



Vol 2, Nº 6 (noviembre/novembro 2009)

EL TURISMO EN LA ITALIA FASCISTA (UNA MIRADA EN RETROSPECTIVA)

Francisco Muñoz de Escalona
Científico Titular del CSIC (jubilado)
mescalona@iservicesmail.com

Desde mi tardía dedicación al estudio crítico de la literatura del turismo me sigue apasionando escudriñar viejos textos. Durante una de mis últimas visitas a la Biblioteca Ramón Pérez de Ayala de Oviedo encontré una vieja edición de la Enciclopedia Italiana fechada en 1937, el año de mi nacimiento. Busqué la voz TURISMO y encontré un texto escrito por un tal M. Bert., que no sé quien pudiera ser, aunque todo hace pensar que el editor lo tenía por ser un conocido y prestigioso estudioso del turismo en la Italia de los años treinta del siglo pasado. Con toda seguridad sería un convencido fascista pues que de otra forma no habría recibido el encargo de colaboración que se materializó en el texto del que hablo. No dudé en que dicho texto tenía que tener sumo interés para quienes como yo están convencidos de que el estudio del turismo no puede olvidar los textos del pasado. Y este texto en concreto tenía, de entrada, para mí, el interés de haber sido escrito en unos años en los que Italia dedicó considerables recursos al estudio, a las estadísticas, a la organización y a la práctica del turismo. Sabía el gobierno de Mussolini que el turismo podía aportar una suma no desdeñable de divisas en unos momentos en los que el comercio internacional estaba sufriendo las dramáticas consecuencias de la Gran Depresión que siguió al crack bursátil de la Bolsa de Nueva York. Sin dudarle un instante encargué una fotocopia del texto del desconocido autor italiano y me dispuse a transcribirlo en castellano.

Y aquí está, pues, una vez transcrito a nuestro idioma. Su lectura ha sido para mí harto provechosa y no dudo que lo será también para los muchos estudiosos que se dedican al conocimiento científico del turismo y que hablan

castellano. Una enorme cantidad de ellos trabaja en las universidades de las ciudades de Latinoamérica y a ellos quiero dedicarles este trabajo junto con mis comentarios a vuela pluma. Sé que me lo agradecerán, sobre todo todos aquellos, y son afortunadamente muchos, que siguen mi pensamiento y discuten con provecho mis propuestas en materia de teoría microeconómica del turismo.

Podrán comprobar cómo no lleva razón el francés Dumazedier en su errónea afirmación de que el turismo moderno surge en los años cincuenta basándose en su creencia de que hasta esos años no hubo turismo masivo. Bert., el autor del texto que comento, nos muestra de modo inequívoco que en los años treinta del siglo pasado, veinte años antes de lo que dice Dumazedier, ya había en Europa un turismo masivo tanto en flujos masivos de turistas como en apuestas organizativas y de investigación que en nada desmerecen a los que estamos viviendo desde mediados del siglo pasado. Siempre he mantenido que el consumo de turismo es tan antiguo como el nacimiento y evolución de la ciudad, hace unos cinco o seis mil años. Obviamente tardó mucho en masificarse el consumo de turismo, una condición que era imprescindible para que se desarrollaran los que llamo sectores auxiliares del turismo, primero los facilitadores, más adelante los incentivadores y, recién en nuestro tiempo, es cuando se empieza a vislumbrar el desarrollo y la implantación generalizada de iniciativas empresariales dedicadas a la producción mercantil de turismo, es decir, al desarrollo de la verdadera y auténtica INDUSTRIA TURÍSTICA, la que se dedica a producir programas de visita tanto estandarizados como personalizados (a la demanda), una industria que no hay que confundir con el ensamblaje de un asiento en un medio aéreo y una cama en un medio de alojamiento. No. No nos engañemos, el llamado paquete turístico no es el producto turístico, como mucho no es más que la suma de dos productos o servicios para turísticos de naturaleza facilitadora. Para que el paquete fuera un producto turístico le falta algo muy esencial: le falta, al menos, un servicio para turístico de naturaleza incentivadora. Sólo la presencia de uno o varios servicios incentivadores es capaz de poner las bases para convertir el vulgar paquete turístico en lo que puede ser un programa de visita, es decir, un producto turístico.

Debo destacar la importancia que da el autor italiano a lo que llama organización del turismo. Tal vez habría que decir que todos los organismos que cita, y son muchos y hartos variados, no se dedicaban a lo que hoy llamamos viajes organizados, o se dedicaban de un modo muy parcial y hasta incluso tangencial. Tampoco quiero dejar de resaltar la tremenda importancia que ya tenía en la primera mitad del siglo XX la propaganda. Lo mismo cabe decir de la intervención de los poderes públicos en los servicios facilitadores del turismo (accesibilidad, hospitalidad y transporte) ayudando a los inversores privados para conseguir maximizar el flujo de visitantes a la nación. De aquí que el turista por antonomasia fuera el extranjero, pero como vemos el autor italiano ya contempla el turismo de los italianos dentro de Italia, algo que no pocos tratadistas, incluidos los sabios de la OMT, no lograron distinguir hasta muchos años después.

Y, finalmente, una referencia a las estadísticas. El autor italiano se comporta con una decencia desusada entre los estudiosos del turismo al reconocer que las estadísticas del turismo eran harto deficientes en la década de los años treinta. No han mejorado. Y no han mejorado sencillamente porque no pueden mejorar hasta que no se disponga de una definición clara y operativa de lo que se entiende por turista. A efectos estadísticos es un disparate definir al turista con la imprecisión llena de matices con la que teóricamente lo define la OMT. Con estos mimbres no es posible tener datos medianamente creíbles sobre flujos, pernoctaciones y gastos, los tres elementos que el autor italiano reconocía ya en 1937 que no se podían conocer más que con muy burdas estimaciones. Seguimos igual como todo el mundo sabe.

El autor del texto en italiano manifiesta una actitud tremendamente entusiasta ante el turismo, al que califica casi de panacea económica de los países que se dedican a él y hasta de la actividad que hace tanto bien al alma como al cuerpo. Desde ahí era lógico que se pasara a decir, como dice la OMT, que el turismo puede conseguir la paz universal. He leído textos de conocidos turisperitos españoles que repiten cuatro o cinco veces por página que el turismo es muy importante. Otros aun siguen sosteniendo contra toda decencia científica que el turismo es la primera industria en España y en el mundo.

Bueno, les dejo que el texto comentado y espero que les sea de tanto interés como a mí me ha sido. No se abstengan de enviarme sus comentarios.

TURISMO

por M. Bert.

en:

Enciclopedia Italiana

Istituto Della Enciclopedia Italiana. Volume XXXIV

Edizione 1937

Roma

(traducción del italiano y notas por Francisco Muñoz de Escalona)

Exactamente, hacer turismo es viajar por deporte. El neologismo (del inglés *to tour* “girar, tornar”, derivado del francés *tourner* y este del latín *tornare*) hace referencia, normalmente, no sólo a los viajes o estancias por deporte (*turismo activo*) sino, también, a todos aquellos viajes o estancia por descanso, salud o aprendizaje, motivos religiosos o por cualquier otro motivo no lucrativo (*turismo receptivo*). Turismo es, también, el conjunto de todas las actividades relacionadas con los viajes o estancias no lucrativos: excursionismo, campismo, viajes en tren, navegación marítima, fluvial, lacustre o aérea, automovilismo, ciclismo, motociclismo y (bajo su aspecto de apoyo turístico) los medios de transporte de cualquier clase, los hoteles, las pensiones, los restaurantes, los refugios, los balnearios, tanto de salud como de recreo.

Aunque el vocablo no aparece en Italia hasta mediados del siglo XIX el germen del fenómeno es tan antiguo como la civilización. No faltaron en la antigüedad

ejemplos de organizaciones rudimentarias orientados a facilitar la llegada de viajeros. Sin embargo, el verdadero turismo moderno aparece en el periodo siguiente a las guerras napoleónicas, cuando las costumbres de los viajeros de los siglos XVII y XVIII no suponen ya el privilegio de unos pocos ricos o aventureros sino de una cada vez más abultada multitud hasta llegar al impresionante crecimiento de hoy. Lo cual responde, en efecto, además a una necesidad fisiológica y espiritual de la población urbana de reaccionar a la agotadora vida de las grandes conurbaciones y, para la población rural, de acercarse a la ciudad con esa oferta de arte y vida moderna que el campo no tiene. Al turismo responde sobre todo la gente más culta y sensible a las bellezas de la naturaleza y del arte, viniendo a constituir, sin duda, el placer espiritual máximo de la clase selecta de una nación.

Junto con el crecimiento del fenómeno del turismo están creciendo también sus metas de tal forma que hoy todos los países han puesto en valor sus propios atractivos tanto si se trata de lugares desiertos como el Sahara, fríos como la Svalbard¹ o selváticos como el centro de África. La montaña, por ejemplo, por la que cuando había que pasar se hacía con tanto horror y temor, en la actualidad se llena de turistas cuando llega la primavera, y las visitas a las grutas son tan deseadas como en el futuro lo será la exploración de los abismos marinos.

El grandioso fenómeno del turismo, de incalculable valor humano y cultural, ha sido enormemente favorecido por las grandes posibilidades que ofrecen los medios de transporte creados durante el siglo XIX: ferrocarril, navegación a vapor, bicicletas, motocicletas, automóviles. El siglo XX, además de haber perfeccionado estos medios, ha aportado la aeronáutica, que ha reducido a pocas horas la distancia que un siglo antes se recorría en semanas de viaje incómodo, costoso y no siempre seguro. Además, en materia de servicios turísticos ha habido un espectacular aumento de hoteles, pensiones, restaurantes, refugios, balnearios, termas, juegos y diversiones que han traído, con su multiplicación y con su mejora, nuevos crecimientos del turismo. Puede decirse, por tanto, que en aquellos países en los que la conciencia de la importancia del turismo ha estado más viva, la mejora experimentada por los servicios de todos los sectores de la actividad, transportes, hoteles, guías, etc. no sólo ha facilitado a todos los viajeros incluidos los extranjeros disfrutar de una estancia cómoda sino que también ha aportado a casi toda la industria y a la economía de las naciones no pequeñas ventajas.

LAS DIFERENTES FORMAS DE TURISMO. – La forma más lógica clasificación del turismo como desplazamiento² es la que tiene en cuenta el medio de transporte utilizado. Tenemos en primer lugar el *turismo peatonal* al cual pueden añadirse formas más complejas como el excursionismo de montaña, el turismo alpino o el campismo individual o de grupos más o menos grandes y, en cierto modo, también la caza (deporte que incluye la marcha campo a través) y la pesca (que requiere desplazamientos por el campo).

¹ ¿Selva Negra? Confieso que no he conseguido saber a qué lugar se refiere el autor.

² En el original dice *attivo* pero aquí no sería correcto traducir la palabra italiana por su homóloga castellana *activo*, entre otras cosas porque en la literatura turística turismo activo es una expresión reciente que en 1937 no se utilizaba.

Sigue el *turismo en ferrocarril*, el que utiliza el medio clásico de transporte de grandes masas de viajeros, especialmente, en Italia, gracias a la propaganda y a los medios que el Régimen³ puso en servicio como los “trenes populares” y las rebajas en el precio de los billetes.

Desde los comienzos del siglo XX el *turismo de carretera* (ciclismo, motociclismo, automovilismo) ha invadido todos los países europeos. Desde finales del siglo XVIII, y más tarde de forma acelerada con la llegada al poder del Régimen fascista, Italia se ha venido dotando de una red cada vez más densa de carreteras, algunas de complicada construcción y otras especialmente preparadas para el tráfico automovilístico (autopistas). Una contribución de incalculable valor al turismo en automóvil se debe a las inversiones de la Hacienda autónoma estatal y de las administraciones provinciales en la construcción y mejora de grandes arterias carreteras.

El *turismo náutico* tiene una antigua tradición, pero los primores de la motonáutica (autoescafos y embarcaciones con motor fuera borda) y los cruceros en grandes naves es cosa del siglo XX. Recientísima es la difusión del turismo fluvial y lacustre con pequeñas embarcaciones a remo, pagaya o pala (canoa, *kayak*) plegables y portátiles. Asociaciones especializadas son frecuentes en Alemania, Francia, Gran Bretaña y en otras naciones. Los cruceros organizados de las compañías de navegación y de las grandes agencias turísticas constituyen hoy día no sólo una forma de viajar para visitar puertos de mar y hacer excursiones por el entorno sino también, en sí y por sí, una placentera forma de disfrutar del vigorizante clima marítimo.

Aunque el *turismo aéreo* es más reciente, los aeroplanos, los hidroaviones, que comunican a un gran número de países, los cruceros o, en fin, los pequeños aparatos de una o dos plazas, se dice que apuntan al desarrollo del “turismo”.

El turismo no se olvida de las grutas terrestres o marinas, en las cuales es rica Italia y que en algunos casos como los de Postunia, en San Casiano, o la Gruta de Saura en Capri, son desde hace tiempo importantes atractivos para un gran flujo de turistas.

Tampoco deja de lado el *turismo subterráneo*, de tanto interés para los pioneros, los exploradores y los espeleólogos.

Debemos considerar también el *turismo de descanso, de reposo*, o mejor *de recreo*, que es con mucho la clase de turismo más practicada; el *turismo de salud*, el *turismo religioso*, (las peregrinaciones a Roma y a los santuarios); el *turismo de deporte*, practicado por los que acuden a las apasionantes competiciones deportivas (campeonatos de fútbol, de atletismo, carreras de caballos, etc.); el *turismo de formación*, especialmente artística. El turismo de salud comprende el *termalismo*, que incluye todo aquello que se relaciona con las estaciones de aguas mineromedicinales, las cuales en algunos países como Italia, Francia, Alemania, Austria y Checoslovaquia constituyen la base de un flujo turístico espectacular; y el *climatismo*, término con el que se hace

³ Fascista. No olvidemos que el Partido Fascista era el que estaba en el Poder en 1937, fecha de la edición de la Enciclopedia Italiana.

referencia a la compleja realidad de las estaciones climáticas instaladas en el mar, en los lagos, en las colinas y en las montañas.

ORGANIZACIÓN DEL TURISMO. – El rápido aumento del turismo con el desarrollo de nuevos medios de comunicación, la expansión de los hoteles y de otros establecimientos de alojamiento y la generalización de la bicicleta, no ya como simple medio de deporte sino, sobre todo, como medio individual de transporte creó nuevas necesidades y nuevos problemas. Quienes hace tiempo viajaban por deporte sintieron la necesidad de asociarse no sólo para defender y promover sus intereses particulares relacionados con el turismo sino también para contribuir a la solución de los problemas del turismo en general y para potenciar su futuro desarrollo.

Así fue como nacieron los Touring Clubs, que, en cuestión de unos pocos años, consiguieron tener primero decenas y después centenares de millares de socios y, una vez adquirida su profesionalidad así como sus poderosos medios de propaganda, consiguieron suscitar en la población la llamada “mentalidad turística”, facilitando la difusión y el perfeccionamiento de nuevos medios de locomoción y de servicios pertinentes, discutieron y consiguieron la solución de los problemas de la organización turística y desarrollaron tanto la literatura práctica como la cartografía al servicio del turismo. Primero se creó en Londres, en 1878, el “Ciclysts’ Touring Club”, más tarde el “Touring Club de Francia”, en 1890, a continuación, en 1894, el “Touring Club Italiano” y en 1895 el “Touring Club de Bélgica”

Pero con anterioridad a los Toring Clubs aparecieron las asociaciones de alpinistas, dedicadas a organizar el deporte y el turismo alpino (el Club Alpino Italiano fue fundado en 1863), en tanto que los aficionados al automovilismo fundaron poco después los Automóvil Clubs (el Automóvil Club de Milán, fue constituido en 1898 y el Automóvil Club de Italia, en Turín, en 1905; este último se transformó en el Real Automóvil Club de Italia en 1926)

Del mismo modo, con la consolidación de la motocicleta surgieron los Moto Clubs (la R. Federazione Motociclista Italiana, ahora el Moto Club de Italia, data de 1911); el desarrollo de la navegación determinó la creación de la Lega Navale Italiana (1899); el de la aviación, la R. Unione Nazionale Aeronautica, ahora la Federaciones Italiana Motonáutica (1922); el del deporte de la vela, la Federazione Italiana della Vela.

Merece la pena citar que al final de las últimas décadas del siglo XIX, nacieron, por iniciativa privada y de las administraciones municipales, organismos destinados a la mejora de las estaciones dedicadas a estancias de curación. Estos organismos tomaron el nombre “comités de cura” (*Kurkomissionen*) y “sociedades de belleza” (*Verchönerungsvereine*) en Austria y en Alemania, de “sociedades de desarrollo” (*sociétés pour le développement*) en Suiza, de “asociaciones de iniciativa” (*Syndicats d’Initiative*) en Francia, de *Pro Loco*⁴ en Italia. En este campo específico colaboraban las direcciones de las grandes compañías ferroviarias y las empresas de transporte marítimo, siempre muy

⁴ Pro Ciudad

convencidas de las ventajas del movimiento turismo, y las agencias de viajes, algunas de las cuales contribuyeron de forma muy notable al turismo con su abundantísimo material propagandístico y sus variadas iniciativas tales como la creación de sus propias líneas ferroviarias y funiculares, líneas marítimas, hoteles, etc. supliendo de esta forma la ausencia de iniciativas locales o su tardanza en aparecer. Los viajes individuales combinados (*à forfait*) con empresas de servicios y con precios muy ajustados, los viajes colectivos y los cruceros se desarrollaron espectacularmente. En Italia el gobierno creó en 1927 la *Compagnia Italiana de Turismo* (C.I.T.) que trabaja en el sector del turismo comercial, desarrollando, especialmente en el extranjero, una intensa actividad en beneficio del turismo en Italia. La C.I.T. posee 76 oficinas de viajes y turismo en Italia, 32 en el extranjero, 14 oficinas de información en estaciones y aeropuertos, 28 puestos de intérpretes para ayuda de los turistas. En las naciones del centro de Europa, en Rusia y en Japón hay sociedades comerciales similares a la C.I.T., fundadas por las compañías ferroviarias y por el gobierno.

También las asociaciones de hoteles, en la medida en que se ocupan de la protección de sus intereses, cooperan fuertemente al desarrollo del turismo. La primera asociación italiana de hoteles surgió en 1899; el Régimen fascista la transformó en la *Federazione Nazionale Fascista Alberghi e Turismo* y tiene su sede en la *Confederazione Fascista dei Commercianti*. Los establecimientos de cura hidrotermal se constituyeron en asociación en 1919. Con la ley sindical del 3 de abril de 1926, la asociación pasó a formar parte de la *Confederazione dell' Industria* con categoría de federación nacional. Las empresas de transporte terrestre, marítimo y aéreo están ahora dentro de la respectivas *Federazioni Nazionali Fasciste*, que tutelan sus intereses y se ocupan de su desarrollo. Las corporaciones relacionadas con la hospitalidad reúnen a todos los representantes de las federaciones que tienen que ver con el turismo.

Sólo en época relativamente reciente la Administración del estado se percató de la importancia, incluso desde el punto de vista económico, del turismo, sobre todo por el hecho de que las divisas que obtienen los países gracias a los turistas extranjeros contribuyen al equilibrio de la balanza de pagos, por lo que es oportuna la intervención del estado de cara a ordenar y fomentar un fenómeno ciertamente grandioso. De aquí que en muchos países se creen instituciones estatales dedicadas sobre todo al estudio del "movimiento de forasteros", fomentando su crecimiento con la propaganda en el extranjero y coordinando la actividad de los ministerios, de los entes, de las asociaciones y de las diferentes empresas que existen dedicadas a promocionar el turismo y a perfeccionar las organizaciones encargadas de la recepción. Los primeros países que lo pusieron en marcha fueron Francia y el Imperio Austro-Húngaro, los cuales, a fines de 1910 crearon, respectivamente, la *Office Nacional du Tourisme*, posteriormente convertida en el *Comisariat au Tourisme*, y el *Fremdenverkehrsministerium*. Bajo la presión de la crisis hotelera que siguió a la Gran Guerra se creó (1918) la *Office Nacional Suisse de Tourisme*. A continuación, en Italia, se creó en 1919 el *Ente Nazionale per la Industrie Turistiche* (E.N.I.T.); en Alemania, la *Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr* (1921) y en 1933 el *Reichsausschuss für Reiseverkehr*; en la nueva Austria, la *Verkehrssektion des Bundesministerium für Handel und*

Verkehr; en España, el *Patronato Nacional del Turismo*; en Rusia, el *Intourist*; en Japón, el *Japan Tourist Bureau*; etc.

En Italia, el órgano estatal del turismo es la *Direzione Generale per il Turismo*, creada por real decreto-ley de 21 de noviembre de 1934, dependiente del Ministerio de Imprenta y Propaganda. Tiene entre sus órganos ejecutivos el *Ente Nazionale per la Industrie Turistiche*, creado por real decreto-ley de 22 de noviembre de 1919, que pasó al rango de ley en el 7 de abril de 1921, modificado por real decreto-ley del 31 de enero de 1929 y por real decreto-ley del 3 de diciembre de 1934. La *Direzione Generale per il Turismo* tiene la competencia de dirigir y coordinar todas las actividades relacionadas con el turismo, promover su desarrollo y vigilar sus entes, institutos, organizaciones y comités que trabajan en el campo del turismo. El órgano consultivo y de estudio de la Dirección General es el *Consiglio Centrale del Turismo*.

Los organismos centrales del estado cuentan con la ayuda de organismos provinciales y locales. En sustitución de los *Comitati Provinciali del Turismo*, creados por decreto del Jefe de Gobierno el 7 de julio de 1932, se crearon, por real decreto-ley de 20 de junio de 1935, los *Enti Provinciali per il Turismo*, con directa dependencia del Ministerio de Imprenta y Propaganda y teniendo su sede en los *Conseglî Provinciali de Economia Corporativa*. Los citados entes son competentes en la coordinación y la ordenación en el territorio de cada provincia, la actividad de los diferentes organismos que se ocupan de los intereses y del desarrollo del turismo, sobre todo de las *Aziende autonome di cura , Soggiorno e Turismo*, y de promover y coordinar por un lado la propaganda y de otro el estudio de las medidas a tomar para conseguir el desarrollo de la economía turística provincial. Las citadas *Aziende Autonome*, creadas por real decreto-ley de 15 de abril de 1926, sucedieron en general a las sociedades *Pro Loco*, se ocupan de la propaganda y del mejoramiento turístico de los lugares reconocidos por real decreto como "*Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo*". Este reconocimiento está condicionado a la posesión de ciertos requerimientos mínimos relacionados con la industria hotelera, la infraestructura higiénico-sanitaria, la existencia de centros de distracción, el monto de la tasa de estancia percibida, etc. En las localidades que poseen recursos artísticos y naturales pero no infraestructuras suficientes pueden crearse asociaciones locales con competencias similares a las que tienen las *Aziende Autonome*; toman el nombre de *Associazioni "Pro Loco"* y cuentan con el reconocimiento de la *Direzione Generale per il Turismo*.

La *Direzione Generale per il Turismo* tiene delegaciones en el extranjero con la misión de llevar a cabo la propaganda a favor de los viajes a Italia. En las principales ciudades de Europa y de América las delegaciones disponen de oficinas de información turística para el público.

Con el fin de promover los estudios y las providencias generales para tutelar los intereses y para mantener y desarrollar la organización de las estaciones de aguas termales, estancia y turismo se ha creado en el Ministerio del Interior el *Consiglio Centrale delle Stazioni de Cura, Soggiorno e Turismo*.

Para las medidas a favor del turismo hay que recordar la protección de las bellezas naturales y paisajísticas y de los edificios de particular interés histórico que ordenó la ley de 4 de junio de 1922. Por medio del real decreto de 22 de diciembre de 1932 se creó en el Ministerio de Educación Nacional la *Consulta per la Tutela della Bellezze Naturali per la Conservazione y la Valorizzazione della Bellezze Naturale e Panoramiche* de particular interés histórico.

Todas las actividades turísticas de Libia son coordinadas por el *Ente Turistico e Alberghiero della Libia* (E.T.A.L.) con sede en Trípoli, creado por real decreto de 31 de mayo de 1935 y que tiene también la misión de gestionar alojamientos y realizar cualquier otra actividad directa e indirecta para incrementar el turismo en la colonia. Del turismo en las Islas Italianas del Egeo se ocupa el *Ufficio Propaganda e Turismo* del R. Gobierno de Rodas.

El turismo interno ha recibido un vigorosísimo impulso del Régimen Fascista, sobre todo por medio de la providencia que se propone fomentar la educación de la juventud (*Opera Nazionale Balilla*, O.N.B., de 1926) y de las masas (*Opera Nazionale Dopolavoro*, O.N. D., 1925) con la ya citada existencia de los trenes populares, de numerosos servicios de transporte ferroviario, de colonias en el litoral marino, de campismo, etc.

ENTES Y ASOCIACIONES INTERNACIONALES DEL TURISMO.- Los entes y las asociaciones nacionales del turismo han creado agrupaciones internacionales dedicadas a estudiar y a resolver los problemas que afectan al turismo internacional. La *Alliance International de Turismo* (A.I.T. Bruselas), fundada en 1919 en sustitución de la *Ligue International des Associations de Tourisme*, reagrupa a todos los *Touring Clubs*, la A.I.T., lo que supone un colectivo de ocho millones de socios, lo cual demuestra que el movimiento de los turistas ha alcanzado ya la mayoría de edad. La *Association Internationale des Automobil Clubs Reconnus* (A.I.A.C.R., París), fundada en 1906, agrupa a los Automóvil Clubs nacionales y a las asociaciones similares y se propone unificar el movimiento automovilístico internacional, fomentar su crecimiento, defender los intereses comunes y a sus miembros, ocupándose de las cuestiones relacionadas con el automovilismo y del tráfico automovilístico. Las asociaciones de moteros de los diversos países están agrupadas en la *Federation Internationale des Clubs Motocyclistes* (F.I.C.M., Londres); las de ciclistas en la *Union Cycliste Internationale* (U.C.I., París). La *Federation Aéronautique Internationale* (F.A.I., París), constituida en 1905, agrupa a los Aero Clubs nacionales. Funciona desde 1925 en París el *Conseil Central du Tourisme International*, un concejo permanente que comprende a los representantes de las asociaciones turísticas y de las Administraciones Públicas de varios países y que se ocupa del estudio de las cuestiones del turismo internacional y a la coordinación de los esfuerzos de las asociaciones de turismo, de las Administraciones Públicas y, eventualmente, de los organismos y de las asociaciones de carácter comercial e industrial relacionados con el turismo. Los organismo estatales que se ocupan del turismo están agrupados en la *Union Internationale des Organes Officiels de Propaganda Touristtiche* (La AIA), creada en 1925. Las agencias de viajes forman la *Association Internationale entre les Grands Organisations Nationale de Tourisme* (A.G.O.T.), fundada en Italia en 1924, ahora con sede en Viena, y

la *Fédération Internationale des Agences de Voyages* con sede en París. Estas dos federaciones han creado un órgano asociativo, la *Confédération Internationale des Bureaux de Tourisme* (C.I. B.U.T.). Las asociaciones de hoteleros se agrupan en la *Alliance Internacional de l'Hôtellerie* (Londres), fundada en 1921. El mayor exponente de la industria hotelera de todos los países están organizadas en la *Union Internationale de Hoteles (Internationale Hotelbesitzer Verein)*, fundada en 1869 con sede en Colonia. Más tarde, la Sociedad de Naciones creó en Ginebra una sección para el turismo con la misión de estudiar los problemas turísticos internacionales.

ESTADÍSTICAS.- Sobre el movimiento turístico se cuentan con estadísticas diversas; pero no todas son seguras ya que en esta materia es preciso recurrir a conjeturas y a aproximaciones. Los datos que mayormente interesan son los que reflejan el número de turistas, su estancia media y el gasto realizado; este último elemento tiene importancia especialmente en lo que se refiere al turismo extranjero para conocer las aportaciones "invisibles" a la balanza de pagos de la nación. Otros datos estadísticos de utilidad son los que reflejan la estacionalidad del flujo de forasteros, la nacionalidad de los turistas extranjeros, sus lugares preferidos, etc.

Los datos de flujos de forasteros se publican por la E.N.I.T. por medio de un boletín mensual (*Estatisca del Turismo*) y de publicaciones anuales. El número de extranjeros que vienen a Italia ha experimentado recientemente un sensible aumento: de 2.186.305 en 1931 (los datos para el periodo anterior a 1931 no son comparables con los posteriores) a 3.142.372 en 1934. El aumento se debió especialmente a las llegadas por vía ordinaria con vehículos propios; la cifra de extranjeros llegados por carretera, ha pasado, en efecto, de 1.156.943 en 1931 a 2.138.950 en 1934. Por el contrario, el número de extranjeros llegados a Italia por ferrocarril pasó de 919.484 a 881.617; por vía marítima, de 108.273 a 119.111 y por vía aérea de 1605 a 2.694.

Pero lo que realmente interesa es conocer el montante de dinero que estos extranjeros dejaron en Italia aunque su cálculo no puede ser más que aproximado. Para obtener una aceptable estimación de este dato interesa conocer la estancia media de los turistas, pero, sin embargo, los diferentes métodos utilizados impiden tener un buen conocimiento de este dato. Se indica a menudo que la estancia media está en torno a los cuatro días. Se considera que si es verdad que muchos una o dos semanas y más, la gran masa (un indicador es que un elevadísimo número, más de dos tercios del total de los turistas, entran por vía ordinaria) permanecen en Italia muy poco tiempo, sólo un día.

Se puede pues calcular que el número de días que el conjunto de turistas extranjeros permanecieron en Italia, en 1934, estuvo alrededor de 12-13 millones. Procede ahora conocer el gasto medio por turista; mas también este elemento es de difícil cálculo. Un gasto de 100 – 120 liras al día parece una cifra razonable. Por consiguiente, el gasto total realizado en Italia por los turistas extranjeros se puede calcular en 1934 entre un miardo y cuarto y un Bilardo y medio. Si se tiene en cuenta que el saldo deficitario entre el valor de las importaciones y el de las exportaciones de mercancías ascendió el mismo

año a cerca de dos mil millones de liras se comprenderá el peso que estas entradas “invisibles” tienen en la balanza de pagos italiana. Obviamente hay que tener en cuenta también los gastos que los turistas italianos realizan en el exterior. Tampoco sobre este aspecto se tienen datos estadísticos aceptables pero una ligera valoración permite considerar que este gasto no habría superado los 150 – 200 millones de liras en el año 1934.

La nacionalidad de los turistas extranjeros en Italia que más destaca es, para el año 1931, último para el que se dispone de datos, es la alemana (20% del total), la suiza (18% del total), austríaca (13% del total), británica (11% del total), francesa (9% del total) y estadounidense y canadiense (6% del total).

Gracias a unas estadísticas recientemente publicadas por la Sociedad de Naciones se sabe que entre los 31 países considerados por dicha publicación Italia ocupa el tercer lugar con respecto a las entradas de divisas ya que se alcanzaron, en 1933, los 69 millones de dólares oro frente a Francia que obtuvo 117 millones y ocupa el primer lugar y 80 millones Canadá, que ocupa el segundo lugar. Estados Unidos con 57 millones ocupa el cuarto lugar. La citada publicación de la Sociedad de Naciones informa de que en los últimos años se ha verificado una fortísima disminución de los gastos de los turistas; para los cuatro países antes citados se pasó de una cifra total de 927 millones de dólares oro en 1928 a 324 millones en 1934.

El movimiento turístico de los italianos en Italia es mucho más dinámico gracias al impulso de las organizaciones del Régimen, de las asociaciones turísticas, como el Touring Club Italiano y al creciente apoyo del veraneo y de los deportes de invierno. Pero tampoco para este movimiento se han conseguido datos precisos. Se dispone sólo de estadísticas de albergues y pensiones pero no de los hoteles que no contemplan la totalidad de los viajeros. El número de estos, según tales fuentes, resultan ser el cuádruplo del que se refiere a los turistas extranjeros. En efecto, para 1934 las estadísticas declaran 6.767.338 entradas y 33.398.473 días de turistas italianos en los alojamientos frente a 1.679.190 entradas y 8.324.799 días de turistas extranjeros.

Las preferencias por las ciudades a visitar es muy diversa y depende de que los turistas sean extranjeros o italianos. Los extranjeros prefieren Roma (766.584 días en 1934), Venecia (657.422), Florencia (430.751), Génova (429.042) y Nápoles (416.933). Por el contrario, los viajeros italianos (aunque no todos son turistas) prefieren Milano (1.338.924 días), Roma (1.250.195), Venecia (775.103), Nápoles (761.673) y Génova (724.205). Entre las estaciones de aguas termales, estancia y turismo, las preferidas son: San Remo con 1.170.247 días, Viareggio, con 1.092.717, Rimini, con 1.046.315, Merano, con 984.579, Riccionem con 885.977, Montecatini, con 617.579, Alassio, con 539.191, Salsomaggiore, con 524.823, Lido de Venecia, con 339.805, Bolzano, con 323.633, Cortina s'Ampezzo, con 308.297 y Abbazia, con 301.163 días.

Mientras el turismo nacional alcanza su máximo en el mes de agosto, el extranjero alcanza su cifra más alta en abril. Este es el mes preferido por los alemanes; por su parte, el máximo de agosto para los italianos corresponde al

periodo de las vacaciones. En septiembre se verifica un fuerte retroceso del turismo extranjero que no alcanza la cifra del turismo primaveral.

Para la literatura sobre turismo v. GUIDA, XVIII, 249 e App.; ITINERARI; MIRABILLA ROMAE.

Bibliografía.

L. Bodio, *Sul movimento dei forasteri*, en *Giornale degli economista*, julio 1899

B. Stringher, *Sulla bilancia dei pagamenti fra l'Italia e l'estero*, en *Atti della Commissione Reale per lo Studio delle statistiche del commercio estero*, Roma, 1912

E.N.I.T., *La funzione e l'organizzazione delle "Pro Loco"*, ivi, 1921

R. Bachi, *Sulla rilevazione statistica del movimento dei forasteri*, en *Giornale degli economisti*, 1921.

A. Niceforo, *Il movimento dei forasteri in Italia*, a cura dell'E.N.I.T., Roma, 1923

R. Benini, *Sulla riforma dei metodi di calcolo del movimento turistico*, Estudio publicado por ENIT en *Statistica del movimento turistico in Italia 1926 – 1927*, Roma, 1929

Touring Club Italiano, *Manuale dell'industria alberghiera*, Milán, 1929

M. Avancini, *Statistica turistica*, (en *Trattato elementale di statistica*), 1933

A. Mariotti, *Corso de economia turistica*, Novara, 1933

F. W. Ogilvie, *The Tourist Movement*, Londres, 1933;

Touring Club Italiano, *Manuale del turismo*, Milán, 1934

G. Tagliacarne, *Sul calcolo della permanenza media dei turista stranieri in Italia*, en *Giornale degli economista*, septiembre, 1935

Sociedad de Naciones, *Bollettino mensite di statistica*, Ginebra;

E.N.I.T., *Statistica sul movimento turistico in Italia* (memoria anual) (*)

E.N.I.T., *Bolletino mensile "Statistica del turismo"*, Roma (*)

(*) Sin fecha en el original