

Reseña Bibliográfica

Gregorini, Giovanni y Semeraro, Riccardo (a cura di): *Turismo 4.0. Storia, digitalizzazione, territorio.*- Vita e Pensiero, Milán 2021, 249 pp.

ISBN: 978-88-343-4462-0

Carlos Larrinaga Rodríguez , Universidad de Granada, España
clarrinaga@ugr.es

Turismo 4.0 es un libro original por varios motivos. El primero de ellos es porque incorpora un número notable de valiosos estudios de historia del turismo, de reconocidos especialistas, si bien, al mismo tiempo, aporta una cantidad importante de trabajos centrados en la realidad turística actual y de ahí el título de la obra. Y es que no suele ser tan habitual este tipo de planteamientos, pues, de hecho, los volúmenes dedicados a historia del turismo difieren bastante en sus planteamientos respecto de los libros de turismo propiamente dichos. Además, el subtítulo refleja a la perfección la propia estructura de la obra, ya que, en efecto, se articula en torno a esos tres conceptos. Una primera parte se dedica a la historia del turismo, tal como hemos dicho; una segunda al mundo digital y, por ende, a ese turismo 4.0 del que tanto hablan los especialistas actualmente; y una tercera al territorio, en este caso a la provincia de Brescia como un espacio turístico destacado del norte de Italia, de la Lombardía más concretamente. De un enfoque así se deriva una obra novedosa, que puede interesar tanto a los historiadores del turismo como a los especialistas en turismo (académicos, gestores e incluso profesionales del sector). Otra característica poco habitual en los libros especializados, que se dirige a públicos tan diferenciados y, a veces, compartimentados.

Analizado su planteamiento, conviene centrarnos ahora en su contenido. Empezando por las investigaciones históricas, los profesores Humair y Chiarelli se centran en el papel que la banca y los banqueros jugaron en el desarrollo turístico de un espacio tan emblemático como el Lago Léman, tanto en la zona suiza (la mayoritaria), como francesa. En concreto, parten de la premisa de que las infraestructuras turísticas creadas en esa región desde mediados del siglo XIX hasta la Primera Guerra Mundial precisaron de enormes inversiones, interrogándose, por tanto, de dónde salió ese capital. Es un estudio novedoso, ya que pocas veces se aborda el tema de la financiación y para ello han contado con la base de datos Biolemans, construida a lo largo de varios años de investigación. Precisamente, uno de los sectores que precisó de más capital fue el de los grandes hoteles. Los hoteles de lujo, estudiados por Andrea Zanini para la Riviera italiana, nos ponen en contacto con esa nueva cultura empresarial surgida al calor del gran turismo internacional. No bastaba ya con pensiones o casas de huéspedes, sino que era necesario crear esos grandes hoteles o *palaces* para alojar a esas altas clases sociales de buena parte de Europa que, ante todo, buscaba confort y los mayores adelantos técnicos del momento. Algunos de estos grandes turistas padecían de determinadas enfermedades y acudían a los centros termales o balnearios para mejorar su estado de salud, tal como lo exponen los profesores Maffi y Fagnani en su estudio

sobre Italia en el siglo XIX y principios del XX. Pero, como ya se ha dicho, el turismo es un fenómeno transnacional, y así lo verifica Rafael Vallejo para España, al establecer un claro paralelismo entre lo acontecido en ese país atrasado turísticamente hablando y el resto de la Europa occidental. Aunque tampoco debemos olvidar que el turismo puede ser utilizado en los procesos de *nation building*. Precisamente, Maria Paola Pasini analiza las conexiones existentes entre la Gran Guerra y el turismo en Italia, concebido éste como motor de modernización y de catalizador del sentimiento patriótico italiano. Para ello se centra en una institución tan emblemática como el Touring Club Italiano, analizando a sus principales personajes, sus discursos y sus actuaciones. Este primer y gran apartado finaliza con un trabajo del profesor Colombo dedicado a los orígenes del enoturismo en Italia, presentándonos un estudio de caso centrado en la comarca del Tortonese, en la provincia de Alessandria, en Lombardía.

Esta primera parte, que ocupa prácticamente la mitad del libro, da paso, como ya se ha dicho, a trabajos más focalizados en la actualidad del turismo. Así, la segunda sección contiene tres capítulos en torno a la digitalización y a la idea del turismo como un sector en transformación. De esta forma, Loretta Battaglia et alii analizan los cambios que se han producido en el turismo en los últimos años como consecuencia de la implantación de las TICs. Así, se centran en el análisis del consumidor (sobre todo, los más jóvenes) a la hora de planificar sus viajes o vacaciones mediante agencias on line, etc. Es decir, cómo el sector está reaccionando a unos consumidores que están cambiando y que, en muchos casos, son nativos digitales. De ahí que en esta misma línea Giancarlo Nadin nos hable del turismo *smart* y de las ciudades *smart*. Turismo y ciudades inteligentes recurriendo a los *big data* para satisfacer unas necesidades cada vez más exigentes respecto de las de los consumidores convencionales, donde lo personalizado, lo auténtico y lo único van ganando progresivamente terreno, poniendo en cuestión lo que se ha dado en llamar el modelo turístico fordista. Pero esta moneda tiene la otra cara, como lo demuestra en su trabajo Valerio Corradi. Frente a esos turistas tecnológicos, empiezan a surgir otros turistas que lo que buscan es precisamente todo lo contrario, la desconexión tecnológica durante sus vacaciones, asimilando éstas a una ausencia de *smartphones*, ordenadores, etc. Es lo que él denomina vacaciones *no-tech*, concebidas como una reacción frente al mundo moderno, racional y extraordinariamente conectado. ¿Es posible una desconexión total durante los días de asueto?

Tras esta visión general de los enormes cambios que ha experimentado el turismo desde principios del siglo XXI, por mor de una tecnología cada más extendida entre los diferentes actores, la tercera parte se centra en la realidad turística de la provincia de Brescia, como ya se ha mencionado. Y aquí los cuatro capítulos que la componen se centran en diferentes aspectos bajo abordajes metodológicos bien distintos. Así, Sara Cigada se fija en la promoción on line de este territorio en páginas web de viajes francesas, con una mirada muy crítica con el lenguaje empleado y los lugares visitables recomendados. Mientras, las profesoras Peracin y Bettinsoli optan por analizar a los clientes, fijándose más concretamente en la demanda china, habida cuenta de que la República Popular, desde su apertura al exterior, constituye un mercado potencialmente inmenso. El cliente chino busca no sólo monumentos y paisaje, sino también la práctica del *shopping*, todo ello garantizado en Brescia. Evidentemente, para poder atender esta demanda, es preciso contar con las infraestructuras necesarias; entre ellas, la hotelería. De ahí que Alberto Albertini y Alessandro Ceriani hayan dedicado su capítulo a la oferta hotelera de Lombardía en general y de la provincia de Brescia en particular, analizando el sector en todas sus dimensiones. Aunque, en

esa personalización de la práctica turística, hay turistas que buscan lo distintivo, lo diferente. Así lo expone la profesora Maria Paola Pasini, quien se fija en el “patrimonio controversial”. Es decir, en ese patrimonio que puede incomodar (en el caso italiano, herencia del fascismo), pero que bien explicado y contextualizado puede ser objeto de interés de un determinado turismo. Es lo que nos propone esta autora con una experiencia piloto hecha con sus estudiantes en el pueblo de Lavenone, donde se conserva aún una pintada de aquella época.

En definitiva, un rico material sobre el que recapacitar, ya que en torno a esas tres palabras del subtítulo se pueden hacer aproximaciones muy diversas a un fenómeno tan poliédrico como es el turismo sin que se pierda la coherencia o el interés, como queda demostrado en este volumen. Al contrario, la diversidad de temas tratados puede servir para atraer a lectores muy distintos, lo que constituye una de sus fortalezas. Evidentemente, faltan muchos temas por tratar, pero la obra no pretende ser exhaustiva, sino plantear determinados aspectos del pasado, del presente y del futuro del turismo para su reflexión. Objetivo que, personalmente, creo que logra, por lo que me parece un libro muy recomendable para los estudiosos tanto de la historia del turismo en particular como del turismo en general.