de vacaciones británicas europeas también se inventaran más tarde<sup>25</sup>.

El siglo XVIII asistió también al llamado «descubrimiento de Gran Bretaña». Llegó a estar muy de moda la apreciación de los paisajes británicos según las convenciones de lo «pintoresco» o, más tarde, de lo «sublime»; y a mediados del siglo una creciente cantidad de turistas empezó a recorrer los distritos remotos y rocosos del país, buscando experiencias estéticas y espirituales de un encuentro con «la naturaleza y el Dios de la naturaleza». He aquí los orígenes del distrito de los Lagos, de las tierras altas de Escocia, de la montaña galesa y de otros distritos como objetos de la «mirada del turista». Esta corriente de viajeros aumentó cada vez más con las guerras europeas, que cortaron las rutas continentales del «Grand Tour», y fue recogida por la poesía de Wordsworth, las novelas de Sir Walter Scott y otras obras literarias que ensalzaban tales paisajes y las virtudes sencillas de sus habitantes<sup>26</sup>.

El desarrollo de este tipo de turismo representaba una nueva evaluación de paisajes que hasta ahora habían sido objeto de desprecio por

---

<sup>24</sup> L. WITHEY, *Grand Tours and Cook's Tours*, Aurum Press, London, 1997.

<sup>25</sup> M. BLUME, *Côte d'Azur: inventing the French Riviera*, London, 1992; C.J. HAUGH, *Leisure and urbanism in nineteenth-century Nice*, Regents' Press, Lawrence (Kansas) 1982; J. PEMBLE, *op. cit.*

<sup>26</sup> I. OUSBY, *The Englishman's England: taste, travel and the rise of tourism*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990; M. ANDREWS, *The search for the picturesque*, Stanford University Press, Stanford 1989; A. BERMINGHAM, *Landscape and ideology: the English rustic tradition, 1740-1860*, University of California Press, Berkeley, 1986.

la mayoría de los viajeros que los habían comentado, por no parecerles fértiles ni productivos. Algo muy parecido ocurría con el mar y sus alrededores (bahías, acantilados, playas, pueblos pesqueros), que también habían parecido feos, estériles y peligrosos, pero que desde los años treinta del siglo XVIII se convirtieron en lugares deseables y salubres, los cuales (como las montañas) evocaban sentimientos religiosos o pensamientos de lo sublime y lo trascendental. He aquí una verdadera revolución en las actitudes hacia los paisajes y el mundo natural, cuyas consecuencias en el desarrollo del turismo continúan todavía vivas<sup>27</sup>. Alain Corbin ha descrito y analizado muy bien esta nueva manera de percibir el mar, incluso el uso de las aguas saladas para bañarse en busca de la mejora de la salud, aunque es preciso destacar tres cuestiones importantes. En primer lugar, esta revolución en la valorización de los paisajes y la naturaleza se aplica tanto a la montaña como al mar, estando vinculada estrechamente al tema de los «descubrimientos» de los Alpes y de los pintorescos rincones de Gran Bretaña. En segundo lugar, Corbin no ha leído las publicaciones inglesas sobre la historia del turismo marítimo de ese país, siendo precisamente en él (al contrario de la impresión que presenta) donde surgió por primera vez el turismo de playa, durante los años 1720 y 1730, la época del descubrimiento del mar como fuente de salud y regeneración del cuerpo (y después, de la mente y del alma) por parte de los médicos y aristócratas. Aunque, y asimismo lo ha destacado Corbin para Francia, también encontremos las orillas del mar como punto de reunión de las clases más humildes desde, por lo menos, principios del siglo XVIII, atraído por viejas tradiciones durante las mareas vivas de agosto<sup>28</sup>. Finalmente, hay que subrayar que fue en Inglaterra donde se produjo el primer desarrollo de la ciudad especializada en baños de mar, desde mediados del siglo XVIII, empezando no sólo con los balnearios del sur, como Brighton (casi la capital de verano durante medio siglo desde los años 1780) y Margate (que desde el principio atrajo a la pequeña burguesía del plebeyo este de Londres), sino también con los de las aguas frías del Mar del Norte, donde Scarborough compite con su vecina Whitby por el título de primera ciudad turística de baños marítimos de todo el mundo moderno<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> A. CORBIN, *The lure of the sea*, Polity, Cambridge, 1994.

<sup>28</sup> J.K. WALTON, *English seaside resort*, caps. 1-2; J.K. WALTON, «The seaside resorts of Western Europe, 1750-1939», en S. FISHER (ed.), *Recreation and the sea*, University of Exeter Press, Exeter, 1997, pp. 36-56.

<sup>29</sup> J.K. WALTON, *English seaside resort*, caps. 1-2.

Se puede sugerir que Gran Bretaña no sólo dio al mundo el deporte del fútbol, sino también las vacaciones a orillas del mar, dos de las más difundidas invenciones culturales del mundo contemporáneo. Es decir, aquí empezó tanto la revolución del ocio como la mejor conocida revolución industrial. El papel de los británicos en el temprano desarrollo de las otras formas de viajar y disfrutar de las vacaciones se destaca igualmente, en especial cuando investigamos el «Grand Tour» y los orígenes de los turismos culturales, literarios y (en un amplio sentido) artísticos. Pero quizás lo más impresionante fue el enorme desarrollo de las ciudades-balneario de Gran Bretaña durante casi dos siglos, desde fines del siglo XVIII. Antes de la llegada del ferrocarril, Brighton ya contaba con más de 40.000 habitantes según el censo de 1841 y entre los censos de 1801 y 1851 el tipo de ciudades que crecía más rápidamente fue la de los balnearios, siendo las que presentaban mayores tasas de crecimiento, superiores a las ciudades manufactureras, mineras y portuarias, emblemáticas de la clásica revolución industrial de esta misma época. Los ferrocarriles estimularon aún más el crecimiento de los balnearios establecidos, abriendo paso a la pequeña burguesía y hasta la clase obrera por lo barato que resultaron las excursiones. Así, durante la segunda mitad del siglo aparecieron nuevas fundaciones por todas partes de la costa, ofreciendo una extraordinaria variedad de ambientes y entretenimientos para cada clase y cada gusto. Tan impresionante fue la popularidad de las vacaciones a orillas del mar en Inglaterra y Gales a principios del siglo XX que se había creado toda una industria de alojamiento y ocio: más de 140 ciudades, villas y pueblos, cuya población invernal alcanzó más de 1,6 millones de habitantes (el 4,5% de la población total), que recibían cada año varios millones de visitantes de todas clases. Entre estas ciudades destacó la ciudad de Blackpool, quizás la primera ciudad balneario del mundo que se especializó en el divertimento de la clase obrera industrial (su única rival era el Coney Island neoyorquino), con sus casi 50.000 habitantes y quizás 4.000.000 visitantes cada verano. Los «turismos de playa» que estaban surgiendo en otros países no podían con tales números<sup>30</sup>.

El crecimiento de los balnearios ingleses continuó sin moderar su marcha hasta los años cincuenta del siglo XX. Entre los censos de 1911 y 1951 los habitantes de los balnearios se incrementaron hasta 2,5 millones (el 5,6% de la población) y durante los años 1950 el Ayuntamiento

---

<sup>30</sup> J.K. WALTON, *English seaside resort*, cap. 2, y *Blackpool*, Edinburgh University Press, Edinburgh 1998.

de Blackpool pretendía recibir unos ocho millones de personas cada temporada estival<sup>31</sup>. Las actividades de ocio también se incrementaron. Había «balnearios» como Blackpool donde las atracciones artificiales eran más importantes que el mar y los que se bañaban lo hacían en las piscinas que edificaron los ayuntamientos, mientras que los deportes, paseos y parques ocupaban el tiempo al aire libre. Las ciudades-balneario (cuatro había en 1951 con más de 100.000 habitantes y otros siete con más de 50.000) eran centros importantes de innovación en asuntos de gobierno municipal, invirtiendo en paseos, parques y diques marítimos, subvencionando entretenimientos (incluso orquestas municipales), organizando políticas de publicidad por medio de la prensa, los carteles, las guías municipales y las colaboraciones con ferrocarriles, y hasta comprando jardines invernales o embarcaderos no rentables para mantener sus servicios para atraer a los visitantes. También estos ayuntamientos tenían que controlar las actividades de los turistas, evitando molestias, pero fomentando un ambiente libre, tolerante y relajado. Muchas veces estas políticas resultaron conflictivas, especialmente cuando los intereses de la población permanente de la clase media (jubilados, familias adineradas) y de los veraneantes tradicionales chocaban contra los placeres preferidos de los nuevos visitantes bulliciosos de la clase obrera, o cuando las prácticas liberadas de la nueva generación de bañistas parecían inmorales a los habitantes tradicionalistas<sup>32</sup>. Pero también surgieron nuevos lugares informales, donde personas de la clase obrera o de la clase media bohemia, o por lo menos poco formalista, compraron pequeñas parcelas de tierra barata y fabricaron casetas, casi chabolas, utilizando antiguos autobuses o coches de ferrocarril<sup>33</sup>. Otra innovación de los años de entreguerras fue la colonia veraniega, organizada por cooperativas, sindicatos o empresarios privados, ofreciendo a precios asequibles las originales vacaciones baratas «todo pagado», con alojamiento en chalés o campamentos y entretenimientos comunes<sup>34</sup>. Esta

---

<sup>31</sup> J.K. WALTON, «The seaside resorts of England and Wales, 1900-1950», en G. SHAW & A. WILLIAMS (eds.), *The rise and fall of British coastal resorts*, Pinter, London 1997.

<sup>32</sup> N. MORGAN y A. PRITCHARD, *Power and politics at the seaside: the development of Devon's resorts in the twentieth century*, University of Exeter Press, Exeter, 1999.

<sup>33</sup> D. HARDY & C. WARD, *Arcadia for all: the legacy of a makeshift landscape*, Mansell, London 1984; A. DOWLING, *Humberston Fitties*, Dowling, Cleethorpes, 2001; S. BARTON, «Jours heureux, maisons de vacances et patrimoine», *Ethnologie française* 32, 2002, pp. 405-13.

<sup>34</sup> C. WARD y D. HARDY, *Goodnight Campers! The history of the British holiday camp*, Mansell, London, 1986.

creciente afición por lo tranquilo y relajado corrió paralela al abandono de las restricciones de la manera de tomar los baños de mar, la creciente popularidad de los baños de sol, los deportes al aire libre y la evolución de la ropa femenina cada vez más corta y ligera<sup>35</sup>.

Los años sesenta y setenta del siglo xx constituyeron un punto decisivo en la historia de los balnearios costeros británicos. La competencia de las playas soleadas del Mediterráneo empezó a afectar al mercado de las vacaciones, a la vez que existió una tendencia a la reducción de la importancia de las vacaciones playeras tradicionales. Las clases adineradas, herederas de la tradición del «Grand Tour», habían recorrido los lugares de reunión internacional durante muchos años, pero las condiciones económicas de la posguerra, después de terminada la década de austeridad entre 1945 y mediados de los años cincuenta, trajeron nuevas oportunidades para el desarrollo de nuevos tipos de turismo popular, dentro y fuera del país. Dentro del país, el crecimiento rápido del parque nacional de automóviles extendió la oportunidad de poseer un coche a muchas personas de la pequeña burguesía y de los obreros cualificados. Así podía cambiar el sistema de vacaciones, recorriendo una serie de lugares de esparcimiento sin tener que permanecer cerca de la estación de ferrocarril, visitando varios sitios (tanto las ciudades históricas y el campo, como los balnearios de la costa) y escapando de la rutina de pasar una o dos semanas enteras en uno de los balnearios establecidos, optando en su lugar por los «bed and breakfast», noche tras noche, en las granjas y aldeas rurales, o quizás llevando su propia caravana para no tener que pagar un alojamiento más formal. De hecho, la industria de fabricar y acoger caravanas para vacaciones se fue desarrollando rápidamente durante estos años, tema que aún no ha sido estudiado por ningún historiador. Estas tendencias ya se podían notar entre las dos guerras, atrayendo a los turistas más pudientes a nuevos sitios y apartándolos de las vacaciones tradicionales a orillas del mar, aunque se acentuaron desde los años sesenta<sup>36</sup>.

En estos años continuó y se aceleración la expansión de la afición por hacer excursiones a pie y en bicicleta. El Youth Hostels Association, fundado en 1930 para suministrar alojamiento barato a los jóvenes necesitados que querían pasar vacaciones paseando por los paisajes atractivos de su país, había visto incrementar el número de sus socios de

---

<sup>35</sup> J.K. WALTON, *British seaside*, pp. 98-102.

<sup>36</sup> S. O'CONNELL, *The car in British society: class, gender and motoring, 1896-1939*, Manchester University Press, Manchester 1998.

50.000 en 1940 a 230.000 en 1950, crecimiento que continuó en las décadas siguientes. Este fenómeno también tenía raíces más profundas. Como ha demostrado Harvey Taylor, el senderismo y el ciclismo populares ya tenían miles de aficionados antes de la Primera Guerra Mundial, muchos de ellos afiliados a clubs socialistas como el Clarion Cycling Club, aunque éstos empezaran a perder socios en los años treinta. Por lo tanto, lo que ocurrió en el posguerra no fue más que una impresionante expansión de algo que, en principio, no era nuevo<sup>37</sup>. Sin embargo, lo que más se incrementó durante estos años fue la moda de visitar las casas solariegas («stately homes») de la aristocracia, especialmente las que iba adquiriendo el «National Trust», establecido en 1895 para proteger los paisajes y edificios emblemáticos de la Inglaterra tradicional contra las presiones comerciales por destruir, construir y remodelar tales lugares de la historia viva del país. Empezó con más énfasis con la protección de paisajes, pero desde los años treinta muchas de las antiguas familias terratenientes se encontraban en crisis y tuvieron que vender sus propiedades. El «National Trust», organización muy conservadora tanto desde el punto de vista político como desde otros, adoptó una política de salvar estos símbolos del pasado romántico y del patrimonio arquitectónico, artístico e histórico del país, y, según los miembros del «Trust», de un sistema social mejor que el actual. Después de la guerra, cuando la amenaza de la pérdida de muchas casas solariegas parecía aún más inminente, colaboró con el gobierno para adquirir y preservar las casas, sus parques y sus contenidos y abrirlas al público. Esta iniciativa resultó exitosa, atrayendo especialmente a los dueños de los coches que se multiplicaban, facilitando las visitas a estos sitios, lejos de los sistemas de transportes públicos. De esta manera, el «National Trust», organización voluntaria y sin ánimo de lucro, llegó a ser el más importante y poderoso participante en el mercado turístico británico de las últimas décadas del milenio. Al lado de esta organización tan señera se encontraba la aristocracia que no había vendido sus casas solariegas y que tomó como modelo esta manera de cobrar para sostener un simulacro de su antigua manera de vivir<sup>38</sup>.

El «National Trust» nunca olvidó su obligación de proteger los paisajes tradicionales, históricos y valiosos, actuando en este sentido con

---

<sup>37</sup> H. TAYLOR, *A claim on the countryside*, Keele University Press, Edimburgh, 1997; D. MATLESS, *Landscape and Englishness*, Reaktion, London, 1998.

<sup>38</sup> P. MANDLER, *The fall and rise of the stately home*, Yale University Press, New Haven, 1997.

creciente vigor después de los años sesenta, y sus actividades se unieron a las de otras organizaciones parecidas, cuyas ideas tenían sus orígenes en los siglos XVIII y XIX. Desde fines del siglo XIX habían surgido organizaciones compuestas de modo predominante por universitarios, profesores de colegios privados y miembros de las profesiones liberales para proteger y defender los paisajes especiales y sus habitantes «tradicionales» contra la percibida amenaza del desarrollo económico que podía manifestarse en la forma de extensiones urbanas, ferrocarriles, minas, canteras, embalses, silvicultura comercial o hasta en la llegada de turistas frívolos que buscaban diversión, novedad y entretenimiento comercial y que no respetaban la tranquilidad ni las tradiciones del campo. En este punto se produjo una fuente de conflictos entre los «protectores» del campo «tradicional», incluidos los que (como el «National Trust») querían conservar lo antiguo «para siempre» por compra u herencia, y los que preferían la intervención del Estado a favor de sistemas estatales de planificación y control, frente a los que insistían en el derecho de hacer lo que quisieran con sus propiedades, acusando a los protectores del campo de buscar la esterilización de los paisajes y de intentar excluir a los turistas de las clases populares de «sus» paisajes de manera no democrática. En este sucinto artículo no puedo hacer más que señalar la riqueza de la complejidad de los conflictos que resultaban de tales confrontaciones, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, cuando el gobierno laborista pretendió establecer una red de «National Parks» que cubriera todos los distritos más llamativos<sup>39</sup>.

Claro es que desde mediados del siglo XX las oportunidades para disfrutar de vacaciones y excursiones fuera de los balnearios tradicionales se seguían multiplicando. También hay que tener en cuenta otros tipos de turismo doméstico que se popularizaron entonces. Al lado de la moda de visitar las casas solariegas se desarrolló igualmente un interés por otros aspectos del patrimonio histórico, especialmente los restos romanos y la arqueología industrial (antiguas fábricas, minas, ferrocarriles restaurados). Hay que destacar los museos industriales al aire libre, representando la vida de la clase obrera durante el pasado reciente, como los de Ironbridge y Beamish, que empezaron sus carreras exitosas durante los años setenta. Estos trataban de informar a los visitantes

---

<sup>39</sup> J. SHEAILL, *An environmental history of twentieth-century Britain*, Palgrave, London, 2002); J. WINTER, *Secure from rash assault*, California: University of California Press, Berkeley, 1999; J.D. MARSHALL & J.K. WALTON, *op. cit.*, cap. 9.

ofreciendo un ambiente relajado y alegre, lo que ha hecho que hayan recibido duras críticas, entre las que (como la de Robert Hewison) afirman que presentan un cuadro romántico que no muestra las condiciones domésticas ni de trabajo que la clase obrera tenía que sufrir, ni los conflictos sociales y laborales, ni los periodos extendidos de paro que interrumpían la vida laboral y aumentaban la pobreza de estas personas. Hewison escribió en el contexto del hundimiento de las industrias manufactureras tradicionales durante el mandato de Thatcher en los años ochenta y llegó a temer que Gran Bretaña llegara a ser nada más que un enorme museo del patrimonio industrial. Unos blancos más adecuados en recibir tales comentarios debieran haber sido los parques de atracciones de temas históricos, que también se multiplicaron desde los años sesenta y setenta. Algunos, como Wigan Pier, se fundamentaban en investigaciones históricas, pero manipulaban los hechos con el objeto de contar historias atractivas que podían haber ocurrido pero que no se encuentran en las fuentes. Otros lo inventaban todo. Los debates sobre las relaciones entre la historia académica y la «industria del patrimonio» («heritage industry») que han surgido después de los años ochenta plantean cuestiones sobre la naturaleza de la historia y la capacidad para transmitirla por medios populares de comunicación que resultan problemáticas y están todavía muy lejos de terminarse. He aquí una relación íntima e inquietante entre el turismo y la historia<sup>40</sup>.

Pero la novedad que cambió más la fisonomía del turismo británico de la posguerra fue el desarrollo de las vacaciones «todo pagado» fuera de las islas. Tuvo sus antecedentes en las iniciativas de empresas como la de Thomas Cook desde medianos del siglo XIX, aunque la reputación de Cook ha sido exagerada por una serie de historiadores pagados por la empresa, los cuales repiten las mismas historias sin mirar críticamente a los acontecimientos que describen e ignoran lo que hacían las empresas rivales, que no dejaron parecidos archivos. Claro que esta empresa llegó a ser casi una rama del servicio diplomático británico hacia finales del siglo XIX, pero necesitamos algún trabajo para separar la historia de las leyendas y situar a Thomas Cook en un contexto más exacto<sup>41</sup>. Por ejemplo, la empresa Cook no desempeñó ningún papel

---

<sup>40</sup> R. HEWISON, *The heritage industry*, Methuen, London, 1987; K. WALSH, *The representation of the past*, Routledge, London, 1992; y varias obras de D. Lowenthal, N. Merriam, T. Bennett, R. Samuel y otros. Véase también la novela de Julian BARNES, *England, England*, Jonathan Cape, London, 1998.

<sup>41</sup> L. WITHEY, *op. cit.*

en el desarrollo de las ciudades-balneario británicas y, por otro lado, había muchas otras empresas ofreciendo vacaciones «todo pagado» desde los orígenes de este sistema, y especialmente durante los años treinta del siglo XX. Los acontecimientos de la posguerra no tenían mucho que ver con Cook: lo nuevo era la provisión de vacaciones «todo pagado» con un sólo destino, una playa del Mediterráneo, con precios asequibles, con todo arreglado (incluso comidas familiares) en el punto de llegada y haciendo el viaje en avión. Surgieron nuevas empresas para explotar este mercado nuevo, compuesto en su mayoría de gente con recursos financieros limitados y poco experimentada en las costumbres no británicas. Hay que destacar que el desarrollo de este tipo de vacación «todo pagado» no fue muy rápido al comienzo y no empezó a afectar al mercado doméstico antes de los años setenta, y especialmente con la introducción de rebajas especiales para familias hacia finales de esa década<sup>42</sup>. No se trata tampoco solamente de un «turismo de masas» sin discernimiento, como nos demuestra algunos estudios recientes<sup>43</sup>.

Lo cierto es que la característica vacación playera que se inventó como una tradición británica durante los siglos XVIII y XIX, y que se adaptó con mucho éxito a los cambios sociales y culturales de la primera mitad del siglo XX, cayó en una crisis duradera hacia fines del mismo siglo. No pudo con la competencia de tantas nuevas maneras de practicar el turismo y tampoco pudo adaptarse de nuevo a los cambios culturales de la posguerra, especialmente a los nuevos requerimientos de la generación de los sesenta. Hay excepciones a esta regla, como, por ejemplo, el mismísimo Blackpool. Incluso algunos balnearios están tratando de presentarse como centros para hacer compras o hasta museos en vivo de las vacaciones tradicionales<sup>44</sup>. La mayoría de los balnearios costeros británicos sobreviven todavía como tales, pero la vacación a orillas del mar, una de las herencias más universales de la Gran Bretaña de la época de la revolución industrial, ha llegado a ser casi invisible desde fuera de las islas. He aquí la necesidad de destacar su importancia histórica en este artículo.

---

<sup>42</sup> J. DEMETRIADI, «The golden years», en G. SHAW & A. WILLIAMS (eds.), *op. cit.*

<sup>43</sup> S. WRIGHT, art. cit.; H. RITCHIE, *Here we go*, Hamish Hamilton, London, 1993; C. WILSON, *Benidorm: the truth*, Comunitat de Valencia, Valencia, 1999.

<sup>44</sup> J.K. WALTON, *British seaside*.