

# LA PRODUCCIÓN HISTÓRICA DE ESCENARIOS VACACIONALES EN LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS: LA URBANIZACIÓN DE S'AGARÓ (1916-1949)<sup>1</sup>

Nadia Fava  
Marisa García Vergara

## INTRODUCCIÓN

LOS análisis de las ciudades de principios del siglo xx no siempre han puesto el crecimiento y desarrollo turístico en relación con las transformaciones sociales, políticas y culturales contemporáneas:<sup>2</sup> rara vez el fenómeno ha sido estudiado en conexión con las actividades productivas ya presentes en la zona, o con los intereses de los habitantes locales en la promoción de su territorio.<sup>3</sup> En España, sin embargo, los promotores económicos y los políticos locales que impulsaron las iniciativas turísticas compartieron un proyecto que no solamente veía en el turismo una oportunidad de beneficio económico, sino también un medio para transformar el territorio, reformar la vida política, social y cultural del país, e incluso proyectar una imagen de modernidad hacia el exterior.<sup>4</sup>

A lo largo del siglo xx el turismo no sólo ha sido una importante actividad económica. La construcción de espacios turísticos también ha contribuido a forjar, desde las instituciones públicas, identidades nacionales en todas sus gamas de diversidad regional.<sup>5</sup> En este sentido,

---

<sup>1</sup> Los contenidos del presente texto son resultado del proyecto I+D+i coordinado por Mary Nash y Antoni Vives y financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad: “Turismo y performatividad de la identidad local: Nación y región desde una perspectiva postcolonial y de género (Catalunya y Balears: siglos XIX-XXI)” (HAR2017-83005-R).

<sup>2</sup> Peter Borsary y John K. Walton, “Introduction: the resort-port relationship”, en Peter Borsary y John K. Walton (eds.), *Resort and Ports. European Seaside Towns since 1700, Tourism and Cultural Change*, Channel View, Bristol, Buffalo, Toronto, 2011, pp. 1-17.

<sup>3</sup> Con notables excepciones, entre las más actuales: Ana Moreno Garrido, *De forasteros y turistas. Una historia del turismo en España, 1880-1936*, Marcial Pons, Madrid, 2022; Rafael Vallejo Pausada, *Historia del turismo en España, 1928-1962*, Sílex, Madrid, 2022; Rafael Vallejo y Carlos Larrinaga (dirs.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*, Sílex, Madrid, 2018, o también el número monográfico Rafael Vallejo y Carlos Larrinaga (eds.), “El turismo en España”, *Ayer*, 114 (2019).

<sup>4</sup> Saida Palou y Gemma Torres, “Turismo y nación en el diseño de la ciudad cosmopolita. Disciplinas de género y clase en Barcelona 1908”, en Antoni Vives y Gemma Torres (eds.), *El placer de la diferencia: Turismo, género y nación en la historia de España*, Comares, Granada, 2021, pp. 105-120.

<sup>5</sup> Carmen Gil de Arriba, “Geografías turísticas”: moda y modos de viajar en la España de la primera mitad del siglo xx”, *Ayer*, 114 (2019), pp. 147-174. Eugenia Afinoguénova, “An organic nation: State-run tourism, Regionalism, and Food in Spain, 1905-1931”, *Spanish Languages and Literatures Research and Publications*, 34 (2014), pp. 743-779. Ana Moreno Garrido, *Historia del turismo en España en el siglo xx*, Síntesis, Madrid, 2007. Antoni Vives-Riera, “Tourism and nationalism in the production of regional culture: the shaping of Majorca’s popular songbook between 1837 and 1936”, *Nations and Nationalism*, 24: 3 (2018), pp. 695-715. Beatriz Correyero y Rosa Cal, *Turismo: La mayor propaganda de estado. España: desde sus inicios hasta 1951*, Visionnet, Madrid, 2008.

algunos estudios recientes recalcan la duplicidad de intereses políticos y económicos en la construcción cultural de las identidades nacionales y regionales en relación con el valor turístico del territorio y la entrada en la sociedad de consumo.<sup>6</sup> De todas formas, la relación entre cultura turística, imagen proyectada y políticas públicas ha sido mayormente analizada en relación con el turismo de masas de la etapa desarrollista del franquismo.<sup>7</sup> Menos frecuentes son los estudios centrados en analizar esta relación con el turismo de élite durante la primera mitad del siglo xx. Este es el contexto en que se construyó en 1924 la ciudad jardín de S'Agaró, situada en la Costa Brava de Gerona.

Si toda ciudad, como afirmó Henri Lefebvre,<sup>8</sup> es una producción social compleja basada en valores e imaginarios relacionados con las formas en que la gente las percibe y utiliza,<sup>9</sup> estudiar el espacio urbano como una producción más que como un proceso implica considerar la multiplicidad de prácticas que producen socialmente los espacios y también el carácter conflictivo, en última instancia político, de los procesos de producción espacial.

El análisis de la construcción de S'Agaró (1916-1926) y de sus correspondientes publicaciones promocionales hasta 1949,<sup>10</sup> ilustra la relación entre el marco espacial físico de un resort costero con connotaciones claramente políticas, y un programa cultural simbólico de carácter turístico en principio apolítico. La función de los materiales publicitarios del resort era construir un mundo simbólico que pudieran compartir las clases acomodadas de Cataluña y Europa en general. Tanto el espacio urbanístico como la correspondiente propaganda promocional ofrecían a sus huéspedes un idílico escenario en el que se materializaba una imagen de calma e inmovilidad, en abierta confrontación con la conflictividad de la época. Los documentos de archivo con relación a la proyección y promoción de S'Agaró, nos permitirán confrontar el contexto cultural y social con el programa arquitectónico propuesto y desplegado en sintonía con las sensibilidades políticas burguesas que primero conducirán a posiciones nacionalistas catalanas y posteriormente confluirán con las políticas turísticas iniciadas durante el franquismo a partir de 1939.

#### S'AGARÓ EN LA COSTA BRAVA: ESCENARIO TURÍSTICO MEDITERRÁNEO

El turismo fue parte esencial del proceso de transformación social de España, junto con la industrialización y la instauración de la sociedad de consumo.<sup>11</sup> Desde finales del siglo xix y principios del xx, se benefició de una economía más rentable y acumulativa.<sup>12</sup> La estrecha relación entre la industrialización y el desarrollo del turismo es evidente en el caso de Inglaterra, donde las primeras ciudades costeras se construyeron de forma paralela a la primera revolución industrial. Durante ese período, las élites de los países europeos industrializados, preocupadas por la salud conforme al paradigma higiénico de la época, se convecionaron de las cualidades curativas del aire puro, las aguas termales, el ejercicio físico y

<sup>6</sup> Jorge Villaverde y Yvonne Galant, *¿El turismo es un gran invento? Usos políticos, identitarios y culturales de turismo en España*, Institució Alfons el Magnànim, Valencia, 2021. Alicia Fuentes Vega, *Bienvenido, Mr. Turismo. Cultura visual del "boom" en España*, Cátedra, Madrid, 2017.

<sup>7</sup> Justin Crumbaugh, *Destination dictatorship: The spectacle of Spain's tourist boom and the reinvention of difference*, SUNY Press, New York, 2009.

<sup>8</sup> Henri Lefebvre, *La Production de l'espace*, Anthropos, París, 1974.

<sup>9</sup> Brian McLaren y D. Medina Lasansky (eds.), *Architecture and Tourism: Perception, Performance and Place*, Berg, Oxford, New York, 2004.

<sup>10</sup> *Revista de S'Agaró, Publicació de turisme*, Edicions S'Agaró (1935-1974). Consultable en línea: <https://xacpremsa.cultura.gencat.cat/pandora/pub.vm?id=0001204942&year=1935&view=premsa&lang=es>

<sup>11</sup> John K. Walton, "Seaside tourism in Europe: Business, urban and comparative history", *Business History Journal*, 53: 6 (2011), pp. 900-916.

<sup>12</sup> Rafael Vallejo y Carlos Larrinaga (dirs.), *Los orígenes del turismo moderno en España*.

los baños de mar.<sup>13</sup> Hacia finales del siglo XIX, el turismo se popularizó y se extendió a las clases medias.<sup>14</sup> En España este proceso se inició en las primeras décadas del siglo XX. En Cataluña tuvo un sesgo específico, puesto que estuvo ligado a la voluntad política de modernizar el territorio y a la vez, forjar una nueva identidad nacional catalana abierta al exterior.

Persiguiendo este objetivo, en 1906 se creó en Barcelona la Comisión de Atracción de Forasteros (1906-1909), que pronto fue sustituida por la Sociedad de Atracción de Forasteros (1908-1936).<sup>15</sup> Se trataba de una entidad semiprivada, patrocinada y subvencionada tanto por el Ayuntamiento como por la Diputación de Barcelona, aunque también recibía financiación de organizaciones industriales, comerciales, artísticas y científicas. En 1909 se creó la primera oficina de información turística municipal, que entre 1910 y 1936 publicó la revista *Barcelona Atracció*.<sup>16</sup> Además de promover Barcelona y Cataluña como destino turístico y de impulsar el intercambio cultural que permitiría modernizar las costumbres de la población,<sup>17</sup> su objetivo era hacerse eco del proyecto político y cultural de la Lliga Regionalista, que controlaba el Ayuntamiento de la ciudad condal desde 1901 y se puso al mando de la nueva Mancomunitat de Catalunya en 1914, poco antes de que se gestase el proyecto de S'Agaró.<sup>18</sup>

Culturalmente, el programa de la Lliga se plasmaba en el ideario del movimiento *Noucentista*, encabezado por el intelectual Eugeni d'Ors.<sup>19</sup> Como otras coetáneas surgidas en el seno del reformismo burgués en toda Europa, esta corriente cultural pretendía romper con el subjetivismo irracional del *Modernisme*, reclamando un retorno a los orígenes depurados de las tradiciones clásicas mediterráneas. Los novecentistas catalanes veían este origen de manera ecléctica. Su ideario se nutría de los valores de las ideologías regionalistas antiurbanas, que veían en el mundo rural y en la naturaleza humanizada las auténticas y sólidas raíces culturales de la nación.<sup>20</sup> La *masía* y su austera decoración –una construcción rural ligada al trabajo agrícola y a la naturaleza– encarnaban su visión idealizada del entorno agrario. Por otra parte, el canon del clasicismo, la tradición latina y sus valores simbólicos también formaban parte de un ideario estético que vinculaba Cataluña a la modernidad europea.<sup>21</sup>

Las primeras manifestaciones del turismo en Cataluña fueron aisladas y discontinuas. En la Barcelona de finales del siglo XIX, la actividad turística se orientó primero hacia la

---

<sup>13</sup> Alain Corbin, *The Lure of the Sea: The Discovery of the Seaside in the Western World, 1750-1840*, Polity Press, Cambridge, 1994.

<sup>14</sup> Los avances sociales en diferentes países europeos democratizaron el turismo cuando los gobiernos sancionaron el derecho a las vacaciones pagadas. Bernard Toulier (ed.), *Tous à la plage! Villes balnéaires du XVIII<sup>e</sup> siècle à nos jours*, Lienart, Paris, 2006.

<sup>15</sup> Saida Palou Rubio, *Barcelona, Destinació Turística. Un Segle d'Imatges i Promoció Pública*, Vitel-la, Belcaire d'Empordà, 2012.

<sup>16</sup> Albert Blasco Peris, “La Societat d'Atracció de Forasters de Barcelona com a estructura de poder”, en *XI Congrés d'Història de Barcelona, La ciutat en xarxa*, AHCB, Institut de Cultura y Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 2009, pp. 1-7.

<sup>17</sup> José Javier Sánchez y Silvia Gómez Bermejo, *S'Agaró i l'arquitecte Rafael Masó: la ciutat-jardí de Castell-Platja d'Aro: arquitectura, urbanisme i paisatge noucentista al Mediterrani*, Ajuntament de Castell-Platja d'Aro, Platja d'Aro, 2020. Albert Blasco i Peris, “La Societat d'Atracció de Forasters”. Ucelay da Cal, *El imperialismo catalán. Prat de la Riba, Cambó, D'Ors y la conquista moral de España*, Edhasa, Barcelona, 2003.

<sup>18</sup> José Javier Sánchez y Silvia Gómez Bermejo, *S'Agaró i l'arquitecte Rafael Masó*.

<sup>19</sup> Ucelay da Cal, *El imperialismo catalán*. Joan Cuscó i Clarasó, “Eugeni d'Ors. Nacionalisme i noucentisme”, *Revista de Catalunya*, 178 (2002), pp. 39-44.

<sup>20</sup> Eric Storm, “Regionalism in history, 1890-1945: The cultural approach”, *European History Quarterly*, 33: 2 (2003), pp. 251-265; “Nation-building in the provinces: The Interplay between Local, Regional and National Identities in Central and Western Europe, 1870-1945”, *European History Quarterly*, 42: 4 (2012), pp. 650-663.

<sup>21</sup> Jean-Francois Lejeune y Michelangelo Sabatino, *Nord/Sud. L'architettura moderna e il Mediterraneo*, LISTlab, Rovereto, 2016, p. 138.

llamada Costa del Poniente, en emplazamientos como Sitges, y también hacia la costa del Maresme, bien comunicada por ferrocarril con Barcelona. En esta época, el modelo de desarrollo turístico importado de la vecina Francia promovía en la costa mediterránea principalmente el turismo invernal.<sup>22</sup> De esta manera, en 1906, la Comisión para la Atracción de Forasteros lanzó el primer eslogan que anunciaba “Barcelona ciudad de invierno”,<sup>23</sup> emulando a la ciudad de Niza.

En la costa norte de Catalunya, la escarpada orografía retrasó la expansión del servicio ferroviario, de manera que las poblaciones de la entonces llamada Costa del Levante sólo atraían a la burguesía de la provincia de Girona. A principios del siglo xx, la consolidación del transporte ferroviario favoreció la popularización de los baños de mar de la zona.<sup>24</sup> Por esta razón, la Costa Brava ya fue promocionada desde sus inicios como lugar de veraneo, sobre todo después de iniciada la Primera Guerra Mundial. En estos momentos, se estableció la conexión ferroviaria que unía la inaugurada en 1862 entre Girona y Barcelona con el sistema viario local construido durante el cambio de siglo como respuesta a la actividad industrial del corcho en la zona. De esta manera, la capital provincial quedó comunicada con ciudades costeras como Sant Feliu de Guíxols. Construida a partir de la iniciativa privada en 1892,<sup>25</sup> esta línea distribuyó el turismo por toda la costa de la provincia de Girona. Fue entonces cuando sus playas dejaron de ser únicamente un lugar de evasión durante los meses estivales para los habitantes de las localidades vecinas, y las únicas infraestructuras construidas específicamente para los forasteros dejaron de ser los escasos establecimientos de baño, como los baños de la Pedrera en Sant Feliu de Guíxols (1898-99) o los de Ventura en Lloret de Mar (1904).<sup>26</sup>

En la coyuntura de la Primera Guerra Mundial, la España neutral disfrutó de un periodo de intensa actividad industrial y acumulación de capital debido al crecimiento de sus exportaciones, cosa que favoreció los proyectos de iniciativas privadas para la construcción de establecimientos de baño o urbanizaciones turísticas. En este contexto económico, político y cultural, la promoción de una ciudad turística como S’Agaró, enclavada en la agreste Costa Brava, contaría de inmediato con la adhesión de las élites dirigentes barcelonesas y catalanas. El proyecto y la construcción de la ciudad jardín a partir 1916 fue una operación turística de iniciativa privada impulsada por un industrial de Girona, Josep Ensesa Pujadas (1866-1940) y continuada por el hijo Josep Ensesa Gubert (1892-1981). La familia Ensesa estuvo vinculada al desarrollo económico de la ciudad de Girona con la industria harinera<sup>27</sup> y su taller de reparaciones ferroviarias MZA, así como también con la obra del arquitecto Rafael Masó (1880-1935), quien colaboró en varios proyectos familiares y empresariales. Sus figuras y la de Masó fueron paradigmáticas, ejemplificando el papel de

<sup>22</sup> Bernard Toulhier, “Le phénomène balnéaire. Invention et âge d’or de station de bord de mer (1760-1929)”, en Bernard Toulhier (ed.), *Tous à la plage!*, pp. 47-70.

<sup>23</sup> Agustín Cocola-Gant y Saida Palou, “Tourism promotion and urban space in Barcelona. Historic perspective and critical review, 1900-1936”, *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 61: 3 (2015), pp. 461-482. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/dag.266>.

<sup>24</sup> Joan C. Cirer Costa, “Spain’s new coastal destinations. 1883-1936: The mainstay of the development of tourism before the Second World War”, *Annals of Tourism Research*, 45 (2014), pp. 18-29. Antoni Farreras Pau, *El Turisme a Catalunya del 1931 al 1936*, Pòrtic, Barcelona, 1973. Mercedes Tatjer, “En los orígenes del turismo litoral: los baños de mar y los balnearios marítimos en Cataluña”, *Scripta Nova*, 13: 296 (2009).

<sup>25</sup> El tren de San Feliu de Guíxols - Gerona (1892-1969) fue una línea de ferrocarril de vía estrecha creada por la Compañía Anónima del Ferrocarril de San Feliu de Guíxols a Gerona.

<sup>26</sup> Mercedes Tatjer Mir, “En los orígenes del turismo litoral”.

<sup>27</sup> Helena Benito Mundet, *Harinera La Montserrat (1898-1936). Aproximación a la historia empresarial de los Ensesa de Girona (c. 1880 – c. 1989)*, Tesis doctoral, Universidad de Girona, Girona, 2005. Anna Ensesa Montsalvatge, *S’Agaró, el somni de Josep Ensesa*, Ensesa Montsalvatge, Girona, 2015.

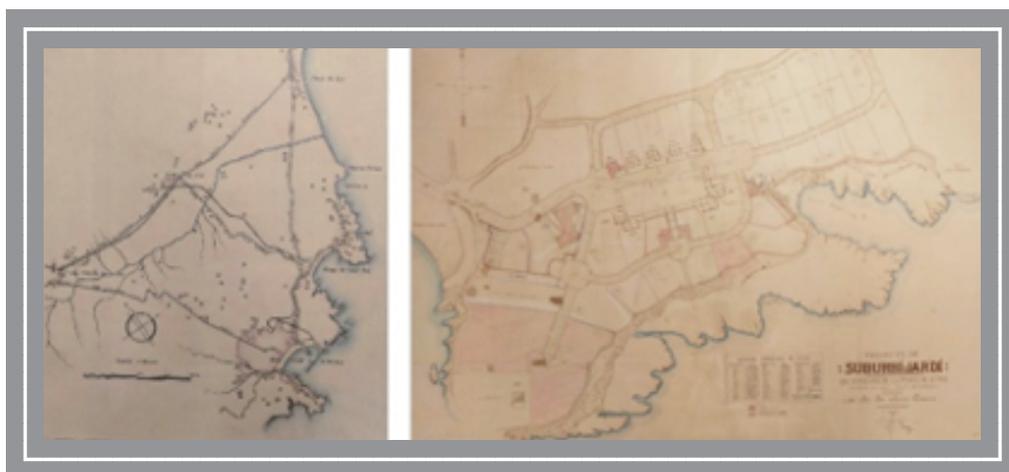


Figura 1. Plano de ubicación de S'Agaró, San Feliu de Guíxols y Castell D'Aro y Plano del Arq. Rafael Masó, del "Proyecto Suburbio-Jardín: en terrenos de la punta de St Pol (Playa de Sant Feliu de Guíxols) Propiedad del Sr. Josep Ensesa", c.1925. Urbanització S'Agaró: 1984-1972, 23-48. Archivo Histórico de Girona (AHG).

la burguesía industrial vinculada a la Lliga Regionalista en el desarrollo cultural y social de la Cataluña de principios del siglo xx.<sup>28</sup>

La ubicación propuesta para la urbanización se encontraba en el término municipal de Castell d'Aro, geográficamente cercano a Sant Feliu de Guíxols (Fig. 1).

A principios del siglo xx, la Costa Brava era un lugar de fuertes contrastes. Castell D'Aro era un municipio fundamentalmente agrícola, con una zona costera de marismas, mientras que Sant Feliu de Guíxols era una ciudad en rápida expansión debido a la incipiente industrialización basada en la explotación del corcho. La industria del corcho empezó a decaer a mediados de la década de 1920 hasta que se agotó en la década de 1960.<sup>29</sup> Por este motivo, la experiencia de S'Agaró respondió a un proceso de transformación política, económica y social del entorno local vinculado a la desindustrialización. En este contexto, la construcción y explotación de la urbanización surge como una iniciativa privada, fuertemente apoyada por el gobierno local, que vio el turismo como posible recurso para superar la crisis generada por el desplome de las exportaciones de corcho, y también para neutralizar la inestabilidad social y los cambios políticos.

Este proyecto de reconversión fue facilitado por la presencia de infraestructuras de movilidad ya consolidadas en la zona, como el ferrocarril y el puerto comercial, así como las arquitecturas urbanas ya construidas o proyectadas en el mismo periodo, volcadas hacia la promoción de las actividades turísticas, como el paseo marítimo y los baños de mar de

<sup>28</sup> Rafael Masó Valentí, además de su trayectoria como arquitecto y escritor, desarrolló una carrera política de fuerte compromiso catalanista, siendo regidor en el Ayuntamiento de Girona por el partido de la Liga Regionalista entre el 1920 y 1923. Como activista cultural, integró el grupo de intelectuales formado por Xavier Montsalvatge, Prudenci Bertrana, Carles Rahola o Miquel de Palol; colaboró con diferentes revistas y fundó la sociedad Atenea de Girona en 1913. Ver a Narcís Aragó Masó, *Rafael Masó, ciutadà de Girona*, Ayuntamiento de Girona, Girona, 2007.

<sup>29</sup> Arnau Camps Quer, *Evolució del model turístic a Catalunya (1920-1930)*, Trabajo Final de Grado (Geografía), Universitat de Girona, Girona, 2018. Nadia Fava, Marta Carrasco Bonet y Romà Garrido Puig, "The impact of tourism on retailing structure: San Feliu de Guixols, Costa Brava, Spain", en AA. VV, *La città, il viaggio, il turismo: Percezione, produzione e trasformazione*, CIRICE, Napoli, 2017.

Sant Elm. A partir de 1928, las excursiones marítimas entre Barcelona y Sant Feliu se popularizaron, sobre todo cuando el empresario local Jaume Marill creó la agencia Viatges Blaus<sup>30</sup> y aprovechó las estancias de los barcos de la Transmediterránea en Barcelona para organizar excursiones a varios puertos de la provincia de Girona. El trayecto Barcelona–San Feliu, a propuesta de Josep Ensesa Pujadas, era amenizando con actividades culturales de carácter regional-nacional como conciertos de la coral del Orfeó Català<sup>31</sup> o espectáculos de grupos sardanistas. Apenas un año después, e impulsado por el promotor de la ciudad jardín de S’Agaró, comenzaron a cubrir el recorrido entre la capital catalana y Sant Feliu servicios regulares de autocares, equipados con el confort e higiene que remarcaban el lujo y la exclusividad de S’Agaró. Con salidas regulares cada martes, jueves, sábado y domingo, el servicio se inauguró después de dos años de negociaciones entre el promotor de la urbanización, el propietario de Viatges Blaus y la compañía de autocares Pullman. El viaje en autocar duraba solo tres horas, notablemente menos que las seis que podía durar el recorrido en tren, que incluía un trasbordo. Josep Ensesa gestionó también el servicio de taxi entre la estación de tren en Sant Feliu y la nueva ciudad de vacaciones.<sup>32</sup>

Por otra parte, los vínculos políticos de Ensesa, militante de la Lliga Regionalista, no solamente facilitaron apoyos en la administración local, sino también los contactos con instituciones estatales, sin los cuales no se habrían podido conseguir los permisos para construir en la zona marítimo-terrestre. Varias fueron las acciones que dicho promotor turístico emprendió. Primero, participó activamente en el Consejo Nacional de Turismo para crear el Patronato de Turismo de Cataluña (1936) y el Patronato de la Costa Brava (1935). Después, trabajó intensamente en el proyecto de federación de municipios de la costa para promover y dar a conocer la belleza natural y artística de la zona, cooperar en proyectos de urbanización y contribuir a la mejora del transporte y la seguridad.

A lo largo de los años treinta, los esfuerzos en promocionar S’Agaró, resaltando el significado y el valor distintivo de lo que podían adquirir los potenciales compradores y visitantes, se concretaron en la publicación de una revista cuya finalidad era fijar y expresar los valores distintivos del lugar y, por extensión, de la cultura local. Al igual que los grandes almacenes de Barcelona de la época, verdaderas materializaciones urbanas de la emergencia de la moderna sociedad de consumo,<sup>33</sup> las ciudades turísticas contemporáneas se esforzaron en crear publicaciones de autopromoción, generalmente con apoyo público e institucional. Este no es el caso de la *Revista de S’Agaró* que, financiada íntegramente por promotoras privadas, se dirigía en francés a un modelo de lector y comprador internacional de clase acomodada más allá de las fronteras de España. Por lo tanto, la publicación constituye un ejemplo singular para analizar la dimensión política internacionalizadora de la promoción turística al margen del estado y de los discursos institucionales.

---

<sup>30</sup> Jaume Marill no solamente era un empresario del Ampurdán (Girona), propietario de la agencia de viajes en La Rambla de Barcelona, *Viatges Blaus*, que supuso la llegada masiva de visitantes a la Costa Brava. También tuvo un papel activo durante la República en el debate sobre el rol del turismo en las políticas de la Generalitat y participó en la creación de la Federación de Turismo de Cataluña en 1933. Antoni Farreras Pau, *El Turisme a Catalunya del 1931 al 1936*, Pòrtic, Barcelona, 1973, pp. 135-141.

<sup>31</sup> *L’Avi Muné*, 20 de julio 1929, p. 1. Gaetano Cerchiello, “Entre los antecedentes históricos de los cruces populares: las excursiones marítimas en Cataluña y Baleares en el primer tercio del siglo XX”, *Investigaciones Turísticas*, 21 (2021), pp. 278-304. DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.13>.

<sup>32</sup> Yvette Barbaza, *Le paysage humain de la Costa Brava*, Armand Colin, París, 1996.

<sup>33</sup> Nadia Fava, “Traditional retailing versus modern retailing in a port city: Barcelona, 1859-1936”, *History of Retailing and Consumption*, 3: 2 (2017), pp. 87-101.

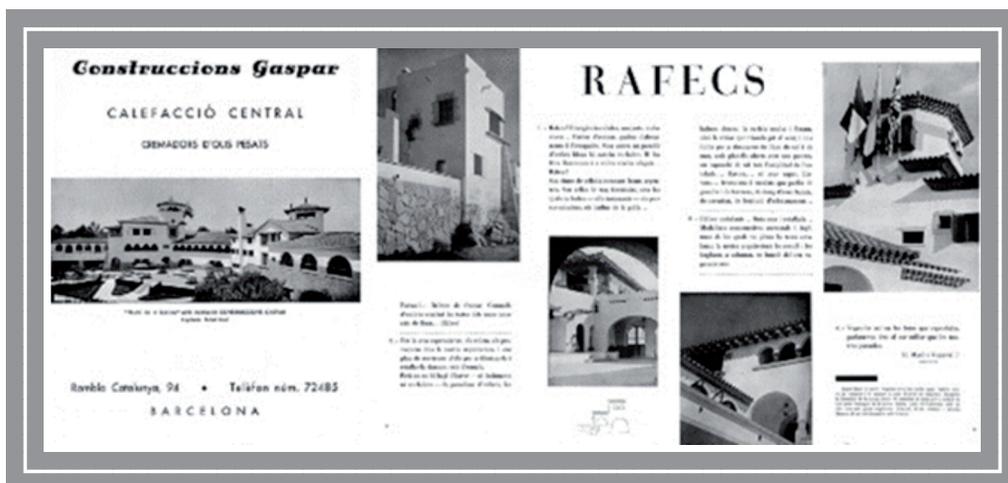


Figura 2. Vista general del Hostal La Gavina tras las reformas de Rafael Masó en un anuncio publicitario y artículo del arquitecto con fotografías de sus obras en S'Agaró, *Revista de S'Agaró*, 1 (1935), pp. 10, 18-19.

## LA ARQUITECTURA DE S'AGARÓ

El origen de la construcción de la villa turística fue la compra por parte de Ensesa Pujadas de un terreno aislado frente al mar en el año 1916.<sup>34</sup> En los años siguientes, aconsejado por su amigo el arquitecto R. Masó, el empresario adquirió otras parcelas contiguas para proyectar una ciudad jardín de vacaciones, cuyas viviendas serían puestas en venta con posterioridad.<sup>35</sup> La ejecución del proyecto privatizaba todo un promontorio costero, a poca distancia del balneario de San Feliu de Guíxols. El proyecto, redactado por Masó, se concretaría en una arquitectura clasicista tradicional, aderezada con elementos vernáculos: un lenguaje que intentaba plasmar el imaginario novecentista y construir una versión idealizada de Cataluña como región o nación, materializando un escenario controlado, diferenciado y bien separado de los lugares colindantes.

El modelo urbano adoptado fue el del “suburbio jardín”, con amplias avenidas arboladas, escaleras que ascendían a la plaza central y la iglesia situada en la cima frente al mar (Fig. 2).

Durante los años veinte, este modelo de trazado urbano ajardinado de origen inglés se impuso en las urbanizaciones destinadas al turismo de élite, a medida que crecía en Europa el interés por el entorno natural y la relación con la costa y el mar. En Catalunya, el urbanista Cebrià de Montoliu fue su primer difusor cuando en 1912 creó en Barcelona la Societat Cívica de la Ciutat Jardí, junto a la revista *Civitas*, a la que Masó estaba suscrito.<sup>36</sup> Las diferentes propuestas de este tipo surgieron en la década de 1920 como extensiones de

<sup>34</sup> Miquel Borell y Sabater, *S'Agaró i Sant Pol. Les perles de la Costa Brava*, Imprenta Pagès, Anglès, 2016.

<sup>35</sup> El conjunto de documentos relativos a las transacciones de fincas de la familia Ensesa en S'Agaró entre 1916 y 1972 se conserva incompleto junto a los planos redactados por R. Masó y F. Folguera en el Fondo Urbanització S'Agaró del AHG.

<sup>36</sup> Beatriz Vidal, *Catálogo comentado de las obras de Rafael Masó en la urbanización de S'Agaró. 1916-1935*, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2016. Francesc Roca et al., *Cebrià de Montoliu (1873-1923)*, Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona, 1993.

las ciudades costeras consolidadas, como la urbanización Els Pins, proyectada por Josep Reixach y Emili Serra en 1925-1926 en la extensión de la playa anexa al núcleo de Blanes, cuyo paseo marítimo se publicitó como una “futura Niza catalana”. También en Sant Feliu, el arquitecto Martí Sureda había proyectado un paseo del mar previendo la construcción de chalets novecentistas que conformarían la fachada marítima de la ciudad. Y en 1922, el industrial Pere Rius i Tauler promovió la construcción de la ciudad-jardín de Sant Elm, un balneario con fuentes, jardines y residencias situadas en la montaña frente al mar.<sup>37</sup> Todas estas experiencias sirvieron de referentes para la urbanización proyectada por Ensesa y Masó.

El proyecto urbanístico de S’Agaró<sup>38</sup> surge en este contexto de intensa actividad arquitectónica y constructiva. Tras la compra de la primera parcela situada en un extremo de la playa de Sant Pol, Ensesa fue ampliando su propiedad con la adquisición de las casetas de baño situadas en el extremo oriental de la playa en 1920. En 1924 su hijo, Josep Ensesa Gubert construyó la primera residencia, *Senya Blanca*, un chalet aislado de tres plantas proyectado por Masó, cuyos volúmenes blancos cubiertos con tejados inclinados exhibían ventanas y arcos de piedra recuperados de antiguas masías y casas rurales catalanas.<sup>39</sup> De esta manera, a través de la construcción de la urbanización la región rural y atemporal imaginada por el novecentismo se materializaba en el espacio turístico. De hecho, en 1935, Ensesa Gubert incluso planteaba en retrospectiva la construcción de S’Agaró en general y del chalet en particular como una muestra de resistencia arquitectónica del regionalismo catalán a la censura política impuesta por la dictadura centralista de Primo de Rivera:

Los difíciles momentos políticos por los que pasaba nuestra tierra no nos permitían exponer públicamente nuestra manera de pensar. Rafael Masó estaba furioso, y no encontrábamos otra manera de hacer oír nuestra protesta contra la vejación a que era sometida nuestra gente que creando un nuevo pueblo, levantando nuevas construcciones que por su manera de ser concebidas y llevadas a cabo, proclamaran muy alto y bien noblemente de cara al mundo, que Cataluña existía con un sentimiento y una lengua propios y con una arquitectura muy propia y definida.<sup>40</sup>

El chalet *Senya Blanca* fue el verdadero comienzo de la construcción de todo el complejo. Estimulados por el fervor que suscitaba entre la alta burguesía la cultura de balneario, la familia Ensesa solicitó al arquitecto Masó los planos para construir la ciudad jardín de vacaciones. El primer núcleo que se edificó en las parcelas trazadas por Masó, después de *Senya Blanca*, se situó en torno a la plaza del Roserar. En una doble parcela Masó construyó entre 1924 y 1929 dos viviendas adosadas, que muy pronto fueron adaptadas para convertirlas en hotel. La primera reforma de los chalets originales y su adaptación para convertirlos en el *Hostal La Gavina*, con once habitaciones, se realizó entre 1924 y 1929, y fue obra del propio arquitecto Masó.<sup>41</sup> Poco después, Ensesa y Masó emprendían un viaje a la Costa Azul buscando inspiración para equiparar a S’Agaró con los centros turísticos europeos, ya fuere

<sup>37</sup> Carolina Ramos Caravaca, “Costa Brava, los retos urbanísticos del turismo de masas: la huella de la ciudad jardín y algunos principios racionalistas en el tejido turístico de masas”, *QRU*, 5-6 (2015), pp. 114-135.

<sup>38</sup> Urbanització S’Agaró: 1894-1972. AHG. Se puede encontrar mucha información sobre el proyecto y su realización en Josep Ensesa, “S’Agaró cumple 30 años”, *La revista S’Agaró* (1954), pp. 7-19.

<sup>39</sup> Carlos Rahola habla del “milagro” de la ciudad que se está creando y que aún tiene abiertas numerosas posibilidades, especialmente relacionadas con la cultura como elemento de atracción para turistas o residentes. Carlos Rahola, “Una vila que es crea”, *Avi Muné*, 20 de julio de 1929, p. 1.

<sup>40</sup> Josep Entensa Gubert, “El Rafael Masó que jo he conegut”, *La revista S’Agaró*, 2 (1935-1936), pp. 4-9. Traducción de las autoras.

<sup>41</sup> Beatriz Vidal, *Catálogo comentado*, pp. 54-62.



Figura 3. *Revista de S'Agaró*. Portada del primer número, de E. Money; página de anuncios publicitarios y “Visitantes ilustres”: L. Companys, P. Guerra del Río y M. Azaña (núm. 1, junio) y llegada del General F. Franco y su familia a S'Agaró (núm 2. abril de 1949).

por la calidad de la arquitectura, o por el modelo de promoción adoptado por la cadena de hoteles de lujo Paris Côte d'Azur.<sup>42</sup> Resultado de este viaje fueron las sucesivas ampliaciones del Hostal La Gavina, a cuyo núcleo original se adosaron dos nuevos cuerpos y la construcción de las pistas de tenis adjuntas en 1932. En 1933 Masó realizó una tercera intervención en el Hostal: añadió nuevos cuerpos y construyó un complejo anexo que permitió ubicar 34 habitaciones. Las nuevas fachadas se articularon con galerías de arcos de medio punto, con tejados inclinados individualizando los volúmenes y la torre-mirador en la articulación del conjunto con el gran patio de fiestas acristalado. Los jardines adoptaron un nuevo diseño radial del que partían los paseos. Con estas reformas arquitectónicas, el espacio turístico de S'Agaró no solamente se internacionalizaba, sino que alcanzaba los estándares de europeidad y civilización a los que se quería asimilar la identidad política y cultural catalana. En efecto, uno de los cometidos de la propaganda de la urbanización publicada por sus promotores era, poner de relieve este vínculo entre el lugar, el espacio arquitectónico y la política catalana. Por ejemplo, en el primer número de la *Revista S'Agaró* se describe el Hostal homónimo como el escenario de encuentro de las elites dirigentes, donde “se celebraron varias reuniones de gran interés político nacional [...] que sentaron las bases para el traspaso de los servicios de Educación Pública del Estado español a la Generalitat de Cataluña”.<sup>43</sup> De esta forma, incluso las notas de sociedad reafirmaban el compromiso político regionalista.

<sup>42</sup> Rafael Masó también se inspiraba en referentes estilísticos propios de la arquitectura del Spanish Colonial Revival que divulgaban publicaciones como *Californian Architecture in Santa Barbara*, a la que estaba suscrito. Joan Tarrús y Narcís Comadira, *Rafael Masó, arquitecte noucentista*, Brau, Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, Girona, 2007, p. 151.

<sup>43</sup> “Hôtes illustres”, *Revista de S'Agaró*, 1 (1935), p. 17. Traducción de las autoras. Se refiere al encuentro entre el presidente de la Generalitat Lluís Companys, el ministro español de Obras Públicas Rafael Guerra del Río y Manuel Azaña, celebrado en S'Agaró. También en S'Agaró se celebró en 1937 la reunión convocada por Josep Tarradellas con altos cargos de la Generalitat para reorganizar la política financiera de Cataluña en el marco de una economía de guerra, donde se aprobaron las disposiciones conocidas como Decretos de S'Agaró o Plan Tarradellas.

El edificio que se conserva en la actualidad es obra del arquitecto Francesc Folguera Grassi,<sup>44</sup> quien sustituyó a Masó en la dirección de la urbanización tras su muerte en 1935. Folguera remodeló totalmente el hotel, conservando pocos elementos del edificio original. De todas formas, se esforzó en mantener el mismo enfoque estilístico. El lenguaje novecentista, enraizado en las tradiciones rurales catalanas, con la casa *pairal* como su referente, siguió el proceso de adaptación a los estándares de consumo elitistas que representaban los Hoteles Ritz anteriormente inaugurados en Madrid y Barcelona. De hecho, Folguera diseñó junto a Eduard Ferrés Puig el edificio del Ritz Barcelona entre 1917 y 1919. En los interiores del hotel de S'Agaró, el lenguaje se reelaboró para ofrecer una imagen de consumo de lujo y modernidad atemperada por las consignas de orden, claridad y clasicismo que hundía sus raíces en el mediterraneísmo promovido en los países del sur de Europa durante los años de entreguerras.<sup>45</sup> El Hostal de S'Agaró acabó siendo absorbido en 1935 por el mayor consorcio de hoteles de España: la cadena "Hoteles Unidos SA".<sup>46</sup>

La inauguración del Hotel La Gavina en 1929, año de la Exposición Universal de Barcelona, supuso el inicio del turismo de lujo en la Costa Brava. La celebración de exposiciones universales se utilizó como poder blando de los estados para la construcción de la identidad nacional, recurriendo a la narrativa de la autenticidad y la tradición y a los componentes culturales de la modernidad y la globalización.<sup>47</sup>

Por otra parte, la presencia de actores, artistas, intelectuales, políticos y otros personajes famosos convirtió al hotel en una gran atracción turística. Los empresarios no sólo cuidaron de la construcción, gestión y trámites administrativos, sino que se ocuparon especialmente de su promoción, con la organización del transporte colectivo y la organización de acontecimientos culturales y deportivos. Para este fin emplearon las vallas publicitarias de los cruceros entre Barcelona y Sant Feliu, al igual que las de los servicios de taxis y autobuses que hacían el mismo trayecto. También se encargaron de anunciar en la prensa local las actividades culturales y de ocio que organizaban, e impulsaron la publicación de libros y folletos publicitarios. Josep Ensesa parecía tenerlo claro:

S'Agaró tenía que ser algo más que una exitosa aglomeración de casas bien construidas. Dentro este cuerpo bien proporcionado, hacía falta también un alma: la Iglesia, y un cerebro: la Escuela. Y tenía que lucir una voz con la que expresar sus sentimientos: la Revista.<sup>48</sup>

#### EL PERIODISMO TURÍSTICO Y LA PROMOCIÓN DE S'AGARÓ COMO CIUDAD DE VACACIONES

*La Revista de S'Agaró: Publicación de Turismo* fue un elemento clave en la puesta en escena y la construcción del imaginario que ofrecía la ciudad turística costera. Tuvo como

---

<sup>44</sup> Francesc Folguera (1891-1960) fue un destacado arquitecto novecentista que comenzó su carrera como ayudante de Gaudí, al que dedicó junto a J.F. Ràfols el primer estudio monográfico del arquitecto. Reconocido autor del Poble Espanyol para la Exposición de Barcelona de 1929, y de la fachada y torre del Monasterio de Monserrat, destacó también como restaurador de iglesias. En S'Agaró, además de la reforma del Hostal La Gavina, construyó la Iglesia de la Mare de Déu de l'Esperança, el camino de ronda y la loggia de Senya Blanca. Su clasicismo depurado, cercano al proto-racionalismo, le convirtió en referente para las jóvenes generaciones del GATCPAC. P. Sustersic, "Francesc Folguera Grassi", en Antonio Piza y Josep M. Rovira (eds.), *La tradición renovada: Barcelona años 30*, COAC, Barcelona, 1999, pp. 97-120.

<sup>45</sup> Marisa García Vergara y Antonio Piza, "Mediterranean and Modern Architecture: The Spreading of a Myth in the Media", *The Journal of Architecture*, 26: 8 (2021), pp. 1117-1145. DOI: <https://doi.org/10.1080/13602365.2021.1980419>.

<sup>46</sup> *Revista Claror*, 2: 12 (1936), p. 42.

<sup>47</sup> Josep Leerssen y Eric Storm, *World Fairs and the Global Moulding of National Identities: International Exhibitions as Cultural Platforms, 1851-1958*, Brill, Leiden, 2022.

<sup>48</sup> Josep Ensesa Gubert, "El Rafael Masó que jo he conegut", *Revista S'Agaró*, 2 (1935), pp. 4-9. Traducción de las autoras.

director en su primera etapa a Carles Sindreu y como director artístico a Enric Moneñy,<sup>49</sup> autor de las ilustraciones y portadas. Moneñy trabajó desde 1927 para el Patronato Nacional del Turismo Español, si bien su tarea más relevante fue como cartelista para la Oficina de Turismo de Cataluña (1932-36).<sup>50</sup> La revista tenía como objetivo crear y promover los símbolos y valores para los futuros turistas, de manera similar a otras revistas del contexto internacional como *La gazette des bains de mer Royans* (1877-1924).<sup>51</sup> En realidad, la primera agencia de viajes fundada en Inglaterra en 1845 por Thomas Cook, había comenzado a publicar un folleto mensual en el que detallaba la ruta de cada viaje bajo el título *Cook's Excursionist and Home and Foreign Tourist Advertiser* (1851-78),<sup>52</sup> considerada como la primera revista de viajes de la historia. Cook & Son estableció su primera oficina en Madrid en 1892 y en 1924 creó la *Revista de Viajes. Periódico ilustrado consagrado al turismo* (1924-1936), con el objetivo de “propagar e intensificar el turismo por toda la superficie del Globo”. El artículo de presentación comentaba que habiendo “prestado en los tiempos modernos tan escasa atención al turismo”, los españoles “no sólo lo han descuidado como medio de expansión (...) sino también como fuente de riqueza”.<sup>53</sup> La *Revista de S'Agaró* apareció en este contexto con ese mismo espíritu.

Fundada en 1935 por Josep Ensesa Gubert, publicó cuatro entregas al año hasta el verano de 1936, cuando estalló la Guerra Civil.<sup>54</sup> Durante esta primera época, la revista utilizó indistintamente el castellano, el catalán, el inglés y el francés en sus versiones originales, consciente de que sus cosmopolitas lectores eran capaces de leer cualquiera de esas lenguas. Tras la pausa entre 1936 y 1949, la revista reanudó su publicación hasta 1974. Durante este segundo periodo se publicó anualmente, y en los últimos años salió sólo en catalán, aunque se publicaron ediciones en español, francés e inglés.

El primer número de la revista explicaba que su objetivo era dar a conocer la belleza de S'Agaró como “espejo de la identidad catalana” caracterizada por “los bellos paisajes, el aire puro, el mar azul, los deportes, la vida social”. S'Agaró pretendía ser un escenario donde se recreasen los valores asociados con una identidad catalana de carácter conservador que había quedado un tanto desubicada durante la Segunda República. Ese lugar “donde la cordialidad y el buen tono han establecido un pacto perfecto” no dejaba de contrastar con la inestabilidad política y social que se vivía en Barcelona y en tantas otras partes de Cata-

---

<sup>49</sup> “Moneñy y su invitación al veraneo”, *Destino*, 8: 369 (1944), p. 8. Este artículo dedicado al autor de las portadas de la *Revista de S'Agaró*, lo presenta como el ‘ejecutor del suplicio de Tántalo’ para aquellos que no podían beneficiarse de este tipo de vacaciones.

<sup>50</sup> Antoni Farreras Pau, *El Turisme a Catalunya del 1931 al 1936*, pp. 77-79.

<sup>51</sup> Florence Allorent, “Images et souvenirs. La promotion de la ville balnéaire”, en Bernard Toulhier (ed.), *Tous à la plage!*, pp. 231-237.

<sup>52</sup> Stephanie Malia Hom, *Destination Nation: The Grand Tour, Thomas Cook, and the Arrival of Mass Tourism*. University of Toronto Press, Toronto, 2015.

<sup>53</sup> “Proemio”, *Revista de Viajes*, 1:1 (1924), pp. 3-4.

<sup>54</sup> Josep Ensesa ya había promovido intensamente el Hostal la Gavina en diversos periódicos, divulgando la ciudad jardín. El semanario *La Costa Brava* dedicó un reportaje artístico a S'Agaró con reproducciones de imágenes de Josep Lloret o Pere Gorro. *La Costa Brava*, 4: 170 (1933). El periódico *Baluard de Sitges* (1934, 1345, p. 2; 1946, p. 3 y otros números del mismo año), o el diario *La Publicitat*, publicitaron la urbanización por el confort, la distinción y su fácil acceso en tren y autobús (1 de septiembre de 1934, p. 10). Los semanarios culturales como *El mirador* o *L'Humanitat*, fundado por Lluís Companys, publicaron sendos artículos sobre S'Agaró, en la sección de turismo, focalizando en los bellos paisajes, la posibilidad de hacer deportes y tener intimidad (1934, 846, 29 de julio, p. 7). También *La Veu de Catalunya*, siempre durante 1934, reporta noticias sobre el Hostal la Gavina, en referencia a actos culturales, políticos o deportivos. La publicidad de S'Agaró y el Hostal la Gavina será frecuente en los medios locales y nacionales, así como los reportajes sobre los festivales artísticos (“Festivales en S'Agaró”, *ABC*, 29 de julio de 1957; “Fiesta de Arte”, *La Vanguardia Española*, 21 de julio de 1960; 26 de julio de 1960; “Con Antonio bajo las estrellas de S'Agaró”, *Destino*, 1199 (1960); *Blanco y Negro*, 20 de agosto de 1960, 4 de julio de 1964).

luña.<sup>55</sup> La portada de la primera entrega mostraba la estructura de los Baños de Sant Pol enmarcando la playa, con sus elegantes veraneantes vestidas o en traje de baño bajo sombrillas, y a lo lejos la silueta del Hostal La Gavina entre la vegetación. Los turistas, el mar y el velero del fondo eran los protagonistas de la ilustración, anticipando las imágenes que sólo hacia el final de los años cincuenta sustituirán al “lugar” por los protagonistas del verano: los turistas y su experiencia. Es interesante contrastar con los carteles del Patronato de Turismo (1928-1936) que, en este mismo periodo, representaban por lo general ciudades monumentales, localidades mediterráneas anunciadas como “ciudades de invierno”, y recurrían sobre todo al tipismo nacional español mediante figuras iconográficas como los toreros y las flamencas.<sup>56</sup> En la promoción de S’Agaró, la identidad local no se contraponía a la de los turistas, ni se presentaba lo local como un exotismo a consumir. En la revista de la urbanización los turistas eran los protagonistas, por lo que la identidad catalana se asimilaba a la procedencia europea occidental de los visitantes. Con esta nueva mediterraneidad moderna, europea y civilizada de reminiscencias novecentistas se pretendía tomar distancia de la identidad española exotizada y elevar la identidad catalana a los estándares europeos.

Los textos publicados en la revista no sólo describían S’Agaró, sino diversos lugares de la Costa Brava. Los autores, firmas de reconocido prestigio literario como el escritor Josep Vicenç Foix o el poeta Joan Salvat, añadían a las narraciones paisajísticas o los relatos de las actividades mundanas la descripción del paisaje cultural. Artículos sobre “El paisaje en el Cine” o “Nuestros pintores en la Costa” entre muchos otros,<sup>57</sup> constituyen ejemplos de cómo el lugar era presentado no sólo como espacio turístico a descubrir, sino también como un entorno cultural que habitar. De hecho, el primer número incluyó un texto póstumo de Rafel Masó, publicado en memoria del arquitecto “creador de S’Agaró y colaborador de la revista”, fallecido días antes. Varias fotografías de sus obras en S’Agaró ilustran su prosa poética titulada *Ràfecs* (ver Fig. 2).<sup>58</sup> Numerosos artículos trataban de deportes como la vela, el tenis o las carreras de caballos, que se iban popularizando entre la alta sociedad catalana. Este tipo de actividades se pusieron de moda entre las élites barcelonesas a partir de la inauguración de los lujosos Baños de San Sebastián en 1928, y eran consideradas como prácticas deportivas asociadas al ocio y a la ostentación, tal como se presentaban también en la *Revista de S’Agaró*. En este sentido, cabe destacar que el magazine *D’Ací i d’Allà* (1918-1936), considerada la primera revista catalana sobre ocio de clara vocación europeísta, al estilo *Vogue* o *Vanity Fair*, compartía muchos aspectos con la *Revista de S’Agaró*, entre ellos, las empresas que se publicitaban, el público al cual se dirigía, los artículos sobre deportes de élite y el sector político que la promovía.

De todas formas, las fotografías y comentarios sobre las fiestas náuticas, regatas y concursos hípicas, se combinaban con otras de cenas marineras donde “las últimas creaciones de los modistos de la capital” se mezclan con las redes de pesca que ambientaban la “típica taberna costera”, el Café d’en Xic, construido en la playa, así como la “fiesta ochocentista” celebrada en los jardines de La Gavina. En un contexto en el que la burguesía catalana se sentía amenazada por el cambio político que representaba la Segunda República y la Generalitat republicana, la burguesía catalana planteaba S’Agaró no solamente como un espacio cosmopolita de europeidad donde se podía exhibir el carácter educado y civilizado

<sup>55</sup> *Revista de S’Agaró*, 1:1 (1935), p. 5.

<sup>56</sup> María D. Fernández Poyatos, José R. Valero Escandell, “Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España (1929-1936)”, *Cuadernos de Turismo*, 35 (2015), pp. 157-184.

<sup>57</sup> H. Saenz Guerrero, “El paisaje en el Cine”, *Revista de S’Agaró*, 1 (1950), pp. 7-8. Juan Cortes, “Nuestros pintores y la Costa Brava”, *Revista de S’Agaró*, 1 (1950), pp. 17-21.

<sup>58</sup> “‘Ràfecs’ per Rafael Masó i Valentí”, *Revista de S’Agaró*, 1 (1935), pp. 8-9. El segundo número incluye un artículo laudatorio de J. Ensesa i Gubert, ilustrado con diseños de Masó para el Hostal, y su texto “Cançó dels manobres en fer anar les pales”, *Revista de S’Agaró*, 2 (1935), pp. 4-9 y p. 10.

asociado a la identidad catalana conservadora. La taberna vernácula de pescadores era escenificada como un reducto de la Cataluña regional, donde las clases sociales convivían en armonía en un ambiente apolítico. La portada del segundo número, correspondiente a diciembre de 1935, proponía extender este oasis de paz y civilización a los meses invernales mostrando actividades no veraniegas, como la práctica de equitación, y recomendando en el texto editorial: “Conocer la Costa Brava en invierno es descubrir un misterio luminoso...”<sup>59</sup>

Durante la Guerra Civil, el proyecto de S’Agaró, incluida la revista que cesó de publicarse, quedó profundamente afectado.<sup>60</sup> El promotor se trasladó a Suiza entre 1936 y 1939, y las tropas de la CNT-FAI y el POUM saquearon y ocuparon los chalets y el hotel pasó a depender de la Generalitat. En 1937 el hotel fue utilizado como lugar para la recuperación de milicianos constituyéndose en un hospital. El 28 de julio de 1938, además, la ciudad jardín sufrió el ataque de la aviación italiana y alemana calificado en su momento de “bárbaro e inhumano”.<sup>61</sup>

Al acabar la guerra, la revista no reapareció hasta 1949, cuando se celebraron los 25 años de la urbanización.<sup>62</sup> Bajo el formato de ‘álbum aniversario’, el diseño y contenido se adecuaba a los nuevos imperativos estéticos y periodísticos de la época. Así, imágenes a plena página de fotografías modernas como Bucovich, Casas, Gandol, Sagarra o Zerowitz, sustituían los antiguos anuncios comerciales. Los nombres castellanizados de nuevos colaboradores como José María de Sagarra, José Pla, Carlos Soldevila o Jaime Arias, anunciaban sendos artículos dedicados al paisaje, la urbanización, la arquitectura residencial y las diversiones, siguiendo las convenciones de las guías de viaje tradicionales.

En el prefacio de presentación de la nueva revista, José María de Segarra convertía esmeradamente el espacio turístico de S’Agaró en una metáfora de la experiencia traumática de la Guerra Civil y del alineamiento final de la burguesía catalana con el franquismo.<sup>63</sup> Así, por ejemplo, aludía a “la tenacidad de una constante lucha contra los discolos vientos del norte, que derrumban las mejores intenciones y aniquilan los mejores deseos de expansión vegetal”, y explicaba que “los nuevos propietarios de S’Agaró se impusieron el deber de pulir su mentalidad de propietarios de aquellas aristas anarquizantes” [...] y “renunciaron a ser disparatadas células independientes, para someterse a la condición de partes disciplinadas de un todo”. Según Segarra, en esa estricta disciplina radicaba “precisamente, la gracia y el encanto de S’Agaró; su naturaleza de urbanización condicionada”. Por lo tanto, S’Agaró era propuesto como un ejemplo de materialización espacial de disciplina e integración en un proyecto unitario que después de la guerra había surgido reforzado: “el de un todo con alma y con destino”. En efecto, la propia arquitectura permanecía allí como garantía contra la frivolidad juvenil. Las reformas acometidas por Folguera en esta época reafirman ese compromiso, mostrando cómo “no sólo aquí se evitó el carnaval arquitectónico, que ha envilecido rincones excelsos de nuestras costas”. La unicidad de S’Agaró como

<sup>59</sup> La traducción es de las autoras.

<sup>60</sup> Como Larringa ha demostrado con sus estudios, la infraestructura turística que se puso a disposición de la República fue la más afectada por la guerra y la menos ayudada durante las políticas de posguerra. Carlos Larrinaga, *De la Fonda al Hotel. Turismo y hotelería privada en España entre 1900 y 1959*, Comares, Granada, 2021. También interesante sobre el tema: Elisa Martín Ruiz, “Dualismo turístico durante la Guerra Civil Española. Salvaguarda del patrimonio cultural vs. promoción turística”, *Pasos*, 20: 4 (2022), pp. 901-922.

<sup>61</sup> “Bárbaro e inhumano ataque contra hospitales de S’Agaró”, *La Vanguardia*, 31 de julio de 1938, p. 1.

<sup>62</sup> *Anuario de la Arquitectura* dedica también en 1949 un artículo escrito por F. Folguera a “S’Agaró, urbanización de la Costa Brava Catalana”. Se trata de un artículo fundamentalmente laudatorio que remarca los aspectos de modernidad y novedad de la urbanización al identificar “el carácter y la armonía del conjunto” como el aspecto singular que le ha dado fama internacional. *Anuario de la Arquitectura*, 2 (1949). La revista *Destino*, en septiembre de 1950, dedica un artículo a “S’Agaró publicación de turismo”, que elogia la *Revista S’Agaró*, a la que califica de elegante, por el papel, la calidad de las fotos y el contenido firmado por célebres autores, que también publicaban en *Destino*, como Josep Pla. *Destino*, 685 (1950), p. 22.

<sup>63</sup> J. M. de Sagarra, “Prefacio”, *Revista de S’Agaró*, 1 (1949), p. 11.

espacio turístico regionalizado pasa a simbolizar “gran unidad de diversidades de la nueva España”. Como comenta el prologuista, “S’Agaró, que parece ser una gran diversión, y un gran desahogo, es en realidad esto: una ambición, un pensamiento, una tenacidad y un amor comprensivo”. El prefacio se ofrecía como una melancólica reflexión dedicada al joven crecido durante la guerra: “esta es la meditación que, en sus bodas de plata con el mar, te ofrecen estas flores, estas piedras, estas frondas y estas paredes, a ti, hombre de veinticinco años”.

Diferente es la imagen que propone la revista *Destino*.<sup>64</sup> El semanario, portavoz del ala liberal del franquismo, reporta en septiembre de 1949 el vigésimo quinto aniversario de S’Agaró en la sección ‘De Mediodía a Medianoche’, dedicado a noticias de tono ligero de Catalunya. En el talante propio del caricaturista Manuel Del Arco Alvarez, S’Agaró no viene exaltada por unificar simbólicamente España, sino que se la tilda de urbanización muy “rara”: un pueblo inventado por su fundador, sin comercios ni médicos, con una iglesia que no es parroquia y con un estilo arquitectónico que recurre al estilo vernáculo de la montaña. Hay pocos elogios, incluida la queja por la falta de tren para ir a su boda de plata, a 109 km de Barcelona.

Es evidente que los esfuerzos de Segarra por proclamar la nueva alineación ideológica de los propietarios de S’Agaró no resultaron suficientes para hacer olvidar los orígenes del proyecto y las intenciones de un programa que la arquitectura testimonia con mayor convicción. Así pues, para reafirmar la ubicuidad de los instrumentos, y su polisemia, se reafirmarán sin cesura aparente. Tras el sobrio interludio del aniversario, los números siguientes volvieron al formato original y al estilo gráfico de antes de la guerra: la portada en color y las páginas interiores en un sobrio blanco y negro. El deporte, el paisaje y la vida social siguieron siendo los temas centrales, mientras los turistas continuaban siendo los protagonistas, siempre retratados en una atmósfera despolitizada de armonía social ante las construcciones arquitectónicas de la ciudad jardín.<sup>65</sup> Tras la Guerra Civil, S’Agaró fue resignificado como lugar de edificación de la nación española y el régimen franquista en su acepción más regional.<sup>66</sup> Su vocación europeísta y civilizatoria se mantuvo intacta, por lo que este modelo de espacio turístico alejado del estereotipo exotista del “Spain is different” puede ser entendido como la concreción espacial de los usos franquistas del turismo para elevar a España a los estándares metropolitanos europeos.<sup>67</sup> Esta propulsión turística del régimen franquista al *glamour* europeo más cosmopolita se escenificó en 1949 con la visita del general Franco y su esposa a S’Agaró y su hospedaje en el hotel La Gavina.<sup>68</sup>

## CONCLUSIONES

La construcción de la urbanización de S’Agaró revela los matices sociales, culturales y finalmente políticos de la práctica turística en el contexto histórico específico de la Cataluña de la primera mitad del siglo XX. La construcción de esta ciudad jardín y su produc-

<sup>64</sup> M. Del Arco, “S’Agaró a 109 km: sus bodas de plata”, *Destino*, 630 (1949), p. 7.

<sup>65</sup> Cerverí de Girona, “S’Agaró cumple 30 años”, *Revista semanario de informaciones. Artes y letras*, 122 (1954), p. 6 El artículo elogia la localidad de S’Agaró por su belleza paisajística y arquitectónica y refleja cómo las afectaciones y el lujo excesivo se borran allí para dar paso a la sabiduría popular que “son la masía de nuestros campos”, manifestando la forma local de ser suntuosos.

<sup>66</sup> Beatriz Correyero, “Turismo e identidad nacional en el primer franquismo: Unidad en la diversidad”, en Antoni Vives y Gemma Torres (eds.), *El placer de la diferencia*, pp. 87-102.

<sup>67</sup> En el libro *El placer de la diferencia* hay diversos capítulos referentes al tema, en particular: Jorge Villaverde, “El Spain is different de Rafael Calleja: Identidad nacional e imágenes de feminidad en la promoción turística de la II República”, pp. 63-86, y Brice Chamoleau, “Civilizados y paganos. Turismo y *traslatio imperi* española bajo el franquismo”, pp. 116-144.

<sup>68</sup> “Visitantes ilustres”, *Revista S’Agaró*, 2 (1949), p. 16.

ción como espacio turístico contribuyó a materializar la cambiante imagen de la identidad catalana propia de la burguesía conservadora. Así, simbolizó los diferentes posicionamientos políticos correspondientes, desde la oposición al régimen de la Restauración y a la dictadura de Primo de Rivera, al alejamiento de la Segunda República y el alineamiento final con el Franquismo. La *Revista de S'Agaró* no solamente se encargó de fijar estas resignificaciones políticas. Con el protagonismo de los huéspedes como atracción turística, y las continuas alusiones al lujo y a las nuevas actividades de ocio vacacional como el tenis, la vela o la equitación, la revista definió el espacio de la urbanización como lugar privilegiado de escenificación de una nación moderna a la altura de las procedencias turísticas norte-europeas de sus visitantes.<sup>69</sup> Al mismo tiempo, presentaba a S'Agaró como concreción espacial de una región eterna y atemporal. En este sentido, la revista hacía apología de la belleza del paisaje natural de la Costa Brava, así como las arquitecturas que incorporaban elementos constructivos vernáculos como tejas y arcos, e incluso restos arqueológicos de antiguas masías. Por consiguiente, S'Agaró fue construido como un espacio de museificación de la identidad catalana, entendida al mismo tiempo como rural-tradicional y moderna-civilizada, diseñada antes de la Guerra Civil por el *Noucentisme* y reproducida durante el franquismo. Dicho modelo de espacio turístico asociado a la identidad regional catalana será más tarde propuesto como emblema de la marca turística "Costa Brava", por ejemplo en la revista *Ancora* en la que se señalaba a principios de los años 50 que:

S'Agaró [...] es la ideal proyección hacia el futuro de la Costa Brava. De esta Costa Brava, meta del turismo y por este motivo, fatal encrucijada de lo bueno y de lo malo que entraña todo descubrimiento multitudinario, S'Agaró es la ordenación, la resistencia al alboroto, mediante una sabia y poética conquista del paisaje mediterráneo por el urbanismo [...] El *building* bloque, liso y llano, exento de sabor local, desafía el Mediterráneo en muchas de las localidades de la Riviera. En S'Agaró se ha hecho un esfuerzo de imaginación mucho más profundo. No se le ha negado ninguna conquista a la técnica moderna. Pero se le ha sometido a la tradición.<sup>70</sup>

De todas formas, el modelo urbanístico que irónicamente acabó produciendo la Costa Brava como espacio turístico consolidado y más democratizado durante los años 60, más bien se inspiraba en los trabajos de los urbanistas más identificados con la Segunda República. En efecto, en 1929 y para el mismo ayuntamiento de Castell d'Aro, los arquitectos Josep Lluís Sert y Josep Torres, miembros del *Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània*, proponían un *Poblat d'estiueg a la costa*,<sup>71</sup> antecedente del proyecto de la *Ciutat de Repòs i les vacances* (1931-34), una propuesta cooperativa y popular orientada a satisfacer las necesidades culturales, de salud, ocio y deporte de las clases trabajadoras. La arquitectura moderna y funcional de los servicios turísticos para los obreros, invertía el paradigma formal, urbanístico y social del turismo de S'Agaró, pensado únicamente para la alta burguesía. El proyecto del GATCPAC nunca llegará a realizarse, pero constituirá la base fundamental del futuro de la Costa Brava.

Estas contradicciones nos llevan a reflexionar sobre cómo la producción histórica de espacios turísticos ajenos a la cotidianeidad y al entorno del trabajo y la producción han jugado un importante papel en la reproducción cotidiana de las identidades nacionales y los órdenes sociales propuestos por sus instituciones promotoras.

<sup>69</sup> Ante la imposibilidad de cuantificar datos estadísticos sobre el turismo de S'Agaró, cabe señalar que a finales de 1950 y comienzos de 1961 de un total de 10.800 visitantes a Sant Feliu de Guíxols, un 39% procedían de Reino Unido, mientras que entre un 15 y un 26% procedían de Francia; el resto de nacionalidades nunca supera el 8%. Yvette Barbaza, *Le paysage humain de la Costa Brava*, anexo II, LXXV, LXXVI.

<sup>70</sup> *Ancora*, 1 de agosto de 1953, p. 34.

<sup>71</sup> Josep L. Sert y Luis Torres, *Poblat d'estiueg a la costa*. 1929. C 1877 / 1. Archivo Histórico del COAC. GATCPAC, *Ciutat del Repòs i les Vacances*. 1931-37. CAT AHCOAC-B. Archivo Histórico del COAC.

*La producción histórica de escenarios vacacionales en las políticas turísticas:  
la urbanización de S'Agaró (1916-1949)*

*The historical production of holiday scenarios in tourism policies:  
the urbanization of S'Agaró (1916-1949)*

NADIA FAVA  
Universidad de Girona

MARISA GARCÍA VERGARA  
Universidad de Girona

**Resumen**

Este artículo analiza la relación entre las políticas de promoción turística implementadas para atraer el primer turismo de élite a Catalunya y la producción de identidades nacionales en la primera mitad del siglo XX, en un contexto histórico de significativos cambios sociales y políticos tanto en España como en Europa. El análisis del proyecto de la Ciudad jardín de S'Agaró (1916-1926), junto con su documentación promocional, nos permite relacionar la construcción de los espacios destinados al turismo y el proceso de resignificación de los mismos en el marco de las confrontaciones y convergencias entre las políticas regionalistas catalanas y las nacionalistas promovidas por el régimen franquista. El resultado pondrá en evidencia cómo se escenificó y materializó el imaginario turístico en Cataluña, en estrecha correspondencia con la emergencia de la moderna sociedad de consumo.

*Palabras clave:* espacio turístico, identidad nacional, sociedad del consumo, ciudad jardín, Costa Brava.

**Abstract**

This article analyzes the relationship between tourism promotion policies implemented to attract the first elite tourism to Catalonia and the production of national identities in the first half of the Twentieth Century, in a historical context of significant social and political changes in Spain and Europe. The analysis of the project of the Garden City of S'Agaró (1916-1926), together with its promotional documentation, allows us to relate the construction of the spaces destined to tourism and the process of resignification of them in the framework of the confrontations and convergences between the Catalan regionalist policies and the nationalist ones promoted by the Franco regime. The result will show how the tourist imaginary was staged and materialized in Catalonia, in close correspondence with the emergence of the modern consumer society.

*Keywords:* tourist space, national identity, consumer society, garden city, Costa Brava.

**Nadia Fava**

Arquitecta y doctora en Arquitectura por la Universidad Politécnica de Cataluña. Profesora agregada de urbanismo de la Universidad de Girona y corresponsable del Grupo de investigación Arquitectura y Territorio. Centra sus investigaciones en la historia y la teoría del urbanismo desde una perspectiva socio cultural de los siglos XIX y XX. El turismo como actividad económica relacionada con la construcción del territorio, de la imagen y de identidades conflictuales ha sido el centro de gran parte de sus investigaciones,

publicadas en revistas científicas como: *Journal of Urban History*, *Urbanística*, *Planning Perspective*, *Town Planning Review*, *Zainak*, Cuadernos de antropología-etnografía, y en capítulos de libros como *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism* (2016), *Meditterani. Traduzioni della Modernità* (2017).

### **Marisa García-Vergara**

Arquitecta y doctora en Teoría e Historia de la Arquitectura por la Universidad Politécnica de Cataluña. Profesora Serra Hunter en la Universidad de Girona y corresponsable del Grupo de investigación Arquitectura y Territorio. Centra sus investigaciones transdisciplinarias en las interrelaciones entre el arte, la política y la cultura moderna de las vanguardias históricas. Colabora con instituciones culturales como museos, fundaciones y galerías, con contribuciones en exposiciones y catálogos como *Piedad y Terror en Picasso. El camino a Guernica* (2018), *Habitación* (2019) o *Hiperespacios* (2020). Ha publicado libros como *Georges Bataille y la parte del arte* (2013), *Le Corbusier. Arte y Diseño* (2017) y artículos en revistas científicas como *Journal of Architecture*, *Town Planning Review*, *Concreta*, *Casabella*, *Arquitectura Viva*, *Arte y Parte*, entre otras.

### **Cómo citar este artículo:**

Nadia Fava y Marisa García Vergara, “La producción histórica de escenarios vacacionales en las políticas turísticas: la urbanización de S’Agaró (1916-1949)”, *Historia Social*, núm. 107, 2023, pp. 145-161.

Nadia Fava y Marisa García Vergara, “La producción histórica de escenarios vacacionales en las políticas turísticas: la urbanización de S’Agaró (1916-1949)”, *Historia Social*, 107 (2023), pp. 145-161.