

**Carmelo PELLEJERO y Marta LUQUE (eds.), *Inter and Post-war Tourism in Western Europe, 1916-1960*, Londres, Palgrave MacMillan, 2020, 212 p.**

Afortunadamente, las investigaciones sobre la historia económica y social del turismo son cada vez más abundantes y están logrando dar frutos de la calidad del libro que aquí presentamos. Ha pasado ya mucho tiempo desde aquellos estudios pioneros de historiadores como John Walton, por ejemplo. Autores que ahora consideramos clásicos en la historia del turismo (Mariotti, Norval u Ogilvie, entre otros) ya se dieron cuenta, a finales de los años veinte y principios de los treinta, de la relevancia del turismo para la economía. Es más, llegaron a hablar incluso del turismo como industria, situando los orígenes del turismo moderno precisamente a finales del siglo XIX y comienzos de la siguiente centuria. Es así como en el primer tercio del siglo XX se fueron constituyendo los diferentes sistemas turísticos nacionales, muchas veces con variaciones regionales, pero, en cualquier caso, con un peso cada vez mayor en el PIB de esas economías. Sin duda, el caso de Suiza sería paradigmático, aunque no fue una excepción, pues en Italia, en Francia o incluso en Alemania la importancia de los flujos turísticos no fue en absoluto desdeñable. En este sentido, España padeció un cierto retardo, aunque sí logró poner en marcha su propio sistema turístico.

Atendiendo a lo dicho hasta ahora, uno de los aspectos que más llama la atención de este volumen es la cronología: 1916-1960. No es habitual abarcar estos años, pero a mí, personalmente, me parece un acierto. No solo por lo dicho anteriormente, sino también porque en ese período cada vez más personas se fueron incorporando a la actividad turística, de manera que dejó de ser un fenómeno minoritario, exclusivo de las capas altas de la sociedad. Por otro lado, están de por medio las dos guerras mundiales, que tanto impacto tuvieron también en el turismo. Y, de hecho, al hablar en el propio título de entreguerras y de posguerras nos pone en la pista de lo que los autores van a tratar en sus respectivos capítulos.

Esto nos lleva a si la guerra es compatible con el turismo. La respuesta inicial sería que no, pero no está tan claro. De hecho, como Mari Carmen Rodríguez señala en su texto, distintas organizaciones y empresarios franceses promovieron el turismo llamado de campos de batalla desde 1916, es decir, durante la Primera Guerra Mundial. Durante el siglo XIX se habían organizado excursiones a escenarios de guerra, monumentos y, en general, hacia los lugares de memoria relacionados con ella, así que, en cierta medida, se trataba de continuar con una tradición que venía de lejos. Terminado el conflicto bélico estas visitas se intensificaron, de manera que eso que los autores

actuales denominan «dark tourism» fue ganando cada vez mayor relevancia. No es de extrañar, pues, que en 1938 el Servicio Nacional de Turismo pusiera en marcha las Rutas de Guerra en la España franquista. Su promotor y jefe del servicio, Luis Bolín, había sido reportero en la Primera Guerra Mundial y conocía esta modalidad de turismo. La visita del cinturón de hierro de Bilbao u otros escenarios bélicos contaban ya con una importante tradición en otros países próximos. No solo en Francia, sino también en Italia, como señala en su capítulo Ester Capuzzo. También en este caso las visitas a escenarios y monumentos relacionados con la Gran Guerra fueron frecuentes, participando en su organización el Touring Club Italiano o el ENIT. Incluso, estas excursiones sirvieron para visitar los territorios del norte recién incorporados a Italia tras la Paz de París. Este fenómeno incluso fue a más con el ascenso del fascismo al poder en 1922. La Opera Nazionale Dopolavoro no hizo sino incrementarlos, respondiendo asimismo a ese deseo de fomentar la italianidad, en su vertiente más nacionalista. No en vano estas excursiones y viajes se utilizaron como propaganda para incrementar el número de seguidores fascistas.

En esta línea de análisis, conviene repasar también las guías y folletos publicados en tiempos de guerra y posguerra, que es lo que hace Ivanne Galant para la España de la Guerra Civil y el primer franquismo, estudiando publicaciones editadas en Francia y España. En concreto, se centra, fundamentalmente, en las anotaciones históricas que suelen introducirse en ellas, a sabiendas de que, en no pocas ocasiones, esas eran las únicas referencias con las que contaban los turistas. Pues bien, según se deduce de su estudio, solo se hacen referencias puntuales a la guerra y son menos abundantes aún aquellas que se posicionan en contra del régimen de Franco, antes al contrario, predomina un modelo de guía de turismo para España acorde con los intereses del régimen de Franco. Al fin y al cabo, los editores querían vender guías y no tener problemas con las autoridades españolas. En concreto, con la Dirección General de Turismo, estudiada aquí por Carmelo Pellejero y Marta Luque. Este era el órgano oficial del turismo en España, que vino a sustituir al ya mencionado Servicio Nacional de Turismo en 1939, ya concluida la guerra. En concreto, su labor se centró en tres aspectos clave, a saber: 1) el restablecimiento y mejora de la Red de Establecimientos Turísticos del Estado, entre los que destacaban los paradores de turismo; 2) el impulso de la propaganda turística de España en el exterior con el objetivo de incrementar el número de visitantes, mediante folletos y oficinas de turismo en el extranjero, y 3) la organización de excursiones y viajes, destacando la creación en 1949 de la compañía pública Autotransporte Turístico Español (ATESA). Ahondando en estos temas, Beatriz Correyero y Saida Palou llegan a la conclusión de que, tras finalizar la Guerra Civil, el turismo fue utilizado por el régimen franquista como un instrumento de propaganda. De hecho, no solo se empleó para su propia legitimación, sino también para profundizar en el sentimiento nacional mediante determinados estereotipos, como, por ejemplo, los de Castilla y Andalucía, en contra de territorios, como Cataluña, donde existía un sentimiento diferencial.

Aunque de otra índole, la diferencia norte-sur ha sido una constante en la realidad de Italia desde su unificación, cuando no antes. Pues bien, en el marco de reconstrucción que siguió a la Segunda Guerra Mundial y de crecimiento económico en ge-

neral desde 1948 en adelante, hubo iniciativas económicas para aminorar estas diferencias. Patrizia Battilani y Donatella Strangio analizan precisamente este aspecto, estudiando qué papel desempeñó una institución tan importante como la Cassa del Mezzogiorno respecto del turismo. Por los datos que aportan, se observa que no solo había una enorme diferencia entre las regiones del norte y las del sur respecto a la industrialización, sino también respecto del turismo. De hecho, el turismo estaba muy poco desarrollado en el sur en esos años posteriores a la guerra y lo siguió estando, pues la Cassa no centró sus esfuerzos en él, sino en la industria y en las infraestructuras terrestres, por ejemplo. De suerte que, si bien es verdad que se logró reducir la diferencia del PIB entre ambas zonas, no así en la actividad turística, que siguió siendo muy magra en comparación con el norte o el centro del país.

El libro finaliza con un capítulo de Gaetano Cerchiello y Annunziata Berrino sobre el papel de las compañías marítimas y el turismo de cruceros tras la Segunda Guerra Mundial. Tras analizar las grandes pérdidas que se produjeron en el sector durante los años bélicos y las necesidades de barcos para toda esa demanda de emigrantes que marchaban hacia América, los autores analizan el sector en los años cincuenta para estudiar las posibilidades que el crucerismo podía tener en sus negocios. En efecto, y centrándose en España, llegan a la conclusión de que la mayoría de los cruceros que se organizaron se dirigieron hacia un público bastante pudiente, con precios prohibitivos para la mayor parte de las clases medias y obreras, al contrario de las compañías británicas, por ejemplo, que orientaron su negocio precisamente hacia capas más extensas de la sociedad. Además, desde finales de los años cincuenta, estas compañías tuvieron que hacer frente a la competencia del avión, con lo que no tuvieron más remedio que reposicionarse en el mercado.

En definitiva, un libro francamente atractivo que aporta numerosas novedades al estudio del turismo de la Europa occidental en estas décadas. Una colección de investigaciones que tienen en común la problemática y el impacto de la guerra en el sector turístico, sin pretender, por supuesto, agotar el tema, con lo que, efectivamente, queda aún bastante por investigar. He aquí una buena base para continuar.

CARLOS LARRINAGA  
Universidad de Granada