



REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 19, 1º semestre 2015, pp. 23-32

**“LA PROPAGANDA DEL CLIMA EN EL DIARIO LA UNIÓN
MERCANTIL (1887- 1897): EL ORIGEN DEL TURISMO
MALAGUEÑO”**

***“CLIMATE PROPAGANDA IN THE DAILY LA UNIÓN MERCANTIL
(1887-1897): THE ORIGIN OF MALAGA TOURISM”***

Jesús Reina Estévez
Universidad de Málaga

Revista de Análisis Turístico

ISSN impresión: 1885-2564; ISSN electrónico: 2254-0644

Depósito Legal: B-39009

©2015 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisTurístico@aecit.org

LA PROPAGANDA DEL CLIMA EN EL DIARIO LA UNIÓN MERCANTIL (1887- 1897): EL ORIGEN DEL TURISMO MALAGUEÑO

Jesús Reina Estévez
jeres@uma.es
Universidad de Málaga

resumen

El objeto de este estudio son las noticias que componen la campaña de prensa que el diario malagueño de información, La Unión Mercantil (1886-1936), llevó a cabo a finales del siglo XIX (1887-1897) para propagar la benignidad del clima local e incrementar la llegada de visitantes y turistas a la ciudad durante la estación invernal. Para lograr este objetivo, el diario publicó de manera regular, primero, informaciones que probarían la calidez del clima y, a posteriori, consignas para alentar a la opinión pública malagueña a efectuar proyectos de mejoras en la infraestructura urbana y en los servicios públicos. Se recoge la labor continuada del periódico, a la que algunas personalidades malagueñas se irán sumando, hasta alcanzar puntualmente a la alcaldía de Málaga (1894-1895), a través del alcalde comprometido con la causa, Francisco Prieto Mera, y que culminará con la creación de las Sociedades Propagandistas del Clima, a finales del siglo XIX: punto de partida del turismo malagueño.

Palabras clave: *Historia del Turismo Español, Propaganda del Clima, La Unión Mercantil, Sociedad Propagandista del Clima, Orígenes del Turismo Malagueño*

abstract

The purpose of this study is the news that compose the press campaign of the malacitan diary, La Union Mercantil (1886-1936), conducted in the late nineteenth century (1887-1897) to spread the mild local climate and increase the arrival of visitors and tourists to the city during the winter season. To achieve this goal, the paper published regularly, first, information that would prove the warm climate and, a posteriori, slogans to encourage the malacitan's public opinion to make improvement projects in urban infrastructure and public services. The continued work of the newspaper, which some malacitans personalities will be added (1894-1895), through the mayor committed to the cause, Francisco Prieto Mera, and culminating in the collected Sociedades Propagandistas del Clima, in the late nineteenth century: starting point of the malacitan tourism.

Key words: *History of Spanish Tourism, Propaganda Climate, La Unión Mercantil, Sociedad Propagandista del Clima, Origins of Malacitan Tourism.*

1. introducción

Aunque desde mediados del siglo XIX, la economía malagueña vivió una época de expansión gracias a la implementación y desarrollo de unas potentes industrias siderúrgica y textil, y la exportación de sus productos agrícolas a través de su puerto (Ramos, Bonilla & Guzmán, 2001: 25-32), en el último tercio del siglo, la provincia entra en una importante crisis económica de difícil recuperación y que puso fin a la estructura financiera autóctona de la ciudad (Morilla Critz, 1992). Fruto del éxito industrial y mercantil, en Málaga surge una fuerte oligarquía local: una burguesía mercantil que dinamizaba la vida social y política de la ciudad, incluyendo a la prensa y sus órganos de expresión, y cuyo mayor representante durante más de cincuenta años (1843-1893) habría sido el periódico político y comercial *El Avisador Malagueño* (García Galindo, 1995: 16).

Según Pellejero Martínez, parte de la debacle económica malagueña se encuentra en la plaga de la filoxera que aniquiló los prósperos viñedos de la provincia, junto con una serie de circunstancias causales relacionadas con el entorno agrario e industrial (Pellejero Martínez, 1990: 16). En cualquier caso, parece existir cierto consenso entre los historiadores del turismo malagueño, que sitúan los orígenes de la actividad turística como la respuesta a la crisis general padecida a finales del siglo XIX (Arcas Cubero & García Sánchez, 1980; García Galindo, 2004; Pellejero Martínez, 2005; Torres Bernier, 1983).

En estos momentos de desánimo y confusión, nace en Málaga, en 1886, el diario de información *La Unión Mercantil* (1886-1936), cuyos aires de cambio y renovación van a convertirlo en un inesperado éxito desde el primer momento (Sesmero, 1987: 137), desplazando al resto de cabeceras de la provincia, y motivándolas a ir abandonando progresivamente el antiguo modelo periodístico de corte ideológico. Entre los cambios que este periódico introduce se encuentra, a juicio de García Galindo, (1995: 19): una mayor atención y un mayor número de noticias relacionadas con los acontecimientos nacionales y extranjeros, y los sucesos menores en la provincia; ampliación del público lector, sin filiación política específica; así como una gestión empresarial supeditada a criterios capitalistas.

Además, al frente de la cabecera se situará Antonio Fernández y García, que dirige *La Unión Mercantil* hasta que fallece en 1907. Este carismático periodista supo dotar al diario de un talante progresista y liberal, al margen de las tendencias políticas, interesándose por los asuntos locales (Checa Godoy, 1991: 229). Por eso, no es de extrañar que casi desde el comienzo de la singladura del periódico¹, este fuera publicando con asombrosa regularidad noticias referentes al ámbito turístico. En sus páginas, se hacía

eco de la llegada de turistas² (por tren y barco³), de sus estancias⁴ y visitas⁵, publicaba datos sobre la temperatura y clima de Málaga durante todo el año⁶, y, sobre todo, llevó a cabo una campaña de prensa⁷ para que se invirtiera en estética urbana, salubridad pública e infraestructuras modernas y para se dotara a la ciudad de un organismo centrado en los asuntos turísticos, con la clara intención de convertir a la ciudad de Málaga en una estación de invierno.

La idea de convertir a Málaga en una estación de invierno parece estar íntimamente relacionada con la importante presencia de colonias de extranjeros en la provincia, atraídos por el comercio marítimo y el tránsito portuario, y por cuya influencia se había incluso propiciado la edificación en suelo español del primer cementerio protestante, en 1831. De este modo, Málaga se había convertido en un lugar conocido para los viajeros del siglo XIX, que no dudaron en escribir sobre sus estancias en la provincia, impresionados por su soleado clima; y a la que se le invitaba a seguir el ejemplo de otras estaciones de invierno europeas, como Niza o Mónaco (Pellejero Martínez, 2005: 89).

Por otro lado, se debe tener en cuenta la corriente sanitaria *higienista* que se desarrolló en Europa a lo largo del siglo XIX y las dos primeras décadas del siglo XX, y a la que Málaga no quedó exenta por propio interés, ya que su doctrina relacionaba el entorno con la salud y los índices de mortalidad, considerando el clima como la mayor baza como remedio terapéutico y preventivo para los enfermos de las vías respiratorias, sobre todo tuberculosos. De este interés por señalar a Málaga, y su clima, como un destino saludable donde recuperarse y reposar, surge desde mediados de siglo una importante producción de escritos médicos, tablas barométricas y artículos en publicaciones extranjeras. A juicio de Jesús Castellanos (1998), los verdaderos orígenes del turismo malagueño se encontrarían en la *promoción terapéutica* de la ciudad, ya que ésta concepción habría sido anterior a la noción turística de estancia vacacional; con el tiempo, serán los propios organismos encargados del turismo los que se apropiarán del argumento climático para atraer visitantes y turistas.

Por último, merece la pena señalar que el modelo que se pretende fomentar durante el siglo XIX se sitúa dentro del modelo de turismo de *comfort*: un turismo no masivo, aristocrático (Fernández Fúster, 1991: 144), pensado para atraer a un turista elitista y adinerado, no necesariamente enfermo, que busca un lugar de retiro

¹ Véase *La Unión Mercantil*, 02-2-1888, pp. 3. "El Clima de Málaga".

² *La Unión Mercantil*, 10-4-1893, pp. 2. "Touristas"; 20-4-1893, pp. 1. "Turistas"; 3-1-1894, pp. 1. "Turistas"; 19-1-1894, pp. 1. "Más Turistas"; 13-2-1895, pp. 3. "Touristas norte-americanos. Un viaje original"; 15-2-1895, pp. 1. "Los viajeros norte-americanos".

³ *La Unión Mercantil*, 21-2-1890, pp. 1. "De viaje"; 17-3-1890, pp. 1. "De viaje".

⁴ *La Unión Mercantil*, 8-10-1888, pp. 1. "Carta de un inglés".

⁵ *La Unión Mercantil*, 18-8-1889, pp. 1. "Quejas de un forastero".

⁶ *La Unión Mercantil*, 11-1-1893, pp. 4. "Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga". Datos publicados diariamente a partir de este número.

⁷ *La Unión Mercantil*, 2-1-1894, pp. 1. "El clima de Málaga".

donde descansar, pasar una temporada y divertirse; “*un individuo de rentas elevadas cuyas obligaciones le permitan tomar las vacaciones en cualquier periodo del año*” (Torres Bernier, 1983: 336). Pero para cumplir con las expectativas de los selectos visitantes, los planes de los promotores turísticos malagueños debían pasar por dar a conocer la bondad del clima y elevar la calidad de las infraestructuras urbanas, incorporando paseos, anchas avenidas, mejorando el sistema de alcantarillado y la limpieza de las calles, así como por mejorar la oferta del entretenimiento, creando casinos o ampliando el número de teatros.

El diario *La Unión Mercantil* se sumará desde el principio a estas pretensiones, poniendo en marcha una aplaudida campaña de prensa⁸, con la clara intención de condicionar a la opinión pública malagueña a favor de los proyectos turísticos y conseguir una mayor implicación de la alcaldía de la ciudad. De los esfuerzos realizados a favor de la promoción del clima y la ciudad de Málaga, habla de la siguiente manera el periódico en 1898, de boca del periodista Polibio; toda una emotiva declaración de intenciones⁹:

“Allí donde haya una sola persona que trabaje con más o menos fe por la transformación de Málaga, a su lado estaremos.

Y si el excepticismo (sic) nos ganara por la mano algún día, y ojala esto no suceda nunca, a los que con tan buenos deseos trabajan hoy por mejorar las condiciones de nuestra ciudad, ni en este caso desistiríamos de predicar con la insistencia que venimos haciéndolo en los trece años que lleva de vida este diario.

Porque respecto a la necesidad de explotar el clima de Málaga, embelleciendo nuestra localidad del modo que es fácil, si se quiere, estamos dispuestos a ser el <<ultimo numantino>>.

[...] Un día LA UNIÓN MERCANTIL no vaciló un momento en ofrecerse incondicionalmente a los que con el popular ex-alcalde don Francisco Prieto Mera crearon con tan buen deseo la primitiva sociedad propagandista del clima de Málaga.

Lanzada la idea, nos apresuramos a recogerla, sin mirar las probabilidades de éxito, ni la mala sombra que los mejores pronósticos suelen tener en esta ingrata tierra.

Se trataba del bien de Málaga y recordarán los lectores que echamos en aquella ocasión toda el agua al molino”.

A nuestro juicio, el esfuerzo informativo llevado a cabo por el diario, entre 1887 y 1897, no culmina hasta el nacimiento de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga en diciembre de 1897¹⁰, momento en que *La Unión Mercantil* muestra su apoyo incondicional y adhesión a la iniciativa privada, y se limita a difundir y reproducir las informaciones que emanan del longevo organismo.

De este modo, es posible encontrar noticias relacionadas con estos extremos dentro del periódico desde 1887, que se van publicando de manera insistente año tras año, incluso tras anunciarse la creación de una sociedad particular consagrada a la propaganda del clima en enero de 1896, la primitiva Sociedad Propagandista del Clima de Málaga o Junta Propagandista del Clima y la Reforma de Málaga¹¹, de corta duración, y que será la antesala y modelo de ensayo y error para la futuro Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga.

Mediante esta encomiable labor, el periódico *La Unión Mercantil* pretende mejorar la percepción ciudadana sobre la necesidad de atraer visitantes y actuar de manera hospitalaria con ellos, así como promover iniciativas de fomento turístico. Gracias a las noticias que fueron publicando con regularidad es posible reconstruir esa realidad que se mueve en el terreno de las actuaciones privadas y la inactividad de las corporaciones locales, y que a día de hoy nos permite profundizar en los orígenes del turismo malagueño.

2. estado de la cuestión

La literatura existente durante el siglo XIX a tener en cuenta en este estudio, que describe el clima y la situación de Málaga como lugar de destino, parece pivotar entre dos extremos complementarios: por un lado, se encuentran aquellas obras que analizan la provincia de Málaga como lugar de reposo y mejora para los enfermos, y que se puede circunscribir dentro del ámbito médico y sanitario, o, como hemos señalado anteriormente, al *turismo sanitario*; y por otro, una serie de escritos que, apoyándose en la bondad del clima malagueño, amplían su radio de interés al de los potenciales visitantes que buscan un lugar donde estacionarse temporalmente, sin limitarse únicamente al entorno vacacional o terapéutico, entrando a analizar otras cuestiones menores, pero no menos turísticas, como la calidad del alojamiento, la higiene pública o el divertimento.

En este sentido, la segunda tendencia llegaría a englobar a la primera, ya que salud y ocio no son argumentos auto-excluyentes, y en algunos textos los límites parecen ser muy difusos. Por otro lado, se percibe una paulatina evolución en la autoría de los textos, que pasan de estar firmados primero por viajeros Románticos; luego por enfermos, acompañantes y médicos; y, finalmente, por otros profesionales y ciudadanos, incluyendo a los propios malagueños, que veían en los incipientes proyectos turísticos un aliciente para erradicar la paupérrima salubridad de la ciudad, y una excusa para aumentar la habitabilidad y emprender mejoras estéticas y arquitectónicas, como paseos, parques, sistema de alcantarillado, etc.

⁸ *La Unión Mercantil*, 25-1-1896, pp. 2. “El clima de Málaga”; 29-1-1896, pp. 2. “El clima de Málaga”.

⁹ *La Unión Mercantil*, 11-3-1898, pp.1. “El embellecimiento de Málaga”.

¹⁰ *La Unión Mercantil*, 12-12-1897, pp.4. “La Reunión de anoche”.

¹¹ *La Unión Mercantil*, 18-1-1896, pp. 2. “En Bien de Málaga. La propaganda del clima”.

No obstante, resulta llamativo comprobar que el número de viajeros extranjeros que, en calidad de pacientes o acompañantes de familiares enfermos, escribieron prolijamente sobre Málaga y su clima desde principios del siglo XIX, mientras residían en la ciudad o viajaban por Andalucía, ya que entre ellos se encuentran, de acuerdo con José Ruiz Mas (2008): el convaleciente Frank Hall Standish¹²; el abogado inglés Richard Ford¹³; Dora Quillinan¹⁴; el doctor Dayrell Joseph Tradwell Francis¹⁵; el médico Edwin Lee¹⁶; James Henry Bennet¹⁷; el estadounidense Samuel Sullivan Cox¹⁸; y el teniente coronel Playfair¹⁹.

Esta interesante lista puede ser ampliada por las aportaciones de otros autores decimonónicos, estudiados por Jesús Castellanos (1998) y Graham Mowl & Michael Barke (2004), y que incluyen entre sus filas a algunos auténticos viajeros Románticos, muy interesados en describir el ambiente malagueño, estilo de vida, clima y salubridad: Thomas F. Rochester²⁰; Archibald W. Pinkerton²¹; Edwind Lee²²; el francés Gigot-Suard²³; y, Thos More Madden²⁴.

Por último, se han de tener en cuenta a los autores autóctonos, que se incorporan tardíamente a la producción literaria, pero que añaden una visión constructiva a la tendencia crítica –y a veces un tanto desacreditadora de los escritores extranjeros–; ya que se aportan propuestas para convertir Málaga en una estación de invierno competitiva y de categoría, ahondando en el origen de la idea, que sitúan en la crisis económica malagueña de finales del siglo XIX. No obstante, es posible que la sugerencia de convertir a Málaga en estación de invierno hubiera sido planteada ya con anterioridad ante la sociedad malagueña por el Marqués de Casa Loring, a mediados de la década de

1840, no tanto como una solución a la crisis, sino como una vía para generar riqueza y atraer forasteros, de acuerdo con las palabras de Nicolás Muñoz Cerisola²⁵:

“La idea de convertir a Málaga en estación de invierno la tuvo antes que nadie hace unos cuarenta años, mi respetable amigo el Marqués de Casa-Loring, que protegió el establecimiento de la antigua Fonda de la Alameda, anticipando al efecto los fondos a los suizos don Pedro y don Antonio Brunetti, que movió en la [Sociedad] Económica de Amigos del País importantes elementos, que inició El Correo de Andalucía activa campaña de propaganda, y en periódicos extranjeros y a costa de su propio bolsillo, dio a conocer durante mucho tiempo las condiciones excepcionálissimas (sic) de nuestro clima”.

Unos años después de la labor *propagandística* emprendida por el Marqués de Casa-Loring, en 1852, el médico militar Vicente Martínez y Montes analizó el estado de salud de la ciudad de Málaga²⁶, logrando un importante impacto entre los autores *ambientalistas* extranjeros (Arcas Cubero & García Sánchez, 1980: 49; Castellanos, 1998: 215); análisis que se materializaría en un estudio pormenorizado de la climatología malagueña, comprendido entre 1837 y 1848, y que se recopilaría en formato libro²⁷, en 1880. Tres años más tarde, encontramos la primera referencia que sugiere el potencial de Málaga como estación de invierno, por parte del catedrático de Física y Química del Instituto provincial, Pedro Marcolains Sanjuán²⁸, subvencionada por el Ayuntamiento de Málaga²⁹; este autor también se vendrá a ocupar de recopilar los datos sobre el clima malagueño durante la antepenúltima década del siglo XIX³⁰, en una obra publicada por la propia Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga (Torres Bernier, 1983: 332).

La memoria escrita por Luis de León, alude nuevamente en su prólogo (León, 1894: 5-8), a la conexión existente entre la crisis agrícola y comercial que atraviesa la capital malagueña, durante esos años, y el propósito de convertirla en una estación de invierno, siendo la plaga de la filoxera y la aniquilación de los viñedos de la provincia la causa de este cambio de rumbo hacia el ámbito turístico. El autor apela al vecindario y a los poderes públicos (incluyendo Municipio, Administración Local y Estado) para que asuman estas obligaciones y se comprometan con la causa, que pasa por demoler las antiguas viviendas del centro y urbanizar la capital, así como auxiliar –económicamente– la empresa. Al parecer, Luis de León no andaba muy desencaminado, ya que en esta falta de apoyo institucional y la desidia del ayuntamiento

¹² “The Shores of the Mediterranean”. Tomo I (1837) y Tomo II 1838)

¹³ “A Handbook of Travellers in Spain, and Readers at Home” (1845), y su continuación, “Gatherings from Spain” (1846).

¹⁴ “Journal of a Few Months Residence in Portugal, and Glimpses of the South of Spain” (1847).

¹⁵ “Change of Climate considered as a remedy in dyspeptic, pulmonary, and other chronic affections; with an account of the most eligible places of residence for invalids in Spain, Portugal, Algeria, etc. at different seasons of the year; and an appendix on the mineral springs of the Pyrenees, Vichy, and Aix les Bains” (1853).

¹⁶ “Notes on Spain; with a Special Account of Malaga and its Climate” (1854).

¹⁷ “Winter and Spring on the Shores of the Mediterranean: or, the Riviera, Mentone, Italy, Corsica, Sicily, Algeria, Spain, and Biarritz, as Winter Climates” (1870).

¹⁸ “Search for Winter Sunbeams in the Riviera, Corsica, Algiers, and Spain” (1870).

¹⁹ “Handbook to the Mediterranean: its Cities, Coasts, and Islands” (1881).

²⁰ “Málaga as residence for consumptives person”, artículo publicado originalmente en el diario New York Journal Medicine, nº 7, 1851, pp. 349-355.

²¹ “On the climate of Málaga”, artículo publicado en Month J. Med. Science, 1853, nº 17, pp. 330-362.

²² “Spain and its Climates: With a Special Account of Málaga” (1855).

²³ “Des climats sous le rapport hygiénique et medical, guite pratique dans les regions du globe les plus propies a la guerison des maladies chroniques” (1862).

²⁴ “The Climate of Málaga, and its Influence on Chmoic Pulmonary Diseases, especially Consumption”, artículo publicado en The Dublin Quarterly Journal of Medical Science, 1865, nº 11, pp. 16-36.

²⁵ Véase La Unión Mercantil, 12-6-1897, pp3. “Málaga, Estación de Invierno. Y va de Proyectos”. Artículo firmado por Nicolás Muñoz Cerisola, redactor de las Guías de Málaga.

²⁶ “Topografía Médica de la ciudad de Málaga” (1852).

²⁷ “Del clima de Málaga”, imprenta de Giral, Málaga (1880).

²⁸ “Medios Prácticos de Convertir a Málaga en la Mejor Estación de Invierno de Europa” (1893).

²⁹ La Unión Mercantil, 21-5-1893, pp.1 “Málaga, estación invernal”.

³⁰ “El Clima de Málaga. Según resulta de los Datos de su Observatorio Oficial Durante el Decenio 1880-1891” (1898).

malagueño parece encontrarse el motivo del fracaso de los distintos proyectos turísticos comandados por particulares hasta finales del siglo XIX.

Finalmente, José Ramos Power redacta un opúsculo en 1895³¹, cuyo texto Enrique Torres Bemier se ha encargado de analizar y rescatar en su artículo, y que destaca por su carácter certero y recopilatorio, y, a juicio del autor, por tres ideas fundamentales (1983: 333-334): en primer lugar, el autor considera que la adecuación de Málaga como ciudad invernal debe surgir de la iniciativa autóctona, y no de la dependencia de capitales extranjeros, muy en la línea defendida por Narciso Díaz de Escovar³² (Arcas Cubero & García Sánchez, 1980: 43; Pellejero Martínez, 1995: 299); en segundo, el empresario vinícola recalca la necesidad de acometer mejoras urbanísticas y de los servicios públicos a modo de reclamo y como atractivo turístico; finalmente, Ramos Power remarca la necesidad de que el proyecto lo lleve a cabo un organismo único, encargado de las iniciativas privadas y públicas y de la gestión de las reformas y obras propuestas, en clara alusión a lo que venía comentando la opinión pública malagueña, y que cristalizaría primero con el nacimiento de la primitiva Sociedad Propagandista del Clima (1896).

La idea de poner en marcha del organismo privado supone un punto y seguido en la decreciente producción de escritos apoyando la propaganda del clima malagueño, que parecen reiterar los argumentos ya conocidos, y que serán recibidos con menor trascendencia y difusión. Este es el caso del artículo firmado por Manuel Casado³³, que sostiene que Málaga puede presumir de tener el clima más templado de toda Europa; o la disertación de un ciudadano anónimo, que decidió firmar bajo el pseudónimo de *Simbad*³⁴, entre otros.

3. metodología

El presente estudio se apoya en la técnica de la revisión bibliográfica (Sellitz, Clarence, & Cook, 1980), de tipo exhaustivo (Guirao, Olmedo & Ferrer: 2008: 6) para inferir sus resultados, en forma de sucesión de noticias relacionadas con el ámbito turístico malagueño de finales del siglo XIX, que se presentan en forma de relato simplificado sobre la campaña de concienciación de la opinión pública malagueña que desarrolló el diario *La Unión Mercantil* (1886-1936), con anterioridad a la constitución de la Sociedad Propagandista del Clima y

Embelllecimiento de Málaga (1897), posiblemente el primer Sindicato de Iniciativa Turística de España.

Como se colige de este objetivo principal, esta investigación se ciñe única y exclusivamente a los textos que se fueron publicando paulatinamente en las páginas del periódico malagueño, *La Unión Mercantil*, máximo representante del nuevo periodismo de opinión a principios del siglo XX en Andalucía. Por tanto, se van a recopilar aquellas noticias encabezadas por fórmulas relacionadas con el título genérico "Málaga, estación de invierno", como: "El clima de Málaga", "En Bien de Málaga", "El Embellecimiento de Málaga", "Málaga, ciudad de invierno", y "La Propaganda del Clima".

En este sentido, la reiteración incesante de títulos parecidos a lo largo del tiempo evidencia el interés que el diario tiene por difundir, de manera continuada, noticias relacionadas con el entorno turístico local, como si una sección más dentro de periódico se tratase. Dada la morfología de los periódicos de finales del siglo XIX, habría bastado con optar por la no titulación de los textos para obstaculizado su visibilidad, un rasgo muy común en las noticias de temática variada mezcladas con gacetillas breves.

Para acceder a toda esta valiosa información se cuenta con la plataforma digital del archivo *Narciso Díaz de Escovar*³⁵, que mantiene gratuitamente a disposición de cualquier usuario una extensa y muy completa colección de ejemplares escaneados del diario *La Unión Mercantil* (1886-1936), a excepción de algunos años concretos que se han perdido. A efectos de este estudio no ha sido posible tener en cuenta el año 1892.

El proceso de selección de las noticias exigió el hojear y lectura individualizada de cada una de las páginas descargadas, dado que el archivo carece de motor de búsqueda interna porque los ejemplares no están indexados ni renombrados por página. El marco temporal se circunscribe al año del nacimiento de la cabecera (1886), hasta la fundación de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga, en diciembre de 1897. Para contextualizar debidamente los resultados se van a tener en cuenta algunas noticias dispersas, encuadradas en este espacio temporal.

4. resultados

La campaña de propaganda en prensa llevada a cabo por *La Unión Mercantil* entre 1886 y 1897 se caracteriza por su simpleza, reiteración y estrechez de medios (limitados a la propia distribución de las páginas del periódico). El diario considera que es más que suficiente la publicación periódica de noticias remarcando la bondad del clima malagueño para atraer turistas, sin tener en cuenta otros aspectos de la realidad, como la barrera idiomática, la búsqueda de alojamiento, o el atractivo de los entretenimientos locales; de los que se presupone se harán cargo los

³¹ "Málaga. Estación de Invierno. Por y Para ella" (1895)

³² "El Clima de Málaga", manuscrito no publicado, citado por Fernando Arcas Cubero & Antonio García Sánchez, conservado en el Archivo Díaz de Escovar, caja 103, pp. 2-3.

³³ Véase *La Unión Mercantil*, 20-10-1893, pp. 3. "Málaga, ciudad de invierno. Observaciones meteorológicas del doctor Marcolain. - Las aguas de Torremolinos".

³⁴ *La Unión Mercantil*, 27-6-1895, pp. 3. "Málaga, ciudad de invierno"; 1-7-1895, pp. 3. "Málaga, ciudad de invierno" (continuación I); 4-7-1895, pp. 3. "Málaga, ciudad de invierno" (continuación II).

³⁵ <http://www.archivodiazescovar.com/>

visitantes una vez pisen suelo malagueño. El uso del término <<propaganda>> es comprensible y globalizante, dado que nos encontramos en los años previos a la I Guerra Mundial, antes de que adquiera su connotación peyorativa (Pizarroso Quintero, 1993: 29), y las actuaciones comunicativas se caracterizan por su indefinición, espontaneidad, dualidad y plasticidad.

Paulatinamente, *La Unión Mercantil* tomará conciencia de que la mera repetición del argumento climático es insuficiente, y comenzará a hacer presión sobre la opinión pública local y los poderes públicos para que se ejecuten en la capital mejoras urbanísticas y obras de embellecimiento. La puesta en marcha de algunos organismos privados orientados al turismo, centrará sus esfuerzos y atención, que culminará con la creación de las Sociedades Propagandistas del Clima. En esos momentos, el diario asume un papel de apoyo y se pone a disposición de las necesidades de información de los nuevos sindicatos de iniciativa turística de Málaga (Arcos y Cuadra, 1909: 17).

4.1. campañas de prensa en apoyo a las informaciones de carácter turístico (1886-1893)

Tras un año de publicación, *La Unión Mercantil* (1886-1936) informa a sus anunciantes de que su tirada alcanza ya los 3.5000 ejemplares diarios, cifra que espera aumentar en 1888³⁶. Amparado bajo un ideal *patriótico*, el periódico ya ha ido apoyando algunas iniciativas de carácter turístico, como una circular firmada por la prensa malagueña, que fue enviada masivamente a otros periódicos españoles para aumentar la llegada de visitantes durante las fiestas del IV Centenario de la Conquista de Málaga (1887)³⁷, pero no será hasta finales de 1887 que se pronuncie sobre la idea de convertir a Málaga en estación de invierno, cuando informa de la llegada de algunos forasteros, atraídos por el privilegiado clima a la ciudad, como fuera el caso de los Marqueses de Altamira. El diario deja claro su punto de vista desde el principio, dando la bienvenida solo a los visitantes de distinción, alabando el potencial económico del proyecto y criticando la apatía de los poderes públicos³⁸:

“Sin que se hagan esfuerzos para dotar á Málaga de las condiciones que necesita y tantas veces hemos indicado, con el fin que sea como Niza un punto á donde en el invierno vengan centenares de familias ricas á buscar la salud y el bienestar que ofrece en estos meses un clima templado, no dejan de venir personas de esa clase á dejarse aquí su dinero.

Esto mismo debería servir de estímulo al ayuntamiento, á las demás corporaciones, á las sociedades particulares, á cuantos se interesen por Málaga, para que cada cual dentro de su respectiva esfera procure que Málaga sea considerada como uno

de los mejores puntos de Europa para pasar el invierno y librarse de sus rigores.

Y como tantas veces se ha dicho, la explotación de este clima sería para Málaga como una mina de oro.”

Al año siguiente, el diario malagueño publica la temperatura media de cada mes, durante 1887³⁹, e incide en la necesidad de que los poderes públicos busquen nuevas fuentes de capital para acabar con la crisis económica que asola la provincia, apoyándose en las palabras de la Memoria de Ramón Larroca, Gobernador de Málaga⁴⁰. El periódico dirigido por Antonio Fernández y García parece tener muy claro que las mejoras pasan por que Málaga obtenga un alcalde de gran iniciativa, abnegación y patriotismo, que logre aglutinar a su favor a todas las clases sociales, lejos del espíritu de partido, bajo el lema *“Todo por Málaga y para Málaga”*⁴¹.

Siguiendo este argumento *patriótico*, en noviembre de 1888, *La Unión Mercantil* publica una noticia aludiendo al bien que para la ciudad supondría la propuesta del cónsul de Venezuela en Málaga, el doctor José Francisco Vegas, de presentar ante la Sociedad de Ciencias una moción para se adquieran instrumentos de precisión con los que llevar el control de las condiciones atmosféricas durante la semana, con la intención de que los resultados sean publicados por la prensa local y refutar con datos la tesis sobre la bondad del clima malagueño⁴². Compromiso de publicación que el diario acabará llevando a cabo fiel a su palabra a partir de 1893⁴³. Durante la temporada de baños, la cabecera también había publicado una información referente al número de viajeros que había acogido la ciudad de Málaga en Agosto de 1887, que ascendieron a más de 50.000, esperando que la experiencia se repitiera al siguiente año, y ofreciendo sus páginas para la publicación de las quejas que pudiera surgir⁴⁴.

Durante 1889, *La Unión Mercantil* se reafirma en su postura, y suma algunos datos al argumento a favor del excelente clima malagueño⁴⁵, al que se compara triunfalmente con las temperaturas de otras estaciones de invierno europeas, como Niza o Madeira, y otras ciudades españolas rivales, como Sevilla y Alicante⁴⁶. De la campaña emprendida a favor del clima local, se harán eco otros periódicos, que a bien citará la cabecera malagueña, suscribiendo sus propuestas, que pasan por la necesidad de que Málaga obtenga un buen Ayuntamiento, y se ocupe de emprender mejoras urbanísticas, ya sea ganando algunos terrenos al mar para construir un parque, la limpieza y pavimentación de sus calles, el ensanche y adorno de sus avenidas con

³⁹ *La Unión Mercantil*, 2-2-1888, pp. 3. “El clima de Málaga”.

⁴⁰ *La Unión Mercantil*, 25-5-1888, pp. 2. “En favor de Málaga”.

⁴¹ *La Unión Mercantil*, 30-5-1888, pp. 1. “Lo que Málaga necesita”.

⁴² *La Unión Mercantil*, 25-11-1888, pp. 2. “En bien de Málaga”.

⁴³ *La Unión Mercantil*, 17-1-1893, pp. 4. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”; 18-1-1893, pp. 4. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”; 25-3-1893, pp. 3. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”.

⁴⁴ *La Unión Mercantil*, 10-6-1888, pp. 1. “El verano en Málaga”.

⁴⁵ *La Unión Mercantil* 25-2-1889, pp. 2. “El clima de Málaga”.

⁴⁶ *La Unión Mercantil* 27-11-1889, pp. 2. “El clima de Málaga”.

³⁶ *La Unión Mercantil*, 21-12-1887, pp. 1. “A los anunciantes”.

³⁷ *La Unión Mercantil*, 22-6-1887, pp. 4. Gacetilla sin título; 24-6-1887, pp. 3. Gacetilla sin título.

³⁸ *La Unión Mercantil*, 23-11-1887, pp. 1. Noticia General sin título.

palmeras, o la edificación de hoteles y un Gran Casino en los terrenos puestos a la venta por la familia Crooke⁴⁷.

Un año más tarde, el diario madrileño *La Época* (1849-1936) publica una carta enviada por su corresponsal en Málaga, que *La Unión Mercantil* reproduce parcialmente, donde se hace una lista de los pudientes y distinguidos forasteros que van a pasar en Málaga la temporada invernal gracias a su agradable clima⁴⁸. Esta lista se completa con los ingenieros franceses llegados de París para ocuparse del proyecto de desviación del río Guadalmedina⁴⁹, y unos convecientes madrileños⁵⁰. La prensa extranjera también recomienda el clima malagueño a los enfermos y personas de constitución débil⁵¹.

En septiembre, el periódico malagueño se regocija al anunciar la creación de una *sociedad* encargada de atraer extranjeros durante la estación de invierno, facilitándoles el alojamiento en casas de *confort* en la zona de la Malagueta, y desde la Avenida de Pries hasta la barriada del Palo, y la contratación de personal de servicio durante su estancia⁵². La empresa, dirigida por Antonio Ruiz del Portal y un socio extranjero, y situada en la calle Mármol, nº 15, además de gestionar la estancia, a precio alzado, se encargaría de facilitar el viaje⁵³, incluyendo algunas concesiones en los trayectos por ferrocarril⁵⁴. A todas luces, consideramos que se trata de la primera referencia al proyecto de creación de una empresa turística, y posiblemente de la primera agencia de viajes de Málaga y Andalucía.

Poco tiempo después, la empresa manda una circular, fechada a 1 de noviembre de 1890⁵⁵, al diario *La Unión Mercantil*, anunciando la formación de la sociedad en Madrid, y aclarando sus objetivos empresariales, que pasan por la gestión del viaje de ida y vuelta, y la estancia para visitantes madrileños y extranjeros. Comienzan por un inmueble acondicionado en la zona de la Caleta⁵⁶. Con el paso del tiempo, nada más se sabrá de este proyecto, que no vuelve a ser mencionado en las páginas del periódico y cuyo destino debió de ser bastante funesto.

Con motivo de la próxima inauguración de la Calle del Marqués de Larios, en agosto de 1891, *La Unión Mercantil* se muestra esperanzada⁵⁷ y hace un recuento de las reformas urbanísticas que se han llevado a cabo en la capital para embellecerla, como el ensanche de la calle Granada y la Calle Nueva, que la acercan paulatinamente al ideal de estación invernal europea⁵⁸. A las mejoras en infraestructuras, se había sumado la organización de una *Batalla de Flores*⁵⁹, siguiendo el ejemplo de Niza, y la ampliación de la oferta para excursionistas, que incluyen expediciones a la Sierra del Torcal, el Tajo de Ronda, los desfiladeros de los Gaitanes y los pintorescos paisajes del camino de Málaga a Granada⁶⁰.

Pero, a pesar de los esfuerzos para promocionar el clima y las nuevas infraestructuras⁶¹, secundados por algunas revistas londinenses⁶², el estado de dejadez y suciedad en que vive sumida la ciudad⁶³ es un pesado lastre para los proyectos turísticos que pretenden convertir a Málaga en destino de referencia. En este sentido, no serán pocas las voces que se alcen exigiendo nuevas atracciones⁶⁴ unos mejores servicios públicos de policía y vigilancia, y unos alojamientos para los visitantes de mayor categoría⁶⁵. A estos requerimientos se sumará *La Unión Mercantil*, pidiendo más edificios modernos, como un una nueva cárcel, un hospicio, más escuelas⁶⁶, o un matadero⁶⁷, que tantos problemas va a dar a la hacienda local en un futuro.

Durante el año 1893, la situación económica del ayuntamiento parece haber empeorado, y los diarios malagueños, incluyendo a *La Unión Mercantil*, comienzan a especular sobre la posibilidad de que la alcaldía se endeude aún más pidiendo al Estado un *empréstito municipal*⁶⁸; algo que se podría haber evitado, a juicio de algún periodista⁶⁹, a través del embellecimiento de la ciudad y la explotación de su clima para convertirla en una población moderna, atractiva para los turistas y visitantes. Así las cosas, será el diario quien continúe sugiriendo algunas iniciativas, como la

⁴⁷ *La Unión Mercantil* 5-9-1889, pp. 2. "En bien de Málaga".

⁴⁸ *La Unión Mercantil* 24-1-1890, pp. 2. "Málaga, ciudad de invierno". Entre las personalidades españolas citadas se encontraban los marqueses de Blanco Hermoso y de Isasí, la condesa de San Isidro, los marqueses de Valle-Umbroso, la condesa de Cerrajería, el marqués de Guadalmina, las familias Santustillano Vadillo, y el conde de Benalúa. Las eminencias extranjeras, que se consideran más numerosas estuvieron representadas por el conde ruso de Beterhoff, las familias del conde Znamenski, del Príncipe Shakouskod, del general Halderman, y las familias de Bäuer, Palmer Livingstone, F. W. Palmer, J. B. Hamilton, L. Armstrong, F. Fergusson, Ch. Wol, A. Cohen, Baron Mories y el Gran Duque Nicolás de Rusia.

⁴⁹ *La Unión Mercantil*, 19-3-1890, pp. 2. "La desviación del Guadalmedina". Los señores Bord, Barbería y Cadoudal, comisionados de una casa de banca parisiense.

⁵⁰ *La Unión Mercantil*, 20-3-1890, pp. 1. "El clima de Málaga". El doctor en medicina, Vicente Montaro, el ingeniero de minas, Fermín Sánchez y el dueño del Hotel Roma de Madrid, el Sr. Yotti.

⁵¹ *La Unión Mercantil*, 28-10-1890, pp. 1. "El clima de Málaga".

⁵² *La Unión Mercantil*, 9-9-1890, pp. 1. "Málaga, estación de invierno".

⁵³ *La Unión Mercantil*, 31-10-1890, pp. 1. "El invierno en Málaga".

⁵⁴ *La Unión Mercantil*, 4-11-1890, pp. 2. "En bien de Málaga".

⁵⁵ *La Unión Mercantil*, 4-11-1890, pp. 4. "El invierno en Málaga".

⁵⁶ *La Unión Mercantil*, 6-11-1890, pp. 2. "El invierno en Málaga".

⁵⁷ *La Unión Mercantil*, 24-6-1891, pp. 3. "En bien de Málaga".

⁵⁸ *La Unión Mercantil*, 4-3-1891, pp. 1. "El embellecimiento de Málaga".

⁵⁹ *La Unión Mercantil*, 30-8-1891, pp. 1. "La Batalla de Flores – Consideraciones parciales".

⁶⁰ *La Unión Mercantil*, 21-11-1890, pp. 1. "Aliciente para los turistas".

⁶¹ *La Unión Mercantil*, 3-2-1891, pp. 1. "El clima de Málaga".

⁶² *La Unión Mercantil*, 24-4-1891, pp. 1. "Ventajas de Málaga".

⁶³ *La Unión Mercantil*, 13-9-1891, pp. 1. "La limpieza en Málaga".

⁶⁴ *La Unión Mercantil*, 17-3-1893, pp. 3. "La Indicación al público. Carta abierta al Sr. Alcalde". Firmado anónimamente, bajo el pseudónimo de *Un Amante de Málaga*; 23-2-1894, pp. 2. "Ecos de la opinión. Puede subsanarse estas faltas".

⁶⁵ *La Unión Mercantil*, 7-5-1891, pp. 1. "Interés que Málaga debe tener por explotar su clima e importancia militar, como fuente de riqueza para la capital y su provincia"; 8-5-1891, pp. 1. "Interés que Málaga debe tener por explotar su clima e importancia militar, como fuente de riqueza para la capital y su provincia" (conclusión). Artículos firmados por *Tom-yerona*.

⁶⁶ *La Unión Mercantil*, 16-8-1891, pp. 1. "Cosas que necesita Málaga".

⁶⁷ *La Unión Mercantil*, 3-9-1891, pp. 1. "En el Ayuntamiento – La sesión de ayer".

⁶⁸ *La Unión Mercantil*, 3-6-1893, pp. 2. "El empréstito. Lo inconcebible".

⁶⁹ *La Unión Mercantil*, 10-4-1893, pp. 2. "El empréstito municipal". Artículo firmado por *Claridades*.

construcción de un paseo ajardinado junto al mar⁷⁰, o denuncie las malas prácticas de la compañía de ferrocarriles - que había puso a disposición del viajero billetes económicos durante la anterior temporada de baños, pero sujetos a condiciones abusivas y confusas⁷¹, sin desmerecer el papel de los forasteros como los mejores portavoces a favor de turismo malagueño⁷².

Comienza el esperanzador 1894, con la accidentada⁷³ constitución en enero del nuevo Ayuntamiento de Málaga para el bienio 1894-1896, bajo el mando del nuevo alcalde, Francisco Prieto Mera⁷⁴. De él espera *La Unión Mercantil* grandes proyectos, y, sobre todo, que continúe con las campañas de prensa emprendidas por el propio diario⁷⁵:

“Nos referimos a la propaganda del clima de Málaga en el extranjero, propaganda que el nuevo Alcalde señor Prieto Mera se propone hacer, solicitando para ello el concurso del Ayuntamiento, que seguramente no ha de faltarle, si lo que se dice tiene algún fundamento.

No conocemos cual sea el pensamiento del Sr. Prieto Mera, pero si es cierto lo que se asegura, que buscará el modo de hacer en importantes capitales la propaganda del clima de Málaga, por todos los medios posibles, al mismo tiempo que inicia las mejoras que haga de esta hermosa ciudad una verdadera estación invernal, merecerá el aplauso unánime de los malagueños, pues falta hace que se trabaje en dicho sentido por la prosperidad de Málaga, que en su clima puede tener un elemento poderoso de riqueza”.

4.2. la alcaldía de Málaga a favor de la propaganda del clima (1894-1895): Francisco Prieto Mera

Conscientes de que la simple difusión del clima malagueño no es suficiente para sacar a Málaga de la crisis económica, *La Unión Mercantil* se une a la idea de que sea una Junta la encargada de proponer las obras de embellecimiento⁷⁶. En enero de 1894, parece dar por válido el rumor sobre un “opulento malagueño” que desea realizar por su cuenta algunas obras de embellecimiento, para lo que el diario considera conveniente que el Ayuntamiento ponga a su disposición todo tipo de facilidades⁷⁷.

Por su parte, la corporación local, al frente de Francisco Prieto Mera, va dando muestras de mejora, como mandar arreglar algunas calles, visitar a la guardia

municipal y satisfacer algunos jornales adeudados⁷⁸, visitar las escuelas⁷⁹, y hacer frente a los presupuestos municipales, que, de acuerdo por lo publicado por el diario *La Unión Mercantil*⁸⁰, arrojan un déficit millonario, resultado de la mala administración municipal en años anteriores⁸¹, y que empujará al ayuntamiento a buscar soluciones monetarias desesperadas⁸², hablándose nuevamente de pedir un empréstito municipal⁸³ y un anticipo de 300.000 pesetas al gobierno⁸⁴. Así las cosas, no tardará en sucederse el “escándalo Pinillos”⁸⁵ y la apertura de un expediente instruido por el alcalde, contra la administración interina de su predecesor Antonio Gómez Díaz⁸⁶, que culminarán con la suspensión de Francisco Prieto Mera como alcalde de Málaga, el 15 de febrero de 1895⁸⁷, en medio de grandes muestras de apoyo popular⁸⁸.

Pero mientras Francisco Prieto Mera permanece en la alcaldía de Málaga, efectúa algunas actuaciones relacionadas con el aprovechamiento del clima: como recaudar dinero para la causa⁸⁹, alentar a los dueños de fincas para que edifiquen⁹⁰, gratificar la redacción de una memoria sobre el clima⁹¹, y agilizar el nombramiento de una Junta encargada de la propaganda del clima de Málaga⁹²; claro antecedente de la Sociedad

⁷⁰ *La Unión Mercantil*, 16-1-1894, pp. 1. “Medidas del Sr. Alcalde”. Las medidas adoptadas incluían abrir al tránsito la calle del Peligro y la Alameda Hermosa, dictar disposiciones para mejorar el servicio de la guardia municipal, y pagar lo adeudado a la brigada de incendios.

⁷¹ *La Unión Mercantil*, 2-2-1894, pp. 4. “La visita del Alcalde”.

⁷² *La Unión Mercantil*, 19-6-1894, pp. 1. “Indicaciones del público”.

⁷³ *La Unión Mercantil*, 29-11-1894, pp. 3. “Situación Económica del Ayuntamiento”.

⁷⁴ *La Unión Mercantil*, 15-1-1894, pp. 1. “La ruina del municipio. ¡Pobre Málaga!”.

⁷⁵ *La Unión Mercantil*, 2-12-1894, pp. 1. “En el Ayuntamiento. Cabildo Extraordinario”.

⁷⁶ *La Unión Mercantil*, 29-11-1894, pp. 3. “Situación Económica del Ayuntamiento”.

⁷⁷ *La Unión Mercantil*, 23-11-1894, pp. 3. “Situación del Ayuntamiento. Apaga y vámonos. Un embargo”; 20-12-1894, pp. 2. “La ruina del Municipio. ¿A quién engordan los arbitrios...?”; 21-12-1894, pp. 1. “La administración municipal”; 24-12-1894, pp. 2. “Cosas del municipio. Los derechos de degüello. Un arbitrio ilegal”; 15-1-1895, pp. 4. “El asunto Pinillos. En bien de Málaga”. Según relata el diario, Martínez Pinillos vendría embargando al Ayuntamiento los arbitrios mensuales del matadero y cementerio, a raíz de un préstamo de dos millones que les concedió en 1886. Sobre los arbitrios del matadero pesaba un recargo a los industriales, para financiar la construcción de un nuevo matadero más higiénico en las afueras de la ciudad, acorde con la ley de sanidad; matadero que aún no se habría construido en tiempo de Francisco Prieto Mera. Artículos firmados por el periodista Salvador Ibarra y España.

⁷⁸ *La Unión Mercantil*, 14-2-1895, pp. 3. “Los cargos”.

⁷⁹ *La Unión Mercantil*, 10-2-1895, pp. 1. “El Gran Absurdo”; 10-2-1895, pp. 3. “La campaña de moralidad”; 14-2-1895, pp. 2. “Los cargos contra el Alcalde”; 15-2-1895, pp. 4. “La suspensión del Alcalde”.

⁸⁰ *La Unión Mercantil*, 10-2-1894, pp. 3. “En favor del Alcalde”; 12-2-1895, pp. 1. “En favor del Alcalde” y “La protesta contra el gobernador. Que se quede el Alcalde”; 13-2-1895, pp. 2. “Manifestaciones en favor del Alcalde”.

⁸¹ *La Unión Mercantil*, 26-2-1894, pp. 3. “En la Alcaldía. La reunión de ayer”; 3-6-1894, pp. 2. “En el Ayuntamiento. Por el clima de Málaga”.

⁸² *La Unión Mercantil*, 8-3-1894, pp. 4. “Reunión en la Alcaldía”.

⁸³ *La Unión Mercantil*, 6-1-1895, pp. 2. “La ruina del municipio. Siguen los datos”. La gratificación ascendió hasta las 2.5000 pesetas. Se desconoce la autoría y fecha de dicha memoria.

⁸⁴ *La Unión Mercantil*, 26-2-1894, pp. 3. “En la Alcaldía. La reunión de ayer”.

Propagandista del Clima, fundada a principios de 1896⁹³, que tan bien será acogida por la opinión pública malagueña⁹⁴.

En cuanto al diario *La Unión Mercantil*, continúa con la difusión de algunas informaciones relacionadas con la propaganda del clima, como los planes de los Marqueses de Larios y Castrillo de recaudar fondos para celebrar unas espectaculares fiestas en el invierno de 1894-1895⁹⁵, con el propósito de que sean inaugurados por la Reina Victoria Eugenia⁹⁶. Así mismo, sugiere por su cuenta que los teatros permanezcan abiertos en invierno⁹⁷, o que las fondas malagueñas de dispongan de algunos *álbumes* donde los visitantes puedan dejar consignadas sus impresiones, con la idea de que posteriormente sean impresos y distribuidos en francés a los principales hoteles de Europa⁹⁸.

Por este periódico llegamos a conocer la campaña de propaganda que el cónsul de Inglaterra en Málaga, Mr. Finn, llevó a cabo en los diarios ingleses para que publicaran artículos sobre la ciudad, su historia y clima⁹⁹. Con el tiempo, el inglés acabará asumiendo un papel esencial para la constitución en 1897 de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga, llegando a ser "*su principal promotor y verdadera alma*" de la sociedad (Arcas Cubero & García Sánchez, 1980: 46).

4.3. la primitiva Sociedad Propagandista del Clima (1896): primer intento de iniciativa turística

Una vez que Francisco Prieto Mera sale de la alcaldía, retoma sus quehaceres como abogado¹⁰⁰ y decide fundar en enero de 1896 la primitiva Sociedad Propagandista del Clima, apoyado por el director de *La Unión Mercantil*, Antonio Fernández y García, que ofrece para la causa las páginas de su periódico y ejerce como secretario de la organización¹⁰¹. En pocos meses se suceden unas enormes muestras de apoyo público¹⁰², en forma de adhesiones de miembros¹⁰³. Por desgracia,

parece que las rencillas políticas con el nuevo ayuntamiento dieron al traste con el proyecto¹⁰⁴.

En noviembre de 1896, Francisco Prieto Mera se traslada a Madrid¹⁰⁵. Mientras tanto, *La Unión Mercantil* sigue difundiendo, en menor medida, noticias sobre la propaganda del clima¹⁰⁶, y parece centrar su atención en otros menesteres, como la construcción del *Parque de Málaga*¹⁰⁷ y otros proyectos urbanísticos¹⁰⁸. No será hasta finales de 1897, que el antiguo fervor turístico haga acto de presencia en las páginas del diario¹⁰⁹, expectante ante el nacimiento de la Sociedad Propagandista del Clima de Málaga y Embellecimiento de Málaga.

Con el surgimiento de esta organización privada, el diario se replantea su papel dentro del entramado turístico. Han sido diez años de noticias sobre el clima y la necesidad de emprender obras de embellecimiento y modernización en la ciudad, a las que se suman ahora las referentes a la organización, por parte de la sociedad propagandista, de los festejos de agosto e invierno, empezando por los de 1899 (Arcas Cubero & García Sánchez, 1980: 48). Nuevamente, el diario vendrá a afrontar el reto con entereza, informando y alentando a la opinión pública malagueña.

4. conclusiones

En la campaña a favor de la propaganda del clima en *La Unión Mercantil* (1887-1897), parecen encontrarse los orígenes del turismo malagueño, pues fue este diario malagueño quien movilizó y concienció a la opinión pública malagueña, y a sus representantes, de la necesidad de atraer a los forasteros a la ciudad para generar riqueza. Con el tiempo, esta influencia devengará en escritos divulgativos sobre las bonanzas del clima y la necesidad de emprender mejoras urbanísticas, que acabará asimilando la genuina Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga.

En cuanto a las noticias, se tratan, por lo general, de gacetillas breves, sencillas y moralizantes que, en ocasiones, tienden a funcionar como recordatorio del argumento a favor de la bondad climática y el ideal patriótico de cooperación. En este sentido, el periódico reproduce informaciones y rumores, propagándolos, y

⁹³ *La Unión Mercantil*, 17-1-1896, pp. 3. "Málaga de Enhorabuena".

⁹⁴ *La Unión Mercantil*, 30-12-1894, pp.4. "Málaga, estación de invierno. Una empresa importante"; 31-12-1894, pp. 3. "La propaganda del clima" y "Málaga, estación de invierno", pp. 4.

⁹⁵ *La Unión Mercantil*, 19-7-1894, pp. 2. "Las fiestas de invierno"; 4-11-1894, pp. 3. "En favor de Málaga".

⁹⁶ *La Unión Mercantil*, 5-7-1894, pp. 2. "Málaga estación de invierno. Proyectos de festejos".

⁹⁷ *La Unión Mercantil*, 19-12-1894, pp. 2. "La temporada de invierno".

⁹⁸ *La Unión Mercantil*, 1-2-1894, pp. 2. "La propaganda del clima".

⁹⁹ *La Unión Mercantil*, 14 02 1896, pp.2. "Málaga, Estación de Invierno. El Ofrecimiento de un Cónsul"; 14-12-1894, pp. 2. "En honor de Málaga" y "Lo que es Málaga – Desde Londres", pp. 3; 16-12-1894, pp. 3. "Lo que es Málaga – Desde Londres" (conclusión).

¹⁰⁰ *La Unión Mercantil*, 22-2-1895, pp. 2. "Abogado".

¹⁰¹ *La Unión Mercantil*, 17-1-1896, pp. 3. "Málaga de enhorabuena".

¹⁰² *La Unión Mercantil*, 21-1-1896, pp. 1. "La propaganda del clima"; 24-2-1896, pp. 4. "Buen hijo de Málaga"; 8-2-1896, pp. 3. "Málaga, estación de invierno".

¹⁰³ *La Unión Mercantil*, 18-1-1896, pp. 1. "La propaganda del clima. Más adhesiones"; 20-1-1896, pp. 1. "una adhesión más" y "la propaganda del clima. Una adhesión valiosa", pp. 3; 18-1-1896, pp. 1. "Más adhesiones"; 21-1-1896, pp. 1. "Una adhesiones más".

¹⁰⁴ *La Unión Mercantil*, 12-2-1896, pp. 2. "En favor de Málaga"; 4-3-1896, pp. 2. "La propaganda del clima. Ingreso del alcalde"; 10-3-1896, pp. 1. "La propaganda del clima".

¹⁰⁵ *La Unión Mercantil*, 20-11-1896, pp. 1. "Ex-Alcalde de Málaga".

¹⁰⁶ *La Unión Mercantil*, 14-2-1897, pp. 1. "En bien de Málaga". Firma Dr. Physicus; 3-3-1897, pp. 1. "En bien de Málaga".

¹⁰⁷ *La Unión Mercantil*, 30-10-1895, pp. 1. "En obsequio de Málaga"; 10-2-1896, pp. 1. "Los terrenos ganados al mar"; 26-3-1896, pp. 2. "En Bien de Málaga. Seamos una vez prácticos"; 28-4-1896, pp. 1. "El parque de Málaga"; 5-5-1896, pp. 6. "El parque de Málaga".

¹⁰⁸ *La Unión Mercantil*, 22-4-1897, pp. 1. "En bien de Málaga"; 8-6-1897, pp. 1. "En bien de Málaga".

¹⁰⁹ *La Unión Mercantil*, 12-12-1897, pp. 4. "La reunión de anoche"; 13-12-1897, pp. 3. "En bien de Málaga – Una opinión más"; 15-12-1897, pp. 2. "La propaganda del clima"; 17-12-1897, pp. 1. "La mejora de Málaga".

actúa como catalizador del cambio, animando a la opinión pública, marcándole las pautas a cumplir en el ámbito turístico.

La Unión Mercantil se va a erigir como el portavoz de esos intereses económicos que deben redundar en beneficio de la comunidad malagueña local, atrayendo la prosperidad a través de la actividad turística y acabando con la crisis económica. Su discurso, previo al acatamiento de los géneros periodísticos, propio de los diarios del siglo XIX, se mueve entre el enjuiciamiento de la información pública y la educación de las masas, a las que alienta y marca el camino a seguir. Una dirección que, por lo demás, va a redundar en el bien común.

Las líneas de investigación futuras pasan por ahondar y enjuiciar debidamente estos esfuerzos turísticos, así como por la reivindicación de Málaga como la primera provincia que llevó a cabo proyectos turísticos y fundó el primer sindicato de iniciativa turística de España, en ocasiones tan injustamente olvidada por los historiadores del turismo español.

Por otro lado, parece prioritario reconocer el mérito de las actuaciones turísticas que el ex-alcalde Francisco Prieto Mera desarrolló mientras presidió la corporación local malagueña (1894-1895), y sus gestiones al frente de la primitiva Sociedad Propagandista del Clima (1886), de la que nada parece haberse escrito, debido, quizás, a su prematuro desenlace.

5. bibliografía

- Arcos y Cuadra, C. (1909): *De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España*. Barcelona: Banca Más Sardá. Reimpreso en 1974.
- Castellanos, J. (1998): "La promoción de Málaga y la idea de ciudad saludable". *Dynamis: Acta hispanica ad medicinae scientiarumque historiam illustrandam*, 18: 207-232.
- Checa Godoy, A. (1991): *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Alfar.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- García Galindo, J. A. (1995): *Prensa y sociedad en Málaga. 1875-1923. La proyección nacional de un modelo de periodismo periférico*. Málaga: Edinford.
- García Galindo, J. A. (2004): "Prensa y turismo en España (Málaga, 1872-1936): Orígenes y primer desarrollo de una actividad periodística especializada". *Centros y Periferias, prensa, impresos y territorios en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jacqueline Covo-Maurice*, 169-178.
- Guirao-Goris, J. A.; Olmedo Salas, A. & Ferrer Ferrandis, E. (2008): "El artículo de revisión". *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*. 1, 1: 1-25.
- León, L. de (1894): *Málaga, Estación de Invierno*. Málaga: Tipografía de las noticias.
- Morilla Critz, J. (1992): "La economía de Málaga, 1890-1930", En Tuñón de Lara, M. (Dir.) (1992): *Las ciudades en la modernización de España: los decenios interseculares: VIII Coloquio de Historia Contemporánea de España*. Madrid: Siglo Veintiuno de España.
- Mowl, G. & Barke, M. (2004): "Changing visitor perceptions of Malaga (Spain) and its development as Winter health resort in the nineteenth century". *Studies in Travel Writing*, 18, 3: 1-16.
- Pellejero Martínez, C. (1990): *La Filoxera en Málaga. Una Crisis del Capitalismo Agrario Andaluz*. Málaga: Arguval.
- Pellejero Martínez, C. (1995): "El turismo como alternativa económica en la Málaga de principios de siglo: Informe del Cónsul de Francia". *Revista Estudios Regionales*, 42: 297-312.
- Pellejero Martínez, C. (2005): "Turismo y Economía en la Málaga del siglo XX". *Revista de Historia Industrial*, nº 29, pp. 87-114.
- Pizarroso Quintero, A. (1993): *Historia de la propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Madrid: EUEDEMA.
- Ramos, A. S.; Bonilla Estébanez, I. & Guzmán Valdivia, A. (2001): *Cien años de historia de las fábricas malagueñas (1830-1930)*. Málaga: Acento Andaluz.
- Ruiz Más, J. (2008): "Médicos-viajeros y viajeros-convalectos de habla inglesa en la España Mediterránea durante el siglo XIX". *Revista EPOS*, XXIV: 175-189.
- Selltiz, C., Lawrence, S. & Cook, S. (1980): *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Rialp.
- Sesmero, J. (1897): *Málaga, su historia y sus gentes*. Málaga: Bobastro.
- Torres Bernier, E. (1983): "Los orígenes del turismo andaluz". *Revista Estudios Regionales*, 12: 331-365.

Fecha de recepción del original: febrero 2015
Fecha versión final: junio 2015
