

Sembrando turismo. El viaje como pieza clave del capitalismo histórico



Ivan Murray Mas*

La aventura, el descubrimiento, lo desconocido, la desconexión, la búsqueda de vivencias auténticas, el viaje interior... El viaje ha sido un aspecto central en la evolución de las sociedades humanas. Mitos y leyendas se han construido en torno al viaje. El tránsito del feudalismo al capitalismo estuvo marcado por profundos cambios geoeconómicos y geopolíticos, con la colonización de América como piedra angular de las lógicas espaciales del capital europeo. El viaje también era fuente de conocimiento, captura (y saqueo) de información de lugares remotos y sus gentes. La preparación del viaje resultaba costosa, pero las expectativas de beneficios superaban con creces los riesgos. Así, con el viaje se difundió la violencia del capital a múltiples rincones del planeta.

En plena revolución industrial, la lucha por la hegemonía global condujo a los estados europeos a una carrera desenfrenada por la conquista de nuevos espacios para ampliar su marco de actuación. Así, a través del control territorial se aseguraban los recursos básicos para abastecer a la gran industria y por supuesto se ampliaban las plusvalías de las clases dominantes. Por aquel entonces se llevaron cabo grandes descubrimientos científicos que eran también geográficos: recordemos los viajes de Darwin a bordo del *Beagle*, por ejemplo. Por aquellos mismos años, la clase ociosa europea (alta burguesía y aristocracia) se lanzaba a conocer mundo por placer, o al menos esta es la versión oficial que se ofrece. En realidad, muchos de aquellos románticos, de

manera consciente o no, serían la punta de lanza del capital europeo para penetrar en lugares exóticos. Mientras que las campañas coloniales al uso resultaban muy costosas y arriesgadas, la penetración occidental a través de sus viajeros aventureros resultaba más barata. En función de sus observaciones, las potencias decidirían su entrada.

Ya a mediados del siglo XIX, Thomas Cook vio que la organización de viajes podría ser un interesante nicho de negocio. La incorporación de la máquina de vapor en los medios de transporte, ferroviarios y marítimos, junto con la incipiente industria de los viajeros – primeras agencias de viajes y hoteles – condujeron a la transformación de espacios para la producción del ocio. La modernidad en la ciudad industrial cristalizó en grandes eventos, como por ejemplo las exposiciones universales, y con ellos, los turistas. Además la mercantilización turística se propagaba por las ciudades del Sur de Europa cargadas de historia, donde el patrimonio se convertía en producto turístico. Pero no sólo eran las ciudades hacia donde se dirigían los viajeros, sino que en aquellos momentos la «naturaleza» también se integró en el paquete turístico. Con la exaltación romántica de la naturaleza llegaron los primeros parques naturales y esos tuvieron desde sus inicios una vocación recreativa y turística. Ello coincidía con la progresiva sustitución de la biomasa por los combustibles fósiles, dejando paso a la alianza entre conservación y uso recreativo/turístico, desplazando otros usos y otras gentes.

* Profesor asociado del Departament de Ciències de la Terra, Universitat de les Illes Balears (ivan.murray@uib.es)

Después de la Primera Guerra Mundial, durante los locos años veinte se desató la fiebre del sol y la playa, entre la burguesía de los países del capitalismo avanzado. Los espacios litorales que hasta entonces estaban poco poblados y que eran utilizados fundamentalmente por las comunidades rurales pesqueras empezaron a convertirse en piezas succulentas del capital turístico e inmobiliario. Sin embargo, solamente los privilegiados podían participar de la fiesta turística, y la incidencia socio-espacial del turismo era limitada. Ya por aquel entonces la frontera de mercantilización turística se había desplazado cada vez más hacia el Sur geográfico y político.

El estallido de la Segunda Guerra Mundial interrumpió la difusión turística hacia las periferias del placer del Sur. Una vez finalizado el conflicto y con el relanzamiento del llamado capitalismo regulado o monopolista (que, entre otras cosas, fructificó en la llamada sociedad del consumo de masas) dio lugar a un salto cualitativo y cuantitativo de la industria turística global. A ello se le añadió el reciclaje de pilotos y aeronaves de guerra, dando lugar al vertiginoso aumento de la aviación comercial que durante los *Treinta Gloriosos* (1945-1975), que se benefició del petróleo barato. Contradictoriamente, las conquistas sociales de la clase trabajadora en los espacios centrales (p. ej.: vacaciones pagadas) permitieron vertebrar el músculo económico de lo que serían los grandes grupos turísticos¹. Muchos espacios semiperiféricos fueron incorporados a la producción turística y las viejas estructuras coloniales se transformaron bajo el dominio del capital turístico internacional. Así pues, diversos autores hablaron de una recolonización turística que reforzó el *statu quo* social. En el caso español, contrariamente a lo que se ha dicho – que a través del turismo se erosionaron las bases morales de la dictadura franquista –

la realidad es que el régimen salió reforzado gracias a las divisas turísticas y los empresarios de la dictadura abrazaron con entusiasmo el negocio de los viajeros.

El turismo sirvió como una potente arma cultural e ideológica mediante la cual penetraban los valores más radicales (y los mitos) de la sociedad del consumo de masas. El «animal turístico» como «animal apolítico» invadía los espacios turísticos donde las autoridades debían mantener un buen clima empresarial y agradable de cara a los clientes. Al respecto destacan eslóganes del estilo «un turista, un amigo» o el conocido «*Spain is different*». Paulatinamente, el poder del dinero turístico arastró todas las otras actividades económicas, especialmente las agrarias y manufactureras, quedando tan sólo aquellas que formaban parte del conglomerado industrial turístico: construcción, transporte, alojamiento, comercio, restauración y entretenimiento. En menos de una década la revolución turística se había esparcido como una plaga, erosionando la autonomía económica, y sentando las bases de un modelo social en torno al consenso turístico, sin dejar prácticamente aire para la disidencia política u otras formas de organización social. En el contexto de la Guerra Fría, tanto en el Mediterráneo como en el Caribe o el Sudeste asiático, la colonización turística de los espacios periféricos servía también de vacuna geopolítica contra la «amenaza comunista», por lo que los organismos multilaterales como el Banco Mundial apoyaron decididamente proyectos turísticos.

La crisis de los setenta se saldó con una profunda reestructuración del capitalismo global tanto en los espacios centrales como periféricos, inaugurando la etapa neoliberal. Por un lado, algunas regiones turísticas fordistas entraron en crisis (y muchas de ellas todavía continúan en ella), pero ello no condujo al abandono de la vía turística, sino que se optó por su intensificación mediante la devaluación del producto turístico. El ataque neoliberal contra la clase trabajadora tuvo su contrapartida turística en dos aspectos: por un lado, el reciclaje de zonas

1. Cabe señalar que ese proceso presentaba bifurcaciones y no todo el ocio y el viaje pasaban por los filtros del capital. Existían otras formas de organización social como por ejemplo el turismo social promovido por los potentes sindicatos europeos.

turísticas degradadas para el consumo turístico de la castigada y denostada clase trabajadora de los espacios centrales; y por otro, la reducción de costes mediante la experimentación de los ajustes laborales en las plantillas turísticas (p. ej.: subcontratación, contratos precarios, sueldos mínimos, etc.). Sin embargo, en muchas de esas regiones también fructificaron nuevas formas de explotación turística que estaban estrechamente vinculadas a fórmulas de acumulación financiera. La combinación entre financiarización, liberalización del espacio aéreo (con la aparición de las compañías *low cost*) y un período de veinte años de petróleo barato, desembocó en el llamado turismo inmobiliario o residencial. Si hasta entonces quedaban fragmentos del territorio sin turisticar – aunque estaban claramente afectados por la dinámica turística –, a partir de ese momento se convirtieron en espacios susceptibles de ser convertidos en piezas del *monopoly* turístico, valorizándose el suelo rural y desplazando las pocas actividades agrícolas existentes. En esta especie de contrarreforma agraria, los poderes locales se lanzaban a la promoción de megaproyectos urbano-turísticos, compitiendo con otras regiones. De esta manera, en los espacios turísticos de las regiones del capitalismo avanzado se cerraba el ciclo turístico, ya sin dejar lugar a otra opción económica. Y, políticamente no cabía ninguna voz que cuestionara el consenso turístico, el proyecto de la clase dominante (el capital).

Las regiones del Sur Global, atizadas por la deuda externa y el disciplinamiento neoliberal posterior, adoptaron la industrialización turística, que formaba parte de los paquetes de ajuste estructural. Especialmente en las zonas litorales del Mediterráneo meridional, Caribe y sudeste asiático, la exportación turística sustituyó progresivamente la exportación de materias primas. La caída del precio de las materias primas agudizó los desequilibrios comerciales y la situación financiera de la periferia y la opción turística permitió captar divisas de manera rápida y con escasa inversión. Además, la opción turística sería pionera en la penetración del capi-

tal internacional ya que ante la «urgencia» de la situación se abrieron las puertas a las compañías extranjeras que eran las que tenían experiencia y capital. Algunos autores han señalado que en determinados territorios el «resort sustituyó a la plantación», reproduciendo a grandes rasgos las mismas estructuras sociales. Además, el capital turístico procedente de los espacios centrales encontró en esas nuevas periferias turísticas una solución a sus problemas de rentabilidad. Se conjugaron de esta manera la disponibilidad de nuevos espacios (baratos) y la creciente capacidad de compra del capital turístico ampliada por los nuevos medios financieros. Como ocurrió en las zonas turísticas del litoral español, las nuevas zonas turísticas del Sur Global producidas sobre territorios hasta entonces escasamente ocupados arrastraron población obrera, procedente de las áreas rurales, que se ubicará en las afueras de los resorts. Esos barrios obreros turísticos surgen desgajados de las zonas de producción turística, en muchas ocasiones sin servicios ni dotaciones urbanas mínimas. Dos mundos se dan la espalda: el lujo en las fortalezas turísticas y la vida humilde en los barrios obreros.

En las nuevas periferias del placer y durante los años de euforia financiera global, las «etapas turísticas» se han comprimido y en un breve lapso de tiempo se ha pasado del resort a los mega-complejos turístico-residenciales. No obstante, en el Sur Global todavía persisten amplias zonas con menor penetración del capital, especialmente los espacios rurales. Algunos de esos espacios quedaron gravemente dañados en décadas anteriores, ya fuera por conflictos armados o por los efectos de la revolución verde u otras actividades extractivas. Ahora, el Capitalismo Verde ha lanzado nuevas fórmulas de mercantilización turística, mediante la retórica de lucha contra la pobreza o la conservación de la naturaleza, con productos como el *pro-poor tourism*, el ecoturismo o el turismo rural. Sin embargo, en las áreas rurales del Sur Global, la casuística es muy diversa y compleja, pudiéndose encontrar desde experiencias cooperativistas hasta operaciones dirigidas por los grandes agentes turísticos internacionales. Tal como defienden autores

como Ernest Cañada², aquí también hay bifurcaciones en la disputa por el control de las rentas turísticas y cabría observar formas campesinas colectivas de organización social de la economía en las que la dimensión turística puede reforzar su autonomía. Así pues, la cuestión central radica en cómo se organiza y quién controla esas nuevas formas de producción turística.

Paradójicamente, en el contexto de la crisis global y en el marco de expansión del capitalismo verde, los lobbies han situado el turismo como herramienta clave tanto para la salida de la crisis económica como para la lucha contra la crisis ecológica. En plena crisis el capital turístico a escala mundial ha presentado unas cifras récord: mil millones de turistas internacionales y cinco mil millones de turistas domésticos anuales. Por si eso no fuera poco, en espacios afectados por las crisis global, como el Sur de Europa, se defiende la profundización turística entre las medidas anticrisis. El aparato turístico sale indemne en cuanto a su relación al complejo financiero-inmobiliario causante de la crisis, y además se alza como la gran promesa de más crecimiento.

Finalmente, cabe señalar que detrás del «escenario» turístico se esconden toda una serie de conflictos socioecológicos que ensombrecen buena parte de la mitología de la propaganda turística. En primer lugar, el metabolismo turístico resulta ser extremadamente exigente en recursos naturales. Y en la mayoría de casos los flujos de materiales y energía proceden del exterior, desvinculándose los usos del territorio del abastecimiento de recursos, y por tanto desplazándose también los conflictos que acompañan a las actividades de extracción y producción. La actividad turística permite extraer unas rentas del suelo más elevadas que las que se derivan de otras actividades (p. ej.: las agrarias) y con esos ingresos turísticos se adquieren, a un precio más barato, los diferentes materiales que requiere la máquina de crecimiento turística. Esto ha sido posible en un contexto de petróleo abundante y

barato. Sin embargo, esas economías con monocultivos turísticos son doblemente dependientes, de turistas y recursos del exterior, y por ende extremadamente vulnerables. Tal como ha ocurrido con otros monocultivos en plantaciones regidas por capataces, las sociedades turísticas han experimentado un progresivo declive de los saberes tradicionales de los usos del territorio y sus recursos, así como de las formas de organización autónoma y autogestionaria. Los eslóganes de universalización del consumo turístico resultan inviables a escala planetaria ya que solamente una pequeña fracción de la población mundial puede permitirse viajar. Y, los escenarios futuros, tanto por lo que respecta al final del petróleo barato como a la recomposición de las clases medias sometidas a la crisis, apuntan hacia un futuro no muy lejano en que las promesas turísticas se verán incumplidas. Entonces y a la fuerza, en ciertas zonas del planeta, se impondrá el *decrecimiento turístico*. ■

Referencias

- BECKEN, S. (2015), *Tourism and oil. Preparing for the challenge*. Channel View Publications, Bristol.
- BUADES, J., CAÑADA, E., Y GASCÓN, J. (2012), *El turismo en el inicio del milenio. Una lectura crítica a tres voces*. Foro de Turismo Responsable, Madrid.
- MOWFORTH, M. y MUNT, I. (2009), *Tourism and sustainability: new tourism in the Third World*. Routledge, Londres.
- MURRAY, I. (2015), *Capitalismo y turismo en España. Del «milagro económico» a la «gran crisis»*. Alba Sud, Barcelona.
- VIR SINGH, T. (Ed) (2012), *Critical debates in tourism*. Channel View Publications, Bristol.

2. En relación a estas cuestiones se recomienda consultar: <http://www.albasud.org/elbloccernestcanada>