

Spagna contemporanea

Rivista semestrale di storia, cultura e istituzioni

2023, XXXII / 64

VIELLA / ISTITUTO DI STUDI STORICI GAETANO SALVEMINI

SPAGNA CONTEMPORANEA

Rivista semestrale di storia, cultura e istituzioni

per la testata © 2024 Istituto di studi storici Gaetano Salvemini

per gli articoli © 2024 Viella

2023, XXXII / 64

ISSN 1121-7480

ISBN 979-12-5469-584-5 (carta) ISBN 979-12-5469-585-2 (e-book)

Registrazione presso il Tribunale di Torino n. 13149 del 10/5/2022 (già n. 4521 del 14/10/1992)

Direttore

Alfonso Botti

Direttrice responsabile

Giulia Quaggio

Coordinamento del Comitato editoriale

Enrico Acciai, Giulia Quaggio, Andrea Micciché

Comitato editoriale

Enrico Acciai (Univ. di Roma-Tor Vergata), Marcella Aglietti (Univ. di Pisa), Mireno Berrettini (Univ. Cattolica, Milano), Deborah Besseghini (Univ. di Torino), Laura Branciforte (Univ. Carlos III, Madrid), Alfonso Botti (Univ. di Modena e Reggio Emilia), Luciano Casali (Univ. di Bologna), Giovanni C. Cattini (Univ. de Barcelona), Maria E. Cavallaro (LUISS Guido Carli - Roma), Marco Cipolloni (Univ. di Roma - La Sapienza), Nicola Del Corno (Univ. di Milano), Giacomo Demarchi (Univ. di Pisa), Elena Errico (Univ. di Genova), Steven Forti (UAB, Univ. Autònoma de Barcelona), Walter Ghia (già Univ. del Molise), Massimiliano Guderzo (Univ. di Siena), José Luis Ledesma (UCM, Univ. Complutense de Madrid), Guido Levi (Univ. di Genova), Andrea Micciché (Univ. "Kore", Enna), Javier Muñoz Soro (UCM, Univ. Complutense de Madrid), Marco Novarino (Univ. di Torino), Giorgia Priorelli (Universitat de Girona), Marco Puppini (IRSML Friuli-Venezia Giulia), Giulia Quaggio (UCM, Univ. Complutense de Madrid), Leonida Tedoldi (Univ. di Bergamo), Matteo Tomasoni (Univ. Salamanca), Jorge Torre Santos (Univ. di Parma), Carlo Verri (Univ. Palermo)

Comitato scientifico

José Álvarez Junco (Emerito, Univ. Complutense de Madrid), Paul Aubert (Univ. de Provence, Aix-Marseille I), Walter L. Bernecker (Univ. Erlangen-Nürnberg), Jordi Canal (EHESS, Paris), Silvana Casmirri (Univ. di Cassino), Giuliana Di Febo (Univ. Roma Tre), Gérard Dufour (Univ. de Provence, Aix-Marseille I), Chris Ealham (Saint Louis Univ., Madrid), Charles Esdaile (Univ. of Liverpool), Pere Gabriel (Univ. Autònoma de Barcelona), José Luis García Ruiz (Univ. Complutense de Madrid), Rosa Maria Grillo (Univ. di Salerno), Emilio La Parra López (Univ. de Alicante), Pablo Martín de Santa Olalla (Univ. Europea de Madrid), Carme Molinero (Univ. Autònoma de Barcelona), Javier Moreno Luzón (Univ. Complutense de Madrid), Marco Mugnaini (Univ. di Pavia), Xosé Manoel Núñez Seixas (Univ. de Santiago de Compostela), Isabel María Pascual Sastre (Univ. Rey Juan Carlos, Madrid), Juan Carlos Pereira Castañares (Univ. Complutense de Madrid), Sisinio Pérez Garzón (Univ. de Castilla-La Mancha), Gabriele Ranzato (già Univ. di Pisa), Patrizio Rigobon (Univ. di Venezia), Manuel Santos Redondo (Univ. Complutense de Madrid), Ismael Saz (Univ. de Valencia), Vittorio Scotti Douglas (Univ. di Modena e Reggio Emilia), Manuel Suárez Cortina (Univ. de Cantabria), Nigel Townson (Univ. Complutense de Madrid), Pere Ysàs (Univ. Autònoma de Barcelona)

Segreteria editoriale

Dolores Garcés Llobet, Caterina Simiand, Altea Villa

Contatti

Spagna contemporanea c/o Istituto di studi storici Gaetano Salvemini, c/o Polo del '900, via del Carmine 14, 10122 Torino (Italia)

<https://www.spagnacontemporanea.it/index.php/spacon/about/submissions> (per l'invio dei saggi)

spacon@istitutosalvemini.it (per l'invio della corrispondenza)

Sito

www.spagnacontemporanea.it

www.viella.it/riviste/testata/19

Amministrazione

Viella s.r.l., Via delle Alpi, 32 - 00198 Roma

tel./fax 06 84 17 758 - 06 85 35 39 60

abbonamenti@viella.it info@viella.it www.viella.it

Abbonamento annuale

Italia	€ 60 (carta/print)	€ 80 (carta/print + digital)
Abroad	€ 90 (carta/print)	€ 110 (carta/print + digital)
Digital (enti / instit.)	€ 50	
Numero singolo (Italia)	€ 35	

Modalità di pagamento

c/c bancario IBAN IT82B0200805120000400522614

c/c postale IBAN IT14X0760103200000077298008

carta di credito Visa / Master Card

Classe A

«Spagna contemporanea» è classificata in Classe A dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR), fra gli altri, per i settori 10/I1 (Lingue, Letterature e culture spagnola e ispanoamericana), 11/A2 (Storia Moderna), 11/A3 (Storia contemporanea), 11/A4 (Scienze del libro e del documento), 14/B1 (Storia delle dottrine e delle istituzioni politiche) e 14/B2 (Storia delle relazioni internazionali, delle società e delle istituzioni extraeuropee)

«Spagna contemporanea» está clasificada en Clase A (la más alta categoría) por la Agencia Nacional de Evaluación del Sistema Universitario y de Investigación (ANVUR), entre otros, para los sectores 10/I1 (Lenguas, Literaturas y Culturas Españolas e Hispanoamericanas), 11/A2 (Historia Moderna), 11/A3 (Historia Contemporánea), 11/A4 (Ciencia de los libros y documentos), 14/B1 (Historia de las doctrinas e instituciones políticas) y 14/B2 (Historia de las relaciones internacionales, de las sociedades y de las instituciones no europeas)

«Spagna contemporanea» is classified as a top class category journal (Classe A) by the National Agency for the Evaluation of the University and Research System (ANVUR), among others, for sectors 10/I1 (Spanish and Hispano-American Languages, Literatures and Cultures), 11/A2 (Early Modern History), 11/A3 (Late Modern History), 11/A4 (Science of books and documents), 14/B1 (History of doctrines and political institutions) and 14/B2 (History of international relations, societies and non-European institutions)

«Spagna contemporanea» adotta ufficialmente il sistema di valutazione scientifica degli articoli che le vengono sottoposti, conosciuto internazionalmente come peer-reviewing. Ciò significa che tutti i testi che ci vengono proposti per un'eventuale pubblicazione nella sezione Saggi e ricerche verranno inviati in lettura "cieca" — ossia senza indicarne l'Autrice/Autore — a due specialisti della materia (referees), uno esterno alla cerchia dei collaboratori e uno interno.

Entro sessanta giorni, l'Autrice/Autore verrà informato dal Coordinatore della Redazione sul parere emesso dagli esperti, e sulle eventuali modifiche al testo da questi richieste. In caso di parere negativo, l'Autrice/Autore sarà informato della motivazione che ha portato al rifiuto, senza venire a conoscenza dei nomi dei referees. I nomi degli esperti (referees) saranno pubblicati, a scadenza biennale, sulla rivista.

I testi vanno redatti secondo le norme editoriali pubblicate sul sito www.spagnacontemporanea.it.

«Spagna contemporanea» è segnalata sistematicamente nei sotto elencati registri di catalogazione: Bibliografia storica nazionale, Catalogo italiano dei periodici/Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex, ERIH PLUS.

«Spagna contemporanea» adopta oficialmente el sistema de valoración científica de los artículos recibidos para su publicación, conocido internacionalmente como peer-reviewing. Por lo tanto, todos los textos propuestos para la sección Saggi e ricerche serán enviados para una "lectura ciega" — es decir, sin indicar el Autor/Autora — a dos especialistas de la materia (referees), uno externo al grupo de colaboradores de la revista y otro interno.

En un plazo de sesenta días, el Autor/Autora será informado por el Coordinador de la Redacción sobre el juicio de los evaluadores y sus eventuales propuestas de modificación del texto. En caso de juicio negativo, el Autor/Autora será informado sobre los motivos que han llevado al rechazo, manteniéndose anónima la identidad de los referees. Los nombres de los especialistas (referees) se publicarán en la revista cada dos años.

La redacción de los textos tiene que ajustarse a las normas de editing que se encuentran en www.spagnacontemporanea.it.

«Spagna contemporanea» es recogida sistemáticamente en los siguientes repertorios y bases de datos bibliográficas: Bibliografia storica nazionale, Catalogo italiano dei periodici/ Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex, ERIH PLUS.

«Spagna contemporanea» implements the scientific evaluation system of the received articles internationally known as peer-reviewing. This means that all the texts we receive for publication in the Saggi e ricerche section will be sent for blind review — i.e. without indicating their Author — to two experts (referees), one belonging to our Editorial board, the other being an outsider.

When the sixty-days term expires, the Author will be informed by the Editorial Board Coordinator of the experts' evaluation and, if so required, of any proposed changes. In case of negative evaluation, the Author will be informed of the reason for the rejection, but not of the names of the referees. The names of the referees will be published in the Journal every two years.

Papers should be prepared in accordance with editorial guidelines posted on the website www.spagnacontemporanea.it.

«Spagna contemporanea» is covered by the following abstracting/indexing services: Bibliografia storica nazionale, Catalogo italiano dei periodici/Ancp, Dialnet, Essper, Google Scholar, Historical Abstracts, Latindex, ERIH PLUS.

INDICE

SPAGNA, ITALIA E STORIA DEL TURISMO: ALCUNI STUDI

<i>Dossier a cura di Annunziata Berrino</i>	7
Annunziata Berrino <i>Il turismo di un paese emergente: la Spagna nella prima globalizzazione</i>	11
Saida Palou Rubio <i>Políticas turísticas en Cataluña durante la II República española</i>	35
Ester Capuzzo <i>Turismo sociale. L'esperienza italiana e spagnola dal secondo dopoguerra agli anni Sessanta</i>	55
Emanuela Locci <i>Alghero, la piccola Barcellona, città turistica tra Italia e Spagna</i>	79

SAGGI E RICERCHE

Joël Delhom <i>El desagrupamiento en 1939 de la industria del calzado socializada en Barcelona</i>	101
Adrián Magaldi Fernández <i>Joaquín Ruiz-Giménez y la Unión Europea Demócrata Cristiana (UEDC): la voz de la utopía durante la Transición de los democristianos europeos en los años Setenta</i>	129

RECENSIONI

<i>Lavoro coatto e razzializzazione nei porti cubani, o per una lettura urbana della seconda schiavitù (Elena Barattini)</i>	153
<i>Alfonso XIII, il re patriota nei processi di nazionalizzazione degli spagnoli (Alfonso Botti)</i>	158
<i>Nuove interpretazioni del primoriverismo nella storia della Spagna contemporanea (Marcella Aglietti)</i>	163
<i>Luoghi di dolore e parzialità della memoria pubblica (Marco Puppini)</i>	165

Desmitificar el «Annus Mirabilis». El valor histórico de los acontecimientos y conmemoraciones de 1992 para entender la España contemporánea y su proyección exterior
(Amós del Castillo Petidier)

169

SCHEDA

Iván Igartua, Jesús Antonio Cid (eds.), *Tu voz en muchas voces. Escritos en homenaje a Jon Juaristi* (A. Botti); David Sarias Rodríguez (ed.), *Eduardo Dato y su era. La Restauración reconsiderada* (M. Aglietti); Francisco M. Balado Insunza, *Melquíades Álvarez. La España que no pudo ser* (M. Aglietti); Daniela Ferrández Pérez, *Más allá del voto. Clientelismo político y redes locales en el primer tercio del siglo XX* (M. Aglietti); David Ginard Féron, *Matilde Landa. El compromiso y la tragedia (1904-1942)* (M. Puppini); Joan J. Torró Martínez, *Solidaritat en temp de guerra. Hospital Militar Internacional. Ontinyent 1937-1939* (M. Puppini); Ester Boquera Diago, *“Aixafem el feixisme”. El Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil* (D. Garcés Llobet); Gutmaro Gómez Bravo, Diego Martínez López, *Esclavos del Tercer Reich. Los españoles en el campo de Mauthausen* (G. García de Jalón Hierro); Annunziata Berrino, Carlos Larrinaga (eds.), *Italia e Spagna nel turismo del dopoguerra: società, politica, istituzioni ed economia* (A. De Matteo); Carlos Larrinaga, Donatella Strangio (eds.), *El turismo en España e Italia antes del boom turístico* (E. Locci); Andrea Anderlini, *Il corpo del Caudillo. La doppia sepoltura di Francisco Franco e la transizione della Spagna alla democrazia (1975-2019)* (L. Casali); Ian Gibson, *Un carmen en Granada. Memorias de un hispanista dublinés* (A. Botti)

173

LIBRI RICEVUTI

195

LE AUTRICI E GLI AUTORI

199

POLÍTICAS TURÍSTICAS EN CATALUÑA DURANTE LA II REPÚBLICA ESPAÑOLA

Saida Palou Rubio

Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (ICRPC-CERCA), Universitat de Girona
<https://orcid.org/0000-0003-4145-8133>

Ricevuto: 22/06/2023

Approvato: 15/02/2024

Como consecuencia de la descentralización de la política turística durante la II República española, entre 1932 y 1936 en Cataluña se pondrá en marcha una organización turística autonómica. Así, se crearán varias instituciones dedicadas al fomento del turismo, si bien inestables y la mayoría de ellas carecerán de recursos económicos. La primera parte del artículo presenta una radiografía del cambio de política turística, de una España monárquica a una España republicana, con el fin de contextualizar el desarrollo de las políticas turísticas catalanas republicanas. La segunda parte del trabajo se focaliza en el caso catalán, analizando sus entes de promoción y los discursos políticos relacionados con la identidad, entre otros.

Palabras clave: II República; Turismo; Cataluña; Descentralización

Le politiche turistiche in Catalogna durante la Seconda Repubblica spagnola

Come conseguenza del decentramento della politica turistica durante la Seconda Repubblica spagnola, tra il 1932 e il 1936 fu creata in Catalogna un'organizzazione turistica autonoma. Vennero così create diverse istituzioni dedicate alla promozione del turismo, sebbene fossero instabili e per lo più prive di risorse economiche. La prima parte dell'articolo presenta una radiografia del cambiamento della politica turistica, da una Spagna monarchica a una Spagna repubblicana, con l'obiettivo di contestualizzare lo sviluppo delle politiche turistiche repubblicane catalane. La seconda parte dell'articolo si concentra sul caso catalano, analizzando, tra l'altro, i suoi organismi di promozione e i discorsi politici legati all'identità.

Parole chiave: II Repubblica; Turismo; Catalogna; Decentramento

Tourism Policies in Catalonia during the Second Spanish Republic

As a consequence of the decentralization of tourism policy during the Second Spanish Republic, between 1932 and 1936 an autonomous tourism organization was set up in Catalonia. Thus, several institutions dedicated to the promotion of tourism were created, although they were unstable and most of them lacked economic resources. The first part of the article presents an analysis of the changes in tourism policy, from a monarchical Spain to a republican Spain. The second part of the paper focuses on the Catalan case, delving into its promotional bodies and political discourses related to identity, among others.

Keywords: *II Republic; Tourism; Catalonia; Decentralisation*

La organización turística catalana de la II República: Contexto y consideraciones para su estudio

El período que nos atañe en este trabajo, de 1931 a 1936, es cuanto menos que breve desde el punto de vista historiográfico. Son los años que transcurren entre la proclamación de la II República y el inicio de la Guerra Civil española. Se trata de un período breve, y a la vez, inédito en cuanto a política turística. En este lapso, Cataluña organizará un sistema turístico particular en el cual se montarán distintas instituciones y se llevarán a cabo diversos proyectos e iniciativas. La organización turística catalana de la II República aparece fruto de la descentralización de la política turística española, cuyos inicios se remontan a principios de siglo. Es, a lo sumo, una experiencia puntual que para ser comprendida necesita un ejercicio de retrospectiva histórica.

Durante el primer tercio del siglo XX, en España se construye un sistema turístico con significativas variaciones regionales. Se trata de un sistema que comprende destinos y productos, un mercado tanto formal como informal y una organización turística con diversos agentes¹. Esta organización turística experimentará vaivenes constantes a razón de los cambios e inestabilidades políticas, económicas y sociales que vivirá el país durante las primeras décadas de siglo. A comienzos de la década de

1. C. Larrinaga, *Un mercado intervenido. Las dificultades de la inversión privada en el sector hotelero durante el primer franquismo (1939-1959)*, en “Investigaciones Históricas, época moderna y contemporánea”, 2021, n. 41, p. 1124.

1930, España ya se habrá situado como país emergente en el turismo internacional², y antes de la Guerra Civil contará con un sistema turístico suficientemente robusto³. En buena medida, estos hitos serán alcanzados gracias a las numerosas acciones de promoción impulsadas por agentes e instituciones tanto públicos como privados. Éstas habían comenzado a cocerse a principios de siglo, siguiendo la estela de lo que hacían los países europeos más avanzados en el desarrollo turístico. La existencia de unas precondiciones sociológicas ligadas a la industrialización, entre las cuales un mayor nivel de previsibilidad del ritmo de trabajo y de los transportes y, en consecuencia, un aumento del tiempo y dinero dedicado al ocio y al viaje estaba impulsando el auge del turismo ya desde mediados del siglo XIX. Así, avanzada la centuria, proliferaron varias organizaciones con el fin de facilitar las excursiones y los viajes turísticos⁴. Asimismo, en Europa el turismo estaba ganando fuerza económica y reconocimiento político, de modo que crecía la intervención de los estados en su promoción⁵.

Esta dinámica influiría en el desarrollo turístico de España. En efecto, la aparición de los primeros organismos oficiales nacionales destinados a estimular la afluencia de turistas y engrasar las infraestructuras que lo hicieran posible se produjo en el tránsito del siglo XIX al XX⁶. En sus inicios, el fomento del turismo en España se relacionará con los objetivos del regeneracionismo, que no se refiere específicamente a ningún programa particular, sino más bien a la convicción que para la supervivencia del país es necesaria la modernización económica y sociopolítica que le permitirá equipararse al modelo europeo⁷. Así, algunos agentes asumirán la idea que incentivar la industria de forasteros (es decir, la actividad

2. R. Vallejo, E. Lindoso-Tato, M. Vilar-Rodríguez, *Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo XIX*, en “Investigaciones de Historia Económica”, 2020, n. 16 (1), p. 21.

3. Véase C. Larrinaga, *El impacto de la Guerra Civil en el sector turístico*, en M. Fernández-Paradas, C. Larrinaga (eds.), *El impacto de la Guerra Civil española en el sector terciario*, Granada, Comares, 2019, pp. 153-171.

4. S.D. Pack, *Las múltiples caras del turismo en la Europa contemporánea*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico 1900-1939*, Madrid, Sílex, 2018, p. 47.

5. B.M. Gordon, *El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX*, en “Historia contemporánea”, 2002, n. 25, p. 132.

6. R. Vallejo, S. Palou Rubio, *La organización turística española en el nivel provincial: las Juntas Provinciales de Turismo, 1928-1962*, en “Estudios Turísticos”, 2022, n. 223 (1), p. 96.

7. S.D. Pack, *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid, Turner Noema, 2009, p. 48.

económica ligada al turismo) es la forma de modernizar el país, a saber: *europeizarlo* y estimular su economía⁸. Durante el primer decenio, los agentes del turismo español identificarán Italia, Francia y Suiza como modelos paradigmáticos en cuanto al desarrollo turístico. Una de las preocupaciones iniciales del primer turismo español consistirá, precisamente, en captar turistas ingleses para intentar convertirse en una nueva Italia. De hecho, ya desde finales del XIX, el triángulo Gran Bretaña-Italia-Francia marcará profundamente al naciente turismo español, “construido” al menos culturalmente, por británicos y franceses, pero muy influido por el éxito italiano⁹. En España empiezan a constituirse sindicatos de iniciativa, o sociedades de atracción, con aras de fomentar la atracción de visitantes. Éstas fueron entidades motrices conformadas por diversos agentes locales mayoritariamente provenientes del sector privado (banqueros, industriales, representantes del sector servicios, profesionales y cargos públicos, entre otros) que pervivirán hasta mediados de los años treinta¹⁰. El papel de la iniciativa privada y social fue clave a lo largo del primer tercio de siglo, siguiendo el ejemplo de lo que venía ocurriendo desde finales del siglo XIX en países como Italia, Francia y Suiza¹¹.

Podemos constatar que, a principios de siglo, el turismo en España sigue una senda similar, en sus formas y modalidades, al turismo europeo, si bien adolece cierto retardo cronológico y las prácticas turísticas entre los nacionales no cuentan con la misma extensión, del mismo modo que el peso del turismo exterior es aún inferior¹². En realidad, lo que separó a España de otros países del continente europeo no fue tanto la intensidad de la actividad o de la promoción turística, en lo que no difería mucho, sino el reto de luchar contra un acopio singular de imágenes negativas de un país bruto, pobre, sucio, vanidoso o poco sofisticado¹³. El tema de la

8. A. Moreno, J. Villaverde, *De un sol a otro: turismo e imagen exterior española (1914-1984)*, en “Ayer”, 2019, n. 114 (2), p. 96.

9. A. Moreno, *Era Francia y no Italia. Conexiones, redes e influencias en la construcción del modelo turístico español (1880-1936)*, en “Cahiers de civilisation espagnole contemporaine”, 2022, n. 29, p. 1.

10. S. Palou Rubio, C. Pellejero, *Promoción turística y desarrollo geoeconómico, 1900-1936: Málaga y Barcelona*, en “Ayer”, 2020, 117 (1), p. 190.

11. Véase A. Berrino, *Storia del Turismo in Italia*, Bologna, il Mulino, 2011. Véase también M. Luque, C. Pellejero, *La promoción turística en la España del primer tercio del siglo XX: los sindicatos de Iniciativa y Turismo*, en “Investigaciones de Historia Económica”, 2019, n. 15, pp. 38-46.

12. R. Vallejo, *Turismo en España durante el primer tercio del siglo XX: la conformación de un sistema turístico*, en “Ayer”, 2019, n. 114 (2), p. 179.

13. S.D. Pack, *Turismo e identidad europea de la España contemporánea: tres reflexiones*, en “Ayer”, 2019, n. 114 (2), p. 133.

imagen exterior fue, sin lugar a duda, uno de los aspectos más complejos en la promoción turística de España, especialmente por parte de los organismos públicos. Éstos, y de forma particular según cada caso, utilizaron la promoción turística como parte de un proceso de construcción identitaria, e incluso de nacionalización¹⁴. En cierto modo, las operaciones de imagen turística iban aderezadas a transformar los imaginarios internos y externos con el fin de crear nuevas referencias y símbolos asociados a las poblaciones.

Las particularidades territoriales en cuanto al desarrollo del turismo son muy significativas, de modo que es preciso analizar cada caso a razón de sus propias lógicas y contextos. Si bien existen muchas continuidades y similitudes regionales, también debemos identificar una suerte de peculiaridades entre ellas. En este sentido, el desarrollo de las políticas turísticas autonómicas en Cataluña durante el lapso de la II República española reúne un conjunto de especificadas muy notorias. Cataluña es la primera autonomía que cuenta con un estatuto autonómico, y esta cuestión es clave para entender el modelo turístico que desarrollará durante los años de la República. De hecho, el turismo será una de las primeras transferencias autonómicas traspasadas, de modo que los agentes del turismo catalán activaran rápidamente sus propias iniciativas y crearán un sistema de gestión y promoción turística inédito. Esta organización turística no estará exenta de conflictos internos y tensiones, de modo que varios de los proyectos e iniciativas propuestas no podrán ser implementadas. En cualquier caso, la organización turística catalana de la II República representará un modelo único y singular. Sin ánimo de establecer una comparativa regional, el presente trabajo se focaliza en identificar las principales características de dicha organización que es, a todas luces, fruto de la descentralización de la política turística española de la II República.

En los primeros años treinta, se pone en marcha la primera cultura política turística en Cataluña, creándose varias instituciones dedicadas al fomento del turismo que, si bien fueron inestables y la mayoría de ellas carecieron de recursos económicos, lograrán, en su conjunto, definir y proyectar una imagen del destino Cataluña basada en recursos naturales y valores patrimoniales. Así mismo, los agentes del turismo republicano catalán advocarán por la promoción de un turismo de base social, es decir, un turismo de proximidad, y por una organización y

14. Véase T. Vives Riera, *Tourism and Nationalism in the Production of Regional Culture: The Shaping of Majorca's Popular Songbook between 1837 and 1936*, en "Nations and Nationalism", 2018, n. 24 (3), pp. 695-716.

gobernanza turística pública, con la colaboración del sector privado, a imagen y semejanza de los países líderes en turismo, entre los cuales Italia y Francia. En este sentido, el presente artículo pone el foco en la mirada internacional que tuvieron los agentes promotores del turismo catalán durante la II República y en sus ansias de conectar Cataluña con las naciones modernas occidentales. En este sentido, es preciso analizar el papel del turismo como escenario de construcción de identidades locales y nacionales¹⁵, el turismo entendido como una forma de encuentro intercultural en el cual la identidad local es, por encima de todo, construida, más que preservada o conservada¹⁶. En este sentido, no podemos reducir el análisis en clave regional, sino que hay que apreciar los aspectos internacional y transnacional con el fin de comprender como se planteó el desarrollo de esta actividad¹⁷. La primera parte del artículo presenta una radiografía del cambio de política turística, de una España monárquica a una España republicana, con el fin de contextualizar y comprender mejor el desarrollo de las políticas turísticas catalanas republicanas. La segunda parte del trabajo se focaliza en el caso catalán, analizando sus políticas públicas, y focalizándose en los discursos políticos relacionados con la identidad.

La organización turística catalana de los años treinta ha estado escasamente estudiada¹⁸, con lo cual es preciso ahondar en su comprensión. Contamos con un libro publicado en 1973 que constituye una fuente básica y al mismo tiempo un testimonio directo de la organización política catalana republicana. Se trata de la obra *El turismo a Catalunya del 1931 al 1936*, escrito por Antoni Farreras¹⁹, quien estuvo implicado en el complejo amalgama institucional de la primera mitad de los años treinta en Cataluña. Su libro está imbuido de nostalgia e idealizaciones, con lo cual debemos relativizar sus consideraciones e informaciones. Farreras describió los quehaceres del turismo catalán a partir de la anécdota, el detalle y la complacencia; si bien su libro carece de imparcialidad, éste constituye, sin lugar a duda, una fuente significativa para comprender cómo se articuló la política turística en Cataluña

15. Véase T. Edensor, *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*, London, Routledge, 2002.

16. T. Vives Riera, *De roques, pins i mar blava. Mallorca: de l'alteritat turística a la subjectivitat política*, en "Plecs d'Història local", 2020, n. 177, p. 14.

17. S.D. Pack, *Las múltiples...*, cit., p. 49.

18. S. Palou Rubio, *La primera experiencia de política turística autonómica en Cataluña*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España...*, cit., p. 421.

19. A. Farreras, *El Turisme a Catalunya: del 1931 al 1936*, Barcelona, Pòrtic, 1973.

entre 1931 y 1936. El presente trabajo utiliza el libro de Farreras como principal fuente histórica para la comprensión de la organización pública del turismo catalán de la República, con la voluntad de aportar una relectura de este.

De una España monárquica a una España republicana: El cambio de política turística a principios de la década de los años treinta

A mediados de los años veinte se produce la primera popularización del turismo, y hacia 1935 varios países europeos y americanos ya habrán dictado algún tipo de ley sobre las vacaciones pagadas con el fin de satisfacer las demandas de las clases trabajadoras. Estamos en un contexto en el cual el turismo goza de un valor social positivo entre las clases medias occidentales y ha logrado notables cuotas de popularización. En la década de los años veinte, la administración turística española se encuentra bajo la Comisaría Regia de Turismo y Cultura Artística Popular, que había sido creada en junio de 1911 con el propósito de difundir, conservar, exponer y fortalecer la cultura²⁰. Ésta estuvo a cargo del Marqués de la Vega-Inclán, quien asoció sus intereses particulares a los del fomento turístico y conservación artística. La Comisaría estuvo vigente hasta 1928, pero sus trabajos fueron infecundos y el sector privado criticó duramente su actuación dada la ausencia de una gestión práctica y realista. Ésta fue sustituida por el Patronato Nacional de Turismo (PNT), una organización creada por Primo de Rivera en 1928 que situaba por primera vez el turismo en la agenda pública española y de la que ya nunca salió, ni siquiera durante la Guerra Civil²¹. Con su creación, se instauraba la primera administración turística moderna del país, y con ello, el turismo pasaba a ser una cuestión de política estatal, sobre todo entre 1928 y 1931. El PNT había sido creado en un contexto monárquico, transformado durante la República y desaparecido durante la guerra, en 1938. En 1928, en el proceso de creación del PNT, el gobierno español tuvo muy claro que la expansión internacional del turismo español pasaba por París, la primera ciudad donde se montó una oficina de turismo, la única que sobrevivió en los tiempos republicanos y la que terminaría

20. M. Velasco, *Turismo cultural. El origen de las políticas cultural y turística y su reflejo en la acción pública*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España...*, cit., p. 454.

21. A. Moreno, *La política turística, 1905-1931*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España...*, cit., p. 318.

siendo la capital en el exterior del turismo español²². En su primera etapa, bajo la dictadura primorriverista, el PNT forjó una peculiar dinámica y gestión turística, e incluso inmobiliaria²³ y quedó asociado a un proyecto de regeneración nacional basado en la modernidad y al mismo tiempo en el esencialismo hispánico, el nacionalismo, el colonialismo norte-africanista, el hispanoamericanismo e incluso el nacional catolicismo²⁴. Así, en la época monárquica el PNT utilizó el turismo como instrumento de transmisión de una determinada identidad nacional basada en los valores de la dictadura²⁵. Sin lugar a duda, el PNT constituyó una amalgama de intereses que sobrepasaban los objetivos meramente turísticos.

En los años treinta se da un reforzamiento de la organización turística española: los sindicatos de iniciativa creados a principios de siglo se multiplicaron y ganaron presencia institucional, hubo una superior concentración de congresos y exposiciones turísticas y las empresas turísticas ganaron en musculatura, experiencia y proyección internacional²⁶. Las exposiciones internacionales de Sevilla y Barcelona celebradas en 1929 habían constituido un escenario óptimo para la propaganda exterior del régimen y para demostrar la vitalidad económica del país. Éstas representaron una oportunidad para la emisión de una narrativa oficial de España y de la dictadura, y a su vez, una ocasión para hacer presente el poder del dictador en ambas regiones y ciudades. Ya desde sus comienzos, el PNT ancló su poder y control en las regiones mediante la creación de una estructura provincial, al frente de las cuales situó personajes de la aristocracia que favorecieron los intereses de grandes empresarios y promovieron, a lo sumo, un turismo de corte elitista. El PNT nunca gozó de estabilidad organizativa, y en su seno siempre se producían cambios y debates; precisamente, uno de los temas más discutidos fue su representación provincial²⁷. El PNT

22. Id., *Era Francia y no Italia...*, cit., p. 22.

23. M.J. Rodríguez, *La dinámica de Luís A. Bolín en el Patronato Nacional de Turismo (1928-1931). Promoción turística e inmobiliaria*, in C. Larrinaga (ed.), *Bolín y el turismo en España entre 1928-1952*, Madrid, Marcial Pons, 2021, p. 17.

24. A. Moreno, J. Villaverde, *De un sol a otro...*, cit., pp. 104-105.

25. Véase A. Quiroga, *Haciendo españoles. La nacionalización de las masas en la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2008.

26. R. Vallejo, E. Lindoso-Tato, M. Vilar-Rodríguez, *La dimensión económica del turismo en España: la demanda turística, 1900-1939*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España...*, cit., p. 304.

27. Véase S. Palou Rubio, R. Vallejo, *La Junta Provincial del Turismo en Barcelona: un agente singular de la política turística (1929-1954)*, en C. Larrinaga, D. Strangio (eds.), *El turismo en España e Italia antes del boom turístico*, Madrid, Sílex, 2022, pp. 121-146. Véase también R. Vallejo, S. Palou Rubio, *La organización turística...*, cit.

montó un total de seis subdelegaciones en las provincias; la Subdelegación de Cataluña, Aragón y Baleares (que comprendía las provincias de Barcelona, Gerona, Huesca, Lérida, Tarragona, Teruel y Zaragoza) estuvo bajo el cargo de Juan Claudio Güell Churuca, Conde de Ruiseñada, hijo de Juan Antonio Güell López Conde Güell, presidente del PNT entre mayo de 1928 hasta julio de 1930. Bajo las Subdelegaciones fueron creadas las Juntas Provinciales de Turismo (JPT) localizadas en cada provincia. Las Juntas Provinciales iban a ser entes de colaboración entre estas administraciones locales y el PNT para el fomento del turismo en las respectivas provincias, pero no organismos administrativos de las corporaciones locales para atracción y acogida del turismo, pese a que la financiación correría, en buena medida, a su cargo²⁸.

Las competencias de dichas juntas fueron, a priori, muy amplias, pues incluían funciones administrativas, de inventario y catalogación del patrimonio cultural, etnográfico y natural de la provincia, la divulgación de estos recursos de interés turístico, la protección del patrimonio artístico, la inspección hotelera, e incluso la actuación como operadores turísticos o la propuesta de planificación provincial o interprovincial; estos objetivos estaban directamente inspirados en el modelo italiano de los organismos de turismo receptivo, los *Pro-loco* y las *Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo*, a quienes competía estudiar su zonas desde el punto de vista geográfico, histórico y etnográfico, la organización turística de dicha zona, la información, publicidad y control o inspección de la misma²⁹. En el caso de Barcelona, ésta actuó entre 1929 y 1931. La JPT actuó como estructura de poder al servicio del PNT, vino a ser el anclaje del gobierno central a Cataluña. Lo cierto es que la JPT no desplegó ningún proyecto concreto ni tuvo iniciativa destacada. Su razón de ser y su forma de actuar consistía, básicamente, en proponer o apoyar resoluciones del subdelegado y del PNT, como por ejemplo colocar postes indicadores en carreteras, definir lugares turísticos e incidir por todos los medios en la propaganda turística de la región³⁰. Existieron no pocas duplicidades de funciones entre los organismos que iba creando el PNT³¹. La política de construcción de carreteras estaba favoreciendo la expansión del

28. R. Vallejo, S. Palou Rubio, *La organización turística...*, cit., p. 104.

29. R. Vallejo, *Historia del turismo en España 1928-1962. Economía, política y administración turística*, Madrid, Sílex, 2021, p. 73.

30. S. Palou Rubio, *Gobernar el turismo: estructura político-administrativa en Barcelona antes y después de la Guerra Civil* en C. Larrinaga (ed.), *Bolín y el turismo en España entre 1928-1952*, Madrid, Marcial Pons, 2021, p. 167.

31. M.J. Rodríguez, *La dinámica de Luís A. Bolín...*, cit., p. 20.

turismo en España, el sector estaba creciendo, y durante la República, España ocuparía un lugar nada menospreciable en el turismo internacional: el décimo para turismo receptivo en 1931 y el onceavo para turismo emisor en 1932³². Precisamente fue en los años veinte y principios de los treinta cuando más grupos sociales se incorporan a la práctica turística, si bien predomina el turismo doméstico³³. Pero los responsables del turismo no lo tuvieron fácil. Por un lado, porque los movimientos turísticos internacionales se vieron afectados por la recesión económica de la Gran Depresión, y, por otro lado, el contexto económico y social español no facilitaba las cosas³⁴.

Primo de Rivera había dimitido a principios de 1930, su sucesor, el general Berenguer, también dimitió a comienzos de 1931. El 14 de abril de 1931 se proclamaba la II República española, y el 10 de diciembre de 1931 Niceto Alcalá-Zamora era elegido presidente de la República. El cambio de modelo de estado en 1931 que dio paso a la II República trajo consigo la revisión de gran parte de la legislación existente en la estructura social³⁵. El nuevo gobierno procedió a transformar el PNT creado por Primo de Rivera en una nueva estructura; de hecho, el 17 de abril de 1931 se disolvía el PNT y el día 23 se creaba una Dirección General de Turismo (DGT). Lo primero que hizo Claudio Rodríguez Porrero, su director, fue someter a escrutinio la labor del PNT monárquico. Rodríguez Porrero procedió a liquidar los contratos, auditó la gestión y revisó los expedientes de personal. La nueva DGT procedió a una reducción de plantilla. El gobierno de Alcalá-Zamora justificó la adopción de medidas tan drásticas aduciendo que la organización del PNT, así como a la recaudación y el destino de los fondos vinculados al Seguro Obligatorio de Viajeros Ferroviarios, casi nunca habían respondido a los fines naturales del organismo, además de considerar que para su servicio se habían creado cargos excesivos³⁶.

La existencia de la DGT fue breve, pues al cabo de pocos meses se recreaba el PNT, es decir, nacía el PNT republicano. El mes de diciembre de 1931, mediante un decreto relativo a la reorganización del

32. Véase R. Vallejo, E. Lindoso-Tato, M. Vilar-Rodríguez, *La dimensión económica...*, cit.

33. C. Larrinaga, *Espanya com a destinació turística i els orígens del turisme de masses*, en "Plecs d'Història local", 2020, n. 177, p. 3.

34. C. Pellejero, *La política turística durante La República, 1931-1936*, en R. Vallejo, C. Larrinaga (eds.), *Los orígenes del turismo moderno en España...*, cit., p. 345.

35. R. Cal, *La recuperación de los monumentos históricos para acrecentar el turismo*, en "Historia y comunicación social", 2003, n. 8, p. 16.

36. C. Pellejero, *La política turística durante...*, cit., p. 361.

Patronato, se disponía que antes de finales de febrero de 1932 se adjudicarían conciertos económicos con las diputaciones y ayuntamientos que desearan contribuir a sufragar los costos para el sostenimiento de las oficinas de información. Se volvía a la vieja fórmula del Patronato, reorganizando sus esferas administrativas y financiera. El PNT republicano, también expuesto a continuos cambios e inestabilidad organizativa, tampoco transmitió demasiada confianza al sector turístico; la cuestión de fondo era que los distintos gobiernos republicanos no estuvieron muy acertados a la hora de valorar el potencial de la actividad turística y de fomentarla adecuadamente³⁷. La decadencia en las iniciativas promocionales del PNT republicano, relacionada con los problemas económicos, hizo que éste recurriera al aprovechamiento de los materiales del PNT monárquico³⁸.

Si bien la República sometió a escrutinio las cuentas del PNT y cambió parte de su estructura, éste siguió manteniendo una visión elitista y conservadora de lo turístico y no terminó de asumir sus demandas reales³⁹. Esta cuestión fue muy criticada por parte de quienes auguraban un modelo turístico sensiblemente distinto. La situación de inestabilidad generaba inquietud. En Cataluña se pronunciaron algunas voces críticas con el PNT, entre las cuales la de Ignasi Armengou, secretario de la Cámara Oficial Hotelera, quien publicó varios artículos en la prensa abogando a favor de una organización turística autonómica y pública. Armengou calificaba el PNT de institución inefectiva e intervenida por aristócratas, militares y servidores de la monarquía cuyo objetivo era la propaganda alfonsina⁴⁰. Ante la inestabilidad institucional y la falta de apoyo político en materia de turismo durante el lapso republicano, el gobierno de la Generalitat de Catalunya demostró su proactividad y montó su propia organización y política turística. Así, entre 1932 y 1936 se formó la primera organización autonómica de turismo en Cataluña.

37. *Ivi*, p. 374.

38. A. Fuentes Vega, *Un relato elaborado desde el yo. Fotografía y género en la promoción turística de la II República*, en "Iberic@l. Revue d'études ibériques et ibéro-américaines", 2022, n. 21, p. 104.

39. A. Moreno, *La política turística...*, cit., p. 318.

40. I. Armengou, *L'organització del turisme*, en "Mirador", 14 gennaio 1932, p. 3.

El sistema turístico en Cataluña durante la II República española

En enero de 1932 se crea en Barcelona la Federación del Turismo Catalano-Balear, la primera institución que emerge en el contexto de la II República en Cataluña. En realidad, ésta se constituye antes de la aprobación del Estatuto de Autonomía, y su iniciativa se debe fundamentalmente a los intereses del sector privado. El gobierno catalán está formalmente representado en sus órganos de gestión, de modo que integra las esferas pública y privada en una misma agencia. El propósito de la Federación del Turismo Catalano-Balear fue la promoción estratégica de ambos destinos a partir de la suma de esfuerzos de los agentes catalanes y baleares⁴¹. Esta institución tuvo una vida breve y prácticamente no llevó a cabo ninguna acción relevante, más allá de poner en marcha algunas campañas publicitarias con la colaboración de algunas instituciones, entre las cuales la Asociación de Hoteleros y Similares de Cataluña. Planificó la realización de un gran evento para 1934 centrado en el tema del turismo, la primera Exposición Internacional del Turismo y del espectáculo, que debería ubicarse en los espacios del Palacio Nacional y ofrecer conferencias, espectáculos, exposiciones y varias actividades relacionadas con el mundo del turismo. Algunos factores justificaban la conveniencia de celebrar la Exposición en 1934: la apertura de los museos de arte de Montjuïc, la estabilidad económica mundial y el hecho de que no estuvieran previstas otras exposiciones en Europa para ese año.

En opinión de los organizadores, Cataluña tenía las condiciones necesarias para la atracción de turismo: el clima, las bellezas naturales y artísticas y una gran variedad paisajística y de monumentos, villas, ciudades y folclore. Se planteó que con el pretexto de esta exposición internacional podría crearse un museo de arte popular, un «proyecto ya concretado y que tiene el valor de afianzar otro esfuerzo incorporado al patrimonio de la ciudad como es el Pueblo Espanyol de Montjuïc, recuerdo de la Exposición grande, que hoy es un cuerpo sin alma y que con el susodicho museo resultaría una institución de interés más completo y armónico»⁴². Tres secciones vertebrarían la Exposición internacional: la primera dedicada a los temas *Viaje al Alrededor del Mundo*,

41. Arxiu Històric de Palafrugell, *Reglament de la Federació Catalano-Balear de Turisme*, 1932.

42. Arxiu Nacional de Catalunya, faldone 001 (05/11), 238/001.07, *Report de la Comissió de l'Exposició de Turisme de 1934. Pla General, Pressupost, estudi financer i estats*, 1934.

Gran Kursaal y *Palacio de los Deportes*. La segunda se cedía a las empresas y corporaciones dedicadas al turismo y la tercera se reservaba a Barcelona. El plan fue diseñado con el propósito de situar Barcelona como ciudad de referencia del Mediterráneo. Un propósito ambicioso y poco realista⁴³, que no prosperó a causa de temas financieros y políticos, pero que demostraba las ansias y el optimismo de los agentes turísticos catalanes de la República.

En abril de 1932 la editorial Arts Gràfiques La Estampa publicaba el libro *Organización turística de Cataluña*, escrito por Antoni Muntanyola⁴⁴. La obra exponía cómo debía montarse una organización turística autónoma, pública, catalana y fomentada en criterios técnicos y patrióticos. Según Muntanyola, las bases de la organización del turismo se encontraban en la necesaria confluencia entre el sector público y privado. Así mismo, Muntanyola defendía el turismo como valor económico y social para Cataluña. Sostenía que el prestigio del territorio tenía que ver con su prestigio turístico, y que los beneficios de la llamada industria turística debían ser positivos «tanto en lo que se refiere al progreso económico que la intensificación de esta afluencia debería reportar a la nuestra tierra, como por lo que se refiere al prestigio social y político que ocurriría por razón de esta realidad de carácter internacional»⁴⁵. Según Muntanyola, el turismo constituía una obra de dignidad y patriotismo colectivo, pues para su desarrollo se requería el calor benefactor del patriotismo. Muntanyola asimiló el fenómeno del turismo a un organismo vivo con varias funciones, cuya integración era clave para su buen funcionamiento. Así mismo, asoció el turismo a los valores de la modernización e internacionalización.

Su texto estaba imbuido de ideología. Propuso tres ejes turísticos: la Cataluña climática, la mineromedicinal y la artístico-monumental. Muntanyola consideraba que el urbanismo era un activo importante en materia de turismo, a saber, un sinónimo de creación y no de especulación. Cabe apuntar que Muntanyola no fue especialmente optimista con relación al potencial turístico de Barcelona, puesto que ésta no poseía la monumentalidad y atractivo artístico propio de las capitales europeas, tales como Roma, exuberante por su monumentalidad. Para Muntanyola, Barcelona constituía básicamente un núcleo de difusión del turismo, es decir, un centro de distribución de las corrientes de

43. A. Farreras, *El Turisme...*, cit., p. 147.

44. A. Muntanyola, *Organització turística de Catalunya*, Barcelona, Turisme de Barcelona, [1932] 2004.

45. Véase A. Muntanyola, *Organització...*, cit.

visitantes. La obra de Muntanyola bebía de los postulados del republicanismo y del socialismo, y puede entenderse como una crítica y a su vez una propuesta de organización turística basada en los idearios de un turismo de base social (al alcance de las clases populares). Los planteamientos del libro nunca fueron aplicados. Eran ideales, ideológicos y muy teóricos. Aun así, causaron una significativa influencia en la creación de la que sería la agencia de turismo más relevante del contexto republicano en Cataluña: la Oficina de Turismo de Cataluña (OTC).

La OTC se creó el mes de junio de 1932 y fue dirigida, desde su comienzo hasta julio de 1936, por Ignasi Armengou Torra, autor de varios artículos críticos en la prensa catalana con el PNT. La OTC (cuyas siglas coincidían con las del título de la obra de Muntanyola) representó el nacimiento de la gestión turística autonómica catalana. El PNT y la Generalidad de Cataluña representados por el presidente Enrique Ramos Ramos y el consejero de Economía y Trabajo Manuel Serra i Moret firmaban, el 1 de junio de 1932, el convenio a partir del cual se cedía a Cataluña la organización turística. Es significativo que allí donde en el documento de Madrid decía «delega» al texto traducido al catalán escribía «traspasa»⁴⁶. La oficina central de la OTC se ubicó en Gran Vía de les Corts Catalanes 658 de Barcelona, el mismo local utilizado por el PNT desde 1928. Además de esta sede, la OTC se hizo cargo de las otras oficinas que el PNT había gestionado en Cataluña. El esfuerzo más relevante que realizó la OTC fue la divulgación de las bellezas naturales y culturales de Cataluña a partir de la confección de carteles y publicaciones con un diseño sugestivo y moderno de la mano del artista Enric Moneny. La OTC también publicó guías turísticas en las que se incluía publicidad de empresas y servicios, informaciones prácticas y logísticas, descripciones exhaustivas e imágenes seductorales del paisaje catalán⁴⁷. En su conjunto, sus obras iban destinadas a divulgar una representación turística de Cataluña basada en los recursos culturales y naturales. Podemos hablar sin duda de la primera imagen gráfica y relato turístico de Cataluña. La OTC amparaba la Federación de Turismo Catalano-Balear, cuyo objetivo era cohesionar los intereses de ambos destinos.

Una vez aprobado el Estatuto de Autonomía de 1932 se procedió a dotar la Federación del Turismo Catalano-Balear de un carácter de oficialidad; no obstante, mientras se efectuaban los trámites para hacer

46. Véase L. Lavour, *Turismo de entreguerras (1919-1939) II*, en "Estudios turísticos", 1980, n. 68, pp. 13-130.

47. A. Farreras, *El Turisme...*, cit., p. 57.

efectiva dicha condición, no se estimó conveniente que la OTC, el organismo oficial del turismo catalán asumiera los intereses de las Islas Baleares, un territorio que no estaba sujeto a la jurisdicción de la Generalitat. Así, a partir de la separación de los elementos de la Federación, en enero de 1933 se creó una nueva agencia turística, el Patronato de Turismo de Cataluña (PTC), que el mes de junio del mismo año fue declarada corporación oficial de Cataluña con carácter de órgano consultivo del gobierno de la Generalidad.

El mes de junio de 1934 se celebró el I Salón de Turismo y de los Deportes en el contexto de la VII Feria de Muestras de Barcelona, gracias al esfuerzo de los sindicatos de iniciativa de Cataluña y también con el apoyo del PTC. El Salón quedó instalado en el subterráneo de la Plaza Catalunya, en el centro de Barcelona, y fue orientado expresamente para dar un valor turístico a Cataluña⁴⁸. El evento tuvo éxito y puede considerarse como el sucedáneo de la Exposición Internacional de Turismo que no llegó a materializarse. Otra de las iniciativas impulsadas por el PTC fue la creación de una tasa de estancia. Siguiendo el modelo de otros países, la imposición de un tributo turístico podría contribuir a la intensificación de la propaganda y a la creación de nuevas instituciones, como la Escuela Hotelera, la Guía-intérpretes, la Caja de Crédito Hotelero y otros de interés turístico. La memoria *Tasa sobre servicios de hospedaje y restaurante y de un arbitrio sobre el arrendamiento de viviendas de reposo y veraneo*⁴⁹, hacía referencia a los beneficios derivados de la aplicación de la tasa, entre los cuales la protección de los recursos naturales, el desarrollo de los servicios de propaganda y de información, la adaptación de los servicios públicos de transporte y la mejora de los hospedajes, refugios y restaurantes.

Según la memoria, el monumento, de un tiempo a esta parte, ya era valorado con la merecida importancia, pero en cambio «al paisaje natural todavía le resta hacer un papel de cara a la economía y otro de cara al arte». Se sostenía que los bosques todavía estaban regidos por leyes que se amparaban en la clásica visión española «el árbol cría pájaros», de modo que había que crear nuevas leyes que «se miren el árbol como un objeto de arte, y no sólo cara al turista sino cara a los catalanes, que deseamos que nuestra casa sea lo más agradable que nos permita la necesidad de vivir de sus productos naturales». La propuesta de la tasa turística y el compromiso de fondo que la sostenía partían

48. Véase M. Ribé, *Memorias de un funcionario*, Barcelona, Marte, 1963.

49. *Llei relativa a la creació d'una taxa sobre consum i serveis d'hostalatge i restaurant*, en "L'Opinió", 20 julio 1934.

de la convicción que era necesario tratar los recursos naturales a partir del equilibrio de usos, integrando la función artística y la económica, y establecer una legislación en materia de conservación del medio que supliera la ley española. El proyecto de ley relativo a la tasa de estancia de turistas (dictaminado, entre otros, por Armengou, y aprobado en la sesión del Patronato de 26 de julio de 1934) había sido intensamente deliberado en sesiones anteriores, pero nunca tuvo éxito. El PTC desapareció en octubre de 1935, aunque a mediados de 1936 se realizaron gestiones infructuosas para su reactivación. El Patronato, constituido como órgano consultivo y considerado como entidad de derecho público, acabó desapareciendo sin pena, pero con gloria, después de haber elaborado un plan integral de planificación turística de Cataluña que, entre otras novedades, había incorporado la creación de un crédito hotelero y de una escuela profesional de turismo⁵⁰.

Entre la primavera de 1935 y el verano de 1936 se produjeron cambios significativos en la estructura administrativa del turismo catalán. Se puso en marcha la Touring Associació de Catalunya, una institución aparecida fruto de la coalición entre el gobierno autonómico y el ayuntamiento de Barcelona. El 3 de octubre de 1935 se celebraba una gran Asamblea Pro Turismo en el Palacio de la Generalitat presidida por Lluís Companys, en el marco de la cual se constituyó una Junta Superior de Turismo. Tomaron parte del nuevo organismo diversas entidades y empresas catalanas, y con poco margen para la realización de sus propósitos, la Touring Associació de Catalunya asumió el propósito de asimilar el sistema turístico catalán al de los países avanzados en turismo, tales como Italia, Francia, Suiza e Inglaterra. Nada de lo que pretendió la nueva agencia pudo llevarse a cabo. La revolución de 1936 y la Guerra Civil española (1936-1939) truncaron un proyecto de gobernanza y política turística que estaba en camino de asentarse.

La ciudad de Barcelona y el litoral nordeste catalán, bajo la denominación de Costa Brava, despuntaban como los principales centros de atracción de turismo internacional. Eran, por aquel entonces, los destinos de moda en Cataluña. Según el periódico "El Matí"⁵¹, un total de 241.069 turistas visitaban Barcelona en 1935 (la mayoría de los cuales franceses y norteamericanos). Cataluña era un destino de moda, aseguraba el periódico, pues atraía a un turista interesado por el clima, el paisaje y la cultura; el Barrio Gótico de Barcelona causaba admiración

50. Véase L. Lavour, *Turismo de entreguerras...*, cit.

51. J. Badosa, *Passen de dos-cents quaranta mil els forasters que estigueren l'any passat a Barcelona*, en "El Matí", 22 marzo 1936, p. 1.

y la ciudad era admirada por su patrimonio y apertura; el periodista también se refería a los visitantes españoles que acudían a Barcelona, y lo hacía desde cierto menosprecio, pues éstos parecían únicamente interesados en pasar las noches en los bajos fondos de la ciudad, en el Barrio Chino. Este artículo publicado pocos meses antes del estallido de la guerra, pone en evidencia la existencia de una imagen plural sobre el destino, que evocaba referencias y valores distintos en función de los perfiles de demanda. El carácter local de Barcelona era apreciado de formas distintas, incluso antagónicas, por parte de sus visitantes. Su imagen dialogaba de forma específica con cada visitante.

Durante el lapso republicano, las autoridades políticas y agentes del sector turístico catalán trataron de proyectar una narrativa oficial de Cataluña sustentada básicamente en sus recursos culturales y naturales. De algún modo, el turismo actuaba como instrumento para la afirmación nacional, ya que aquello que se mostraba al turista correspondía a una determinada idea de Cataluña. Esta lógica mediante la cual los lugares expuestos a la experiencia turística se asocian a los lugares de nacionalización⁵² pone de relevancia el carácter político, cultural y transnacional del turismo. Las identidades nacionales se construyen a través de imaginarios y cosmovisiones transnacionales⁵³, de modo que, para los agentes catalanes, el turismo obtuvo una connotación identitaria importante, se planteó como una herramienta útil para proyectar el carácter nacional de Cataluña. Muntanyola escribió en su libro que el turismo era un instrumento para la modernización e internacionalización, así como para el desarrollo económico y prestigio político, social y cultural de Cataluña. Por encima de todo, Muntanyola defendió en su libro que el turismo constituía una obra colectiva de interés público, un postulado que difería absolutamente del modelo del PNT monárquico y del que, tras la Guerra Civil, se impuso en toda España.

52. Véase A. Quiroga, *La nacionalización en España. Una propuesta teórica*, en “Ayer”, 2013, n. 90 (2), pp. 17-38.

53. Véase S. Palou Rubio, G. Torres, *Turismo y nación en el diseño de la ciudad cosmopolita. Disciplinas de género y clase en la obra de Gonçal Arnús (1908)*, in T. Vives Riera, G. Torres (eds.), *El placer de la diferencia: turismo, género y nación en la historia de España*, Granada, Editorial Comares, 2021, pp. 105-123.

Conclusiones

Se puede asumir que la política turística existe cuando los órganos de decisión pública de un país incluyen el turismo en el ámbito de sus atribuciones y se crea una administración turística. Esta significa que se establecen los correspondientes recursos materiales y humanos para ejecutar los cometidos fijados por los decisores políticos, empezando por el estímulo de las corrientes turísticas⁵⁴. La formación de una política turística – o lo que es lo mismo, el reconocimiento público y político del turismo – en Cataluña no se alcanzará hasta entrada la II República con la creación del gobierno autonómico y la transferencia de competencias del estado. Desde principios de siglo varios agentes habían planteado la conveniencia de organizar una política turística, a saber, un marco de intervención y gobernanza de lo turístico. Si bien durante el primer tercio del XX no se establece una política turística como tal, en el sentido de un sistema organizativo y administrativo público destinado a la promoción y gestión turística, el turismo se había convertido en un instrumento político útil para la definición de la identidad cultural del territorio e instrumento de diplomacia y relaciones internacionales, entre otros aspectos. No podemos hablar, pues, de una política turística *stricto sensu* en Cataluña antes de 1932, pero sí de un sentido y uso político del turismo. La República abrió un lapso temporal para ensayar un conjunto de políticas que tuvieron, en su conjunto, una vida breve e inestable. Desde comienzos de 1932 hasta mediados de 1936, el gobierno de la Generalitat republicana, con la complicidad de agentes del sector privado, ponen en marcha una cultura política en materia de turismo. Si bien el PNT padecía deficiencias importantes y no estuvo a la altura de lo que los agentes catalanes esperaban del estado, lo cierto es que la República luchó por incluir el turismo en el marco más amplio de su política cultural y educativa⁵⁵.

¿Hasta qué punto se alcanzaron los resultados que se esperaban? ¿Existió un programa de desarrollo turístico definido y con objetivos concretos? ¿La imagen que se proyectaba de Cataluña logró cuajar en los imaginarios internacionales? Con toda probabilidad, la respuesta a estas cuestiones es que no. Sus méritos fueron otros. En primera instancia, se pone en circulación una categoría positiva oficial a propósito del valor del turismo, entendido éste como un valor positivo para el conjunto de la población. Se asocia el turismo a una imagen de

54. R. Vallejo, *Historia del turismo...*, cit., p. 51.

55. A. Moreno, *La política turística...*, cit., p. 342.

progreso y modernidad que debe reportar beneficios al conjunto de la población, y no solo a unos sectores económicos concretos. En segunda instancia, se difunde una imagen de Cataluña cohesionada y basada en los recursos culturales y naturales, desmarcándose de las imágenes turísticas promovidas por las agencias estatales. En tercera instancia, el turismo se asocia a un proyecto nacional, es decir, constituye un elemento más para la construcción de una Cataluña moderna y abierta. Aquellos avances políticos e ideológicos, así como los factuales, quedaron truncados con el estallido de la Guerra Civil.