



PODDA Giuliana

Progetto di ricerca: Le politiche turistiche come strumento di soft power nelle relazioni internazionali. L'Italia e la promozione turistica nei paesi Anglo-americani dagli anni Cinquanta agli anni Settanta.

Supervisore: Paolo Wulzer

abstract:

Il presente progetto si propone di ricostruire il quadro delle politiche turistiche messe in campo dalle istituzioni italiane per promuovere il Paese negli Stati anglo-americani, a partire dal secondo dopoguerra fino agli anni Settanta. Per ricostruire le evoluzioni delle strategie di propaganda turistica e le tappe che portarono il settore della vacanza a diventare uno strumento di soft power nelle relazioni internazionali tra i paesi presi in esame, la ricerca prenderà il via da un'approfondita analisi della bibliografia sul tema, senza trascurare una prospettiva multidisciplinare (con particolare attenzione al concetto di *tourism diplomacy*), per poi concentrarsi sulle fonti d'archivio. In particolar modo si intende fare riferimento a quanto conservato presso l'archivio documentale dell'Ente Italiano Industrie Turistiche, che sin dal 1919 è stata l'Istituzione deputata alla gestione di tutto il comparto turistico e in particolare al coordinamento delle attività promozionali in questo campo sia in Italia che all'estero. Saranno inoltre visionati i fondi di possibile interesse presenti presso: l'Archivio Centrale dello Stato di Roma, tra cui il fondo contenente la documentazione di riferimento per le attività della Cassa del Mezzogiorno; e l'archivio storico diplomatico del Ministero per gli Affari Esteri, in particolare quelli del Gabinetto, e quelli riferiti a documentazione prodotta da Ambasciate e Consolati con sede nei paesi Anglo-americani. Una fonte di sicuro interesse saranno gli atti parlamentari e gli archivi di personaggi politici in relazione al tema di questa ricerca. Altresì sarà presa in considerazione la documentazione di possibile interesse, in relazione all'oggetto della ricerca, presente presso gli archivi istituzionali dei paesi presi in esame. Per comprendere in che modo le linee politiche generali fossero attuate nella pratica della comunicazione turistica, sarà inoltre fondamentale consultare la numerosa letteratura grigia (opuscoli, brochure etc.) nonché le riviste e i volumi prodotti a scopo di propaganda turistica.

This project aims to reconstruct the framework of tourism policies implemented by Italian institutions to promote the country in Anglo-American states, starting after World War II and ending in the 1970s. In order to reconstruct the evolution of tourism propaganda strategies and the stages that led the vacation sector to become an instrument of soft power in international relations between the countries examined, the research will start from an in-depth analysis of the bibliography on the subject, without neglecting a multidisciplinary perspective (with particular attention to the concept of tourism diplomacy), and then focus on archival sources. Particular attention will be paid to the documentary

sources of the Ente Italiano Industrie Turistiche, which since 1919 has been the Institution entrusted with the management of the entire tourism sector. Other archives of possible interest include: the Central State Archives in Rome, including the fund containing the reference documentation for the activities of the Cassa del Mezzogiorno; and the historical diplomatic archives of the Ministry of Foreign Affairs, in particular those of the Cabinet, and those referring to documentation produced by Embassies and Consulates based in Anglo-American countries. A source of definite interest will be parliamentary acts and archives of political figures in relation to the topic of this research. Also considered will be documentation of possible interest, in relation to the subject of this research, found in the institutional archives of the countries examined. To understand how general political lines were implemented in the practice of tourism communication, it will also be essential to consult the numerous “grey literature” (pamphlets, brochures etc.) as well as magazines and volumes produced for the purpose of tourism propaganda.