



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 5º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Noticias y publicidad en los comienzos del turismo en Canarias: el “Diario de Tenerife” de 1887

Lic. Enrique Estévez Monzó ©

Universidad de La Laguna

PRECEDENTES Y OBJETIVOS

Los estudios y análisis científicos sobre los inicios del fenómeno turístico en la isla de Tenerife no son muy abundantes. Su tratamiento, desde el punto de vista de la incidencia en las publicaciones periódicas, aparece generalmente en las investigaciones como una mención accesoria y anecdótica.

Se puede afirmar que no ha sido abordado seriamente como materia digna de examen e investigación desde la perspectiva de los hechos que aparecen publicados en los medios de comunicación de la época, motivo éste, entre muchos otros, por lo que merece hacerse formalmente desde un enfoque eminentemente periodístico.

Se persiguen como objetivos generales la investigación del fenómeno turístico en sus inicios en la isla de Tenerife, a través fundamentalmente de su reflejo en la prensa de la época, para interpretar su repercusión en los medios de comunicación social, la economía y el desarrollo insular.

Para conocer las ventajas de su situación geográfica, de libertad de tránsito y de libre comercio que unidas a sus magníficos recursos naturales y climatológicos, invitan tanto a un turismo de descanso como de recuperación de la salud.

Como objetivos específicos, constatar y analizar los contenidos en el periódico de este momento de la creciente importancia, tanto en extensión y superficie como en frecuencia de la aparición de noticias, crónicas y reportajes relacionados con el turismo, la arribada de turistas, su cuantificación y procedencia.

El tráfico marítimo que se genera para la cobertura de esta demanda, el alquiler de viviendas para largas estancias por extranjeros, la publicidad turística como novedad en la demanda de bienes y servicios, la creación de los primeros establecimientos hoteleros.

Fenómenos nuevos en ese momento histórico que tienen un fiel reflejo en los medios de comunicación existentes, en los archivos y documentos de la época.

EL VIAJE

Podemos definir el turismo como la afición a viajar por el gusto de recorrer un país y a la organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes.

Los primeros que dieron el nombre de turismo a este género de viaje fueron los ingleses, pero, a no tardar, los demás pueblos europeos lo adoptaron para designar estos viajes de placer que traen consigo un continuado cambio de lugares. El interés y la admiración sentidos por las bellezas naturales, la recuperación de la salud, la necesidad de ejercicio y de hacer vida al aire libre contribuyeron notablemente al desarrollo del turismo en la segunda mitad del siglo XIX.

El viaje, la ruta de lo desconocido, el anhelo de impresiones siempre nuevas, ha seducido en todo tiempo al inquieto espíritu humano. Antaño, las penalidades y peligros que encerraba, el prolongado tiempo y gasto elevado que requería cerraban a la gran mayoría la posibilidad de disfrutar de ese placer incomparable. Desde que los progresos de la civilización sustituyeron el caballo y la carabela, por el ferrocarril y el vapor, transformando radicalmente las condiciones de los viajes, multiplicando los

medios de transporte y reduciendo los días a horas, el goce de viajar, deja de ser difícil ensueño para trocarse en realidad fácil, ha ido desarrollándose de manera extraordinaria.

Los hombres de los brumosos países del norte, contemplando su gris cielo, sueñan con el cielo azul del Atlántico sur y, cerrando los ojos, creen incluso percibir, flotando entre los aromas de su húmedo bosque, el perfume de plantas exóticas. Hablar de estos viajes supone hacer referencia a un tipo de viajero cosmopolita e ilustrado, provisto generalmente de medios, que buscaba en el viaje, ante todo, un nuevo conocimiento.

Y es paradójicamente en los viajes, donde se afirman definitivamente los valores y la identidad de los hombres ilustrados que deben ser viajeros, gentleman u hommes de qualité, es decir, hombres de mundo.

En el comienzo de Moby Dick, de Herman Melville, nos encontramos con un párrafo que de manera muy precisa nos proporciona las claves últimas y profundas sobre la razón de ser del viaje. Allí, Ismael, el protagonista, nos da tres razones por las que, de vez en cuando, se ve impulsado a salir de sí mismo y a emprender la aventura del viaje: para neutralizar la melancolía y la tristeza, para mejorar la salud (él habla concretamente de “arreglar la circulación sanguínea”) y para olvidarse de la muerte.

A veces, para encontrarnos con el verdadero sentido de las cosas, es mejor dejar hablar al subconsciente. Por ello, ese Ismael apesadumbrado y detenido frente al escaparate de una tienda de ataúdes, da rienda suelta a su mente y nos dice por qué en vez de destinar su vida a la bala de una pistola, prefiere cambiarla por la huida de un viaje. Por tanto, en los orígenes, el viaje es una decisión para neutralizar la tristeza humana, para ser más felices y –de acuerdo con las últimas teorías en torno a la enfermedad (ésta no sería sino un mal del alma)– para salvar nuestro propio cuerpo de la destrucción.

Pero es la tercera de las razones –la de la huida de la muerte– la más seria y contundente. El viajero, en último extremo, saliendo de sí mismo y de su mundo cotidiano, no hace otra cosa que rehuir o ignorar su propio fin, olvidarse de que es ser perecedero, de que existe la muerte. No es raro, por ello, que el hombre, antes de tomar la decisión de emprender un viaje, tenga en su haber (o la haya tenido) una enfermedad, un fracaso amoroso o una herida familiar. El viaje es el último remedio (y tantas veces desesperado) para neutralizar la pesadumbre del ánimo o la esperada muerte. Viaja, con frecuencia, el que no está en armonía consigo mismo y con su entorno, el que no se basta con lo que el hado le ha concedido, el que en definitiva desea ir más allá.

Pero el viaje no tiene por qué ser un fin en sí mismo, es decir, el reverso del fracaso, la enfermedad o la muerte. El viaje también puede ser un medio para acceder a una vida nueva. Quien se pierde en la mar, como quien asciende por los peñascales nevados de la alta montaña o ama la desnudez del desierto, está buscando, además de la huida, el vacío, la anulación del ser que hasta ahora ha sido. El viajero que busca la desnudez de aguas, rocas y arenas está borrando los nombres, citas y circunstancias de su pasado y desea encontrar la semilla de una nueva vida.

EL PERÍODO HISTÓRICO

En 1866, un grupo de generales pone fin a la monarquía de Isabel II y se forma un gobierno provisional que nombra gobernador civil de Canarias a Camilo Benítez, quien reprimió duramente al partido republicano de las islas. Al proclamarse la república en 1873, este gobernador cesa y es despedido en Santa Cruz con una descomunal silba.

Durante la primera república desempeña el cargo de gobernador civil Miguel Villalba Hervás y el de subgobernador civil de Las Palmas José María Pulido. Los diputados a cortes se comprometieron bajo la tutela del canario Nicolás Estévanez, ministro de la Guerra, a crear dos subestados o cantones en Canarias, proyecto que no llegó a cuajar.

Cabe recordar que en el año 1852, ocupando el Ministerio de la Gobernación Bravo Murillo, se decreta la importante Ley de Puertos Francos, de tanta importancia para impulsar desde sus principios el desarrollo de la economía de las islas y mantenerlo posteriormente hasta épocas recientes.

Con la restauración de la dinastía borbónica en la persona de Alfonso XII, la gobernación de las islas pasa a ser desempeñada por el tinerfeño Vicente Clavijo, que prohibió toda manifestación político-cultural. En esta época desempeña el cargo de comandante general de las Islas Canarias el general Weyler, artífice de los palacios militares de ambas islas capitalinas.

En este último tercio de siglo, destaca la personalidad política de Fernando León y Castillo que ocupó la cartera de Ultramar con el duque de la Torre como presidente del gobierno.

León y Castillo creó su propio partido en Gran Canaria, y Pérez Zamora, en Tenerife, siguió sus mismos postulados políticos.

El político grancanario impulsó la construcción de un puerto de refugio en el Puerto de la Luz, obra que supuso para éste colocarse en el primer lugar en tráfico de buques.

LA ECONOMÍA

El cultivo del siglo fue la cochinilla, cuyo ciclo empezó hacia 1830 y duró hasta finales de siglo, extendiéndose por todas las islas, alcanzando su momento culminante de producción entre 1855 y 1875. El desarrollo tan enorme que tuvo es necesario relacionarlo con las recién estrenadas franquicias en los puertos canarios, que abrieron mercados en toda Europa. Su ruina viene ocasionada por la aparición en el mercado de las anilinas.

Hundido el negocio de la cochinilla, se pensó en el plátano como cultivo dominante, siendo fomentado ampliamente por los ingleses, así como por el cultivo del tomate.

Con la desaparición del mercado de la cochinilla y hasta bien entrada la primera década del siglo XX, sobreviene un marasmo económico, pues el plátano y el tomate, nuevos cultivos de exportación, aún no estaban afianzados en las islas.

POBLACIÓN E INSTRUCCIÓN

A principios de siglo XIX, Canarias contaba con casi 100.000 habitantes, pasando al término de la centuria a unos 350.000. El crecimiento vegetativo es superior a la media nacional, con un ritmo de crecimiento constante, sólo se estanca entre 1875 y 1887, como consecuencia de la crisis de la cochinilla.

En esta época de crisis, la emigración volvió con mayor fuerza, pues la falta de trabajo, la débil estructura agraria, el exceso de población y la ruina de la cochinilla fue lo que impulsó al isleño a abandonar su tierra. El destino de los emigrantes es América, especialmente Cuba, Venezuela y Puerto Rico.

Merece especial atención, entre las calamidades que sufren las islas, la epidemia de fiebre amarilla de 1862, que se extiende fuertemente por Tenerife y la de cólera.

Hacia 1830, sólo un 8% de la población sabía leer y escribir y la mitad de los pueblos carecían de escuelas. Hacia 1880, se contaba con 238 escuelas, aunque de mala calidad.

En enseñanza media, funcionaban las escuelas de comercio y de náutica en Santa Cruz de Tenerife.

En 1816, Fernando VII crea la primera universidad estatal del archipiélago con sede en La Laguna, dejando de funcionar por falta de fondos en 1844. En este mismo año se funda el primer instituto de Canarias, emplazado en el viejo convento agustino de La Laguna. En 1913 se reanudan las actividades universitarias en el convento de los jesuitas, hasta 1927, en que se crea la universidad actual.

LA IMPRENTA Y LOS PERIÓDICOS

La imprenta se introduce en Canarias tardíamente, a mitad del siglo XVIII, lo que influyó en el retraso de la actividad periodística. Entre los impresores, podemos destacar en Tenerife a P. Ramírez, J. Romero, J. Benítez, y Vicente Bonnet, editor del "Diario de Tenerife"; en Gran Canaria, la imprenta del Dr. Chil y Naranjo y en La Palma la imprenta Time.

Debido a la tardía introducción de la imprenta, la prensa aparece mucho más tarde en Canarias que en resto de España. No se puede hablar de verdaderos periódicos hasta 1762 en que aparece "El Correo de Canarias", en Tenerife, pero hasta el reinado de Isabel II (1833-1868), los periódicos no tienen continuidad.

Durante el siglo XIX la prensa no tiene poder económico ni es popular, entre otras causas, por el gran analfabetismo existente en las islas reflejado anteriormente. Las dificultades para recibir noticias y los escasos y lentos medios de transporte en el ámbito insular eran otros de los inconvenientes.

A finales del siglo XIX, con la instalación del primer cable submarino, se comienzan a recibir las noticias del exterior con fluidez y con mayor rapidez, pues, hasta entonces, el correo y los periódicos traídos por los barcos de la península y extranjero eran las únicas fuentes de información.

Sería muy larga la lista si tuviéramos que enumerar todos los periódicos y revistas publicados en Canarias en la segunda mitad del siglo XIX. Se puede observar que la mayoría de las publicaciones no suelen sobrepasar los dos años de existencia, con algunas excepciones, como "El Memorándum" (1874-1895), periódico independiente; "Las Novedades" (1883-1891), periódico político y de interés general; "Diario de Tenerife" (1886-1917), periódico de intereses generales, noticias y anuncios.

No deja de ser curioso la facilidad con la que se editan nuevos periódicos, teniendo en cuenta la rapidez con que se extinguen.

Como nota característica de la prensa canaria de la época objeto de nuestro estudio, destacan los comentarios marineros, comerciales y agrícolas, además de las colaboraciones costumbristas y de sucesos insulares.

No deja de ser curioso la facilidad con la que se editan nuevos periódicos, teniendo en cuenta la rapidez con que se extinguen.

Como nota característica de la prensa canaria de la época objeto de nuestro estudio, destacan los comentarios marineros, comerciales y agrícolas, además de las colaboraciones costumbristas y de sucesos insulares.

LOS COMIENZOS DEL FENÓMENOTURISTICO EN CANARIAS

Santa Cruz de Tenerife y Puerto de La Orotava (actualmente Puerto de la Cruz) junto a Las Palmas de Gran Canaria fueron los primeros enclaves turísticos de las islas Canarias. El resto de las Islas era visitado sólo en casos excepcionales, pues se encontraban fuera de las rutas habituales de navegación, por lo que eran poco conocidas por los turistas y carecían de infraestructura alojativa. Por entonces era ya observable la tendencia al veraneo interior; donde las clases acomodadas se desplazaban de Santa Cruz a La Laguna, de La Orotava al Puerto de la Orotava, de Las Palmas a Tafira y Santa Brígida. Existía además una corriente de turismo interior vinculada al aprovechamiento de las fuentes de aguas minerales con fines medicinales. Los principales lugares visitados con el objetivo de recibir tratamiento de las aguas mineromedicinales y recuperar la salud, eran Vilaflor en Tenerife, Teror, Agaete y Firgas en Gran Canaria, y Fuente Santa y Charco Verde, en La Palma.

En las últimas décadas del siglo XIX se erigieron con capital inglés dos grandes construcciones hoteleras que, como sanatorios, albergaron en primer lugar a enfermos y convalecientes y posteriormente a turistas: El Taoro Hotel, rodeado por la frondosa vegetación del valle y sobre un antiguo río de lava, por encima del Puerto de la Orotava, y el Hotel Santa Catalina, en el istmo de Guanarteme, entre Las Palmas y el Puerto de la Luz.

Otro de los factores que favorecieron el desarrollo del turismo fue sin lugar a duda disfrutar de un clima absolutamente privilegiado, con muy pocas precipitaciones, temperaturas poco variables y, sobre todo, un invierno muy suave, sin los rigores de otras latitudes, apropiado para la cura de la tuberculosis, enfermedad que por aquellos momentos asolaba Europa, provocando una elevada mortalidad y sin otro tratamiento que el cambio de clima.

Posteriormente, nuevos lugares amplían nuestra primera geografía turística. En Tenerife, la capital dispone al final de este periodo de siete hoteles, situados la mayoría en torno a la Plaza de la Constitución; en el Puerto de La Orotava existían tres hoteles, aunque el viajero podía encontrar también algunas fondas españolas y varias pensiones familiares, suizas o inglesas; en Icod de los Vinos se abre un pequeño hotel; un médico alemán levanta un sanatorio en Güímar; y un hotel de veraneo se construye en Vilaflor. La Laguna también recibe extranjeros, como lo demuestra la existencia de dos hoteles ingleses y uno alemán.

ENCONTRAR HOSPEDAJE

Hasta la década de los ochenta del siglo XIX, las posadas eran casi los únicos lugares “aptos para el hospedaje en toda la isla de Tenerife”. Estas primitivas casas de huéspedes no solían reunir los requisitos y comodidades a las que estaban acostumbrados los europeos de la época. Sin duda se mostraron disconformes a menudo con el servicio y las comunicaciones, tal como lo atestiguan textos de viajeros extranjeros que anotaban sus experiencias sobre estas posadas. La residencia Jackson y la fonda del matrimonio Cullen, en el Puerto de La Orotava, son ejemplo de las hosterías de los primeros tiempos, precursoras de los hoteles que aparecieron con posterioridad: alojamientos discretos y sin pretensiones, guardando el estilo de las casas de huéspedes, con un trato amable y atento.

CANARIAS ES DISTINTA

Por superficial que pudiera parecer, una de las desventajas de Madeira, principal competidor en ese momento en recibir turistas, frente a las islas Canarias estaba relacionada con la imprudencia de los portugueses que revisaban atropelladamente las pertenencias de sus visitantes.

Este problema fue recogido en 1881 por uno de los textos de Poggi y Borsotto, en el cual se afirmaba que “el viajero que se presente en Santa Cruz de Tenerife no sufrirá las trabas y molestos registros en su equipaje que se experimentan en todos los puertos y fronteras. Declarada la provincia de Canarias puertos francos por Real Decreto de 11 de julio de 1852; es decir, suprimidas las aduanas, no existe la inspección de los carabineros”.

En Madeira, otro inconveniente se centraba en la ausencia de una bahía con muelle de atraque, lo que obligaba a que los pasajeros que desembarcaban tuvieran que ser cargados a hombros por los marineros. Canarias no contaba con aduana, pero sí con muelle de ciertas dimensiones y un clima calificado por muchos escritores de guías y libros de viajes de más benigno que el de los otros archipiélagos atlánticos. Además, el factor económico ofrecía una clara ventaja: los precios en el archipiélago eran sensiblemente menores que los de la isla portuguesa.

LOS PROGRESOS SE DEMORAN

Tenerife tuvo que hacer frente en las últimas dos décadas del siglo XIX a una gran cantidad de personas que escogían la isla como destino para restablecer su salud o conocer nuevos paisajes. Estos visitantes exigían las comodidades a las que estaban acostumbrados en su país natal, como agua caliente, servicio médico y de lavandería. Canarias comenzó a especializarse. Los hoteles, al principio, absorbieron a los sirvientes de las casas particulares adineradas, que conocían a fondo la profesión. Pero pronto hubo que contratar a campesinos sin la formación necesaria para ejercer las labores propias de la hostelería. Una de las actividades económicas nacida al amparo del crecimiento en el flujo de turistas fue la venta de productos manufacturados en la isla. Principalmente, se trataba de costura elaborada de forma artesanal. Los bordados y calados eran piezas muy apreciadas

entre los visitantes y su venta fue habitual en los hoteles desde aquellos años. El movimiento turístico en Tenerife, organizado como un verdadero sistema económico, tiene menos de un siglo de existencia. Habría que diferenciar la llegada de visitantes, habitual en la historia de la isla, de la actividad económica primordial de las islas: la industria turística. En la década de los sesenta del siglo XIX, el movimiento turístico en Tenerife era prácticamente inexistente.

Como consecuencia de la instauración de las líneas marítimas inglesas, que partiendo de Liverpool con destino a las colonias africanas, hacen escala en el puerto de Santa Cruz cada semana, comienzan a despachar billetes de ida y vuelta valederos por un año, al precio reducido de 15 a 25 libras esterlinas, se produce un incremento considerable de la afluencia de turistas hacia 1870. Hasta la primera década del presente siglo, el flujo de visitantes iba en aumento de manera constante. Sin embargo, esto no contribuyó al cambio en las condiciones tanto del trayecto como de la posterior estancia en la isla, donde se establecieron desde el principio varios puntos de interés además de la propia capital, casi todos ellos en la zona norte, como era el caso de La Orotava y la costa de Puerto de La Orotava.

LOS HOTELES DE SANTA CRUZ

La por entonces capital de Canarias gozó siempre de un número reducido de establecimientos hoteleros, que sin embargo ofrecían a sus usuarios un alto nivel de servicio en un marco, casi siempre, de bellos edificios y espléndidas zonas ajardinadas (como el Pino de Oro). La ciudad estaba acostumbrada desde antaño a tratar con mimo a sus visitantes. Así se refleja en una ordenanza promulgada a finales del siglo XIX, en la que se prohibía cualquier acto que perturbara la buena convivencia con los extranjeros durante su estancia en la isla. Los hoteles de la capital formaban una parte importante de ese paisaje a caballo entre el urbanismo europeo y la naturaleza de las islas. En la última década del siglo XIX, Santa Cruz ya contaba con algunos bellos edificios dedicados al alojamiento de visitantes. De los más antiguos, el “Hotel Inglés”, inaugurado en 1841, se ubicaba en el número 11 de la calle de los Balcones, ahora San Francisco. Posteriormente fue adquirido por el portugués Camacho, cambiando su nombre original por el de “Hotel Camacho”. En su guía “Madeira y las Islas Canarias”, Harold Lee nombra al propietario de este hotel como “digno de confianza y atento, al tiempo que un divertido anfitrión”.

El “Hotel de La Marina”, en el número 13 de la calle del mismo nombre, abrió sus puertas en 1862. Con su treintena de habitaciones, era especialmente admirado por las bellas vistas de la bahía que podían contemplarse desde sus estancias. A partir de 1886 fue rebautizado como “The International Hotel”, para trasladarse tres años después a la actual plaza de la Candelaria. El “Hotel Victoria”, de la plaza de la Constitución (hoy de la Candelaria), concentraba hacia 1874 una clientela más determinada: casi todos sus huéspedes habituales eran militares y personas llegadas de la península con el objeto de realizar trabajos o trámites concretos. El “Hotel Pino de Oro”, edificado sobre una antigua casa rural, se mantuvo hasta los años sesenta del siglo XX, localización que hoy conserva ese nombre. Propiedad de Mrs. J.L. Lewis, contaba con unos bellos y extensos jardines, que fueron utilizados como reclamo publicitario para atraer clientes. De esta forma, Santa Cruz, a lo largo del siglo XIX y principios del XX, contó con un número significativo –aunque no elevado– de hoteles si lo comparamos con las dimensiones de la ciudad y su población. “El Orotava” –fundado en 1880– antigua Fonda Francesa, en la plaza de La Candelaria, y el desaparecido “Hotel Niza”, cerca de la Plaza del Príncipe, fueron otros de ellos. Harold Lee, en su guía “Madeira y las Islas Canarias”, antes mencionada, informa a sus lectores que dos de los establecimientos santacruceros eran ingleses, valorando muy positivamente la posibilidad de ser entendido.

LA OROTAVA Y SUS HOTELES

En 1864, Nicolás Benítez de Lugo abrió los primeros establecimientos hoteleros en el Valle de La Orotava, destinados a extranjeros enfermos.

La Compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de La Orotava, en 1886, da un gran impulso al turismo en la isla, al inaugurar el “Orotava Grand Hotel” en los Llanos de Martiánez, que pasó a denominarse “Hotel Martiánez” en 1890. Estaba destinado a ese especial tipo de viajeros que buscaban mejorar su salud. No es extraño que éste, junto a otros similares diseminados por el valle, no sucumbieran a las sucesivas crisis que han marcado el desarrollo del turismo en Tenerife a lo largo de su historia. De hecho, el primitivo establecimiento tuvo que recurrir en muchas ocasiones a otros inmuebles que de forma ocasional suplían la escasez de sus plazas.

DE CASAS SEÑORIALES A HOTELES

Dentro de la categoría de hoteles construidos sobre casa particulares, destacan “El Marquesa” y “El Monopol”, ambos situados frente a la iglesia de Nuestra Señora de la Peña de Francia, en el Puerto de la Orotava.

En 1887, el marqués de la Candia arrendó la casa a la Compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de La Orotava. Pero fue un año después, con el fallecimiento de Tomás Fidel Cologan, cuando su esposa se hizo cargo de la administración, recibiendo el hotel el nombre del título de su propietaria: “El Marquesa”. Entre sus características comunes a otros de la zona, figura que fue lugar de importantes actos sociales, desde las tertulias hasta las reuniones de los políticos tinerfeños del momento.

El “Hotel Monopol” se dedicó al negocio de la hostelería desde 1888 bajo el nombre de hotel Senator. Tomó su denominación definitiva en 1905.

UN GRAN HOTEL: EL TAORO

La fusión de la Compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de La Orotava y The Taoro Company Limited, en 1887, proyectan la construcción del Gran Hotel Taoro o The English Grand Hotel, aunque también se le conoció con el nombre de Hotel Balcón, debido a las vistas que dominaban la ciudad.

Las obras dieron comienzo en 1888. Dos años después entró en servicio su pabellón central, aunque el edificio no se terminó definitivamente hasta 1893.

Construido conforme a los adelantos modernos destinados a dar hospedaje a los extranjeros delicados de salud, y a los que, por curiosidad o placer, desearan pasar en el Valle de la Orotava la estación invernal. Fue concebido como un lugar para combinar la suntuosidad y glamour europeo con la desbordante naturaleza canaria.

El hotel, que se convirtió en el mayor de Canarias, contaba con un total de 193 habitaciones, su emplazamiento, en un lugar privilegiado y una especial simetría entre la construcción y el jardín. El interior estaba dominado por el buen gusto, que no impedía la comodidad en los elementos decorativos y mobiliario y fue uno de los primeros edificios isleños dotado de alumbrado eléctrico, además de contar con agua caliente y fría en todas las estancias, con una treintena de servicios higiénicos y lavabos personales en cada habitación.

Todas estas características arquitectónicas y tecnológicas unidas a la belleza hasta ese momento desconocida de sus jardines dieron como resultado la instalación hotelera de mayor nivel que hasta entonces había conocido Canarias.

El tiempo transcurrido y su trayectoria a través de los años han hecho del Gran Hotel Taoro toda una institución de gran solera

EL DIARIO DE TENERIFE

Fundado por Patricio Estévez y Murphy, "El Diario de Tenerife" comienza su publicación en Santa Cruz de Tenerife el 1 de noviembre de 1886, editándose con mayor o menor fortuna hasta 1917, año en que dejó de imprimirse.

Con una tirada diaria, excepto los domingos y fiestas de gran solemnidad, se imprimía en la imprenta de Vicente Bonnet, situada en la calle del Castillo, 49.

Su formato tabloide de 48 por 33 cm y de cuatro páginas a cuatro columnas. En su cabecera figura "Periódico de intereses generales, noticias y anuncios". Su línea editorial se declaró en el primer número.

En cuanto a su maquetación, comienza, bajo la cabecera, con la situación geográfica del puerto de Santa Cruz de Tenerife, especificando su longitud y latitud, a tres columnas, en inglés, español y francés. Como curiosidad, indicar que la longitud en inglés, viene referida al meridiano de Greenwich, en español, al meridiano de S. Fernando y en francés al meridiano de París.

La maquetación de la primera plana se distribuye en secciones de frecuencia:

Fija: Precios de suscripción, Tarifa de Anuncios, Observaciones Meteorológicas, Cambios Corrientes, Registro Civil, Sección Religiosa, Efemérides.

Prácticamente fija: Sección Marítima, Gobierno militar, Boletín Oficial, Telegramas, Novela por entregas.

Esporádicas: Crónica, noticias breves, noticias de agencias y de corresponsales.

En la segunda y tercera página, la distribución de la maquetación en general es prácticamente fija: Crónicas, opinión, publicación de correspondencia y los servicios del puerto, unos días en español y otros en inglés o francés; en la zona inferior, la novela por entregas.

Reserva siempre la última página completa para publicidad y anuncios publicados en español, inglés y francés.

En general, "El Diario de Tenerife" era una publicación con numerosas secciones, pero que no aportaba variedad de información. Era una tribuna para la publicación de cartas enviadas por sus lectores, tanto de opinión como informativas.

Los ejemplares consultados se encuentran depositados en la Biblioteca Central de la Universidad de La Laguna, en el Campus de Guajara, Departamento de Fondos Canarios.

EL FENÓMENO TURISTICO EN EL "DIARIO DE TENERIFE"

En los ejemplares analizados, se han encontrado una proporción del 25% de noticias relacionadas con el turismo, si bien el 63 % de las mismas hacen referencia a las llegadas y salidas a los puertos de la isla de vapores con pasajeros procedentes o con destino al extranjero. Otro bloque de información, el 24 %, son opiniones publicadas bien en el "Diario de Tenerife", o en

periódicos extranjeros, de los que se hace eco el diario isleño y que describen el viaje y la estancia de personajes que han visitado la isla. Un tercer grupo, que supone tan solo el 13 %, proporciona información diversa referente al turismo en las islas.

Las informaciones relacionadas con las llegadas y salidas de vapores se encuentran en las secciones Marítima y Crónicas, entre la primera y segunda página del periódico. Los reportajes están localizados en la segunda y tercera página, sin sección definida. El tercer grupo de noticias lo encontramos repartido entre la sección de crónicas, opinión y correspondencia.

Al ser un noticiero de tan solo cuatro páginas, no dispone de un gran espacio redaccional, por lo que es lógico que el género periodístico que predomine sea la noticia breve, expresada con un lenguaje conciso, claro y sencillo.

Del análisis de las diferentes informaciones recabadas durante el periodo estudiado, se deduce que:

- El tráfico marítimo con el extranjero en el puerto de Santa Cruz es muy importante por su volumen y frecuencia.
- Se establecen líneas permanentes con Liverpool y Marsella, y como consecuencia se produce un aumento importante de visitantes, lo que puede significar el comienzo de la industria turística como tal.

Durante el período analizado, se producen hechos tan importantes como la inauguración de la sucursal del Hotel Sanatorium en La Laguna, la ampliación de capital de la Sociedad de Hoteles y Sanatorium de La Orotava y la reforma del "Hotel Camacho" en Santa Cruz, necesaria para atender la demanda.

Esta incipiente infraestructura hotelera, como consecuencia de una mayor demanda de plazas de alojamiento, confirman que es aproximadamente en este momento histórico cuando Tenerife deja de ser un lugar que recibe visitas esporádicas, para convertirse en un destino turístico de salud y ocio.

Una promoción desde el exterior de las bondades de su clima, de las ventajas económicas respecto a otros destinos y de facilidades aduaneras por ser puerto franco son motivos de peso que inducen a los turistas a trasladarse a nuestra isla. No deja de ser curioso que la promoción la realicen los mismos turistas al regresar a su país de origen, reflejándolo en artículos periodísticos que indican un alto grado de satisfacción por su estancia en Tenerife.

LA PUBLICIDAD DE LA ÉPOCA

La publicidad es tan antigua como la raza humana, desde que el hombre comenzó a comerciar tuvo la necesidad de dar a conocer sus mercancías. La simple oferta personal de trueque en los primeros tiempos, el reclamo y la competencia a viva voz más tarde, en las ferias y los mercados; los anuncios murales luego y en todo tiempo las formas y los sistemas que ha hallado la imaginación hasta la invención de la imprenta; proceso lento hasta mediados del siglo XIX, pero desde estas fechas se convierte gradualmente en un factor económico poderoso aprovechando todos los recursos de la prensa y sobre todo su capacidad de difusión.

La publicidad de la etapa analizada en 1887 en el "Diario de Tenerife" es una publicidad del antiguo estilo, sin nada que ver con la que se hace actualmente, ni en la forma ni en los contenidos; se limitaba a informar, presentando los anuncios de modo más o menos artístico y en la medida de las posibilidades del anunciante con dibujos a plumilla que destacaban al primer golpe de vista, llamando la atención como única fuerza del anuncio.

El anuncio ejerce una influencia poderosa sobre los lectores y tiene valor educativo por sus descripciones de las mercancías, de sus usos y utilidades. En virtud de su fuerza persuasiva incita al consumo de artículos nuevos creando necesidades.

Desde el valor de las palabras con que se redactan los anuncios, hasta su forma de composición tipográfica, desde la utilización o no de grabados y su fusión con la idea que el texto expresa, hasta las relaciones de cada composición con las que le rodean; todo tiene como finalidad el provocar el estímulo del deseo de comprar.

El periódico en manos de sus lectores hace suponer que están dispuestos a la lectura y la acción inmediata de los anuncios publicados consiste en aprovechar dicha disposición para conseguir que el lector considere también interesante la proposición que le hacen.

LA PUBLICIDAD EN EL "DIARIO DE TENERIFE"

En los ejemplares analizados, se han encontrado una proporción del 23% de anuncios publicitarios, si bien el 35,6 % de los mismos hacen referencia a las llegadas y salidas de vapores con pasajeros procedentes o con destino al extranjero. Otro bloque de anuncios relacionados con la hostelería y el turismo ocupan el 5,4 %, sobre productos sanitarios ocupan el 8,2%, un cuarto grupo lo forman anuncios comerciales con un 32,8%, continúa con los relacionados con la alimentación con un 6,8% y por último un apartado de varios que incluye un 10,9%.

Las informaciones relacionadas con las llegadas y salidas de vapores, se encuentran en las secciones Marítima y Crónicas, entre la primera y segunda página. Los reportajes, están localizados en la segunda y tercera página, sin sección definida. El

tercer grupo de noticias, lo encontramos repartido entre la sección de crónicas, opinión y correspondencia.

El estilo que predomina es el anuncio breve, con un lenguaje conciso, claro y sencillo, publicándose en inglés un 5,8%, en francés un 2,9% y en alemán e italiano solamente un 0.7% y aparecen grabados a plumilla en un 9,5%.

Del análisis de los diferentes anuncios recabados durante el periodo estudiado, se deduce que:

El tráfico marítimo con el extranjero en el puerto de Santa Cruz es muy importante. Se establecen líneas permanentes con Liverpool y Marsella, y como consecuencia un aumento importante de visitantes, lo que puede significar el comienzo de la industria turística como tal. No olvidando que la gran mayoría de anuncios publicados están en relación directa con el tráfico marítimo, sobre todo internacional y con líneas extranjeras que ofrecen sus servicios tanto de carga como de transporte de viajeros.

Le sigue en importancia el número de anuncios dedicado a productos sanitarios de diversa índole y características que se ofrecen con detalle. Continúa con anuncios de contenido comercial amplio y variado, finalizando con anuncios de alimentación en general.

BIBLIOGRAFÍA

GENERAL:

ACERANZA, M. A.: "Promoción turística. Un enfoque metodológico". Trillas. México, 1990.

ACIRÓN R, R.: "La Prensa en Canarias, apuntes para su historia". Servicio de Publicaciones de CajaCanarias. S/C de Tenerife, 1986.

ASLOWORTH, W.: "Breve historia de la economía internacional (desde 1850)". Fondo de Cultura Económica. México D .F., 1979.

CIORANESCU, A.: "Historia de Santa Cruz de Tenerife". CajaCanarias, 1979.(tomos 2 y 3).

DAHDA, J.: "Publicidad turística". Trillas. México, 1990.

HERNANDEZ G, J: "La economía de Tenerife ante la crisis del XIX canario: Los nuevos cultivos de recambio". I Jornadas de Estudios Canarias-América. CajaCanarias, 1987.

MARTÍN HERNÁNDEZ, U.: Tenerife y el Expansionismo Ultramarino Europeo (1880-1919). Excmo. Cabildo Insular de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife. 1988.

PÉREZ G, F.: "El cable telegráfico Cádiz-Tenerife, La Prensa y el Pleito insular (1880-1884). Colección Arte e Historia. Aula de Cultura del Cabildo Insular de Tenerife, 1997.

ESPECÍFICA:

ACIRÓN R, R.: "Canarias: Prensa y turismo". Ediciones Idea. S/C de Tenerife/Las Palmas de Gran Canaria, 1997.

ALEMÁN DE ARMAS, G.: "El turismo de otro tiempo" Ediciones IDEA. Santa Cruz de Tenerife. 1998.

PERIÓDICOS: DIARIO DE TENERIFE DE 1887

REVISTAS: REVISTA DE CANARIAS

LA ILUSTRACIÓN DE CANARIAS

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Estévez Monzo, Enrique (2002): Noticias y publicidad en los comienzos del turismo en Canarias: el "Diario de Tenerife" de 1887. Revista Latina de Comunicación Social, 46. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4611esteve.htm>