

**SOCIEDAD PROPAGANDISTA DEL CLIMA
DE MÁLAGA (1896): LOS ANTECEDENTES
DEL TURISMO MALAGUEÑO
SOCIEDAD PROPAGANDISTA DEL CLIMA
DE MÁLAGA (1896): HISTORY OF
MALACITAN TOURISM**

JESÚS REINA ESTÉVEZ¹
Universidad de Málaga

RESUMEN

La Sociedad Propagandista del Clima de Málaga (1896) tiene el honor de ser el primer organismo turístico de Málaga, y posiblemente de toda España. Categóricamente, se constituye como un Sindicato de Iniciativa turística, dirigido por el ex-alcalde de Málaga, Francisco Prieto Mera, quién presentó ante las Cortes el proyecto de ley para la creación de unas Juntas para el Fomento del Turismo (1905). Este artículo profundiza en la figura del pionero y de las actividades que llevó a cabo su efímera sociedad, centradas en la promoción del clima y la organización de festejos. Para la obtención de los resultados, se realiza una revisión bibliográfica de las noticias del diario La Unión Mercantil (1886-1936), periódico decimonónico de referencia en la ciudad de Málaga. A partir de los textos publicados entre 1886 y 1897, se establece una línea de precedentes a la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga (1897-¿).

Palabras clave: Historia del Turismo Español; Orígenes del Turismo Malagueño; Sociedad Propagandista del Clima; Sindicato de Iniciativa; Francisco Prieto Mera; La Unión Mercantil.

ABSTRACT

The Sociedad Propagandista del Clima de Málaga (1896) has the honor of being the first tourist agency of Málaga, and possibly all Spain. It is essentially a Sindicato de Iniciativa, led by the former mayor of Málaga, Francisco Prieto Mera, who proposed the creation of the Juntas para el Fomento del Turismo in 1905. This article explores the figure of this pioneer and the ephemeral

Fecha de Recepción: 1 de julio de 2018 Fecha de Aceptación: 21 de marzo de 2019

¹ Universidad de Málaga. e.mail: Jeres@uma.es

society's activities; it is focused on promoting climate and organization of festivities. We makes a bibliographic review of the newspaper La Unión Mercantil (1886-1936), nineteenth-century reference newspaper in the city of Malaga, to obtain the results. From the texts published between 1886 and 1897, a line of precedents is established after the Propagandist Society of Climate and Embellishment of Málaga's activities (1897-¿).

Background of la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga (1897-?),

Keywords: History of Spanish Tourism; Origins of Malacitan Tourism; Sociedad Propagandista del Clima; Sindicato de Iniciativa; Francisco Prieto Mera; La Unión Mercantil.

1. INTRODUCCIÓN

Los orígenes de las inquietudes turísticas de la ciudad de Málaga parecen encontrarse en la crisis económica que atraviesa la provincia a finales del siglo XIX, como alternativa para generar riqueza e ingresos (Arcas Cubero y García Sánchez, 1980; Castellanos, 1998; Esteve Secall, 2001; García Galindo, 2004; Pellejero Martínez, 2005; Torres Bernier, 1983). El hundiendo en cadena de las industrias tradicionales propicia su sustitución por otras actividades más flexibles (Ramos, *et al*, 2001: 35-40). Ante esta perspectiva, la actividad turística fue una de esas empresas emergentes.

En su primer estadio, la esfera de influencia de la empresa turística es bastante reducida, pues se concentra en la ciudad de Málaga y se limita a un público de perfil muy concreto. Las pequeñas iniciativas privadas habrían fomentado un turismo de *comfort*, elitista y adinerado¹, no necesariamente extranjero.

Para ello, los particulares se encargaban de alquilar sus villas a visitantes que quisieran pasar una temporada larga con su familia y sus servidores en un lugar de inviernos cálidos² (Heredia, 2000: 10). Se trata de un turismo estacional, centrado en la época otoñal e invernal, que Fernández califica como *turismo aristocrático* (1991: 144). En paralelo, se produce un incipiente turismo popular de hostales y fondas, más puntual y de menor trascendencia, que se desarrolla durante la temporada de baños o en los festejos veraniegos, y cuyas modestas cifras despiertan el interés de la prensa local³.

La idea de convertir a Málaga en una estación invernal⁴ es un punto de inflexión para la concepción de esta forma de turismo, pues conllevaría una organización más elaborada y competitiva, y la intervención de la administración local.

Desde sus inicios, la prensa local reconoce el potencial de convertir a Málaga en una estación invernal de categoría, y se encarga de crear una corriente favorable de opinión pública

con la intención de concienciar a la ciudad de que puede ser capaz de rivalizar a nivel turístico con otras estaciones de invierno europeas, como Niza o Montreal. Para ello, insta al ayuntamiento y demás corporaciones a que se organicen para acoger a las familias ricas⁵.

En paralelo, la prensa se encarga también de difundir la fama del clima de Málaga. De acuerdo con García (2004: 171), a partir de 1872 es posible encontrar alguna noticia fomentando el turismo local en las páginas del diario *El Avisador Malagueño* (1843-1893).

Esta misma situación se repite en *La Unión Mercantil* (1886-1936) que, casi desde su nacimiento, llevaría a cabo una constante campaña turística en prensa (Reina, 2015). El diario acomete esta tarea de manera sistemática, con unas premisas muy claras: se compromete a informar de toda cuestión de interés turístico, de la llegada de visitantes, la publicación de datos empíricos sobre el clima, y todas las propuestas de mejoras y embellecimiento urbano⁶. *La Unión Mercantil* también abarcó el proceso constituyente⁷ y las actividades de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga (Arcas y García, 1980: 46), siguiendo el ideal patriótico de cooperación del que el periódico hace gala.

Por lo tanto, en cuanto a los orígenes del desarrollo turístico malagueño, nos encontraríamos ante una primera etapa centrada en la propaganda del clima y la concienciación de la opinión pública malagueña para que apoye los diferentes proyectos turísticos que se planeen desarrollar. Una segunda etapa, que aglutina el grueso de esta investigación, comenzaría en enero de 1894, momento en que el abogado Francisco Prieto Mera accede a la alcaldía de la ciudad, donde se ejecutan algunas actuaciones de promoción turística (1894-1895), que termina con el nacimiento de la Sociedad del Clima de Málaga en enero 1896⁸.

En último lugar, el periodo de tiempo que llega hasta la constitución de la Sociedad Propagandista del Clima en diciembre de 1897 y sus actuaciones (Arcas y García, 1980). En esta etapa, tradicionalmente considerada como el comienzo del turismo malagueño, el diario *La Unión Mercantil* continúa la campaña a favor de la propaganda del clima, e informa de las actividades de la llamada *Climatológica*, hasta bien entrado el siglo XX.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Sobre Málaga y provincia como lugar de destino se ha escrito con fluidez desde principios del siglo XIX. En primer lugar, se encuentra el grupo de viajeros románticos, médicos, expertos y simples visitantes de paso, que recalaban en la ciudad de Málaga por razones terapéuticas (Castellanos, 1998; Mowl y Barke, 2004; Ruiz, 2008). Amparados por la *corriente*

higienista, que otorgaba al entorno gran influencia sobre desarrollo y evolución de las enfermedades (Larrinaga, 2002: 166), alabaron de Málaga su clima, aunque criticaron duramente su estilo de vida, y la salubridad de la ciudad.

En segundo lugar, se encuentra la producción patria, desarrollada en el último tercio del siglo XIX, y que se caracteriza por proponer la creación de un organismo de promoción y fomento del turismo. Estos autores inciden en la benignidad del clima malagueño como argumento para atraer a forasteros y visitantes. Cabe destacar las memorias de Pedro Marcolains San Juan (1893) y de Luis de León (1894: 5-8) donde se llama a las autoridades y capitalistas malagueños para que afronten la tarea de convertir a Málaga en una estación de invierno (Arcas y García, 1980: 44).

Ramos (1895), da un paso más allá y sugiere la creación de la Junta de Mejoras Locales. Compuesto por miembros de las autoridades locales y personalidades de prestigio, se trataría de un organismo especializado en asuntos turísticos, cuyos objetivos girarían en torno a la propaganda del clima y la gestión de las obras más urgentes (Torres, 1983: 343).

La citada Junta parece un antecedente directo de las posteriores sociedades propagandistas del clima de Málaga, y se caracteriza por reunir la esencia de los Sindicatos de Iniciativa turísticos: es decir, organizaciones privadas provinciales para la promoción de la actividad turística dentro de su ámbito de influencia (Pellejero, 1999: 40).

En 1909, Carlos Cuadros y Cuadra se encarga de enumerar por primera vez a los Sindicatos de Iniciativa existentes en España, y los define como (1974: 17) una agrupación de personas que se ocupan del turismo regional, a través de anuncios y artículos en prensa, de la mejora de los medios de locomoción y vías de comunicación, y que favorecen las atracciones, la comodidad de los visitantes.

A los Sindicatos de Iniciativa se les reconoce su capacidad para reunir a las fuerzas locales, aglutinando a instituciones, autoridades, empresarios y particulares en una causa turística común (Bayón y Fernández, 2005; Correyero y Cal, 2008; Luque, 2014; Moreno, 2007; Pellejero, 1999).

Entre las extensas funciones de los Sindicatos de Iniciativa se incluiría (Moreno, 2007: 56): la elaboración de documentos sobre monumentos y sitios de interés; publicar itinerarios, guías y mapas; proporcionar indicaciones a los turistas; estimular mejoras en el alumbrado público, vías de comunicación y salubridad e higiene; editar boletines oficiales y revistas; obtener concesiones y ventajas en los transportes; mejorar las medidas de control de salida y entrada de turistas; y, contribuir a todo aquello que pusiera de relieve la belleza

del país, ayuntando a su conservación y facilitando las comunicaciones.

Cuando el Estado asume responsabilidades en temas turísticos a partir de 1905, se produce el principio del fin de la hegemonía de estas organizaciones privadas, que logran coexistir durante un tiempo con otras entidades de ámbito superior. En el caso de Málaga, en 1911 se crea el Sindicato de Iniciativa y Propaganda de Málaga⁹, que rivaliza con la antigua Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga, cuya actividad se había visto reducida a asuntos puntuales, como la organización de ciertos festejos¹⁰.

3. OBJETIVOS

El presente estudio tiene como principal objetivo la localización de noticias relacionadas con la constitución de la Sociedad Propagandista del Clima de Málaga (1896).

Asimismo, se recaba información sobre su fundador, Francisco Prieto Mera, con el objetivo de poner en orden cronológico los acontecimientos que desembocaron en la fracaso de la sociedad.

4. METODOLOGÍA

Para inferir sus resultados, esta investigación se vale de la técnica de la revisión bibliográfica (Selltiz *et al* 1980), con carácter exhaustivo (Guirao *et al*: 2008: 6).

Se consultan las páginas del diario *La Unión Mercantil* (1886-1936) en la primera década de su publicación, con especial interés sobre los ejemplares editados dentro del intervalo 1894-1896. Además, se presta especial atención a las noticias relacionadas con la propaganda del clima o cualquier otro asunto turístico que se publicaran antes o después de esas fechas.

Se accede a los ejemplares a través de la plataforma gratuita digital del archivo *Narciso Díaz de Escovar*¹¹. Los ejemplares están sometidos a un régimen de obligatoria descarga y renombre individual de cada una de sus páginas. Se llegan a almacenar alrededor de 17.000 páginas del diario, correspondientes a los años 1886-1898, para su hojeo y consulta.

El proceso de localización de las noticias conlleva una lectura detallada de las páginas, dando prioridad a aquellas informaciones precedidas por un título visible. Desde el principio, se percibe cierta sistematización dentro del periódico, tendente a publicar las noticias de interés turístico bajo denominaciones reiterativas y muy semejantes, que funcionan como palabras clave. Esta visibilidad agiliza y facilita el proceso de identificación de las noticias. Las fórmulas utilizadas por el periódico se mueven dentro de las

siguientes categorías: “El clima de Málaga”; “La propaganda del clima”; “Málaga, estación de invierno”; “El embellecimiento de Málaga”; “En bien de Málaga”.

Entre las limitaciones a las que se han tenido que hacer frente en esta investigación se encuentra la ausencia de algunas fuentes primarias; en concreto, colecciones completas de ejemplares del diario, ya sea por pérdida o deterioro. Específicamente, se echa en falta el año 1892, del que sólo han sobrevivido un par de números sueltos.

5. RESULTADOS

5.1. Francisco Prieto Mera, alcalde de Málaga (1894-1895): pionero turístico.

La Unión Mercantil comenzó a publicarse en Málaga un 2 de enero de 1886, en medio de una enorme expectación popular (Sesmero, 1897: 137). Desde su nacimiento, la cabecera va a ser dirigida por el periodista Antonio Fernández y García, hasta el fallecimiento del mismo en 1907 (Checa, 1991: 229). El periodista firma muchos de los artículos dedicados al clima de Málaga y se convierte en uno de los principales promotores de la Sociedad Propagandista del Clima, de la que llegó a ser secretario. El periódico se inscribe dentro del nuevo modelo de periodismo de información, caracterizado por su carácter empresarial y polivalente, donde priman las secciones, la variedad informativa y el entretenimiento (Romero, 2011). García Galindo considera que los cambios introducidos por la cabecera hacen que el diario muestre una mayor atención por los acontecimientos, nacionales y extranjeros, especial interés por la vida local, y que consiga llegar a un público lector más amplio y homogéneo (1995: 18).

En este sentido, las noticias de calado turístico permiten reconstruir una realidad que profundizar en los antecedentes del turismo malagueño, a través de las actuaciones privadas y la inactividad de las corporaciones locales. También, arroja luz sobre la figura del pionero Francisco Prieto Mera.

Como diputado por Galicia en representación del municipio de Ordes (Brisset Martín, 2010: 218), Francisco Prieto Mera se ocupó de elevar una propuesta de ley (1905) para la creación de las Juntas para el Fomento del Turismo en cada provincia o capital, encargadas de estudiar, aprobar, sacar a subasta y realizar proyectos de saneamiento y mejoras urbanísticas (Cal, 1997: 130). El ex-alcalde parte del necesario reconocimiento al trabajo desempeñado por las sociedades privadas provinciales, y pretende institucionalizarlas. La propuesta no llegaría a ser aceptada, pero daría pie a la creación de la Comisaría Regia del Turismo, meses después.

La biografía de Francisco Prieto le muestra como un eminente abogado que ronda los cuarenta años al acceder a la alcaldía de Málaga. Nacido en Chile, y de padre marino, estaba afiliado a la izquierda democrática, y su nombramiento se recibe con esperanza¹².

Así las cosas, el año 1894 comienza con la noticia de la constitución del nuevo ayuntamiento de Málaga, que ha de funcionar durante el bienio de 1894 a 1896¹³. La llegada a la alcaldía de Francisco Prieto Mera sirve como excusa para que *La Unión Mercantil* recuerde a la opinión pública malagueña la necesidad de acometer mejoras urbanísticas en la ciudad, para convertirla en una estación invernal y la inversión de capital en la propaganda del clima¹⁴.

Pocos días después, salta la noticia sobre la idea de crear una Junta encargada de proponer las obras de embellecimiento que la ciudad, con la intención de atraer a los turistas. Se junta estaría integrada por las principales autoridades, el obispo y personas influyentes sin distinción política¹⁵. Por su parte, el alcalde decide reunir en su despacho a comerciantes e industriales malagueños, con el propósito de animarles a edificar algunos solares de su respectiva propiedad, con la consiguiente creación de puestos de trabajo y mejora de la oferta privada de alojamiento de la ciudad¹⁶.

Citados al domingo siguiente para retomar el debate sobre la propaganda del clima¹⁷, se decide nombrar una Comisión, encargada de emprender los trabajos de propaganda, de acuerdo con la Alcaldía, y de dar forma a los proyectos de embellecimiento. Esta comisión sería conocida posteriormente como Junta para la Propaganda del clima.

Los miembros de la Junta sugieren una serie de iniciativas¹⁸. Se propone la contratación de compañías de teatro de primer orden durante el invierno, el arreglo y construcción urgentes de calles, paseos y avenidas en Málaga y la desviación del río Guadalmedina, entre otros proyectos. También se plantea la picaresca idea de que la Real familia visite la ciudad para ponerla de moda¹⁹.

En diciembre de 1894, el administrador francés Bedeau y el arquitecto Victor Desbois se reúnen con el alcalde, con el propósito de fundar en Málaga un centro de propaganda y explotación del clima²⁰. El proyecto de la sociedad²¹ supondría la construcción de hoteles, un gran casino, una sala de baños, y un salón de conciertos. Tras algunos retrasos, el proyecto sería reconducido hacia la construcción del Hotel-Casino en la zona de la Caleta²².

Pero mientras estos proyectos se desarrollan, el Ayuntamiento de Málaga pasa por una situación presupuestaria muy complicada²³. Además, se suceden algunos escándalos políticos, como el “asunto pinillos”²⁴ y la apertura de un expediente al anterior alcalde en funciones por ciertos abusos en su administración interina²⁵. Estos escándalos desembocarán

en la suspensión como alcalde de Francisco Prieto Mera en febrero de 1895 por el Gobernador de Málaga, frente a la oposición de la opinión pública malagueña, que se deshace en muestras de apoyo al alcalde cesante²⁶.

Por su parte, *La Unión Mercantil* se mantiene en su línea editorial, y continúa con la publicación de noticias relacionadas con el aprovechamiento del clima. Destacan las alabanzas las labores propagandistas de algunos particulares²⁷, incluyendo al cónsul de Inglaterra en Málaga, Alexander Finn, que había logrado que ciertos diarios ingleses publicaran una serie de artículos sobre Málaga²⁸.

En junio de 1895, la cabecera se hace eco de la publicación del folleto de Ramos Power²⁹, entrando a debatirlo. Acaba el año sin síntomas de progreso en la construcción del Hotel de la Caleta y el Parque de Málaga, circunstancias que lamentará el periódico, tildando la situación de desgraciada³⁰.

5.2. Sociedad Propagandista del Clima de Málaga (1896)

Según *La Unión Mercantil*, la idea de fundar una sociedad compuesta por personas influyentes de Málaga para la propaganda del clima fue acogida con auténtico fervor por la opinión pública local, en forma de adhesiones masivas³¹. El diario es consciente de la necesidad de seguir presionando para atraer forasteros, aunque admiten que la publicidad en el extranjero no es suficiente³².

La ciudad presenta los problemas de salubridad, como un deficiente alcantarillado, suciedad en las calles y malos olores. Málaga es en esos momentos un núcleo urbano anclado en el pasado, sin apenas zonas de ocio o paseo para el visitante. El diario exige que se embellezca la ciudad³³ y se lleven a cabo una serie de mejoras, como la construcción de un paseo junto al puerto. Para ello se confía en la labor de la sociedad propagandística.

Preside la sociedad el ex-alcalde, Francisco Prieto Mera, cuyo secretario habría de ser Antonio Fernández y García, director de *La Unión Mercantil*. Al notificar la constitución de la Junta Directiva de la sociedad, el diario pone a disposición del organismo las páginas de su periódico³⁴. Provisionalmente, la también denominada Junta Propagandista del Clima y la Reforma de Málaga, sitúa sus oficinas en el domicilio del presidente³⁵.

Los acuerdos adoptados por la sociedad en su primera reunión incluyeron el deber del presidente y secretario de redactar el reglamento; la fijación de las cuotas de los protectores y colaboradores; el control de los fondos con que cuentan; la búsqueda de un domicilio adecuado; la contratación del personal; y se decidió que el primer acto de la Junta

Directiva sería visitar al Gobernador, al Presidente de la Diputación, y a los Presidentes de Círculos de Recreo, así como a varias corporaciones y personas destacadas. A su vez, se nombra una Comisión, encargada de dividir a la población de Málaga en cuarteles, para la instalación en ellos de Juntas de tres personas, dependientes de la Junta Central. La respuesta de los particulares a la existencia de la entidad tenderá a ser muy efusiva, y se materializa en una serie de propuestas, ofrecimientos y réplicas desde la prensa nacional³⁶.

Las actividades llevadas a cabo por la Sociedad Propagandista del Clima se concentran en dos frentes: la propaganda del clima, y la organización de algunos eventos.

Respecto a sus funciones como difusora del clima, éstas se ejecutaron en el ámbito local y en el extranjero. En el ámbito local, se planeó la impresión de unos sobres anunciadores de las ventajas del clima de Málaga para que fueran repartidos entre los comerciantes de la ciudad, con el objetivo de que los utilizasen en su correspondencia. Los sobres fueron ideados por Diego Delgado, socio de la joyería Delgado y Sierra. En el reverso de los sobres se consignaría el anuncio reducido³⁷. El texto se habría de escribir, principalmente, en francés, para ser enviado a lugares como Rusia y otras naciones distantes, por ser este el idioma universal a finales del siglo XIX. La tirada, no obstante, se realizaría en francés, inglés y alemán³⁸.

Para su labor en el extranjero, la sociedad muestra interés por la publicación de un órgano editorial propio, en forma de Boletín, escrito en español y francés, con el propósito de ser enviado gratuitamente por España y el extranjero³⁹.

Además, *La Unión Mercantil* anuncia que se estarían gestionando unos contratos de publicidad con los periódicos de mayor circulación de Madrid, concretamente *El Liberal* y *El Imparcial*, y la inserción de un anuncio de Málaga en algunas revistas ilustradas, como *La Ilustración Española y Blanco y Negro*⁴⁰.

A continuación, el propósito era continuar con la propaganda escrita en el extranjero, empezando por Londres. Se eligió esta ciudad porque ya se habían producido algunas iniciativas espontáneas, alabando al clima de Málaga y la hospitalidad de sus habitantes⁴¹.

El siguiente paso a seguir sería el nombramiento de corresponsales especiales para ser enviados a algunas ciudades españolas, así como a Londres, París, Berlín, Viena, Bruselas y otras capitales de Europa. Su misión sería la de dirigir la propaganda desde estas ciudades⁴². En este sentido, debe tenerse en cuenta el carácter universal que se le otorga al término *propaganda* en estos momentos históricos, como sinónimo de comunicación, dado que no obtendrá su carácter peyorativo hasta pasada la I Guerra Mundial (Pizarroso, 1993: 29).

En cuanto a la organización de eventos, la prensa local plantea la conveniencia de empezar el siglo XX con una gran fiesta relacionada con la propaganda del clima.

Por otro lado, la sociedad propagandística muestra interés en los espectáculos que planean llevarse a cabo en Málaga en el próximo invierno para atraer a forasteros y turistas. Se aconseja que los teatros funcionen a temporada completa; la presencia de bandas de guitarra y bandurrias para que amenicen los paseos, fondas y hoteles; y mantener abierta la plaza de toros⁴³.

Al analizar la cuestión del alojamiento, se hace hincapié en la creación nuevas fondas y hoteles⁴⁴, e instan al ayuntamiento para que anime a los propietarios de fincas en el Paseo de la Caleta para que las edifiquen, ayudándoles a sufragar las obras⁴⁵.

Finalmente, la Sociedad Propagandista del Clima de Málaga en febrero de 1896 un anuncio por palabras en la primera plana de *La Unión Mercantil*⁴⁶. El texto del anuncio sorprende por la moderna concepción de la información que ofrece, ya que enumera las ventajas que ofrece la ciudad de Málaga como destino vacacional, pues dispone de buen clima, buena comunicación por tierra y mar, y alojamiento variado en el centro y la zona del muelle. La sociedad ofrece sus servicios de información al visitante, y recuerda que la ciudad dispone de traductores, transporte, zonas de recreo y toda una serie de actividades de ocio⁴⁷.

A mediados de marzo, el presidente de la sociedad se reunirá con el alcalde de Málaga, Salvador Solier, para presentarle el objeto y la organización de la sociedad, las gestiones realizadas y los resultados obtenidos, con la intención de recabar el apoyo de la corporación local. De la conferencia, únicamente se consigue la adhesión del alcalde a título personal, no así de la alcaldía⁴⁸. En esos momentos, nada hace presagiar que el cese de la actividad de la Sociedad Propagandista del Clima de Málaga está próximo, debido a desavenencias políticas y de clase⁴⁹. Meses después, Francisco Prieto Mera fijará su residencia en Madrid, desligándose del proyecto⁵⁰.

A finales de 1897, nace la reformulada la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga. El abogado aprovecha la ocasión para mandar una serie de emotivas cartas al diario *La Unión Mercantil*, instándole a publicar los propósitos y acuerdos de la nueva sociedad⁵¹, como ya hiciera en su momento con la primitiva sociedad del clima; y mostrando su apoyo incondicional a la nueva sociedad⁵², cuya tarea reconoce que vendría a continuar la obra por él iniciada, aunque incide en la necesidad de excluir los

elementos oficiales o políticos, que entorpecen las actividades de las organizaciones turísticas⁵³.

La larga y exitosa trayectoria de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga ha llegado a eclipsar históricamente la existencia misma de su predecesora, la Sociedad Propagandista del Clima, hasta el punto hacerla desaparecer del recuerdo ciudadano.

Cabe señalar, por tanto, que, aun tratándose de un proyecto fallido, su puesta en marcha viene a demostrar el temprano interés de los malagueños por fomentar la explotación turística de su clima, convirtiéndolos en auténticos pioneros en este terreno. Mérito que debería seguir enorgullecendo a las generaciones futuras.

6. CONCLUSIONES

La Sociedad Propagandista del Clima y su presidente, el antiguo alcalde de Málaga, Francisco Prieto Mera, llevaron a cabo algunas labores turísticas pioneras, de carácter tímido y experimental. A pesar de su corta duración, contaron en todo momento con el apoyo del diario *La Unión Mercantil*, que, en paralelo, mantuvo su propia campaña en prensa a favor del clima de Málaga. Aunque los éxitos puedan parecer escasos, supieron poner en marcha un proyecto turístico que otros ciudadanos vendrían a continuar. Principalmente, idearon algunas campañas de propaganda y la organización de algunos festejos locales. Su mérito radica en la capacidad de la sociedad para movilizar a la opinión pública malagueña, que se apoyó abiertamente proyecto.

En cuanto a su organización y funciones, la sociedad propagandística comparte la naturaleza de los Sindicatos de Iniciativa Turísticos, puesto que realizaron labores difusoras e informativas. Se trata de proyectos que surgen de las necesidades turísticas más orgánicas y básicas, como la gestión del alojamiento o la creación de ocio y entretenimiento para el visitante. En este caso que nos ocupa, no existe constancia de la intención por parte de los promotores de replicar el modelo francés.

Las líneas de investigación futuras pasan por profundizar en los orígenes turísticos malagueños que se perciben durante estos años, a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Es necesario incidir especialmente en las actividades de la Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga, que ya sólo fueron ligeramente perfiladas en el artículo de Arcas Cubero y García Sánchez, así como interesarse por la historia y actuaciones del posterior Sindicato de Iniciativa de Málaga, del que aún queda mucho por escribir. Así mismo, cabría la posibilidad de profundizar en la enigmática figura del pionero Francisco Prieto Mera, cuya biografía permanece incompleta.

7. BIBLIOGRAFÍA-

- ARCOS Y CUADRA, C. (1909): *De las grandes ventajas económicas que produciría el desarrollo del turismo en España*, Barcelona, Banca Más Sardá. Reimpresión de 1974.
- ARCAS, F. Y GARCÍA, A. (1980): “Los orígenes del turismo malagueño: La Sociedad Propagandista del Clima y Embellecimiento de Málaga”, *Revista Jábega*, 32: 42-50.
- BAYÓN, F. Y FERNÁNDEZ, L. (2005): “Capítulo 1. Los orígenes”. En Bayón Mariné, Luis (dir.) *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces., pp. 25-43.
- BRISSET, X. (2010): “As eleições de 1910 na provincia da Coruña baixo o asfixiante mante protector”, *Anuario Brigantino*, 33, 215-226.
- CAL, R. (1997): “La propaganda del turismo en España. Primera organizaciones”, *Revista Historia y Comunicación Social*, 2, 125-133.
- CASTELLANOS, J. (1998): “La promoción de Málaga y la idea de ciudad saludable”, *Dynamis: Acta hispanica ad medicinae scientiarumque historiam illustrandam*, 18, 207-232.
- CHECA, A. (1991): *Historia de la prensa andaluza*, Sevilla, Alfar.
- CORREYERO, B. Y CAL, R. (2008): *Turismo: La mayor propaganda del Estado. España: Desde sus inicios hasta 1951*, Madrid, Visión Libros.
- DE LEÓN, L. (1894): “Málaga, Estación de Invierno”, Málaga, Tipografía de las noticias
- ESTEVE, R- (2001): “La promoción turística de Málaga y la Semana Santa a través de los textos. 1855-1935”, *Revista de Estudios Andaluces*, 23, 119-150.
- FERNÁNDEZ, L. (1991): *Historia general del turismo de masas*, Madrid, Alianza Universidad Textos.
- GARCÍA, J. A. (1995): *Prensa y sociedad en Málaga. 1875-1923. La proyección nacional de un modelo de periodismo periférico*, Málaga, Edinford.
- GARCÍA, J. A. (2004): “Prensa y turismo en España (Málaga, 1872-1936). Orígenes y primer desarrollo de una actividad periodística especializada”, *Centros y Periferias, prensa, impresos y territorios en el mundo hispánico contemporáneo: homenaje a Jacqueline Covo-Maurice*, 169-178.
- GUIRAO-GORIS, J. A., OLMEDO, A, Y FERRER, E. (2008): “El artículo de revisión”, *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*, 1 (1), 1-25.

- HEREDIA, V. M. (2000): “La arquitectura del turismo. Los orígenes de la oferta hotelera en Málaga (siglo XIX-XX)”, *Revista Jábega*, 86, 3-20.
- LARRINAGA, C. (2002): “El turismo en la España del siglo XIX”, *Revista de Historia Contemporánea*, 25, 157-179.
- LUQUE, M. (2014): “La Fesit: La iniciativa privada en el sector turístico (1932-1959)”, *XII congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, Pensar con la historia desde el siglo XXI*, Madrid, 1-21.
- MORALES, M. (1983), *Economía y Sociedad en la Málaga del Siglo XIX*, Málaga, Servicios de Publicaciones, Diputación de Málaga.
- MORENO, A. (2007): *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis.
- MORILLA, J. (1992): “La economía de Málaga, 1890-1930”. En Tuñón De Lara, Manuel (dir.) *Las ciudades en la modernización de España: los decenios interseculares: VIII Coloquio de Historia Contemporánea de España*, Madrid: Siglo Veintiuno de España, pp. 323-344.
- MOWL, G. Y BARKE, M. (2004): “Changing visitor perceptions of Malaga (Spain) and its development as Winter health resort in the nineteenth century”, *Studies in Travel Writing*, 1-16.
- PALOMO, F. (1983): *La sociedad malagueña en el siglo XIX*, Málaga, Arguval.
- PELLEJERO, C. (1990): *La Filoxera en Málaga. Una Crisis del Capitalismo Agrario Andaluz*, Málaga, Arguval.
- PELLEJERO, C. (1995): “El turismo como alternativa económica en la Málaga de principios de siglo: Informe del Cónsul de Francia”, *Revista Estudios Regionales*, 42, 297-312.
- PELLEJERO, C. (1999): “Antecedentes históricos del turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo. En Pellejero Martínez, Carmelo (dir.), *Historia de la economía del turismo en España*, Madrid, Civitas, pp. 21-75.
- PELLEJERO, C. (2005): “Turismo y Economía en la Málaga del siglo XX”, *Revista de Historia Industrial*, 29, 87-114.
- PIZARROSO, A. (1993): *Historia de la propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*, Madrid, EUEMA.
- RAMOS, A. S., BONILLA, I. Y GUZMÁN, A. (2001): *Cien años de historia de las fábricas malagueñas (1830-1930)*, Málaga, Acento Andaluz.
- REINA, J. (2015): “La Propaganda del Clima en el diario La Unión Mercantil (1887-1897): El Origen del Turismo Malagueño”, *Revista de Análisis Turístico*, 19(1), 23-32.

- RIO. S. Y RIO FERNÁNDEZ, P. (2008): *El comercio y la industria en Málaga a través de su publicidad (1860-1960)*, Málaga, Cámara Oficial de Comercio.
- ROMERO-DOMÍNGUEZ, L. (2011): “La prensa durante la primera parte de la Restauración: la edad dorada del modelo político y el fracaso del Nuevo Periodismo”. En Reig, Ramón (dir.), *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, Sevilla Centro de Estudios Andaluces, pp. 41-67.
- RUIZ. J. (2008): “Médicos-viajeros y viajeros-convalecientes de habla inglesa en la España Mediterránea durante el siglo XIX”, *Revista EPOS*, XXIV, 175-189.
- SELLTIZ, C., WRIGHTSLMAN, Y COOK, S. W. (1980): *Métodos de investigación en las relaciones sociales*, Madrid, Rialp.
- SESMERO, J. (1897): *Málaga, su historia y sus gentes*, Málaga, Bobastro.
- TORRES, E. (1983): “Los orígenes del turismo andaluz”, *Revista Estudios Regionales*, 12, 331-365.

8. NOTAS A PIE DE PÁGINA

- ¹ *La Unión Mercantil*, 24 01 1890 p. 2. “Málaga, ciudad de invierno”; 30 12 1895 p. 1. “Familias forasteras”; 07 05 1891 p. 1. “Interés que Málaga debe tener por explotar su clima e importancia militar, como fuente de riqueza para la capital y su provincia. Firma el artículo *Tom-yerona*.”
- ² *La Unión Mercantil*, 20 10 1893 p. 3. “Málaga, ciudad de invierno. Observaciones meteorológicas del doctor Marcolain. – Las aguas de Torremolinos”.
- ³ *La Unión Mercantil*, 10 06 1888 p. 1. “El verano en Málaga”. El diario calcula que más de 50.000 viajeros pasaron por Málaga durante Agosto de 1887, durante la temporada de baños y las fiestas del IV Centenario de la Conquista de Málaga (1887).
- ⁴ *La Unión Mercantil*, 12 06 1897, pp3. “Málaga, Estación de Invierno. Y va de Proyectos”. Nicolás Muñoz Cerisola, autor de algunas de las *Guías de Málaga*, considera que el proyecto fue idea del Marqués de Casa-Loring, que mediada la década de 1840 llevó a cabo una campaña de propaganda, financiada por él mismo, en el diario *El Correo de Andalucía* y otros periódicos extranjeros.
- ⁵ *La Unión Mercantil*, 23 11 1887 p. 1. Noticia General sin título.
- ⁶ *La Unión Mercantil*, 02 02 1888 p. 3. “El Clima de Málaga”; 02 01 1894 p. 1. “El clima de Málaga”; 21 02 1890 p. 1. “De viage” (sic); 17 03 1890 p. 1. “De viage” (sic); 10 04 1893 p. 2. “Touristas” (sic); 06 01 1896 p. 1.

- “Forasteros”. 02 02 1888 p. 3. “El clima de Málaga”; 17 01 1893 p. 4. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”; 18 01 1893 p. 4. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”; 25 03 1893 p. 3. “Observaciones meteorológicas del Instituto Provincial de Málaga”; 04 03 1891 p. 1. “El embellecimiento de Málaga”; 13 09 1891 p. 1. “La limpieza en Málaga”; 16 08 1891 p. 1. “Cosas que necesita Málaga”.
- ⁷ *La Unión Mercantil*, 12-12-1897 p. 4. “La Reunión de anoche”.
- ⁸ *La Unión Mercantil*, 18-1-1896 p. 2. “En Bien de Málaga. La propaganda del clima”.
- ⁹ *La Correspondencia de España*, 15 02 1911, pp2; *El Popular*, 08 09 1910, pp4. “Sindicato de Iniciativas”.
- ¹⁰ *La Correspondencia de España*, 07 02 1910, pp3. “En Málaga”; *El Popular*, 27 01 1911, pp1. “Sociedad Climatológica”.
- ¹¹ <http://www.archivodiazescovar.com/>
- ¹² *La Unión Mercantil*, 28 03 1894 p. 1. “El alcalde de Málaga”; 20 11 1896 p. 1. “Don Francisco Prieto Mera. Ex-alcalde de Málaga”; 23 01 1891 p. 2. “Las compañías de seguro”.
- ¹³ *La Unión Mercantil*, 02 01 1894 p. 2. “En el Ayuntamiento”.
- ¹⁴ *La Unión Mercantil*, 02 01 1894 p. 1. “El clima de Málaga”.
- ¹⁵ *La Unión Mercantil*, 07 01 1894 p. 1. “El embellecimiento de Málaga”.
- ¹⁶ *La Unión Mercantil*, 19 02 1894 p. 3. “La reunión en la Alcaldía”.
- ¹⁷ *La Unión Mercantil*, 28 02 1894 p. 4. “En bien de Málaga”; 03 06 1894 p. 2. “En el Ayuntamiento. Por el clima de Málaga”; 03 06 1894 p. “En el Ayuntamiento. Por el clima de Málaga”; 26 02 1894 p. 3. “En la alcaldía. La reunión de ayer”.
- ¹⁸ *La Unión Mercantil*, 08 03 1894 p. 4. “Reunión en la alcaldía”; 19 12 1894 p. 2. “La temporada de invierno”; 05 07 1894 p. 2. “Málaga, estación de invierno. Proyecto de festejos”; ¹⁹ 07 1894 p. 2. “Las fiestas de invierno”.
- ¹⁹ *La Unión Mercantil*, 05 07 1894 p. 2. “Málaga, estación de invierno. Proyecto de festejos”; 19 07 1894 p. 2. “Las fiestas de invierno”.
- ²⁰ *La Unión Mercantil*, 30 12 1894 p. 4. “Málaga, estación de invierno. Una empresa importante”.
- ²¹ *La Unión Mercantil*, 07 01 1895 p. 2. “La propaganda del clima”; 03 01 1895 p. 4. “La propaganda del clima”; 22 02 1895 p. 2. “La propaganda del clima”; 01 02 1895 p. 4. “El clima de Málaga. Gratas noticias”; 31 12 1894 p. 3. “La propaganda del clima” y “Málaga, estación de invierno” p. 4.

- ²² *La Unión Mercantil*, 05 03 1895 p. 4. “Málaga, estación de invierno”; 07 03 1895 p. 4. “Málaga, estación de invierno”;
- ²³ *La Unión Mercantil*, 15 01 1895 p. 2. “La ruina del municipio. ¡Pobre Málaga!”; 23 02 1895 p. 3. “La ruina del municipio.”
- ²⁴ *La Unión Mercantil*, 23 11 1894 p. 3. “Situación del Ayuntamiento. Apaga y vámonos. Un embargo”; 20 12 1894 p. 2. “La ruina del Municipio, ¿A quién engordan los arbitrios...?”; 21 12 1894 p. 1. “La administración municipal”; 24 12 1894 p. 2. “Cosas del municipio. Los derechos de degüello. Un arbitrio ilegal”; 15 01 1895 p. 4. “El asunto Pinillos. En bien de Málaga”; 19 01 1895 p. 2. “En el ayuntamiento - El asunto de Pinillos”; 31 01 1895 p. 2. “El negocio de Pinillos”; 02 02 1895 p. 3. “En el ayuntamiento – Céntimos para Pinillos”; 12 02 1895 p. 2. “El asunto Pinillos”; 17 02 1895 p. 2. “El asunto Pinillos”.
- ²⁵ *La Unión Mercantil*, 10 02 1895 p. 1. “El gran absurdo” y “La campaña de la moralidad – Málaga y su Gobernador” p. 3; 14 02 1895 p. 2. “Los cargos contra el alcalde”; 15 02 1895 p. 1. “Lo que se dice”; 16 02 1895 p. 2. “En el ayuntamiento. La sesión de ayer”; 17 02 1895 p. 1. “El expediente municipal”.
- ²⁶ *La Unión Mercantil*, 15 02 1895 p. 4. “La suspensión del alcalde”; 12 02 1895 p. 1. “En favor del alcalde”, “La protesta contra el Gobernador. Que se quede el alcalde”; 10 02 1895 p. 3. “En favor del alcalde”; 13 02 1895 p. 2. “Manifestaciones a favor del alcalde”; 15 02 1895 p. 1. “La suspensión del Alcalde” y “la serenata al Alcalde” p. 4.
- ²⁷ *La Unión Mercantil*, 17 12 1894 p. 2. “Propaganda eficaz”.
- ²⁸ *La Unión Mercantil*, 14 12 1894 p. 2. “En honor de Málaga” y “Lo que es Málaga – Desde Londres” p. 3; 16 12 1894 p. 3. “Lo que es Málaga – Desde Málaga” (conclusión); 27 06 1895 p. 3. “Málaga, estación de invierno”; 01 07 1895 p. 3. “Málaga, estación de invierno” (continuación); 04 07 1895 p. 3. “Málaga, estación de invierno” (continuación). Firma *Simbad*.
- ²⁹ “Málaga, estación de invierno. Por y por ella” (1895). Tipografía de Poch y Creixell. Málaga.
- ³⁰ *La Unión Mercantil*, 10 01 1896 p. 1. “El Hotel de la Caleta”.4
- ³¹ *La Unión Mercantil*, 08 02 1896 p. 1. “Málaga, estación de invierno”; 01 03 1896 p. 1. “La Propaganda del Clima”; 01 03 1896 p. 2. “La Propaganda del Clima”; 02 02 1896 p. 3. “La Propaganda del Clima”; 05 02 1896 p. 4. “Málaga, Estación de Invierno. Sociedad Propagandista”;

05 03 1896 p. 3. “Sociedad Propagandista”; 07 02 1896 p. 4. “Málaga, Estación de Invierno. Sociedad Propagandista”; 07 03 1896 p. 2 “Sociedad Propagandista”; 08 02 1896 p. 2. “Málaga, Estación de Invierno”; 10 02 1896 p. 2. “Propaganda del clima”; 11 02 1896 p. 2. “Propaganda del clima”; 12 02 1896 p. 1. “Propaganda del clima. Nuevos Socios”; 13 02 1896 p. 3. “Propaganda del clima”; 14 02 1896 p. 1. “Propaganda del clima”; 17 01 1896 p. 1. “La Propaganda del Clima. Adhesiones”; 18 01 1896 p. 3.”La propaganda del clima. Más Adhesiones”; 19 01 1896 p. 1. “Málaga, estación de invierno”; 19 02 1896 p. 4. “Málaga, Estación Invernal. Sociedad propagandista”; 25 02 1896 p. 2. “Málaga, estación de invierno”; 28 02 1896 p. 1. “Sociedad propagandista”; 20 01 1896 p. 3. “La propaganda del clima. Una adicción valiosa”; 06 02 1896 p. 2. “Málaga, Estación de Invierno. Adhesión Valiosísima”; 08 02 1896 p. 2. “Málaga, Estación de Invierno. Sociedad Propagandista”; 24 02 1896 p. 4. “Telegramas. Desde Barcelona. La propaganda del clima”; 26 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima. La casa de Larios”; 29 02 1896 p. 2. “Málaga, estación de invierno”; 06 03 1896 p. 2. “Adhesión”; 07 03 1896 p. 3. “Carta de un Periodista”; 09 03 1896 p. 1. “La Propaganda del Clima”; 10 03 1896 p. 2. “Una Adhesión”.

³² *La Unión Mercantil* 15 01 1896 p. 4. “En bien de Málaga. La propaganda del clima”; 16 01 1896 p. 1. “La propaganda del clima”;

³³ *La Unión Mercantil* 11 01 1896 p. 1. “La propaganda del clima”.

³⁴ *La Unión Mercantil*, 17 01 1896 p. 3. “Málaga, de enhorabuena”.

³⁵ *La Unión Mercantil*, 19 01 1896 p. 2. “En bien de Málaga. La propaganda del clima”; 18 01 1896 p. 2. “En bien de Málaga. La propaganda del clima”. Las oficinas de Francisco Prieto Mera estaban se encontraban en la calle Luis de Velázquez, número 5. Las cuotas a satisfacer oscilan entre las cinco, dos y una peseta, o cincuenta y veinticinco céntimos, respectivamente

³⁶ *La Unión Mercantil*, 29 01 1896 p. 2. “El clima de Málaga”; 02 03 1896 p. 1. “La propaganda del clima”; 30 01 1896 p. 1. “La propaganda del clima – Málaga, estación de Invierno I”; 31 01 1896 p. 1. “La propaganda del clima”; 14 02 1896 p. 2. “Málaga, estación de Invierno. El ofrecimiento de un Cónsul”; 28 03 1896 p. 2. “La fiesta del árbol”; 24 01 1896 p. 2. “La propaganda del clima”; 10 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima. Por Málaga, la Bella”; 23 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima”; 24 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima”; 26 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima”. Entre los numerosos

diarios que se hicieron eco de la iniciativa se encuentran: *El Imparcial, Las Dominicales del libre Pensamiento, Las Noticias, La Opinión, El Diario, La Vanguardia, La Unión de los Contribuyentes, La Protección Nacional, El Noticiero Universal, y El Diario Mercantil.*

- ³⁷ *La Unión Mercantil*, 07 02 1896 p. 3. “Málaga, estación de invierno”.
- ³⁸ *La Unión Mercantil*, 08 02 1896 p. 4. “Málaga, estación de invierno”.
- ³⁹ *La Unión Mercantil*, 18 01 1896 p. 2. “En bien de Málaga. La propaganda del clima”.
- ⁴⁰ *La Unión Mercantil*, 14 02 1896 p. 2. “En bien de Málaga”.
- ⁴¹ *La Unión Mercantil*, 03 03 1896 p. 2. “La propaganda del clima”.
- ⁴² *La Unión Mercantil*, 03 02 1896 p. 1. “La propaganda del clima”.
- ⁴³ *La Unión Mercantil*, 25 02 1896 p. 3. “La propaganda del clima”.
- ⁴⁴ *La Unión Mercantil*, 24 02 1896 p. 2. “La propaganda del clima”.
- ⁴⁵ *La Unión Mercantil*, 26 02 1896 p. 1. “A propósito de la propaganda del clima”.
- ⁴⁶ *La Unión Mercantil*, 13 02 1896 p. 1. “Málaga, estación de invierno”.
- ⁴⁷ *La Unión Mercantil*, 13 02 1896 p. 1. “Málaga”. El texto reza así: “Málaga. Es la mejor y más confortable ‘estación de invierno’, donde los españoles y extranjeros (sic) que por placer o necesidad buscan temperaturas benignas, pueden encontrar un clima primaveral, sin alteraciones rápidas y molestas, una hospitalidad agradable y un país encantador. Su acceso es cómodo por mar y por tierra, pues hay combinación con los expresos, y los grandes vapores tocan en sus puerto o en Gibraltar, desde donde el transporte es fácil el ferro-carril (sic) de Algeciras a Bobadilla. Los viajeros (sic) encontrarán, según sus deseos y posición, excelentes hoteles en el centro y en el muelle casas de campo o chalets amueblados en los pintorescos alrededores y en la orilla del mar, casas para vivir en familia, con gran confort, fondas de segundo orden y casas de huéspedes confortables y económicas, facilidad de amueblar una casa en pocas horas, interpretes para todos los idiomas y agentes serviciales; cómodo y abundante servicio de carruajes (sic), cafés y restaurantes con esmerado servicio, establecimientos dedicados al genio popular andaluz, elegantes y distinguidos círculos de recreo a donde pueden asistir los presentados, una plaza de toros, tres teatros, sala de armas, gimnasio higiénico, hermosos

jardines, vaporcitos y esquifes para excursiones por una mar siempre tranquila, conciertos, excursiones cómodas a Granada y Ronda, Córdoba, Gibraltar, Tánger, Oran y otros sitios pintorescos, abundante caza mayor y menor en parajes próximos a la capital y una temperatura que generalmente no baja de 15° sobre 0. Para más informes dirigirse a las oficinas de la Sociedad propagandista, situada por ahora en la calle de Luis de Velázquez núm. 5, pral.”

- ⁴⁸ *La Unión Mercantil*, 04 03 1896 p. 2. “Sociedad Propagandista. Ingreso del alcalde”.
- ⁴⁹ *La Unión Mercantil*, 11 03 1898 p. 1. “El embellecimiento de Málaga”.
- ⁵⁰ *La Unión Mercantil*, 20 11 1896 p. 1. “D. Francisco Prieto Mera. Ex–alcalde de Málaga”.
- ⁵¹ *La Unión Mercantil*, 03 01 1898 p. 2. “La propaganda del clima”; 02 01 1898 p. 2. “La propaganda del clima”.
- ⁵² *La Unión Mercantil*, 17 12 1897 p. 1. “La mejora de Málaga”.
- ⁵³ *La Unión Mercantil*, 17 12 1897 p. 2. “En bien de Málaga”.