

ESTER CAPUZZO

*Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna.*

*Due esperienze a confronto (1919-1939)*

**Abstract:** *The article focuses on the practices of war tourism in Italy and Spain into the 1930s. The journeys on the battlefields become for the dictatorial regimes of Mussolini and Franco an instrument of political propaganda for domestic and international tourism. The article highlights the similarities and differences between the travels organized in Italy and those organized in Spain.*

**Keywords:** Italian War Tourism; Rutas Nacionales de Guerra; Fascism; Francoism.

All'esperienza del turismo sui campi di battaglia avviata in Italia nell'immediato primo dopoguerra e proseguita con l'avvento del regime fascista si può riallacciare per certi aspetti l'iniziativa turistico-propagandistica che veniva intrapresa da quello franchista in Spagna con le *Rutas Nacionales de Guerra*.<sup>1</sup> In Italia, sin dalla fine della prima guerra mondiale, si erano sviluppate pratiche turistiche legate alle visite ai campi di battaglia,<sup>2</sup> secondo forme che la storiografia anglosassone definisce di *dark tourism*.<sup>3</sup> A partire dalla fine del conflitto, nel nostro come in altri paesi europei che avevano partecipato al conflitto, i campi di battaglia divenivano meta di turisti italiani e stranieri, di ex combattenti e di familiari alla ricerca, nei vari cimiteri di guerra sparsi lungo la linea del fronte, delle tombe di padri, figli, mariti, fratelli caduti nei combattimenti in luoghi che sovente erano stati, nei decenni precedenti agli eventi bellici, il paradiso

---

<sup>1</sup> L'invito rivolto ai turisti stranieri a visitare la Spagna franchista era stato già lanciato prima della creazione delle *Rutas de guerra* dai ministeri dello stato, della guerra e della propaganda. Cfr. B. CORREYRO - R. CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado. Espana: desde sus inicios hasta 1951*, Madrid, Vision Libro, 2008, p. 233.

<sup>2</sup> Mi permetto di rimandare al mio *Il turismo sui campi di battaglia*, in E. CAPUZZO, *Politica e loisir. Pratiche turistiche in Italia tra le due guerre mondiali*, Milano, Luni, 2018 (in corso di pubblicazione).

<sup>3</sup> Cfr. J.K. WALTON, *War and Tourism: The Nineteenth and Twentieth Centuries*, in R. BUTLER - W. SONTIKUL, eds., *Tourism and War*, New York, Routledge, 2013, pp. 64-74.

delle vacanze delle *élite* europee<sup>4</sup> ed erano poi divenuti luoghi sui quali, negli ultimi anni dell'età liberale e nel periodo fascista, si era cercato di costruire, al di là delle diverse forme, una memoria, imperniata attorno ai simboli della vittoria e della nazione.<sup>5</sup>

Questa pratica turistica postbellica,<sup>6</sup> mirante ad esaltare l'eroicità di quanti nella guerra avevano perso la vita combattendo, e rafforzata più tardi dal fascismo con la creazione di imponenti sacrari, si inseriva nel processo di elaborazione del culto dei caduti che, al di là delle liturgie locali legate a singole città e paesi, era culminata in Italia nella *pietas pro Patria mori* con la cerimonia del Milite ignoto,<sup>7</sup> al Vittoriano,<sup>8</sup> mancando in Italia una grande festa pubblica che a Roma celebrasse i soldati vittoriosi e non quelli morti in guerra.<sup>9</sup>

A differenza della Francia e del Belgio, paesi che registravano anch'essi un afflusso di turisti stranieri per i quali questi viaggi rappresentavano manifestazioni di pietà umana, di amore familiare, di religiosità laica, in Italia, nel corso degli anni venti, le escursioni che venivano organizzate dal Touring Club Italiano (TCI) nelle zone di combattimento del Trentino e del Carso avevano come obiettivo, oltre a quello di rendere omaggio ai soldati, «artefici della vittoria» e custodi dei nuovi confini nazionali

---

<sup>4</sup> Cfr. E. TIZZONI, *Turismo di guerra, turismo di pace: sguardi incrociati su Italia e Francia*, in «Diacronie [Online]», XV, 3, 2013, doc. 3, in <http://diacronie.revues.org/430> [ultima consultazione: 23 aprile 2018].

<sup>5</sup> Sul tema, cfr. M. ISNENGI, *I luoghi della memoria. Simboli e miti dell'Italia unita*, vol. I, Roma-Bari, Laterza, 1996.

<sup>6</sup> Sul rapporto tra guerra e turismo, cfr. B. PRIDEAUX, *Echoes of War: Battlefield Tourism*, in C. RYAN, ed., *Battlefield Tourism: History, Places and Interpretation*, Amsterdam-Oxford, Elsevier-Linacre House, 2007, pp. 17-28.

<sup>7</sup> Cfr. A. MINIERIO, *Da Versailles al Milite ignoto. Rituali e retoriche della Vittoria in Europa. 1919-1921*, Roma, Istituto per la Storia del Risorgimento Italiano, Gangemi, 2008. Per una biografia letterariamente inventata del Milite ignoto, cfr. E. FRANZINA, *La storia (quasi vera) del milite ignoto raccontata come un'autobiografia*, Roma, Donzelli, 2014. A scegliere la salma veniva chiamata la madre di un volontario irredento, il gradiscano Antonio Bergamas, caduto nel conflitto e disperso. Cfr. F. CECOTTI - D. MATTIUSI, *Gradisca 1914-1918. Storie di civili e di soldati, di profughi e di vinti*, Gorizia, Centro Isontino di nell'esercito italiano, 2014, pp. 26-27, in cui si riportano sia l'elenco dei caduti in uniforme austriaca che quello dei gradiscani che ottennero il riconoscimento della qualifica di ex combattenti dell'esercito austriaco nel primo dopoguerra (rispettivamente alle pp. 135-138 e 139-147).

<sup>8</sup> Cfr. C. BRICE, *Il Vittoriano. Monumentalità pubblica e politica a Roma*, Roma, Archivio Guido Izzi, 2005.

<sup>9</sup> Cfr. M. MONDINI, *La guerra italiana. Partire, raccontare, tornare 1914-1918*, Bologna, Il Mulino, 2014, pp. 360-365.

Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna

raggiunti con l'annessione dei territori italo-foni del dissolto impero asburgico,<sup>10</sup> di far conoscere agli italiani quei territori che lo stato italiano aveva annesso e che alla stragrande maggioranza del paese erano del tutto sconosciuti.<sup>11</sup> Delle potenzialità turistiche del Trentino-Alto Adige, della Venezia Giulia, della Dalmazia, già zone di villeggiatura montana, marina e di soggiorno termale nel periodo asburgico, nell'ultima fase del conflitto, dopo la pubblicizzazione fatta nel novembre del 1917 del Patto di Londra e dei suoi contenuti, aveva già dato conto il sodalizio milanese sulle pagine de «Le Vie d'Italia»,<sup>12</sup> avanzando l'idea che la fine della guerra avrebbe avuto conseguenze favorevoli sul turismo anche per le visite ai «sacri luoghi bagnati di sangue» che si sarebbero potute organizzare.<sup>13</sup>

A metà tra una pratica turistica e un pellegrinaggio civile, le escursioni del TCI organizzate a partire dal 1920 concorrevano a dare vita nel paese, oltre alla costruzione di un sentimento fondato sul cordoglio nazionale secondo i dettami della pedagogia politica del tempo, a una forma di memoria pubblica, condivisa e collettiva della prima guerra mondiale, sulla quale si sarebbe poi innestato il fascismo, che, al discorso legato al processo di *nation building* portato avanti dallo stato liberale, avrebbe affiancato un contenuto essenzialmente propagandistico. Nello stesso anno il Touring Club, per promuovere maggiori flussi turistici sui campi di battaglia, sui quali i residui bellici e i segni inflitti sul terreno dalla guerra si stavano progressivamente deteriorando con una significativa perdita di impatto visivo ed emozionale e, in considerazione anche della scarsità e del basso livello qualitativo delle strutture ricettive e delle infrastrutture delle zone a ridosso del fronte, invitava dalle pagine della sua rivista a imitare l'esempio dell'Office Nationale du Tourisme francese, che, nelle zone di guerra, si adoperava per promuovere la costruzione di alberghi e ristoranti e metteva a disposizione dei visitatori

---

<sup>10</sup> Cfr. G. VOTA, a cura di, *I sessant'anni del Touring Club Italiano. 1894-1954*, Milano, Touring Club Italiano, 1954, p. 160.

<sup>11</sup> Cfr. L. SENNA, *Sui campi di battaglia. Il Touring e il turismo di guerra*, in *La guerra che verrà/Non è la prima. 2014-1914*, Milano, Electa, 2014, pp. 540-547.

<sup>12</sup> Cfr. D.F. GUARNATI, *L'organizzazione turistica del territorio*, in «Le Vie d'Italia», II, 2, 1918, p. 712.

<sup>13</sup> A. TREVES, *Anni di guerra anni di svolta. Il turismo italiano durante la prima guerra mondiale*, in G. BOTTA, a cura di, *Studi geografici sul paesaggio*, Milano, Cisalpino-Goliardica, 1989, p. 257.

i baraccamenti dove durante il conflitto erano stati alloggiati i soldati e le automobili che erano state requisite per esigenze belliche.<sup>14</sup>

Memorabile sarebbe apparsa in tal senso l'escursione organizzata dal TCI qualche anno più tardi, nel giugno del 1925, in occasione del decennale dell'intervento in guerra dell'Italia nelle terre «sacre al culto di ogni italiano»,<sup>15</sup> attraverso un itinerario di 1200 km lungo «l'intero fronte» che da Rovereto veniva percorso da 300 soci in torpedoni, toccando i luoghi più significativi e tristemente famosi del conflitto: dal Grappa al Tarvisio sino al Tonale per rendere omaggio ai caduti nei cimiteri di guerra sul Grappa, a Oslavia, Aquileia, Redipuglia<sup>16</sup> e concludere il “pellegrinaggio” a Trento con l'omaggio al Castello del Buonconsiglio alla memoria di Cesare Battisti.<sup>17</sup>

Se per quasi tutti gli anni venti le escursioni sui campi di battaglia, organizzate non soltanto dal TCI ma da una serie di altre associazioni come quelle dei reduci e degli orfani di guerra,<sup>18</sup> si presentavano ancora sotto forma di pellegrinaggio laico, a partire dalla fine di quel decennio e ancor più nel corso degli anni trenta esse si esplicitavano come viaggi devozionali che, alla visione dei *mirabilia belli* (trincee, camminamenti, cavalli di frisia, ecc.), affiancavano la rinascita dell'Italia uscita vittoriosa dal conflitto, a cui il fascismo aveva offerto ulteriori sviluppi, consacrando l'eroismo nazionale dei combattenti nelle forme assunte dai grandi sacrari, come Redipuglia,<sup>19</sup> che venivano eretti dal regime secondo le forme di una precisa monumentalità travalicante quella

<sup>14</sup> Cfr. *Notizie ed echi. Turismo francese*, in «Le Vie d'Italia», XXVI, 1, 1920, p. 55.

<sup>15</sup> *Escursione nazionale ai campi di battaglia*, in «Le Vie d'Italia», XXXI, 2, 1925, pp. 113-114.

<sup>16</sup> Cfr. U. TEGANI, *Ai campi di battaglia con la carovana del Touring (Impressioni di un'escursionista)*, in «Le Vie d'Italia», XXXI, 7, 1925, pp. 878-881. In occasione dell'escursione del 1925, donava al sacrario di Redipuglia due grandi registri per la raccolta delle firme «dei pellegrini e visitatori» (*Varietà. Per il Cimitero di Redipuglia, ibid.*, 6, pp. 712-713). Su questi aspetti, cfr. le osservazioni di C. WINTER, *Cemeteries of the First World War: Insights from Visitor Books*, in «Tourism Geographies», XIII, 3, 2011, pp. 462-479.

<sup>17</sup> Su Cesare Battisti, cfr. *Come si porta un uomo alla morte. La fotografia della cattura e dell'esecuzione di Cesare Battisti*, a cura di D. LEONI, Trento, Museo Storico-Provincia Autonoma di Trento, 2008, e M. TEZZI, *L'eroe conteso. La costruzione del mito di Cesare Battisti negli anni 1916-1935*, Trento, Museo Storico, 2007.

<sup>18</sup> Cfr. *Il pellegrinaggio degli orfani di guerra ai campi di battaglia del Medio e Basso Isonzo. 31 agosto-1-2 settembre 1931*, Livorno, Arti Grafiche S. Belforte e C., 1932.

<sup>19</sup> Cfr. P. DOGLIANI, *Redipuglia*, in M. ISNENGI, a cura di, *I luoghi della memoria. Simboli e miti dell'Italia unita*, Roma-Bari, Laterza, 1996, pp. 377-389. Della stessa autrice, cfr. *Il fascismo degli italiani. Una storia sociale*, Torino, UTET, 2008, pp. 97-100.

Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna

“memoria di pietra” di cui ogni grande o piccolo centro nella penisola si era dotato nell'immediato periodo postbellico con lapidi, epigrafi, monumenti funebri per omaggiare i suoi caduti.<sup>20</sup> Progressivamente si affievoliva il carattere prettamente turistico legato all'imperativo nazionale di conoscere i territori annessi e il senso delle escursioni delle carovane del TCI si spostava su quello del pellegrinaggio. Nel 1932 all'escursione sui campi di battaglia dell'Alto Vicentino partecipavano 180 soci, un numero ridotto rispetto alle presenze accolte nelle prime gite «per l'impossibilità di assicurare una buona organizzazione».<sup>21</sup>

Dalla fine degli anni venti e nel corso degli anni trenta, accanto a quelle proposte dal TCI, diverse erano le escursioni organizzate nelle «Zone sacre» dall'Opera Nazionale Dopolavoro (OND) che, seppur sceve da dichiarati richiami politici, miravano ad ampliare maggiormente le basi del consenso politico e l'adesione al fascismo di gruppi sempre più ampi di lavoratori e ad evitare forme di opposizione politica al regime per gli effetti della grande crisi economica del 1929.<sup>22</sup> Con l'avvento di Achille Starace nel 1931 alla segreteria del Partito nazionale fascista, l'azione dell'OND, pur non trascurando del tutto le attività e i programmi assistenziali, si orientava decisamente verso le attività ricreative e le pratiche turistiche per distrarre le masse dai problemi quotidiani e distoglierne l'attenzione dalla politica, cogliendo anche questo specifico segmento turistico legato alla memoria del conflitto.

L'importanza del turismo sui campi di battaglia veniva sottolineata nel 1931 anche dal presidente dell'ENIT,<sup>23</sup> Fulvio Suvich, che richiamava, come era stato fatto già in passato, la necessità di sviluppare sull'esempio della Francia – dove, soprattutto da

---

<sup>20</sup> Cfr. MONDINI, *La guerra italiana. Partire, raccontare, tornare 1914-1918*, cit., pp. 340-344. Da vedere anche L. BREGANTIN, *Per non morire mai. La percezione della morte in guerra e il culto dei caduti nel primo conflitto mondiale*, Padova, Il Poligrafo, 2010, e N. LABANCA, a cura di, *Pietre di guerra. Ricerche su monumenti e lapidi in memoria del primo conflitto mondiale*, Milano, Unicopli, 2010.

<sup>21</sup> *Una grande escursione del Touring ai campi di battaglia dell'Alto Vicentino*, in «Le Vie d'Italia», XXXVIII, 5, 1932, pp. 369-375.

<sup>22</sup> Cfr. V. DE GRAZIA, *Consenso e cultura di massa nell'Italia fascista*, Roma-Bari, Laterza, 1981, pp. 64-65.

<sup>23</sup> L'Ente Nazionale per l'incremento delle industrie turistiche, fondato nel 1919, costituiva il primo organismo a carattere parastatale sorto in Italia per la gestione del turismo e la pubblicità turistica. Cfr., tra gli altri, F. PALOSCIA, *Il turismo nell'economia italiana dall'Unità ad oggi*, Roma, Agra, 2004, pp. 41-44, e A. BERRINO, *Storia del turismo in Italia*, Bologna, Il Mulino, 2011, p. 200.

Parigi, partivano quotidianamente carovane turistiche che visitavano lo Chemin des Dames, la Champagne, Soissons, Reims e altre note località – le attrezzature turistiche dei luoghi del fronte occidentale dove si erano svolti drammatici eventi bellici. Il richiamo di Suvich veniva accolto da TCI, che negli anni trenta si impegnava a fondo nell'organizzare questi viaggi devozionali cristallizzati in itinerari ripetitivi – Carso, Isonzo, Pasubio, Grappa, Redipuglia, ecc. – nei quali il ricordo dell'eroicità dei combattenti caduti veniva sostituito progressivamente dall'esaltazione della monumentalità dei sacrari di guerra. I cimiteri monumentali che raccoglievano le spoglie dei caduti costruiti dal regime si delineavano come uno spazio simbolico ben identificato, che, secondo Charles Burdett, propagandavano «an ideology of heroic sacrifice leading to regeneration and which sought to recover the imperial grandeur of the ancient past, Italian Fascism was peculiarly adept at mobilizing a dynamic symbol of death».<sup>24</sup>

Come per il fascismo, così anche per il franchismo il turismo e, in particolare, il *turismo de guerra*, si delineava come uno degli elementi marginali ma non del tutto secondari della stabilizzazione sociale del regime e come una vetrina ideale per far conoscere all'interno e all'estero le sue realizzazioni.<sup>25</sup> Più in generale la Spagna, dal punto di vista turistico, veniva presentata come una nazione molto diversa dal resto dei paesi europei allo scopo di incrementarne un'immagine attrattiva caratterizzata da alcuni elementi identitari legati alle tradizioni locali: i toreri, i ballerini di flamenco, i gitani.<sup>26</sup> Per l'Italia fascista e per la Spagna franchista si trattava di creare forme di propaganda, fondate su riti e miti facilitanti la costruzione e la lunga durata della

---

<sup>24</sup> C. BURDETT, *Journeys through Fascism: Italian Travel Writing between the Wars*, New York-Oxford, Berghahn Books, 2007, p. 93.

<sup>25</sup> Sul turismo nei regimi dittatoriali in Europa nella prima metà del novecento, cfr. S.D. PACK, *Tourism and Dictatorship Europe's Peaceful Invasion of Franco's Spain*, New York, Palgrave Macmillan, 2006. Dell'esperienza franchista aveva scritto sin dagli inizi degli anni ottanta L. LAVACOUR, *Turismo de entreguerras (1919-1939)*, s.n.t. [1980].

<sup>26</sup> Cfr. F.L. SOLÍS, *Introduction* a ID., *Negotiating Spain and Catalonia: Competing Narratives of National Identity*, Bristol-Portland, Intellect, 2003, p. 5. Da vedere anche soprattutto per il periodo successivo alla seconda guerra mondiale E. AFINOQUENÓVA - J. MARTÍ-OLIVELLA, *Spain as (still) Different: Tourism and Discourse in Spanish Identity*, New York-Toronto-Plymouth, Rowman & Littlefield, 2008, pp. XVIII-XXIV.

Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna

dittatura, e in grado di influenzare il giudizio dell'opinione pubblica internazionale nei confronti del regime, utilizzando uno strumento apparentemente apolitico ma intrinsecamente dotato di una forte capacità di rappresentazione politica.<sup>27</sup>

Alla fine di gennaio del 1938, quando ancora era in atto la guerra civile, nella *zona nacional* del paese veniva creata un'organizzazione istituzionale turistica, il Servicio Nacional de Turismo, che, finalizzata ad attrarre turisti stranieri con il duplice obiettivo di incrementare con i flussi turistici l'economia e di mostrare al mondo come si vivesse nella Spagna "*reconquistada*",<sup>28</sup> contribuiva a diffondere la "*versión nacional*" della salvezza del paese operata dalla falange franchista e utilizzava il turismo come strumento di propaganda politica anche contro il nemico interno,<sup>29</sup> come parallelamente veniva realizzato dal Patronato Nacional de Turismo nella zona sottoposta al controllo della repubblica.<sup>30</sup> Il governo repubblicano, attraverso i Ministerios de Estado, Guerra e Propaganda, invitava nel 1936 delegazioni straniere, composte da simpatizzanti della causa repubblicana,<sup>31</sup> a visitare il fronte madrilenò per conoscere gli sviluppi della guerra.<sup>32</sup> Nella primavera dello stesso anno intellettuali, scrittori e giornalisti stranieri, tra cui Ernest Hemingway, Joris Ivens, Lillian Hellman, Robert Flaherty e John Dos Passos, visitavano il fronte repubblicano e fondavano la società dei Contemporary

---

<sup>27</sup> Come per certi aspetti sarebbe avvenuto più tardi nel 1959, quando Franco decideva di svalutare la *peseta* e liberalizzare l'economia. Cfr. J. CRUMBAUGH, *Destination Dictatorship: The Spectacle of Spain's Tourist Boom and the Reinvention of Difference*, New York, State University of New York Press, 2009; per il successivo sviluppo turistico, cfr. S.D. PACK, *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*, Madrid, Turner, 2009.

<sup>28</sup> Cfr. A. MORENO GARRIDO, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Editorial Síntesis, 2007, pp. 144-149.

<sup>29</sup> Cfr. E. CONCEJAL LOPEZ, *Las Rutas de guerra del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)*, in MUSEO NACIONAL DE ESPAÑA, MUSEO NACIONAL DEL ROMANTICISMO, *Visite España. La memoria rescatada*, Madrid, Rafael Penagos-VEGAP, 2014, pp. 259-260, e CORREYERO - CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado*, cit., pp. 237-238.

<sup>30</sup> Cfr. CONCEJAL LOPEZ, *Las Rutas de guerra del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)*, cit., p. 260. Il Patronato Nacional de Turismo rimaneva in funzione sino al 18 luglio 1936 e nel maggio del 1937 nel quadro della riforma deliberata dal consiglio dei ministri, presieduto da Negrín; per ridurre gli apparati burocratici veniva inserito nella Secretaría de Propaganda dipendente dal Ministerio de Estado. Cfr. B. CORREYERO RUIZ, *La administración turística española entre 1936 y 1951. El turismo al servicio de la propaganda política*, in «Estudios Turísticos», 163-164, 2004, p. 56.

<sup>31</sup> Cfr. CORREYERO RUIZ, *La administración turística española*, cit., p. 57.

<sup>32</sup> Cfr. W. REUTER, *Delegaciones extranjeras en el frente de Madrid y visitando al Patronato Nacional de Turismo*, s.l., s.e., 1936.

Historians, che avrebbe prodotto di là a breve il più sconvolgente documentario sulla guerra civile spagnola.<sup>33</sup>

A sua volta, in pieno conflitto bellico, con un intento chiaramente politico e propagandistico il governo della zona nazionale decideva di «invitar todos los ciudadanos de los países civilizados» per verificare come nelle regioni conquistate con le armi regnassero ordine e tranquillità e potessero ammirare con tutti i comfort quanto realizzato dalla lotta anti-repubblicana.<sup>34</sup> Giustificando la rivolta militare guidata da Francisco Franco per la salvezza del paese, il Servicio Nacional de Turismo concepiva l'idea di costruzione 4 *Rutas Nacionales de Guerra* (*del Norte, de Aragón, del Centro*, ossia di Madrid, e de *Andalucía*), ossia degli itinerari bellici che avrebbero dovuto toccare le principali località teatro degli scontri della guerra civile per un duplice scopo: uno, meramente materiale riconducibile alla necessità di ottenere valuta straniera; l'altro, legato allo sviluppo della propaganda alla causa franchista negli altri paesi europei. I tour, legati a quattro itinerari differenti, venivano proposti come delle escursioni collettive organizzate, a differenza di quelle effettuate in Italia, da un organismo statale. Gli uffici del Servicio Nacional de Turismo per l'organizzazione dei tour prendevano contatti con molte agenzie di viaggio di diversi paesi europei, formavano guide specializzate, cercavano di dotarsi di pullman da granturismo e di individuare una serie di strutture ricettive adeguate agli standard europei per offrire ai visitatori stranieri il massimo dei comfort.<sup>35</sup>

Per l'andamento degli eventi della guerra civile, tuttavia, soltanto il primo di questi itinerari, la *Ruta Nacional de Guerra del Norte*,<sup>36</sup> composto da due tratte (Irún-Oviedo e Santiago de Compostela-Oviedo), veniva inaugurato il 1° luglio del 1938 con un tour di turisti stranieri, francesi e inglesi. Il viaggio della durata di circa nove giorni assicurava, come per le escursioni organizzate in Italia dal TCI sui campi di battaglia, il trasporto dei partecipanti con autocarri, albergo, pasti giornalieri e il servizio di una

---

<sup>33</sup> Cfr. CORREYERO RUIZ, *La administración turística española*, cit., p. 58.

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>35</sup> Cfr. CONCEJAL LOPEZ, *Las Rutas de guerra del Servicio Nacional de Turismo (1938-1939)*, cit., p. 262.

<sup>36</sup> Cfr. *Visitad las Rutas de Guerra en España. Ruta 1° bis, El Norte (Tuy-Santander)*, Madrid, Servicio Nacional de Turismo, 1938.



Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna

guida scelta dal SNT. Alla fine di ottobre del 1938 veniva resa agibile la *Ruta Nacional de Guerra del Sur*, che toccava Algeiras, Ronda, Málaga, Granada, Córdoba e Sevilla, ampliando il numero delle mete turistiche legate alla propaganda nazionale. Contemporaneamente il SNT dichiarava la propria esclusività nella gestione e nell'organizzazione dei viaggi sia per gli spagnoli, sia per i turisti stranieri lungo le *Rutas Nacionales de Guerra*,<sup>37</sup> a differenza di quanto accadeva in Italia, dove il regime fascista, nonostante l'idea di creare una "coscienza turistica" nazionale, non si era mai arrogato la facoltà di avallare a sé e ai suoi organi istituzionali in materia turistica, quali il commissariato per il turismo, prima, e la direzione generale del turismo, poi,<sup>38</sup> la privativa dei viaggi sui luoghi dove era stata combattuta la prima guerra mondiale. Tra la fine del 1938 e il settembre del 1939 venivano aperte anche le altre *Rutas Nacionales de Guerra*,<sup>39</sup> mentre alla fine dicembre del 1938 con la soppressione del Ministerio del Interior, che offriva con il suo apparato un supporto non secondario per la propaganda di regime,<sup>40</sup> il SNT veniva incluso nel Ministerio de la Gobernación con la funzione di divulgare la conoscenza della Spagna in tutti i suoi aspetti e di propagandare in forme adeguata le sue bellezze naturali, storiche e artistiche, favorire lo sviluppo del turismo interno e straniero e promuovere qualunque iniziativa avesse favorito lo sviluppo turistico. Dallo stesso ministero dipendeva anche la Sección de Rutas Nacionales de Guerra, che pianificava gli itinerari, gestiva il servizio di trasporto dei turisti nelle zone di guerra con autocarri, nonché le escursioni per il turismo interno. Alla Sección facevano capo anche le guide e gli interpreti che accompagnavano i turisti, indirizzandone la conoscenza e la comprensione della "*Cruzada*" nazionale messa in

---

<sup>37</sup> Cfr. CORREYRO - CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado*, cit., p. 240. La guerra civile spagnola era propagandata in Italia dal fascismo attraverso i notiziari radiofonici e la produzione di documentari. Cfr. D. ARONICA, *La Guerra Civil Española en la propaganda fascista. Noticiarios y documentales italianos (1936-1943)*, Santander, Asociación Shangrila Textos Aparte, 2017.

<sup>38</sup> Sul primo di questi due organismi creati dal regime, l'uno nel 1931 e l'altro nel 1934, cfr. M. MASUTTI, *Alle origini della politica turistica fascista: la nascita del Commissariato per il Turismo*, in «Nova Historica», XV, 57, 2016, pp. 89-120.

<sup>39</sup> Per gli itinerari, cfr. MORENO GARRIDO, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, cit., pp. 146-147.

<sup>40</sup> Un'ampia descrizione dell'azione di propaganda svolta in tal senso dal Ministerio del Interior e dalla stampa spagnola è offerta da CORREYRO - CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado. Espana: desde sus inicios hasta 1951*, cit., pp. 266-270.

atto da Franco e di quanto era accaduto nei luoghi teatro degli scontri della guerra civile.<sup>41</sup>

Offerte con un moderno pacchetto turistico *all inclusive* e con sconti ferroviari, in forme non dissimili da quanto avveniva in Italia per analoghi tour nelle zone dei combattimenti della prima guerra mondiale, le escursioni sulle *Rutas Nacionales de Guerra* erano pubblicizzate secondo i canoni propagandistici del regime con *depliant* in sei lingue e immagini fotografiche che esaltavano «la alegría del pluebo al paso de las tropas nacionales»<sup>42</sup> e soprattutto l'immagine di Franco,<sup>43</sup> riscuotendo un notevole successo e attirando “turisti di guerra” da molti paesi europei, soprattutto dalla Gran Bretagna,<sup>44</sup> dalla Germania e dall'Italia, ma anche dall'Australia.<sup>45</sup>

Pur favorendo soprattutto il turismo proveniente dalla Gran Bretagna e dagli Stati Uniti, nazioni a divisa monetaria forte, la Spagna franchista stipulava accordi con l'Italia, la Germania e il Portogallo, paesi affini alla «causa de España», per gli scambi turistici.<sup>46</sup> A supportare le relazioni turistiche con la Spagna era anche il TCI, che, dopo aver pubblicato nel 1930 consigli per gli automobilisti che si recavano nel paese iberico e nel 1933 un resoconto su una crociera nel Mediterraneo che aveva toccato Barcellona e Palma de Mallorca, nel 1936 sulla nuova rivista «Le Vie d'Italia e del mondo» pubblicava un lungo articolo sulla Spagna intitolato *Terra d'incanto e di tragedia*, nel quale, al discorso propriamente turistico sul paese e sulle sue bellezze paesistiche, si affiancava il richiamo al precipitare della situazione politica e allo scoppio della guerra civile.

Con l'aprirsi del secondo conflitto mondiale, le *Rutas Nacionales de Guerra* venivano trasformate in *Rutas Nacionales de Turismo* e per la loro gestione veniva

---

<sup>41</sup> Cfr. CONCEJAL LOPEZ, *La Rutas de guerra del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)*, cit., p. 260.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 263. Un elenco del materiale di propaganda realizzato dal Servizio Nacional del Turismo è contenuto in CORREYRO - CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado*, cit., pp. 244-245.

<sup>43</sup> Cfr. *Visitez les routes de la guerre en Espagne*, Texte et edition de L'Office National Espagnol du Tourisme. Photographies del marqués de Santa María del Villar, Marín, Noain, Delespro y Office National Espagnol du Tourisme, [Madrid], Servicio Nacional del Turismo, [1938].

<sup>44</sup> Cfr. H. GARCIA, *El turismo político durante la Guerra Civil. Viajeros británicos y técnicas de ospitalidad en la Espana republicana, 1936-1939*, in «Ayer», LXIV, 4, 2006, pp. 287-308.

<sup>45</sup> Cfr. MORENO GARRIDO, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, cit., pp. 147-148.

<sup>46</sup> Cfr. CORREYRO - CAL, *Turismo: la mayor propaganda de Estado. España*, cit., pp. 245-246.

Turismo sui campi di battaglia in Italia e in Spagna

creato un apposito dipartimento all'interno della Dirección General de Turismo.<sup>47</sup> Da meta del turismo internazionale, gli itinerari della guerra civile – per la chiusura delle frontiere e la progressiva diminuzione dei flussi turistici dall'estero – cominciarono a essere concepiti come offerta turistica per gli spagnoli, fissandone le date dei tour nella stagione estiva al nord e in quella invernale al sud e cercando di farli coincidere con alcune festività religiose come quelle della Settimana Santa e del Corpus Domini,<sup>48</sup> largamente sentite nel paese. Nell'ottica del regime franchista le escursioni alle *Rutas de Guerra* dovevano essere proposte agli spagnoli come una vacanza, nella quale la sacralità della festa liturgica era sublimata dal pellegrinaggio civile. A esse venivano affiancate le crociere “*patrióticas*” per l'affratellamento tra la Spagna “*liberada*” e i paesi del Sud America, come quella partita il 22 aprile 1939 da Cabo San Antonio in Argentina e diretta a Cádiz a cui partecipavano circa duecento turisti.<sup>49</sup>

Il risultato della guerra, che nel 1939 consacrava in Spagna la dittatura franchista, creava una situazione che favoriva, oltre alla Germania nazista, l'Italia mussoliniana che, attraverso i canali della diplomazia culturale – al cui interno era collocabile anche il settore turistico – mirava a promuovere nel paese iberico il modello di organizzazione politica e sociale del fascismo e organizzava il tempo libero per gli italiani in esso emigrati con escursioni e manifestazioni ricreative.<sup>50</sup> La visita nella penisola iberica di personaggi di rilievo come Arturo Farinelli, Luigi Fantappiè, Umberto Nobile, Luigi Federzoni e Amedeo Fani, esponenti dell'*establishment* politico e del mondo accademico italiano, facilitava l'approccio con la società spagnola e le relazioni bilaterali tra i due paesi anche nell'ambito della diplomazia culturale. L'esperienza del turismo di guerra nei due paesi, pur presentando delle affinità ideologiche, legate al fine propagandistico dei due regimi autoritari,<sup>51</sup> appariva come una forma transnazionale,

---

<sup>47</sup> Cfr. *ibid.*, pp. 288-292.

<sup>48</sup> Cfr. MORENO GARRIDO, *Historia del turismo en Espana en el siglo XX*, cit., p. 148.

<sup>49</sup> Cfr. B. CORREYRO RUIZ, *Apuntes para el Primero Crucero Transatlántico a la España Nacional (1939)*, in «Historia y Comunicación Social», 5, 2000, pp. 75-87.

<sup>50</sup> Cfr. R.D. MÉNDEZ, *Note sulla politica culturale del fascismo in Spagna*, in «Diacronie», XII, 4, 2012, in <http://journals.openedition.org/diacronie/> [consultato il 10 dicembre 2017].

<sup>51</sup> Sul tema rimando a G. DI FEBBO - R. MORO, *Franchismo e fascismo. Relazioni, immagini, rappresentazioni*, Soveria Mannelli (CZ), Rubbettino, 2007.

caratterizzata in Spagna da profonde diversità, legate, da un lato, alla necessità di legittimazione e di riconoscimento del franchismo, dall'altro alla gestione statalistica di questa particolare pratica turistica che in Italia era stata per oltre un ventennio svolta in larga parte dal TCI, il sodalizio privato costituito a Milano nel 1894 da un gruppo di industriali lombardi,<sup>52</sup> a cui nel 1938 il fascismo costringeva a cambiare denominazione in Consociazione Turistica Italiana<sup>53</sup> e tentava, senza riuscirvi, di inquadralo nell'assetto corporativo.<sup>54</sup>

La gestione, l'organizzazione e il controllo avocato dal governo franchista tra il 1938 e il 1939 delle *Rutas Nacionales de Guerra* e dei flussi turistici a esse legati mostrava in maniera ineludibile come attraverso il turismo, un canale secondario ma non per questo meno marginale della diplomazia culturale, cercasse una legittimazione nello sviluppo sotto questo profilo delle relazioni con i paesi amici, in primo luogo Germania e Italia, e nei viaggi di intellettuali e scrittori famosi in tutto il mondo per propagandare quanto fosse stato fatto nella zona franchista.

---

<sup>52</sup> Cfr. S. PIVATO, *Politica e tempo libero. Il Touring Club Italiano*, Bologna, Il Mulino, 2006, e D. BARDELLI, *L'Italia che viaggia. Il Touring Club, la nazione e la modernità (1894-1927)*, Roma, Bulzoni, 2004.

<sup>53</sup> Cfr. VOTA, a cura di, *I sessant'anni del Touring Club Italiano. 1894-1954*, cit., p. 301. Agli inizi di luglio il presidente del TCI, il senatore Carlo Bonardi, riceveva dal segretario particolare di Mussolini, Osvaldo Sebastiani, una comunicazione con cui si chiedeva di modificare la denominazione del sodalizio in «Unione Turistica Italiana». Bonardi riuscì a ottenere che fosse il Touring a poter scegliere la nuova denominazione e, dopo lunghe discussioni, dal consiglio veniva scelto di adottare quella di Consociazione Turistica Italiana che avrebbe permesso di mantenere, seppure con un ordine diverso delle lettere, l'acronimo TCI conosciuto in tutto il mondo. Cfr. *ibid.*

<sup>54</sup> Cfr. *ibid.*, p. 304.