



**EL TURISMO EN LA PRENSA
DEL VALLE DE OROTAVA (1880-1930)**

CARMEN MILAGROS GONZÁLEZ CHÁVEZ

INTRODUCCIÓN

La siguiente comunicación tiene como objetivo realizar una síntesis de las aportaciones hechas por la prensa en relación al desarrollo del turismo del Valle de La Orotava, en el espacio temporal 1880-1930. Los periódicos, como principal medio de comunicación social, se hacen eco de los problemas planteados con interés general, llegando a convertirlos en temas centrales de algunos de sus más importantes titulares. Los periodistas comprometidos en la defensa de los intereses del Valle, colaboran exponiendo sus impresiones y descubriendo aquellas fuentes de riqueza material e intelectual.

«(...) sin contar que, al fin y al cabo la calle es de todos, a nadie se le puede censurar el que hable de cosas con interés general»¹.

«(...) no omitiremos medio alguno que estuviera a nuestro alcance, si creyéramos que nuestro pobre concurso podría coadyugar en algo a sacarla del deplorable estado en que se halla sumida»².

Cuestión básica de la realidad socioeconómica del Valle de Taoro es el fenómeno turístico, constante en «Valle de Orotava» (1887-1892), «El Valle» (1906), «Diario del Norte» (1908),

1. «Arautápala», 13 de mayo de 1909.
2. «Arautápala», 22 de junio de 1909.

«Arautápala» (1909-1911), «Excelsior» (1912), «Heraldo de Orotava» (1921-1923), «La Voz del Valle» (1928), entre otros.

El turismo es tratado como editorial en primera plana o en distintas secciones como «noticias» que incluye información desde el número de turistas, construcción de hoteles, llegada de vapores...; en «ecos de sociedad» comunicándose las actividades desarrolladas por estos viajeros en los centros hoteleros; la sección de anuncios notifica sobre los distintos hoteles de la villa y sobre el horario de los vapores.

Determinados periódicos como «Heraldo de Orotava» poseen ilustraciones y fotografías de lugares pintorescos del Valle de Arautápala, con objeto de promocionarlo ante el turismo.

Para esta nueva clientela se llega a publicar prensa en inglés, tal es el caso del «The Tenerife News» desde 1888. Estaba vinculada al gran hotel Taoro, editándose en la temporada turística y cesando en la época de verano. Más sorprendente resulta ser el semanario de caricatura «The Monigoty» dirigido por españoles, Francisco Navarrete y Joaquín Xandaró. No ha sido posible consultar ningún ejemplar teniendo constancia del mismo a través del «Semnario de Orotava» de 1897 y en el cual se anuncia en los siguientes términos:

«The Monigoty, es raro el título ¿eh? muy inglés; en España los ingleses se imponen.

¿Qué, qué va a ser?... pues un periódico esencialmente de caricaturas; lo más chic, rigolot, amussan y guasón que diríamos en castellano, sin pornografía, política ni otros excesos tan perjudicables al individuo (...)

Los buenos aficionados a la literatura española, los amantes de las buenas letras, los que leen en una palabra encontrarán seguramente satisfecho su deseo leyendo el título de este periódico y el pie de imprenta, amén de los epígrafes, porque es el único texto que ha de llevar. Odiamos las letras.»³

3. «Semnario de Orotava», 2 de octubre de 1897.





El turismo en la prensa del Valle de Orotava (1880-1930)

La mayoría de los estudiosos coinciden al afirmar que en el desarrollo del turismo isleño jugaron papel importante las compañías comerciales, la ausencia de aduanas, las noticias difundidas por científicos y viajeros en Europa, la bondad de un clima curativo de enfermedades pulmonares y el despliegue de medios de comunicación marítima.

Con respecto a las compañías comerciales, fue decisiva para la vida del Puerto de la Cruz el papel desempeñado por las colonias extranjeras, al socaire de las diferentes casas comerciales que también se instalaron en la parte baja del Valle. Estos grupos no canarios, sin llegar a integrarse socialmente mantuvieron relaciones con la incipiente burguesía porteña, a la vez que actuaron de cuña en la ruptura de la tradicional endogamia del Valle, bipolarizada en un estamento aristocrático en La Orotava frente a un grupo comercial más liberal en el Puerto. Serán dichas clases las que por intereses políticos y socioeconómicos promuevan el auge de la prensa.

Desemboca en el fenómeno turístico los viajes realizados a fines de siglo por espíritus románticos y aventureros, artistas o científicos. Entre los primeros visitantes sobresale Alejandro Humboldt, cuyas palabras de entusiasmo por la belleza del Valle son recordadas en 1887 por el «Valle de Orotava».

«He aquí lo más hermoso que he visto en mi vida. La naturaleza prodiga mayor riqueza y majestad en el desenvolvimiento de las formas orgánicas. Pero en ninguna parte ostenta un cuadro más armonioso y encantador que en el Valle de Orotava (...).»⁴

Alejandro Dumas llamó a esta comarca «el jardín del mundo» y Julio Leclercq creyéndola indescriptible dice: «parece un pedazo arrancado a otro mucho mejor»⁵.

Las narraciones que estos viajeros hacían de sus viajes se publicaban en París, Londres o Leipzig, lo que permitía propagar por Europa las posibilidades que ofrecían las Islas para los visitantes.

4. «Valle de Orotava», 22 de octubre de 1887.

5. «Diario del Norte», 26 de mayo de 1908.

A partir de 1885 se incrementa la afluencia turística en el Archipiélago, a ello contribuyó notablemente el folleto sobre «Tenerife y sus seis satélites», obra de Olivia M. Stone editada en 1887.

En 1893 recorre las Islas Miss Jesse Halmiton cuyas impresiones fueron celosamente recogidas en su diario de viaje, publicándose los párrafos más significativos en el «Diario del Norte» en 1908. Esta americana quiso comprobar las observaciones que viajeros y escritores «con tan bellos colores han pintado el suelo de las Canarias, encareciendo las ventajas del clima para los enfermos del pecho y la laringe»⁶, llegando a confesar «que los atractivos y encantos de las Canarias superan a cuantos pueda concebir el poeta más soñador y que los elogios que se les ha prodigado son bien merecidos»⁷. Define el Valle como caseductora ninfa que atrae a los viajeros con su fama y les retiene con sus encantos»⁸.

Las descripciones apasionadas de los viajeros insisten pues en la belleza del Valle y en la bondad del clima, cuyas propiedades curativas permiten el establecimiento de estaciones sanitarias para acoger a los enfermos de los países nórdicos que en invierno se desplazan a las Islas.

La importancia concedida a las condiciones climáticas radica en el desenvolvimiento de una literatura médica de ámbito internacional que influyó y sedujo a numerosos extranjeros, los cuales atraídos por las competentes aseveraciones de los Hart, Spencer y Jacoud, reivindicaron el clima isleño frente al de Madeira y Azores.

«En la importante revista de Londres The World, de que es propietario y director Mr. Hart, y en el número 27 de abril se lee lo siguiente: «Mr. y Mrs Ennest Hart llegaron a Londres el jueves último en compañía de Sir Spencer Wells que se unió a ellos en Tenerife. La Atlántida de Platón, el jardín de las Hespérides de Homero (...) son sin disputa, merecedora según la opinión de Mr. Hart, de su antigua fama y La Orotava asegura es un sanatorio ideal. El termómetro nunca baja allí de 60° ni

6. Extracto del diario de viaje de Miss Jesse de Hamilton publicado por «Diario del Norte» en mayo de 1908.

7. *Idem.*

8. *Idem.*



sube de 75º; las rosas florecen todo el año, no hay sereno y apenas llueve; las camelias son tan grandes como manzanos y se vive en un palacio cubano, con chef francés y con un lujo inconcebible por 10 chelines.»⁹

Variados artículos con esta temática se hacen públicos en la prensa de la villa resaltando los relativos a los efectos fisiológicos y terapéuticos del clima orotavense, firmados por D. Tomás Zerolo, médico del hospital de La Orotava.

Notable incidencia en el crecimiento del turismo tuvo el despliegue de los medios de comunicación marítima desde Europa a las Islas. R. Castellano^s se expresaba en estos términos en el semanario «Valle de Orotava» en 1887:

«En comunicación directa las Canarias con el resto del mundo por el cable de la Compañía Nacional Española, los medios de transportes a las Islas, y especialmente a la de Tenerife, y al Valle de Orotava, son cómodos y numerosos. Los vapores correos españoles que salen de Cádiz cada quince días llegan en tres o poco más a Santa Cruz, capital de dicha isla y de la provincia y los de la compañía trasatlántica que parten del mismo Cádiz o de Santander arriban a Las Palmas, capital de Gran Canaria o a Santa Cruz todos los meses. Los correos de la costa occidental de Africa que salen de Liverpool llegan a las islas cada semana, y en cinco días desde Plymouth los de Nueva Zelanda; otra línea inglesa, la de Forwond y Compañía, hace sus viajes desde Londres cada mes tocando en las Canarias; (...) resultando pues que las Canarias tienen comunicaciones regulares con la Península española y demás del continente europeo diez y ocho veces por mes, facilitándose así el viaje a los enfermos con menos gastos, que el que se hace a la isla de Madeira, célebre estación invernal, con las notables ventajas del de La Orotava.»¹⁰

Todos estos vapores transportaban un moderado número de extranjeros, cuyas arribadas fueron en aumento desde las últimas décadas de la pasada centuria, siendo en su mayoría ricos comer-

9. «Valle de Orotava», 30 de octubre de 1887.

10. «Valle de Orotava», 30 de octubre de 1887.





cientes, motivados por la carencia de aduanas, amantes de la naturaleza y científicos que destacaron las características físicas de las Islas y enfermos que buscaban el restablecimiento a su quebrantada salud. A principios de siglo, S. Echenique exponía en «Arautápala» cuales eran los móviles que incitaban al hombre a trasladarse de uno a otro punto:

«(...) las empresas industriales y mercantiles, el tratamiento preventivo o curativo de ciertas enfermedades y el deseo de disfrutar los halagos de climas suaves y benignos, son además de los indicados en primer término, los principales motivos que originan y encauzan el movimiento de viajeros por el mundo.»¹¹

Sin embargo, el tipo de turismo dominante en los primeros años del siglo XX eran los enfermos. Ahora bien, estos convalecientes como base de negocios valen poco, ocasionando más perjuicios que ganancias. Aquellos viajan por el afán de recobrar la salud. No se prodiga el lujo, los vicios ni una vida ostentosa.

«(...) agua, aire, sol o ambiente templado es en resumen, lo que demanda el enfermo (...) Los enfermos ni comen, ni beben, ni juegan, ni se divierten, ni dejan que lo hagan a su satisfacción los sanos. Su tristeza es más contagioso que su enfermedad, y el temor a uno y otro contagio aleja de ellos a los que aman la vida y sus esplendores»¹².

La prensa a partir de 1910 se hace eco del malestar provocado por la presencia de enfermos en el Valle. Los grupos de poder, a través de este medio de comunicación llegaron a concienciar a la población de que las enfermedades del pecho eran contagiosas. La repulsa hacia los convalecientes se fueron generalizando:

«los lugares frecuentados por la humanidad doliente están, casi siempre excluidos de los itinerarios de la humanidad gozosa»¹³.

11. «Arautápala», 20 de mayo de 1909.

12. «Arautápala», 1 de junio de 1909.

13. «Arautápala», 1 de junio de 1909.

Se precisa fomentar un nuevo tipo de turista, el viajante de placer. Esta forma de turismo se define como «la fuente de riqueza más pingüe, más segura y duradera del progreso y bienestar de estas privilegiadas islas»¹⁴.

Estos viajeros poseen pocas ocupaciones y mucho dinero, aspirando a no sufrir ni calor en verano ni frío en invierno. Con ellos se asienta las bases de la llamada «industria del forastero», terminología creada por la prensa, propuesta como alternativa ante una situación de sucesivas crisis agrícolas. No obstante el desarrollo de esta incipiente actividad se había planteado sin la intervención de los canarios ni del gobierno español. Estaba en manos de extranjeros propietarios de empresas lucrativas como explotaciones comerciales, bancos, construcciones de hoteles, etc.

La prensa consciente de la necesidad de impulsar y promover el turismo criticaba la pasividad de la administración pública y al interés privado:

«Es preciso que nuestros pueblos se coloquen a la altura de los mejores organizados para las facilidades del turismo. Es vergonzoso lo que ocurre en Canarias. La fuente de riqueza del turismo sólo saben explotarla hasta obtener incalculables rendimientos, unas cuantas docenas de indios, intérpretes y cabulloneros. Para esos únicamente las ventajas de turismo, al que se hace objeto de la infame explotación de los unos o del acaparamiento industrial de los otros y todo ello porque nadie allí se ha preocupado de reglamentar los servicios.»¹⁵

«(...) que todos y cada uno de los elementos activos del país, se den cuentan de como y en que medida pueden y deben influir en el desarrollo y prosperidad de la industria del forastero y que no perdonen medio alguno de foemntarla y arraigala»¹⁶.

Asimismo en varios de los periódicos hallamos algunas de las claves estimulantes del auge turístico, tales como la obligación de dotar a los residentes del país de una educación social que las habi-

14. «Arautápala», 13 de marzo de 1910.

15. «Diario del Norte», 28 de julio de 1908.

16. «Arautápala», 15 de mayo de 1909.





túe a interesarse por dicho fenómeno o a iniciar campañas de propaganda en favor del turismo. A este respecto las noticias en la prensa son contradictorias; en 1912 «Excelsior» publicaba un artículo sobre la creación del «centro de propaganda y fomento del turismo en la capital con fines exclusivamente patrióticos y desinteresados»¹⁷, «Heraldo de Orotava» en 1923 se hace eco de las críticas de «La Voz», periódico de Santa Cruz de Tenerife, acerca de la indiferencia de los representantes hoteleros sobre este aspecto. «La Voz del Valle» de 1928 recoge, que aparte de algunas informaciones publicadas en varias revistas de la Península, la verdadera propaganda, aquella que puede encauzar el turismo hacia nuestras Islas, no ha existido nunca, porque tampoco se han creado organismos dedicados a tan imprescindible menester.

Alfredo Fuentes, culto periodista distinguido por sus campañas en pro del turismo, apunta la conveniencia de publicar folletos y álbums con vistas de las Islas, repartidos gratuitamente entre las agencias de turismo de Europa y América y entre los viajantes del Archipiélago. En 1930 ve la luz el «Album Guía de Canarias».

Estas campañas de propaganda iban dirigidas a un viajero de placer, ahora bien el producto ofertado continuaba siendo el clima. Lo que declaraba Miss Jesse de Hamilton tendría actualidad por mucho tiempo:

«(...) no producen las islas ningún artículo que se busque con afán en los mercados de Europa y sólo el clima se puede explotar»¹⁷.

La magnitud alcanzada por el turismo exigía una infraestructura que satisficiera las necesidades habidas. La prensa, respondiendo a su actitud crítica, advertía que no bastaba solamente con el clima:

«No hay que hacerse excesivas ilusiones, ni es prudente dormirse confiando en que todo lo harán las ventajas naturales. Es preciso valorarlas con el concurso de otras arbitradas por la

17. «Excelsior», 25 de abril de 1912.

18. «Diario del Norte», mayo de 1908.

actividad humana sin dormirse en la esperanza de que aquellas por sí solas puedan atraer y hacer arraigar una numerosa y opulenta colonia de turistas invernantes; que estos necesitan muchas cosas que no da hechas la naturaleza y no se satisfacen con los dones de ésta, por espléndidos que sean.»¹⁹

Con el fin de atender a la demanda turística se construyeron desde un principio hotelés-sanatorios que acogían a los enfermos. Hasta entonces sólo habían funcionado algunas fondas españolas o bien el sistema de alquileres de casas. En 1887 el «Valle de Orotava» publicaba diferentes artículos relativos al «Valle y Sanatorium de La Orotava», en los cuales se incitaba a la fundación de un hotel sanatorio que ofreciera confort y comodidad a los viajeros valetudinarios, a la vez que competía con el instalado en el Puerto de la Cruz, en la Quinta de ña. Antonia Dehesa. Es preciso recordar que el «Valle de Orotava» es un semanario impreso en la villa y en ese propósito de defender los intereses locales se advierte cierta rivalidad hacia el núcleo porteño.

La prensa es insistente en esta cuestión llegando a entusiasmar al colectivo formado por personas de alta posición social, poseedora de grandes influencias y de los más antiguos títulos nobiliarios, las cuales al explotar este filón de riqueza emulaban a los comerciantes y burgueses del Puerto de la Cruz.

En la década de los noventa se inauguraba un destacado establecimiento hotelero, el «Taoro hotel», que ofrecía bienestar a los enfermos europeos. A principios del siglo XX el hotel Taoro pasó a ser propiedad de los alemanes y se donominó Humboldt.

Al iniciarse la actual centuria y con la arribada en mayor número de turistas de placer, se incrementó la infraestructura hotelera:

«Los hoteles Mongol, Martiánez, Marquesa están llenos, en el Humboldt con capacidad para 200 huéspedes hacia 108. Ello demuestra que nuestras islas se van universalizando.»²⁰

19. «Arautápala», 1 de julio de 1909.

20. «Arautápala», 12 de enero de 1911.





En los periódicos del momento se hacen más frecuentes los anuncios de dichos establecimientos, en ocasiones en tres idiomas, español, inglés y alemán como:

«El pintoresco Valle de Orotava, de la eterna primavera, queda al pie del magnífico Teide, cuyo pico está cubierto de nieve.

La Orotava es el primer sitio del mundo para la salud pues en su clima se encuentran todas las ventajas climáticas del mundo, se que ha sido científicamente expuesto. Para turistas y personas padecientes de los nervios, riñones o digestión. La Orotava está sin igual (...). Hay médicos españoles, ingleses y alemanes.»²¹

Las deficiencias estructurales conectadas con la realidad socioeconómica y política del Valle, fueron constantemente denunciadas y criticadas por la prensa. En este sentido temas como el alumbrado eléctrico en las calles, la creación de una junta de sanidad en el Puerto de la Cruz, la construcción de un muelle que facilitase el tráfico de pasajeros, la conexión de Santa Cruz y el Puerto a través del tranvía eléctrico, las mejoras en plazas y paseos, el empedrado de las calles o el blanqueamiento de las casas, fueron algunos de los apartados a los que la prensa prestó singular atención.

Singulares son los artículos relativos a la actividad de los viajeros. En un principio y según describe «Arautápala» la odisea de los turistas es la que sigue:

«(...) Va a cualquiera de los hoteles, buenos en su mayor parte, siquiera por algunos días, pues tampoco en la generalidad de ellos se proporciona al turista la distracción y el género de vida a que está habituado, y encuentra cierto confort al principio, algo que recuerda su vida ordinaria. Los primeros días los pasa embebecido en la contemplación de las bellezas naturales de la comarca, entretenido en adquirir el conocimiento de los demás turistas, entre los cuales acaso encuentre algún amigo. Pero transcurre algunos días; se cansa de las mismas perspectivas que antes les parecía encantadoras (clima, paisaje, comida, amigos) (...) quiere viajar para conocer más el país, y encuentra unas carreteras detestables en cuanto a baches (...) el polvo del

21. «Diario del Norte», 2 de febrero de 1908.

camino le asfixia, y los carruajes no son del todo confortables (...) y los chiquillos le atosigan pidiendo «un peny, un peny». Otro día baja al pueblo para verlo y buscar algún alivio y se cansa de salir de una calle más o menos buena, para entrar en otra más o menos mala, y se cansa de mirar tarjetas y postales. Trata de buscar algún sitio de recreo y no lo halla. Ni un club en que pueda entrar, ni un restaurante si quiere comer sólo algún café para tomar cerveza y whisky; ni un punto de reunión, ni un teatro, ni un salón de concierto... como si esto no fuera bastante una turba de mendigos le cerca, le importuna y hasta le inspira asco y repugnancia, en vez de lástima. Tiende la vista hacia el mar... y baja a la playa con la ilusión de encontrar en ella ese algo que en todas partes busca. Nada ni un banco, ni una silla, ni un Kiosko, ni siquiera un piso para pasear cómodamente. Quiere darse un baño. Nada hay ni que se parezca a un balneario (...) y cansado y aburrido se vuelve al hotel (...) Y esa misma escena se repite un día y otro (...))»²²

Tras la campaña en pro del turismo desde distintos medios y fundamentalmente a través de la prensa, la situación se modifica, organizándose dentro y fuera de los establecimientos hoteleros actividades tales como funciones de variedades, cuadros vivos, bailes, verbenas, conciertos de la banda de música, excursiones al Teide. Asimismo se ve la conveniencia de arreglar una parte de la playa para el establecimiento de Kioskos, tiendas de campaña, casetas para baños con el fin de formar un balneario; todo lo cual sería un centro de atracción para los turistas que en vez de andar por esas calles tendrían un lugar donde reunirse y estrechar más las relaciones entre ellos y los naturales del país.

Para concluir resta añadir que las aportaciones de la prensa, fuente histórica por excelencia, nos permite ahondar en las raíces y evolución del fenómeno turístico en el Archipiélago.

La prensa traspasó límites geográficos al ser muchos de sus artículos transcritos en el extranjero. Prensa que llegó a editarse en inglés ganándose una nueva clientela, el viajero; prensa que no se conformó con hacer literatura generosa y ensalzante del Valle, sino que fiel a sus propósitos y con el fin de defender los intereses de La Orotava y el Puerto de la Cruz, adoptó una postura crítica y denunciante en pro del turismo.

22. «Arautápala», 11 de marzo de 1910.

