Prensa y turismo en España (Málaga, 1872-1936)

Orígenes y primer desarrollo de una actividad periodística especializada

Juan Antonio García Galindo
PILAR
Universidad de Málaga

Los medios de comunicación de Málaga y de la Costa del Sol y el sector turístico han establecido desde siempre una estrecha relación, que puede observarse en los lazos que se han mantenido históricamente entre la actividad informativa de los medios y la difusión y promoción del turismo. Analizada esta relación con perspectiva histórica, resulta tradicional en esta zona de España la cooperación entre ambas actividades, hasta el punto de que son numerosos los antecedentes del periodismo turístico actual, los más remotos de los cuales se pueden encontrar a finales del siglo XIX, si bien de un modo más preciso los precedentes inmediatos se remontan a los años veinte del pasado siglo.

Este fenómeno se ha producido en Málaga y la Costa del Sol gracias a la conjunción de intereses que históricamente se ha dado, en torno al fomento del turismo, entre los medios autóctonos y otros medios impulsados por los propios residentes extranjeros. Este hecho, que se produce en diferente grado en distintos puntos del litoral mediterráneo y Canarias [1], ha permitido que hoy día la Costa del Sol sea una de las zonas

1. Los primeros antecedentes conocidos de la prensa turística y de la prensa en lengua extranjera en España se encuentran en Canarias. En Tenerife se publica en 1891 *The Tenerife News* ; y en Las Palmas *The Canary Islands Review*, en 1903-1904, y *Canarias Turista*, en 1910. Sobre el periódico inglés publicado en Las Palmas puede consultarse el libro de M.ª Isabel González

de España donde existe una mayor concentración de medios extranjeros y un mayor desarrollo del periodismo turístico.

Aunque en este trabajo nos vamos a detener en la primera de las etapas, parece oportuno avanzar aquí las diferentes fases por las que va a atravesar la historia del periodismo turístico malagueño, que será por razones obvias parte importante de la historia del periodismo turístico español. Se pueden distinguir cuatro grandes fases o etapas en la evolución y desarrollo de los medios de comunicación de Málaga y la Costa del Sol, en relación al fomento del turismo y a la actividad periodística de los residentes extranjeros. Una primera gran etapa se puede extender entre fines del siglo XIX y los años de la Segunda República ; una segunda etapa se extendería, tras el paréntesis de la Guerra Civil y de la autarquía franquista, durante los años sesenta y setenta ; una tercera etapa desde finales de los años setenta hasta fines de los ochenta ; y una cuarta etapa, desde entonces hasta nuestros días. Cada una de ellas estaría caracterizada por la renovación en los medios de comunicación y en los recursos informativos, y en todo caso tienen que ver siempre con los momentos históricos y con las circunstancias económicas en que se producen. No obstante, habría que señalar que el periodismo malagueño fue desde muy pronto receptivo a la idea de fomentar el turismo como recurso idóneo para la reactivación de la economía provincial. En el presente trabajo, pues, nos vamos a centrar en la primera de las etapas consideradas, la de los inicios y primer desarrollo de una actividad periodística muy vinculada al contexto socioeconómico en la que nace.

Los grandes diarios malagueños de fines del siglo XIX, pioneros en el fomento del turismo

La tradicional presencia de extranjeros en Málaga ha sido la base sobre la que se ha ido produciendo la permeabilidad de la sociedad malagueña, caracterizada desde siempre por estar abierta a los flujos de inmigración. El asentamiento de esas colonias de extranjeros (ingleses, franceses, alemanes, etc.), junto a viajeros que descubrían personalmente las singularidades del espacio malagueño, fueron creando el sustrato para aquella permeabilidad y para que en sus lugares de origen se fueran conociendo las características peculiares de esta zona del sur de España

Cruz (ed.), The Canary Islands Review *(1903-1904) : textos sobre Canarias y la colonia británica en el periódico inglés de Las Palmas*, Las Palmas, Ed. Cabildo Insular de Gran Canaria, 2004.

(clima, paisaje, costumbres y tradiciones, etc.). El desarrollo de los medios de comunicación no fue ajeno en principio a estas colonias de residentes extranjeros, muchas de los cuales hicieron posible la aparición en nuestras tierras de órganos de expresión y de opinión que, redactados en las lenguas nativas, reflejaban los intereses de estos colectivos. Al mismo tiempo, los periódicos locales vieron la necesidad de informar y recoger las noticias que concernían a estos colectivos ; pero, sobre todo, comenzaron a ver en el fomento del turismo una salida a la crisis económica malagueña, apuntada ya por la burguesía de la ciudad. A partir del último tercio del siglo XIX, los grandes diarios de la capital malagueña vieron la necesidad de informar y de opinar acerca de las posibilidades turísticas de su entorno. Desde 1872 lo había hecho *El Avisador Malagueño* ; y desde finales de siglo *La Unión Mercantil*, dirigido entonces por Antonio Fernández y García, que a la sazón se convertiría en la siguiente centuria en el diario más importante de Andalucía. Este diario apostó también por aquella misma idea, dando cabida en sus páginas a los propagandistas del clima y del turismo. Los dos diarios más importantes de Málaga en toda su historia hasta la Guerra Civil se sumaron así a los círculos locales que defendían el fomento del turismo, convirtiéndose en portavoces de muchas de sus inquietudes.

La explotación del clima y de la actividad turística surgió, pues, en Málaga, como preocupación social frente a la crisis económica que padeció la provincia a raíz de la desindustrialización. Escritores, periodistas y profesionales malagueños de distinta índole (ingenieros, médicos, profesores) esgrimieron a partir de esas fechas, desde libros y periódicos, numerosas razones para el fomento del turismo. Como pusieron de manifiesto hace algunos años los profesores Arcas y García Sánchez [2], todos coincidían a la altura de los años ochenta y noventa del siglo XIX en la necesidad de simultanear el estudio y la propaganda del clima con las mejoras en la infraestructura. Aquellas propuestas estaban encaminadas a convertir a Málaga en una estación de invierno, dada la benignidad de su clima, parangonable – tal como se decía entonces – a ciudades como Nápoles, Roma, o Niza. Y no se equivocaban quienes así pensaban, pues con el tiempo el turismo residencial, y de invierno, se ha convertido en uno de los grandes logros de la Costa del Sol. Lejos quedaba aún la idea del turismo veraniego masivo.

2. Véase F. Arcas, A. García Sánchez, « Los orígenes del turismo malagueño. La Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga », *Jábega*, n.º 32, 1982, págs. 42-50.

Todas estas propuestas e iniciativas particulares de la burguesía local malagueña desembocaron en 1897 en la constitución de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga, en cuyo hecho contribuyeron especialmente destacados extranjeros residentes en Málaga, y en especial el cónsul inglés Alexander Finn, quien sería Vicepresidente de la Junta de Gobierno de la citada entidad. Francisco Crooke Loring y José Aurelio Larios eran respectivamente presidentes de la Junta de Gobierno y de la Junta de Patronos, órganos rectores de la sociedad. El diario malagueño *La Unión Mercantil* informó habitualmente de las actividades de la sociedad, e hizo públicos los detalles de su programa. La labor de la sociedad se dedicó preferentemente a la propaganda del clima, el embellecimiento urbanístico y la higiene pública, y los festejos y actividades culturales [3]. Los propagandistas eran conscientes de que su tarea tenía que comenzar por la propaganda al exterior de la benignidad del clima malagueño. De ahí que desde el primer momento hicieran uso de los diferentes medios de difusión de la época (periódicos y revistas, correo, etc.). Sabemos por los autores citados que Mr. Finn enviaba semanalmente información meteorológica a su país ; y que posteriormente se enviaban tarjetas con datos de temperatura y presión a Londres, París y Madrid. Precisamente, una tirada especial de estas tarjetas era destinada a las revistas médicas inglesas, a través de las cuales se difundieron también en el extranjero las bondades del clima malagueño.

El papel llevado a cabo por *El Avisador Malagueño*, que había desaparecido ya cuando la *Sociedad Propagandista* se constituye, y, sobre todo, por *La Unión Mercantil*, que seguiría teniendo especial protagonismo en la difusión y promoción de Málaga en los años siguientes, dada la gran duración de este diario, fue continuado por otras publicaciones. Entre ellas, *La Unión Ilustrada*, semanario gráfico de la misma empresa que *La Unión Mercantil*, y una de las mejores revistas de su género de toda España. Este semanario contribuyó igualmente, desde su nacimiento en 1909, a la idea de promocionar el turismo como actividad económica alternativa, mostrando de acuerdo con la naturaleza de la revista las mejores fotografías y postales de la provincia malagueña. Este mismo propósito sería también asumido por las primeras revistas extranjeras de Málaga y de la aún inexistente Costa del Sol.

3. Hasta comienzos del siglo XX fue la iniciativa privada, a través de sociedades de fomento del turismo, la que se encargó principalmente de esta labor de difusión y propaganda. A partir de 1905, y más concretamente, en 1911, el Estado comenzó a intervenir oficialmente en esta labor. *Cfr.* R. Cal, « La propaganda del turismo en España. Primeras organizaciones », *Historia y Comunicación Social*, n.º 2, 1997, págs. 125 y ss.

El primer periodismo turístico y en lengua extranjera

Durante la Primera Guerra Mundial, las colonias de residentes extranjeros en Málaga, aprovechando la neutralidad de España en la contienda, no permanecieron ajenas al desarrollo del conflicto ; por el contrario, llevaron a cabo una activa campaña en favor de los intereses de sus respectivos países. En particular, fueron activas en Málaga las colonias de los países aliados. Fruto de esta actividad fue la publicación en 1915 del semanario *Los Aliados*, periódico hecho posible por la colonia francesa en Málaga, y constituido en órgano periodístico defensor de los intereses aliados en España [4]. Louis Lyon fue el redactor jefe, y estuvo escrito en francés, inglés y español. Aunque el propósito propagandístico de la publicación fue diferente al que aquí nos ocupa, esta experiencia periodística, que se consideraba sucesora de *Las Banderas Aliadas*, suplemento en español del periódico *The Peninsular Post*, es, sin duda, un antecedente importante de las publicaciones periódicas en lengua extranjera, realizadas por las colonias de residentes, y que más adelante tendrán un importante desarrollo. Sobre todo, porque quienes hacían el periódico confesaban, como será común en todas las publicaciones de los residentes extranjeros, un doble deseo, defender los intereses de su patria de origen, en este caso de los países aliados, así como los de la tierra de acogida. Este exponente, tendrá su correlato periodístico posterior en la *British Colony Gazette*.

En la Dictadura de Primo de Rivera las revistas gráficas tuvieron en Málaga, como en el resto del país, un importante desarrollo. Revistas como *Vida Gráfica*, *Vida Malagueña*, y *El Pregón*, a las que se sumaba la veterana *La Unión Ilustrada*, algunas de ellas con un marcado carácter localista y malagueñista, supieron fomentar el turismo destacando en sus páginas las bellezas y singularidades de Málaga. En particular, *El Pregón*, semanario nacido en 1927 y que dirigía José Blasco Alarcón, tuvo una sección que se tituló « Los bellos lugares del turismo malagueño », anticipándose así en la idea, aunque no en el formato, a los periódicos que años más tarde destinarán una sección fija a la información turística. Al igual que en las demás revistas gráficas malagueñas, las mejores plumas de la ciudad (Salvador Rueda, Arturo Reyes, Narciso Díaz de Escovar, entre otros) glosaron desde *El Pregón* su mejor literatura para hacer la semblanza de los rincones de Málaga. Tarea a la que hay que añadir la del

4. Sobre esta publicación y otras referidas en las páginas que siguen, véase Juan A. García Galindo, *Prensa y sociedad en Málaga, 1875-1923*, Málaga, Ediciones Edinford, 1995 ; y *La prensa malagueña (1900-1931). Estudio analítico y descriptivo*, Málaga, Ed. Ayuntamiento de Málaga, 1999.

fotógrafo Francisco Sánchez, sin cuyas fotografías no hubiera existido aquella sección turística. La incorporación de la fotografía al periodismo había supuesto, en primer lugar, el desarrollo de la información y de las revistas gráficas, y con ellas un nuevo modo de entender la información como un todo (ilustración y texto) ; y en segundo lugar, la posibilidad de mostrar imágenes al gran público de los lugares de interés turístico. Por lo que el binomio turismo-medios de comunicación, en lo que a la difusión de aquél se refiere, experimentó en Málaga un salto cualitativo importante durante los años veinte y treinta del siglo XX, con la proliferación de aquellas revistas. Con anterioridad fue, sobre todo, *La Unión Ilustrada,* la revista que desempeñaba dicho papel.

Los veinte fueron años de atención especial hacia el turismo. A las publicaciones citadas anteriormente (los diarios de información general que se hacían eco regularmente de los intereses turísticos, las revistas gráficas que veían en el fomento del turismo una de sus prioridades informativas, etc.) hay que sumar la aparición de nuevas revistas extranjeras, y las iniciativas periodísticas de la corporación municipal malagueña. En el mes de junio de 1926, aparece *British Colony Gazette*, revista mensual de la colonia inglesa, que contribuyó especialmente a difundir el turismo en Málaga y su entorno durante el tiempo que duró su publicación. Ernesto Yaldwyn fue el editor de la revista, y Agustín Pérez Martín su director. Como órgano de la colonia británica, *British Colony Gazette* informó de todo aquello que era de interés para los residentes, pero, como hemos señalado anteriormente, prestó igualmente una gran atención al fomento del turismo de Málaga capital y provincia. Esta publicación, que contó con el apoyo económico del *Spanish Traveller Information Bureau* en Londres, se difundió por los sectores vinculados al turismo de España, Gran Bretaña, Estados Unidos y Sudamérica. Estuvo redactada en inglés y español.

Dos años después de la aparición de *British Colony Gazette*, el Ayuntamiento de Málaga inicia la publicación de *El Turismo en Málaga*, revista mensual netamente turística, órgano oficial de la Delegación Municipal de Turismo, que estuvo dirigida por Antonio Romero Bernal, concejal del Ayuntamiento, y posteriormente por Benito Marín, periodista y funcionario municipal. Fue esta revista un importante canal para la difusión del turismo malagueño, pues se difundió por toda España, y por los centros relacionados con el turismo de Europa y América. El fotógrafo Francisco Sánchez, a quien hemos encontrado en *El Pregón*, fue el encargado del contenido gráfico de la revista. Y junto a él, redactores y colaboradores procedentes de diferentes círculos profesionales : Manuel Prados y López (redactor jefe), Julio Leiva Linares, Manuel Callejón Navas, Rafael Manín Tornero, Pablo

Lazárraga, etc. A partir de 1928, *British Colony Gazette* se distribuyó junto con *El Turismo en Málaga*.

En febrero de 1931, el diario malagueño *La Unión Mercantil* inauguró una página semanal en inglés destinada a los lectores de habla inglesa, que llevaba por título « Today Weekly English News ». Esta sección de *La Unión Mercantil* en inglés es sin duda uno de los antecedentes de *Sur in English*, pues trasladaba a la información diaria y semanal la experiencia de *Los Aliados* y de *British Colony Gazette*, en esta ocasión desde un medio autóctono. Con esta sección el diario de mayor circulación de la región satisfacía una demanda ya creada entre los turistas y residentes extranjeros de habla inglesa en Andalucía, y en el resto de España, en un momento de clara expansión del diario malagueño.

La relación entre los medios informativos y el turismo se ha consolidado en estas fechas ; y se han establecido algunas de las líneas periodísticas, que tendrán su desarrollo a partir de la década de los sesenta. En vísperas de la Guerra Civil, la mayor parte de la prensa de la época veía en el desarrollo del turismo una salida a la crisis permanente en la que se había ido sumiendo progresivamente la provincia malagueña desde la centuria anterior [5]. Los diarios de información general prestaban atención informativa al turismo, sin secciones definidas aún, pero con la inserción de contenidos que mostraban (es el caso de la sección en inglés de *La Unión Mercantil)* un especial interés hacia el lector extranjero. Y que en cualquier caso, viene a mostrar el grado de multiculturalidad que alcanzaba la sociedad malagueña de la época. Las revistas gráficas (*El Pregón*, *La Unión Ilustrada*, etc.) fomentaban y difundían a través de la imagen muchos de los valores turísticos de la provincia, y sentaban las bases del periodismo turístico posterior. Asimismo, surgen desde las instituciones publicaciones específicamente turísticas *(El Turismo en Málaga)*, preocupadas por incentivar el turismo malagueño. Es la respuesta política a un fenómeno socioeconómico que cada vez tenía mayor importancia. Y, finalmente, las publicaciones realizadas por las propias colonias de residentes extranjeros *(Los Aliados, British Colony Gazette)*, hecho que adquirirá una dimensión e importancia considerables en la Costa del Sol a partir de los años sesenta.

5. Otra de las alternativas fomentadas desde la burguesía local y desde las instancias políticas de Málaga para propiciar el turismo y la afluencia de visitantes fue la feria de la ciudad. Desde fines del siglo XIX, la prensa local vio en esta cita anual una fuente de ingresos para una ciudad que trataba de impulsar su sector servicios. Véase Juan A. García Galindo, « Feria y turismo en Málaga : el papel de la prensa y de la opinión pública en la consolidación de un proyecto ciudadano (1884-1936) », *in :* E. Arias *et al.* (eds.), *Comunicación, historia y sociedad. Homenaje a Alfonso Braojos*, Sevilla, Ed. Universidad de Sevilla-Ayuntamiento de Sevilla, 2001, págs. 433-443.

El largo paréntesis de la Guerra Civil y la autarquía franquista

En efecto, las consecuencias políticas y económicas de la guerra, con el consiguiente recorte de las libertades públicas y el empobrecimiento general de la sociedad española, paralizaron toda la actividad periodística anterior, que fue sustituida por una actividad acorde al nuevo régimen de consignas y control al que se vio sometido el periodismo, que evitaba igualmente toda influencia procedente del exterior. El aislamiento internacional y una economía autárquica imposibilitaban asimismo volver de nuevo la atención hacia el turismo. El binomio periodismo y turismo que había comenzado a funcionar en los años anteriores entraba en un largo paréntesis y tendrá que esperar mejores tiempos para reencontrarse. A partir de los años cincuenta el régimen franquista reanudará las relaciones internacionales, y se pondrán en marcha medidas económicas que pretenden la modernización del país. Asimismo, en 1966 se promulgará la Ley de Prensa e Imprenta, medida que reflejaba la política liberalizadora del Gobierno en materia de información. Será, por tanto, durante la década de los sesenta cuando se produzca la transformación de la economía española, que tuvo en el sector turístico uno de sus pilares. Durante aquellos años se producirá el despegue de la Costa del Sol, como centro de atracción turística y, con ello, el desarrollo urbanístico de la zona. Así como el creciente interés de los medios de comunicación por hacerse eco de esa transformación [6].

Algunas conclusiones

El periodo que transcurre entre los años finales del siglo XIX y la Guerra Civil española son de nacimiento y primer desarrollo de una actividad periodística especializada que es reflejo de la situación socioeconómica malagueña, y que trata de responder a esa situación desde una doble perspectiva : como plataforma de expresión para la defensa de los intereses de la burguesía local que buscaba salidas a la crisis industrial, y como medio de información que contribuyera al fomento del turismo como sector económico alternativo. Podemos resaltar algunas conclusiones generales de esta primera etapa de la historia del periodismo turístico malagueño, que es coetáneo al de otras zonas del país. Éstas son :

6. Sobre esta etapa, y las relaciones entre periodismo y turismo, véase Juan A. García Galindo, C. Moreno Castro, « Periodismo y turismo en España entre la Dictadura y la Democracia », *in :* Juan A. García Galindo, Juan F. Gutiérrez Lozano, I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el Franquismo*, Málaga, Ed. CEDMA-Cajamar, 2002, págs. 539-556.

- Que la crisis provocada por la desindustrialización fue un factor de la reorientación de la economía malagueña hacia el sector turístico.
- Que la burguesía local prestó desde muy pronto atención al turismo como fuente de riqueza.
- Que la prensa local reflejó con la misma celeridad esta preocupación.
- Que la presencia antigua de colonias de residentes extranjeros en esta zona del sur de España fue un factor del desarrollo de un periodismo preocupado por la atracción de visitantes a estas tierras ; sobre todo, por la incipiente permeabilidad cultural que esas colonias representaban, y por el sentido de apertura a otros pueblos que la actividad turística genera.
- Que el auge principal de este tipo de periodismo en esta etapa se producirá en Málaga en los años veinte y treinta del siglo XX, con la sucesiva aparición de publicaciones especializadas y en lengua extranjera.
- Que la crisis general que sobreviene a la Guerra Civil y a los años de la postguerra será un factor retardatario de la evolución del periodismo turístico por el paréntesis que esa época supuso.
- Que a pesar de ello la experiencia anterior será la base sobre la que se asienten las relaciones entre periodismo y turismo a partir de los años 1960.

Referencias bibliográficas

Arcas, Fernando ; García Sánchez, Antonio, « Los orígenes del turismo malagueño. La Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga », *Jábega*, n.º 32, 1982.

Cal, Rosa, « La propaganda del turismo en España. Primeras organizaciones », *Historia y Comunicación Social*, n.º 2, 1997.

García Galindo, Juan Antonio, *Prensa y sociedad en Málaga, 1875-1923*, Málaga, Ediciones Edinford, 1995.

García Galindo, Juan Antonio, *La prensa malagueña (1900-1931). Estudio analítico y descriptivo*, Málaga, Ed. Ayuntamiento de Málaga, 1999.

García Galindo, Juan Antonio, « Feria y turismo en Málaga : el papel de la prensa y de la opinión pública en la consolidación de un proyecto ciudadano (1884-1936) », *in :* Arias, Eloy *et al.* (eds.), *Comunicación, Historia y Sociedad. Homenaje a Alfonso Braojos*, Sevilla, Ed. Universidad de Sevilla-Ayuntamiento de Sevilla, 2001.

García Galindo, Juan Antonio ; Moreno Castro, Carolina, « Periodismo y turismo en España entre la Dictadura y la Democracia », *in :* García Galindo, Juan Antonio ; Gutiérrez Lozano, Juan F. ; Sánchez Alarcón,

Inmaculada (eds.), *La comunicación social durante el Franquismo*, Málaga, Ed. CEDMA-Cajamar, 2002.

González Cruz, M.ª Isabel (ed.), The Canary Islands Review *(1903-1904) : textos sobre Canarias y la colonia británica en el periódico inglés de Las Palmas*, Las Palmas, Ed. Cabildo Insular de Gran Canaria, Departamento de Ediciones, 2004.