

Annunziata BERRINO y Carlos LARRINAGA (eds.), *Italia e Spagna nel turismo del secondo dopoguerra. Società, politiche, istituzioni ed economia*, Milán, Franco Angeli, 2021, 288 p.

Este libro representa una verdadera aportación a la historia del turismo mediterráneo, desde una perspectiva regional, y aborda los acontecimientos que tuvieron lugar en el sector desde la segunda posguerra hasta las décadas de los sesenta y setenta del siglo xx. En este recorte temporal general, destaca la importancia del turismo de masas, que había llegado para quedarse. El libro, escrito en italiano y en español, ofrece una lectura amena y revela la rigurosidad de los autores en el manejo de las fuentes. Las imágenes recogidas en el último apartado son de una excelente calidad gráfica y constituyen un complemento totalmente justificado para los textos.

El libro se inicia con una introducción llevada a cabo por los coordinadores de la obra, los profesores Annunziata Berrino y Carlos Larrinaga, donde brevemente se da cuenta de la situación política generada en la región a partir de 1945 —tras la Segunda Guerra Mundial—, en una apuesta por una producción bibliográfica de historia comparada de los dos países que fueron los protagonistas del desarrollo turístico en el Mediterráneo, a pesar de partir de condiciones disímiles previas a la época de la guerra y de tener, con posterioridad a ella, regímenes políticos distintos: España, bajo la dictadura de Franco, e Italia, en un nuevo escenario republicano.

En un primer apartado, se abordan las instituciones y la política, y se presentan cuatro artículos, dos para cada uno de los países analizados. En este bloque se indaga de forma sustancial sobre la institucionalidad del turismo y su ubicación en el aparato del Estado italiano. Se analizan las complejidades de organizar el turismo en un país democrático que trata de superar la burocratización heredada del régimen fascista. Berrino describe cómo se produce una transformación en las empresas italianas que no va pareja con un correlato institucional, lo que llevó a cierta funcionalidad de las estrategias políticas, pero no al desarrollo turístico.

Esta situación planteada se complementa con lo expresado en el artículo de Magagnoli, que lleva a cabo un recuento de las zonas y los atractivos turísticos de Italia partiendo de la obra de Piovene. En este caso, también se concluye el capítulo apuntando a la difícil construcción de la institucionalidad que parte de las contradicciones generadas desde la Constitución de 1948, donde se genera una tensión entre el Gobierno central mediante la creación, en 1950, del Ministerio de Turismo, con las po-

testades de las autonomías locales (regiones) conferidas en el artículo 5 de la Constitución.

Para el caso español, Larrinaga expresa claramente la situación política del primer franquismo, con una fuerte intervención del Estado en la actividad turística y, por tanto, con las limitaciones a las que debió hacer frente la actividad privada. Asimismo, alude a la instauración de los sindicatos verticales, que intentaban borrar toda la trayectoria de los sindicatos clásicos. De este modo, se convierte en relevante la creación, en 1940, del Sindicato Nacional de Hostelería y Similares, aunque el estallido de la guerra imposibilitó llevar a cabo algunas de las cuestiones planteadas, como la reactivación económica de España. Quedó como consigna válida la estrecha colaboración que debería mantenerse entre el sector hotelero y el Estado, quien asumía el rol de «supremo rector de la economía». El autor señala que los sectores que más tuvieron coartada sus libertades fueron el hotelero y las agencias de viajes.

De forma complementaria, el artículo de Luque y Pellejero aborda el rol del Estado español como empresario en lo que respecta a la asignación de rubros para la modernización y la expansión de la red de alojamientos turísticos del Estado, Paradores y la empresa pública Autotransporte Turístico Español, que comenzó a funcionar en 1951. Esto era una necesidad, puesto que en 1953 el Plan Nacional de Turismo reconocía que gran parte de los establecimientos tenían problemas y no podían atender a la demanda. Por otro lado, destaca, como cuestión importante, que los paradores no significan una competencia para el sector, razón, tal vez, por la cual fueron los grandes destinatarios de dinero público a través de la Dirección General de Turismo, ya que eran establecimientos de reducido tamaño, atractivos para los clientes y ubicados en lugares con interés turístico y donde la hotelería era escasa o insuficiente.

El segundo apartado corresponde al eje de sociedad y economía, que se articula sobre la base de nueve artículos, cinco de los cuales corresponden al caso italiano y los restantes, al español. El artículo escrito por Di Nucci, Nardone y Ridolfi expone la importancia que tuvo la década del de los cincuenta en el desarrollo económico y, por lo tanto, en el turístico. Las autoras señalan de forma documentada los esfuerzos invertidos en la promoción turística mediante la edición de folletos bilingües, así como una diversificación incipiente de la oferta mediante la complementariedad del turismo cultural —representado por Florencia, Roma y Venecia— junto con el turismo de balnearios. Este resurgimiento de la actividad turística implicó la reorganización del aparato del Estado. Si bien en el artículo se citan los distintos organismos que se crearon, se incide en la labor llevada a cabo por ENITEA. Esta agencia jugó un destacado papel en la planificación de las intervenciones y en la remodelación de distintos hoteles. Pero la idea central del artículo se refiere a la revolución producida en el sistema de consumo turístico, donde adquiere importancia la entrada en escena de las clases medias bajas y donde las vacaciones eran un símbolo de estatus. Asimismo, se menciona la importancia que empieza a tener el automóvil —ya más accesible para los italianos— en el turismo, al posibilitar la movilidad por el territorio nacional.

El artículo de Fagnani y Maffi trata un tema interesante desde el punto de vista social, que es la integración de los jóvenes con discapacidad causada por la guerra y de los huérfanos, quienes, durante campamentos de verano organizados, eran preparados para el mundo laboral. De ahí parte un exhaustivo análisis del rol desempeñado por la Fundación Don Carlo Gnocchi, que contó con el apoyo del Estado y también de la Iglesia. La evolución de esta experiencia hace que posteriormente, en 1975, se establezca una relación entre la referida fundación con las universidades y el ámbito de la investigación científica. De este modo, los campamentos de verano se estudian en un contexto vinculado a la percepción de las personas con diversidad funcional en la Italia de la posguerra, y se señala, además, que la relación con el turismo es un tema poco abordado por la historiografía italiana.

El capítulo escrito por Bagnaresi, Barbini y Battilani aborda el turismo de sol y playa en la zona de Riccione —sede del Campeonato de Europa en 2019—, municipio con una larga trayectoria en el modelo de gestión de playas basado en numerosas empresas de socorrismo que trabajaron coordinadamente con la Oficina de Turismo entre 1928 y 1971. Así pues, este tipo de organización es una peculiaridad de la región de Emilia-Romaña.

Este análisis se complementa con el artículo de Caroppo quien aborda las perspectivas del turismo a partir de 1950 ya como un turismo más democrático, masivo y generalizado, centrando el estudio del caso en la provincia de Brindisi, donde se produce una mejora de los alojamientos y una puesta en valor turístico de la zona. Se recogen las contradicciones que se dieron entre el gobierno provincial en cuanto a los planes de desarrollo hotelero y la visión prioritaria de las clases productoras locales, que apostaron por la actividad portuaria. Se destaca como concepto central —ya manifestado por otros autores— que Italia fue uno de los primeros países en aprovechar las oportunidades del turismo, aunque basado en la poca o la escasa intervención del Estado, prevaleciendo el modelo de desarrollo turístico centrado en las pequeñas y medianas empresas, así como en una red de asociaciones.

Algo diferente es el artículo de Strangio. Si bien hace una breve reseña del turismo italiano en la década de los cincuenta señalando el aumento de la demanda, especialmente en relación con el mar, introduce un tema más cercano a la actualidad como es la economía circular y reflexiona sobre la necesidad de considerar de este modo el desarrollo: una relación circular y acumulativa entre turismo, medio ambiente y comunidad local. Esta concepción empezó a estar en boga a partir de 1972 y actualmente es parte de la discusión que se mantiene en el ámbito académico. Para ilustrar su postura toma como ejemplo el Plan Estratégico de Turismo 2017-2022, pero no logra profundizar en este.

En cuanto a las investigaciones en este apartado sobre el caso español, se inician con el artículo de Galant, referido al turismo francés, donde se presentaba una imagen de España como un turismo barato. Esto implicó un crecimiento de casi el doble de llegada de turistas franceses entre 1960 y 1965, pasando de dos millones y medio a los cinco millones. Se rescata la importancia de lo cultural como imagen orgánica del

país y del material de la imagen inducida generada por la promoción oficial. Asimismo, se vincula a lo anterior la situación cambiaria en la relación entre pesetas y francos franceses. Finalmente, se sintetiza la política del período con un concepto clave como es el que el turismo para el franquismo era un arma de seducción masiva, tal y como se puede inferir del Plan Nacional de Turismo de 1953, entre otros.

A continuación, se presenta el trabajo de Palou Rubio sobre el tema de la publicidad turística y la propaganda tomando como base la revista *Barcelona Atracción* (1945-1954). La autora argumenta que el turismo se utiliza para reforzar la unidad de la nación mediante una imagen cultural definida acorde con los principios y valores del régimen, a la vez que contribuye en el proceso de reconstrucción o resignificación de la historia, la cultura, la tradición y el patrimonio local, regional y nacional. De esta manera, Cataluña es presentada por sus principales atractivos, como son sus catedrales góticas y su obra monumental, pero estos se complementan con la montaña y los pueblos mediterráneos, que no solo son pintorescos, sino que también marcan una determinada identidad. Pero lo axial es el concepto de que el turismo se relaciona con la idea de paz y orden, obra y virtud del Caudillo. Mediante el análisis discursivo se puede apreciar que la imagen del dictador se desplaza hacia la de un impulsor del desarrollo y la prosperidad nacional.

El siguiente artículo, de Gil, pone énfasis en el acondicionamiento urbanístico de espacios para un tipo de prácticas que fueron habituales en las primeras décadas del siglo y que, en muchos casos, se vinculaban a lo que actualmente se denomina el turismo religioso. Destaca, al igual que otros autores, la limitada construcción de alojamientos turísticos bajo el primer franquismo y cómo las publicaciones ponían énfasis, a partir de 1948, en concursos de proyectos que aludían al concepto de hotel-casino-balneario, lo que ha constituido toda una simbología en el turismo.

El tercer apartado, referido a las fuentes, consta de dos trabajos sobre casos italianos que se centran en la importancia de los archivos de los bancos como fuentes relevantes en el proceso de investigación de la historia del turismo. En el primer caso, Costa y Pasotti estudian la dinámica del turismo en Italia en las décadas de los cincuenta y sesenta desde la perspectiva del Instituto Italiano de Valores y el Crédito Industrial de Cerdeña, aunque señalan que la financiación de la industria hotelera fue marginal. Se demuestra la importancia de los archivos bancarios en la información que se puede obtener sobre las empresas públicas y la intervención en política económica y social, y se alude a la importancia de rescatar el patrimonio archivístico de anuncios, folletos y fotografías, entre otros.

Finalmente, Guida trabaja sobre el archivo histórico del Banco de Nápoles, donde se ponen de manifiesto las subvenciones concedidas a las compañías italianas de turismo en tres dimensiones: los destinos turísticos internacionales, la organización del turismo de los italianos en el exterior y la red de agencias. Tras la posguerra, con las inversiones realizadas en las oficinas del exterior desde 1949, adquieren importancia, a escala internacional, aspectos como la reconstrucción y la reactivación de hoteles y pensiones, así como las iniciativas artísticas y sociales.

Si bien el libro no presenta un apartado con conclusiones generales, estas surgen de la propia lectura de los textos. Como se ha apuntado al inicio de esta reseña, este es un libro indispensable para comprender la historia del turismo en el Mediterráneo, pero en el cual también se recogen aspectos comunes con otras regiones en la misma época, como la voluntad de lograr una mejor institucionalidad para el turismo o la de consolidar la posición del país dentro de las políticas de los estados. Este enfoque regional permite que este tipo de investigaciones sirvan de ejemplo para llevar a cabo estudios similares donde existen condiciones regionales parecidas. Sin ir más lejos, se trata de una obra de interés para poder apreciar las características generales que se dan, por ejemplo, en el turismo rioplatense, y permite advertir que algunas de las cuestiones abordadas por los autores también se desarrollan en otros lugares con historias políticas, económicas y sociales diferentes.

ROSSANA CAMPODÓNICO
Universidad de la República, Uruguay