

OPINIONES EN DESARROLLO
Programa Turismo Responsable

Artículo núm. 10 | Febrero de 2011

**Geopolítica, neoliberalismo
y turismo en los Países Catalanes**
por Joan Buades



www.albasud.org | info@albasud.org

El presente documento fue publicado originalmente en catalán en la revista *L'Espill* (número 35, otoño de 2010, pp. 79-90). Asimismo es parte del proyecto "Iniciativa de comunicación sobre cambio económico, movilidad humana, turismo y gobernabilidad territorial en Centroamérica" co-ejecutado por ALBA SUD y Fundación PRISMA (mayo 2009 – abril 2011). Fotografía: Playa Margaluf, Mallorca.

Este documento está bajo una licencia Creative Commons.



Geopolítica, neoliberalismo y turismo en los Países Catalanes

La del turismo internacional en el último medio siglo constituye una de las grandes historias de éxito de la economía contemporánea. Los Países Catalanes¹, y muy especialmente Baleares, constituyen aquí una auténtica superpotencia global. Los orígenes radican en el marco de negocio creado en tiempos de Guerra Fría y la revolución neoliberal. En plena crisis planetaria, la metamorfosis de colonia vacacional fascista a líder turístico sin fronteras pone en evidencia la radical disparidad de intereses entre las empresas transnacionales y las comunidades supuestamente más beneficiadas, especialmente en relación al drenaje de recursos a través de los paraísos fiscales y la extraordinaria contribución al calentamiento global.

I

El turismo es una de las grandes historias de éxito popular de nuestra época. Si en 1950 había unos 25 millones de viajeros internacionales, el número se había multiplicado por 35 en 2009, cuando rozaron los 900. Comparado con la economía legal o la población, el volumen de las cuales "sólo" ha crecido unas 7 y 3 veces respectivamente en el mismo período, las cifras son colosales.

La metamorfosis de colonia vacacional fascista a líder turístico sin fronteras pone en evidencia la radical disparidad de intereses entre las empresas transnacionales y las comunidades supuestamente más beneficiadas

Joan Buades (Mallorca, 1963) es investigador en turismo, ambiente y globalización desde una perspectiva crítica, y miembro del equipo de ALBA SUD, además de colaborar con otras organizaciones sociales. Entre 1999 y 2003 fue diputado en el Parlamento Balear y uno de los impulsores de la fiscalidad ecológica sobre el turismo, la llamada «ecotasa». Entre sus publicaciones destacan: *On brilla el sol. Turisme a Balears abans del Boom*, Res Pública Edicions, Ibiza, 2004; *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*, La Lucerna, Palma de Mallorca, 2007; *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*, Icaria Editorial, Barcelona, 2009; "Copenhagen and Beyond: Tourism and Global Climate Justice", en *Disaster Prevention in Tourism. Perspectives on Climate Justice*, Ecumenical Coalition on Tourism y EED Tourism Watch, Chiang Mai, Tailandia, 2009. Con Alba Sud ha publicado diversos "papers" dentro de las Colección Opiniones en Desarrollo: "El Imperio Turístico Balear: donde nunca se pone el sol. Entrevista a Joan Buades y Macià Blázquez", marzo de 2009; "Copenhague y después. El turismo y la justicia climática global", junio de 2009; "El legado de Copenhague: La emergencia de una nueva ciudadanía planetaria", enero de 2010; "Alerta climática, quimera turística y placebo REDD en Centroamérica, México y El Caribe", junio de 2010 y "Turismo y bien común. De la Irresponsabilidad corporativa a la responsabilidad comunitaria", septiembre de 2010.

En términos macroeconómicos, las dimensiones adquiridas por el sector revelan su carácter central en el actual sistema de vida. Así, aporta la décima parte del Producto Mundial Bruto, 1 de cada 12 puestos de trabajo y un 11% de las exportaciones. De hecho, un 30% de la exportación de los servicios serían de origen turístico y el 45% de las exportaciones de los estados del Sur dependerían de éste. A pesar del descalabro económico que vivimos, el optimismo de hierro sigue marcando los pronósticos. El escenario para 2020 prevé triplicar el número de turistas de 1995 hasta los 1.500 millones.² Es más, para Naciones Unidas, dar prioridad al sector es una de las claves para salir de la crisis, ya que, a la vez, permitiría transitar hacia una economía verde percibida como uno de los retos ineludibles a afrontar en el siglo XXI (UNWTO, 2009; WTTC, 2010).

La sociedad catalana tiene bien poca conciencia de haberse convertido en un actor clave en la economía turística internacional, muy por encima de lo que harían presumir sus reducidas dimensiones físicas y demográficas, por no decir su peso político global. Por un lado, los Países Catalanes son una potencia receptora de primer orden. Con apenas 70.000 km² de superficie (equivalente al lugar 118 a escala global) y 13,5 millones de habitantes (alrededor de un 0,2% de la población mundial), en 2009 habrían recibido cerca del 3% del turismo internacional, con unos 27 millones de visitantes³ (Instituto de Estudios Turísticos, 2010). La región más turistizada la constituye las Islas Baleares. Con sus 9,2 millones de visitantes extranjeros en 2009 para una población que se acerca al 1,1 millones, la intensidad turística representa 8,4 turistas por habitante y año, más del doble que en la Cataluña Norte, seis veces más que en la Cataluña sur y 9 veces superior a la soportada por el País Valenciano.

Paralelamente, Baleares ostenta también un llamativo liderazgo en cuanto a las empresas transnacionales (ETN) catalanas en el tablero global. Así, si España (tercera potencia global en recepción) sitúa 5 ETN entre las 30 grandes del mundo, 4 de ellas tienen domicilio en el archipiélago (Sol Meliá, Barceló, Riu e Iberostar, por este orden). En conjunto, a finales del 2008 ofertaban unas 200.000 habitaciones a través de cerca de 700 hoteles. Además, otras cuatro empresas de origen catalán (Husa, Oasis, Fiesta y H10) se encontrarían también entre las primeras 10 ETN hoteleras, con unas 57.000 habitaciones adicionales en cerca de 300 hoteles.⁴ Esto se traduce en una creciente deslocalización de la oferta turística hacia el exterior. De hecho, hace tiempo que la mayoría de estas plazas ya se sitúan lejos de los Países Catalanes, con preferencia en el "Gran Caribe" (el estricto, más México, Florida y Centroamérica).

Cualquier análisis serio sobre el éxito turístico catalán deberá partir de esta paradoja: seguir siendo el destino físico de una parte muy relevante del turismo global, mientras que sus principales empresas se marchan del país sin complejos para construir nuevos paraísos en Sur.

Así, la industria turística catalana tiene sus intereses estratégicos fuera porque hace rato que ha empezado a desinvertir en casa por los mismos motivos de rentabilidad que lo han hecho otras ramas industriales. Cualquier análisis serio sobre el éxito turístico catalán deberá partir de esta paradoja: seguir siendo el destino físico de una parte muy relevante del turismo global, mientras que sus principales empresas se marchan del país sin complejos para construir nuevos paraísos en Sur (Buades, 2006).

II

Aunque existe una multitud de estudios sobre el turismo en España, ninguno de ellos responde una pregunta obvia: ¿cómo es posible que este país, en plena dictadura fascista, se convirtiera en el líder turístico del Mediterráneo? A este enigma podríamos añadir el de la simultánea conversión del Mediterráneo en la primera piscina del mundo.⁵ Así, en 1955 esta recibía ya 12 millones de huéspedes, cerca de una cuarta parte del mercado internacional, y asumía un liderazgo que ha mantenido hasta la actualidad. Teniendo en cuenta que la región no tenía un peso político y económico relevante en la posguerra, esta rutilante ascensión requiere aún de una explicación convincente.

Aunque existe una multitud de estudios sobre el turismo en España, ninguno de ellos responde una pregunta obvia: ¿cómo es posible que este país, en plena dictadura fascista, se convirtiera en el líder turístico del Mediterráneo?

Cuadro 1: Recepción de turistas en la Europa Mediterránea (1949-1964)

Año	Francia	Italia	España	Otros	
1949	2,8	1,8	0,5	0,1	
1955	4,0	5,6	2,1	0,9	
1962	5,9	9,9	7,1	2,3	
1964	6,6	10,1	11,6	3,8	2,5 Yugoslavia 0,8 Grecia 0,2 Turquía

Fuente: Fernández Fuster, 1991.

Entre los límites explicativos, destacan tres huecos colosales. Seguimos sin conocer el montante, el origen y la rentabilidad acumulada de las inversiones turísticas reales. Tampoco sabemos casi nada sobre uno de los actores centrales, los famosos touroperadores (Battilani, 2005). Más grave aún: carecemos de una "economía política internacional del turismo" (Hazbún, 2008). En mi opinión, hay dos pilares largamente subestimados, ligados a las condiciones "exteriores", que explican la apuesta ciega del Franquismo por el turismo.

De entrada, es necesario prestar atención al contexto de la Guerra Fría porque las geografías del “boom” turístico y de los bloques capitalista y soviético prácticamente coinciden en el Mediterráneo entre los 50 y los 70. El Mediterráneo turístico estaba localizado en los Estados de la orilla Norte, todos ellos aliados de EEUU (desde España a Turquía, pasando por Francia, Italia y Grecia). Los del Sur y del Levante (inmersos en procesos de independencia) quedan al margen, mientras que en el bloque comunista el turismo apenas despunta. Este alineamiento tiene un referente primordialmente militar vinculado al estallido de la Guerra Civil en Grecia y el temor al acceso de los comunistas al poder en Francia e Italia. La "contención" ante el peligro comunista impulsada por el presidente Truman tiene un fuerte componente ideológico. En palabras de Averrell Harriman, embajador estadounidense en Moscú a finales de los 40, se trataba de defender "una cierta forma de civilización que nos es común".

A pesar de la retórica liberal, el mínimo común denominador lo constituía el anticomunismo. Para la dictadura franquista, que rozaba el colapso económico, el abandono de la exigencia de democracia fue crucial para poder sobrevivir. A cambio de convertirse en centinela de Occidente en la frontera oeste del Mediterráneo, como rubricaba el tratado de vasallaje con los EEUU de 1953, Franco no tuvo inconveniente en abandonar la autarquía y abrir España a las inversiones exteriores según el dictado de Washington.

El alineamiento atlántico llevaba aparejado el apoyo económico. Para la mayor parte de los aliados europeos, el grueso de las ayudas vino a través del Plan Marshall. Ahora bien, contrariamente a lo que se suele creer, el problema económico más importante a resolver no era la reconstrucción industrial sino hacer frente al déficit europeo de dólares con respecto a los propios EEUU debido a los empréstitos de guerra. Las aportaciones del Plan Marshall no daban alcance para subvencionar las necesidades de crédito de la periferia de la Europa mediterránea ante la prioridad otorgada a la RFA, el Reino Unido o Francia. Fue entonces cuando, promovido por pesos pesados como Nelson Rockefeller (de la familia propietaria del primer banco privado del imperio, así como American Express), la Administración estadounidense convirtió el turismo en una especie de Plan B para que afluyesen divisas con una inversión mínima, a menudo de carácter privado, a las precarias economías del sur del continente. En 1950, por ejemplo, American Express anunciaba en prensa que "cuando la falta de dólares ahoga las arterias del comercio internacional, el turista americano juega un papel vital en la economía de las naciones libres...

Tras la Segunda Guerra Mundial, contrariamente a lo que se suele creer, el problema económico más importante a resolver no era la reconstrucción industrial sino hacer frente al déficit europeo de dólares con respecto a los propios EEUU debido a los empréstitos de guerra.

El dinero dejado por los turistas estadounidenses en Europa en 1949 equivale a una vez y medio el valor de la exportación de las mercancías de los países de Europa Occidental en EEUU. Esto indica claramente la gran importancia del papel que los viajes al extranjero juegan a la hora de aliviar el déficit de dólares en Europa y de facilitar el apoyo del contribuyente al Plan Marshall " (Goldstone, 2001: 21-44).

La funcionalidad de la herramienta turística para afirmar el imperio estadounidense en Europa se articuló mediante dos mecanismos claves. En 1948 se pone en marcha la European Travel Commission (ETC), la cual, significativamente, constituía el primer organismo creado por el Economic Cooperation Administration (ECA), esto es, la gestora estadounidense del Plan Marshall en suelo europeo. Paralelamente, se dio prioridad al desarrollo de los vuelos intercontinentales y la implantación de las grandes cadenas hoteleras estadounidenses en Europa (empezando por Hilton, que abrió un establecimiento en Madrid en 1953). El resultado fue un espectacular récord de turistas norteamericanos en la Europa mediterránea, donde a menudo, tuvieron una importancia crucial para activar nuevos "destinos" como Mallorca, las islas griegas o la costa turca:

Esta combinación de geopolítica y liderazgo privado del mundo de los negocios estadounidense en la apuesta turística explica el repentino "boom" del turismo en países tan diferentes como la España fascista o la Yugoslavia socialista.

Cuadro 2: Evolución de la llegada de turistas estadounidenses en el Mediterráneo

Año	Núm. Turistas Norteamericanos
1952	327.000
1959	800.000
1965	1.400.000
1970	2.900.000

Fuente: Endy, 2004; Schipper, 2005.

Christopher Endy ha llegado a hablar de un "complejo militar-turístico" estadounidense sin el cual no se entiende el papel que adquirió el turismo internacional en la Europa de la posguerra (Endy, 2004: 35). Entre los beneficiarios directos, por si fuera poco, estaban los miles de pilotos y aviones estadounidenses y británicos que se encontraban en dique seco después de la Segunda Guerra Mundial, que ahora podrían ser recolocados en el nuevo sector estratégico. Esta combinación de geopolítica y liderazgo privado del mundo de los negocios estadounidense en la apuesta turística explica el repentino "boom" del turismo en países tan diferentes como la España fascista o la Yugoslavia socialista.

A pesar de que ambos no cumplían con el requisito ideológico básico, ser democracias liberales con una amplia libertad para la iniciativa privada, se convirtieron en la primera y cuarta potencia turística en el Mediterráneo con un generoso apoyo desde el otro lado del Atlántico. El inicio de la Guerra Fría posicionó al franquismo como bastión anticomunista, a la vez que la disidencia titista respecto a Moscú catapultó la conversión de Yugoslavia en una gran potencia turística mediterránea, con dos tercios de visitantes provenientes del Oeste capitalista que permitieron multiplicar por cinco los turistas extranjeros entre 1948 y 1965.

Un segundo factor decisivo tiene que ver con el olvido de que el régimen de Bretton Woods no agotaba los instrumentos de dominación económica en el imperio estadounidense. Si nos fijamos, desde mitad de los años 50 se iba conformando una pujante economía turística que operaba en una especie de "zona franca" internacional. Entre los elementos catalizadores, destacaba la exención de tasas sobre el combustibles para la aviación internacional, instituida en 1944 (y hasta hoy) por la llamada Convención de Chicago de la International Convention on Aviation Organization (ICAO) (Meijers, 2005). Estas "vacaciones fiscales" suponían un incentivo muy poderoso para hacer progresivamente más rentables y populares las rutas transatlánticas a la posguerra. De hecho, están en la base de la implantación de la "clase turista" a partir de 1952, que hará accesible a un público cada vez más amplio el desplazamiento en avión.

A las facilidades en transporte, hay que sumar unos "estímulos" financieros masivos. Estos derivaban de la conversión de la City de Londres en 1950 en un paraíso fiscal sin la tutela del Estado británico, lo que atrajo los capitales de muchas ETN estadounidenses, así como la creación en 1957 del nuevo mercado de "eurodólares". Esto creó un negocio basado en el tráfico de moneda extranjera, básicamente dólares radicados fuera de EEUU, en Europa occidental. Vehiculado a través de la City londinense en un 80%, este fabuloso mercado pasó de gestionar 1.000 millones de dólares en 1960 a 46.000 una década después.

Sin ningún tipo de supervisión pública, el resultado fue que muchas pequeñas empresas, de repente, eran capaces de manejar cantidades ingentes de dinero. Entre los 7 grandes bancos de negocio británicos que controlaban el mercado, destaca el Kleinwort Benson. Cabe recordar que el Kleinwort era el banco en el Reino Unido de Juan March, el contrabandista mallorquín que financió el golpe militar de Franco.

La España fascista logró el liderazgo indiscutido del turismo de masas en el Mediterráneo. Como sabemos, el apadrinamiento liberal del Franquismo vivió su punto álgido a finales de los 50, cuando ingresó en el Fondo Monetario Internacional y puso en marcha un Plan de Estabilización asesorado por el Banco Mundial que priorizaba el turismo y la atracción de inversiones extranjeras.

El “boom” de este mercado coincide con la aparición fulgurante de decenas de touroperadores mayoritariamente británicos y, a menudo, domiciliados en paraísos fiscales filiales de la City, especialmente Jersey. Mientras 30 bancos internacionales abrían sucursal entre 1962 y 1967, entre los cuales el Kleinwort, el número de “offshore funds” (fondos de inversión especulativa de nuevo cuño) se disparó.

Simultáneamente, la isla de Jersey experimentó un notable “boom” hotelero. Al quebrar numerosos touroperadores británicos a raíz de la primera crisis del petróleo en 1973, se hizo evidente para quien quisiera darse cuenta que estos poderosísimos agentes de la *turistización* del Mediterráneo Norte vivían de la opacidad fiscal y que existía una enorme desproporción entre su escaso capital y su imponente capacidad de negocio. Al caer la Court Line, se supo que en 1969, con sólo 400.000 libras de capital propio, había sido capaz de facturar 14 millones de libras y había prestado 4.4 millones libras más a operadores locales (básicamente catalanes y españoles) para que construyeran hoteles.

En este marco, la España fascista logró el liderazgo indiscutido del turismo de masas en el Mediterráneo. Como sabemos, el apadrinamiento liberal del Franquismo vivió su punto álgido a finales de los 50, cuando ingresó en el Fondo Monetario Internacional (1958) y puso en marcha un "Plan de Estabilización" (1959) asesorado por el Banco Mundial que priorizaba el turismo y la atracción de inversiones extranjeras. En el proceso, se abarató drásticamente la peseta frente al dólar y se permitió el dominio mayoritario de empresas españolas por parte de extranjeros. La depreciación de un 42% de la moneda española venía precedida por un acuerdo de compensación cambiaria entre la firma estadounidense radicada en el paraíso fiscal panameño World Commerce Corporation (WCC), un consorcio de bancos británicos, y la dictadura. Significativamente, volvemos a encontrar el Kleinwort de March entre los segundos. La idea era poner orden al desbarajuste monetario que había engordado la enorme contrabando de divisas en el paraíso fiscal de Tánger gracias al cambio artificialmente bajo de la peseta.

Ambas "mejoras" allanaron el camino hacia el “boom” hotelero y residencial de la década de los 60. Vale la pena darse cuenta de cómo su localización no sólo fue litoral, sino que tuvo una especial preferencia por las islas y zonas alejadas del desarrollo industrial. Lo vemos en Baleares, Canarias y la "Costa del Sol" en el “boom” español, pero también en la apuesta principal por los espacios insulares en el Egeo, tanto por parte de las dictaduras griega (1967-1974) y turca (desde el primer plan de desarrollo del turismo de 1963 - 1967). El

Al quebrar numerosos touroperadores británicos a raíz de la primera crisis del petróleo en 1973, se hizo evidente para quien quisiera darse cuenta que estos poderosísimos agentes de la turistización del Mediterráneo Norte vivían de la opacidad fiscal y que existía una enorme desproporción entre su escaso capital y su imponente capacidad de negocio.

resultado era un doble dividendo: los experimentos turísticos se hacían en laboratorios pequeños y aislados de fácil control interno y, a la vez, garantizaban el dominio absoluto de los touroperadores externos sobre el negocio, ya que el turismo quedaba prisionero de sus facilidades de transporte aéreo. La intervención de los estados quedaba reducida, a parte de asegurar la "paz social" (léase, dar seguridad de inversión especulativa a touroperadores y promotores inmobiliarios), a proveer de infraestructuras de crecimiento que hacían las delicias de los inversores privados y los touroperadores: aeropuertos, centrales eléctricas, presas y distribución de agua potable preferente para el consumo vacacional o carreteras y autopistas para hacer accesibles las playas a los extranjeros. A veces, como en la construcción de la primera autopista en Baleares, la del aeropuerto en Palma, la financiación provino del Banco Mundial bajo el pretexto de la ayuda al desarrollo (Buades, 2004). En otros ámbitos, como la inversión inmobiliaria, el apadrinamiento exterior adquirió dimensiones colosales. Así, la revisión de la Ley de Ayuda al Desarrollo (Entwicklungshilfe Steuer-Gesetz) en 1968 en la RFA de la gran coalición dirigida por Willy Brandt (el estado europeo más vasallo de Washington durante la Guerra Fría por motivos obvios) permitió desgravar ante la hacienda alemana occidental el equivalente a un tercio de las inversiones en viviendas turísticas como España o Grecia. El impacto en favor del "boom" residencial en litorales como el catalán será enorme en un contexto donde la dictadura se ocupaba de que no hubiera "problemas fiscales" locales para los inversores.

Naturalmente, nada hubiera cuajado si no hubiera habido participación en el botín turístico en el litoral catalán y español de sectores importantes de las elites locales y oportunidades de enriquecimiento rápido para los "empresarios de oportunidad" que caracterizarán buena parte de la nueva clase de negocios en Baleares y el conjunto de los Países Catalanes (Amer y Fernández, 2006). Señalaremos dos ganadores evidentes, aparte del propio franquismo, que aguantará dos décadas más hasta la muerte natural del dictador. Primero, Juan March y su intermediación financiera en el crédito turístico privado, absolutamente crucial para entender cómo podía funcionar la alianza entre touroperadores salvajes, inversores sin ningún interés en la transparencia financiera y unos actores turísticos locales sin ninguna cultura empresarial o simplemente cultura *tout court*.⁶ Después, los nuevos empresarios que se inician en el negocio turístico y residencial a la sombra del franquismo representando localmente los intereses de poderosos touroperadores nórdicos, como los Riu con Dr. Tigges en 1960 (uno de los cuatro fundadores de TUI en 1968), los Barceló con Sir Henry Lunn Ltd., que constituía el tercer operador turístico británico ya en 1962 o los Fluxá con Neckermann en

La intervención de los estados quedaba reducida, a parte de asegurar la "paz social" (léase, dar seguridad de inversión especulativa a touroperadores y promotores inmobiliarios), a proveer de infraestructuras de crecimiento que hacían las delicias de los inversores privados y los touroperadores: aeropuertos, centrales eléctricas, presas y distribución de agua potable preferente para el consumo vacacional o carreteras y autopistas para hacer accesibles las playas a los extranjeros.

1972. Gabriel Escarrer (líder actual de Sol Meliá, la primera ETN española a escala global) creará "Hoteles Mallorquines, SA" en 1965 para aprovechar al máximo las posibilidades de crecimiento rápido en plazas hoteleras que provenían de los préstamos en dinero negro de los touroperadores nórdicos. Este paraíso de negocios con actores internacionales relevantes con una capacidad financiera extraordinaria y emprendedores locales ambiciosos con apadrinamiento político clave constituye, ciertamente, un magnífico laboratorio de la "globalización antes de la globalización".

III

Este "saber hacer" aprendido a salvo de buenos padrinos locales e internacionales es lo que permitirá a estas ETN baleares superar el "escollo" del advenimiento de la democracia a partir de 1975. Porque la progresiva vertebración de ésta deterioraba la rentabilidad fabulosa del negocio a la que estaban acostumbradas. A parte de sucesivas crisis petroleras que provocaron una evidente reducción de la demanda turística, las empresas hoteleras tuvieron que afrontar el despertar de las reivindicaciones laborales, de un punzante movimiento ambientalista atento a la defensa de un litoral cada vez más saqueado y la aparición de instituciones locales que pretendían hacer cumplir las leyes. El resultado fue la contracción de la inversión hotelera en beneficio de un "segundo boom" turístico, caracterizado por la hegemonía de la inversión residencial, que se acentuará con la entrada en la Comunidad Económica Europea en 1986 al equiparar el derecho de compra de terrenos entre ciudadanos españoles y comunitarios sin que hubiera una paralela armonización y transparencia fiscales (Rullan, 2007).

Esta etapa coincide con la profunda "revolución neoliberal" que encabezarán Ronald Reagan en EEUU y Margaret Thatcher en el Reino Unido. La esencia de sus políticas la representa la desregulación radical de las estructuras de supervisión pública de los flujos de capital a escala global así como el desmantelamiento de los servicios del Estado del bienestar. En este nuevo turbocapitalismo, las facilidades de tráfico financiero global se multiplican y se convierten en centrales, en un ciclo que tiene un primer descalabro sistémico con el *crash* de 2007. Producto de la ruptura del presidente Nixon en 1971 con la paridad dólar-oro propia del sistema de Bretton Woods, el exceso de dólares impresos sin correspondencia con las reservas de oro alimentó la búsqueda compulsiva de nichos de inversión rentables en el mundo. A esto hay que sumar la orgía de dólares en manos de las petromonarquías del Golfo Pérsico, fabulosamente enriquecidas por los dos choques petroleros de los 70, en busca de destino (Gowan, 1999).

En los años 70, a parte de sucesivas crisis petroleras que provocaron una evidente reducción de la demanda turística, las empresas hoteleras tuvieron que afrontar el despertar de las reivindicaciones laborales, de un punzante movimiento ambientalista atento a la defensa de un litoral cada vez más saqueado y la aparición de instituciones locales que pretendían hacer cumplir las leyes.

Reagan empezará su mandato convirtiendo la Bolsa de Nueva York en una especie de paraíso fiscal, con el fin de competir con la City de Londres para atraer el máximo de eurodólares y capitales extranjeros en busca de opacidad. Si esto se suma la irrupción decisiva de Internet a partir de finales de los 80, la palanca tecnológica que permitirá un manejo prácticamente instantáneo, sin fronteras ni supervisión fiscal de las transacciones financieras en todo el Planeta, el camino hacia el “boom” de la especulación financiera estaba allanado. Todo ello facilitó enormemente la permeabilidad de la economía legal a la entrada de dinero de origen criminal o, al menos, acumulado a partir del fraude fiscal (Palancia, Murphy, & Chavagneux, 2010).

Dentro de esta nueva estructura económica y geopolítica internacional, la hostelería adquiere una importancia estratégica (Buades, 2006). Su ventaja competitiva es que crece a base de vender servicios en todo el Planeta y no *in situ* a una capa más homogénea de los consumidores ricos. De hecho, poco más del 2% de la Humanidad, unos 135 millones de personas, se pudo permitir en 2008 un viaje internacional. Esta “vocación” internacionalizadora incrementa su atractivo económico cuando nos damos cuenta de su sinergia con otras industrias de servicios como el transporte aéreo, las telecomunicaciones y, sobre todo, la promoción inmobiliaria y las finanzas. Así, la revolución neoliberal que engorda a base de bulimia financiera y su apuesta por la *residencialización* descubrió en el turismo una herramienta perfecta. Mientras el hotel actúa de reclamo de prestigio, en realidad, el producto incluye un clúster de negocio donde aparecen de manera estandarizada complejos residenciales, campos de golf, puertos deportivos y megacentros comerciales. Gracias a la buena imagen del turismo en las sociedades opulentas como sinónimo de evasión del estrés cotidiano, la inversión aquí, hecha vía bolsas o artefactos financieros dominados por sociedades localizadas en paraísos fiscales, permite el lavado al por mayor de dinero negro. Y, por si fuera poco, los incentivos legales firmados por los estados del Sur miembros de la Organización Mundial del Comercio permiten reexportar prácticamente todos los beneficios a través de estos agujeros negros de las finanzas globales. Es así como se cruzan los pasos del turbocapitalismo y de las ETN hoteleras. Entre 1989 y 2005, hubo un crecimiento del 50% de las plazas hoteleras a escala global. Asimismo, el proceso de concentración había alcanzado un récord: una de cada cinco plazas era administrada ya por las diez primeras cadenas internacionales. Entre éstas, 8 eran estadounidenses, 1 británica y 1 francesa.

Dentro de esta nueva estructura económica y geopolítica internacional, la hostelería adquiere una importancia estratégica. Su ventaja competitiva es que crece a base de vender servicios en todo el Planeta y no in situ a una capa más homogénea de los consumidores ricos.

Llegados aquí, hay que preguntarse quién era experto en este "saber hacer" en la Europa mediterránea que pudiera sacar provecho de la nueva economía política internacional. Curiosamente, justo en Baleares, donde la intensidad de explotación turística era la más grande de la región, comienzan a emerger transnacionales turísticas de tamaño global. Por ello, desde mitad de los 80, las empresas hoteleras baleares más "flexibles" empezaron a salir hacia el Sur en busca de nuevos paraísos vacacionales que les permitieran recuperar los astronómicos márgenes de beneficio conocidos en la España franquista y que el nuevo marco democrático había rebajado considerablemente. Las primeras fueron Barceló en Bavaro y Sol Meliá en Bali (Morales Aimar & Ruiz Collado, 2008). Los padrinos políticos habían cambiado: Franco ya no estaba pero aparecían en el horizonte de negocio las garantías ofrecidas por figuras tan variadas como el dictador Suharto en Indonesia, la larga mano de la familia Rainieri y sus socios estadounidenses a una costa Este de la República Dominicana prácticamente virgen, un solícito presidente como Óscar Arias en Costa Rica o el líder comunista Castro en una Cuba socialista en quiebra técnica.

Para las Cuatro Hermanas (Sol Meliá, Barceló, Riu e Iberostar) y el resto de ETN catalanas que tienen importancia hoy en el mundo, el nuevo escenario neoliberal les abría un escenario de crecimiento sin precedentes, si eran suficientemente ambiciosas como para deslocalizar la mayor parte de los sus activos del litoral catalán y español, e ir a conquistar mundo aprovechando la experiencia aprendida con touroperadores y padrinos locales durante los 60 y principios de los 70. Si seguimos sus trayectorias, resulta aleccionador observar cómo la estructura del negocio y el crecimiento deriva del mismo tipo de factores que marcaron su origen y años de aprendizaje durante el primer "boom" turístico: la sombra de padrinos políticos poderosos capaces de garantizar la seguridad de los beneficios, la cooperación con touroperadores nórdicos que permitiera ganar escala en cuanto a transportes y clientela, un marco fiscal apoyado en la opacidad y la certidumbre de que los beneficios podrán transitar sin merma hacia paraísos fiscales.

En el caso de Barceló, este esquema de negocio ha hecho que la empresa se convirtiera en una transnacional con un peso relevante a los propios EEUU, el corazón financiero del Planeta, donde hace tiempo que tiene más oferta hotelera que en España. Esto ha sido posible gracias a su hábil sinergia con socios tan diversos y a la moda neoliberal como Hedges funds (MattlinPaterson Global Opportunities o Farallon Capital, con vínculos con Halliburton, una de las principales empresas privadas enriquecidas con la última guerra en Irak), fondos

Desde mitad de los 80, las empresas hoteleras baleares más "flexibles" empezaron a salir hacia el Sur en busca de nuevos paraísos vacacionales que les permitieran recuperar los astronómicos márgenes de beneficio conocidos en la España franquista y que el nuevo marco democrático había rebajado considerablemente.

soberanos nutridos por la renta petrolera del Pérsico (como el de Abu Dhabi), nuevos grandes bancos globales (como el Santander) e incluso casas reales (como la de Mohammed VI en Marruecos). La característica común de todo este abanico es que su red financiera transita por los paraísos fiscales que constituyen las autopistas del dinero que hace funcionar la actual globalización (Buades, 2009).

Es así como, aún hoy más que hace cuatro décadas, el negocio de la hotelería tiene poco que ver con el número de clientes sino con la habilidad para atraer y manejar sin preocupación por la supervisión pública el máximo de capitales, vengan de donde vengan. He aquí cómo los Países Catalanes, a través de este conjunto de transnacionales vacacionales, nos hemos convertido en punta de lanza del turbocapitalismo.

IV

A pesar de todo esto, un cuarto de siglo después de su exitosa globalización, el turismo internacional y las ETN catalanas empiezan a ser percibidas como una amenaza para la justicia social y la salud del Planeta. Estamos quizá ante un nuevo cambio de ciclo donde su "saber hacer" choca con la evidencia de que no sale a cuenta para la mayoría. Veamos algunos ejemplos relevantes.

En primer lugar, está la crisis financiera, que da alas al intento de una mayor regulación pública e internacional de los flujos de capital y los infinitos inventos de la ingeniería financiera, y que tiene en la eliminación de los paraísos fiscales su principal objetivo global. El crash del 2007 ha dejado patente que, o hay un cambio de tendencia hacia la transparencia con regulador público de los movimientos de capital, o bien la crisis supondrá salvar transnacionales privadas a base de suprimir servicios esenciales del Estado del bienestar en los estados del Norte. Cualquier avance en esa dirección supondrá un colapso en el negocio básico, el turismo monetario, de las ETN catalanas.

Otro vector de preocupación lo constituye el fin del mito de que el "turismo es el pasaporte al desarrollo" tanto en el Sur como en el Norte. En el caso balear, a pesar de que el número de turistas se ha duplicado de media entre 1990 y la década actual, es evidente la pérdida incluso de renta y la herencia que deja el modelo de máximo turismo y máxima *residencialización* (el tercer "boom") ha generado una socialización de pérdidas (como el deterioro de la Playa de Palma, una de las zonas originarias del milagro turístico) absolutamente injusta para la mayoría de la comunidad. Es más, la huella socioambiental se ha disparado hasta niveles inauditos para una sociedad sin producción

El negocio de la hotelería tiene poco que ver con el número de clientes sino con la habilidad para atraer y manejar sin preocupación por la supervisión pública el máximo de capitales, vengan de donde vengan.

industrial reseñable: harían falta al menos la superficie y los recursos de cinco archipiélagos para que el nivel de consumismo actual de Baleares fuera sostenible (Murray, Rullán, & Blázquez, 2005).

En el caso del Sur, las evidencias en el Caribe, la principal mina turística de las empresas catalanas, del desarrollo supuestamente inducido por la industrialización turística son inexistentes si relacionamos el progreso en el Índice de Desarrollo Humano de la ONU y el crecimiento del número de turistas internacionales a lo largo del tiempo (cuadro 3).

Cuadro 3: Evolución del turismo y del IDH en México, el Caribe y Centroamérica (1990-2008)*

Estado	Turistas extranjeros 1990 (millones)	Turistas extranjeros 2007 (millones)	Posición en el IDH 1990	Posición en el IDH 2008	Progreso en IDH (posición)
México	17.1	19.9	54	53	+ 1
R. Dominicana	1.3	3.9	93	90	+ 3
Cuba	0.3	2.1	53	51	+ 2
Costa Rica	0.4	1.9	37	54	- 17
Jamaica	0.9	1.7	59	100	- 41

Fuentes: Elaboración propia a partir de:
http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_Americas.pdf
<http://www.onecaribbean.org/statistics/2008stats/default.aspx>
<http://hdr.undp.org/en/reports/>.

* El cálculo para 1990 incluía solamente 130 estados, mientras que para 1990 alcanzaba 181, por lo cual las cifras han sido homogeneizadas.

Queda aún una nube letal para los intereses de las ETN turísticas que han hecho su agosto con el turismo transcontinental: el cambio climático. La propia Organización Mundial del Turismo reconoce haber infravalorado la responsabilidad del turismo en el incremento de los gases invernadero que deterioran el clima (Buades, 2009). Así, las emisiones derivadas del sector no alcanzan un 5% sino hasta un 14% del total de gases letales. Buena parte de la responsabilidad habría que atribuirle al transporte aéreo. Por supuesto, la factura climática de los vuelos a larga distancia, transcontinentales, es proporcionalmente mucho más elevada. La previsión es que, en base a los paquetes turísticos estándares como los que comercializan las ETN catalanas, el tráfico aéreo de pasajeros crezca un 188% entre el 2008 y el 2035, lo que supondría un grave obstáculo al cumplimiento de los objetivos

La propia Organización Mundial del Turismo reconoce haber infravalorado la responsabilidad del turismo en el incremento de los gases invernadero que deterioran el clima. Así, las emisiones derivadas del sector no alcanzan un 5% sino hasta un 14% del total de gases letales. Buena parte de la responsabilidad habría que atribuirle al transporte aéreo. Por supuesto, la factura climática de los vuelos a larga distancia, transcontinentales, es proporcionalmente mucho más elevada.

globales mínimos de reducción del clima. Ante esto, y a pesar del sonoro fiasco de la Cumbre sobre el Clima de Copenhague, es verosímil que pronto estas ofertas de “todo incluido” en el Caribe, en Brasil o China empiecen a ser penalizadas fiscalmente por motivos ambientales. El gobierno alemán, una coalición de conservadores y liberales, acaba de romper un tabú aprobando un impuesto aéreo por motivos climáticos que encarecerá a partir de enero de 2011 los billetes aéreos distinguiendo según la duración (corta, media o larga) de los desplazamientos.⁷ El nuevo ejecutivo británico, de signo idéntico, ha hecho también programa de gobierno y este otoño decidirá si introducir esta variable en la llamada Air Passenger Duty.⁸

De paraíso vacacional fascista a agente clave del turbocapitalismo global, el turismo ha cambiado la piel y el alma de los Países Catalanes y coloca hoy a nuestra sociedad ante el espejo de su extraordinaria responsabilidad planetaria. Cincuenta años después del inicio de la industrialización turística forzada del litoral catalán y un cuarto de siglo después de la migración explosiva de las principales empresas locales en el Sur, el balance, todo incluido, es inquietantemente magro aquí y allí. El “eldorado” de desarrollo social, riqueza material e inocuidad ambiental se ha revelado un espejismo. Nunca como ahora, los intereses crematísticos de unas pocas transnacionales, un buen haz de ellas muy “nuestras”, han estado tan alejados de las necesidades básicas de tantos. En el horizonte del 2050, retos de civilización como la protección climática, la justicia Norte-Sur, la transparencia y democracia del mundo de las finanzas harán más y más oscuro el papel de este modelo de turismo neoliberal. Buen momento para que la experiencia balear y catalana se ponga también desde el ámbito académico y de investigación al servicio de nuevas formas de cooperación con la mayoría empobrecida de la Humanidad que garanticen mejor la suficiencia y soberanía alimentaria, el desarrollo social, la democracia económica sin descuidar el sostenimiento de los bienes ambientales comunes.

Cincuenta años después del inicio de la industrialización turística forzada del litoral catalán y un cuarto de siglo después de la migración explosiva de las principales empresas locales en el Sur, el balance, todo incluido, es inquietantemente magro aquí y allí.

Referencias bibliográficas:

Amer i Fernández, J. (2006). *Turisme i política. L'empresariat hotelier de Mallorca*. Palma: Documenta Balear.

Battilani, P. (2005). El turismo en el Mediterráneo. Una perspectiva comparativa. *Mediterráneo e historia económica*, pp. 374-389. <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0718.pdf>

Buades, J. (2004). *On brilla el sol. Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Publica.

Buades, J. (2006). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna.

Buades, J. (2009). *Copenhague y la justicia climática global*. Managua: Albasud.
<http://www.albasud.org/detallespublicacion.php?id=23§ion=3>

Buades, J. (2009). *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*. Barcelona: Icaria.

Buades, J. (2009). *Mare Nostrum: la geopolítica de la Guerra Freda, la Mediterrània i les geografies del complex militar-turístic*. Palma: UIB.
<http://ibdigital.uib.cat/greenstone/collect/memoriesUIB/index/assoc/HASH0123.dir/doc.pdf>

Endy, C. (2004). *Cold War Holidays. American Tourism in France*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.

Fernández Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.

Goldstone, P. (2001). *Making the World Safe for Tourism*. New Haven: Yale University Press.

Gowan, P. (1999). *The Global Gamble: Washington's Faustian Bid for World Dominance*. Londres: Verso.

Hazbun, W. (2008). *Beaches, Ruins, Resorts. The Politics of Tourism in the Arab World*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Instituto de Estudios Turísticos. (2010). *Balance del turismo. Año 2009*. Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Meijers, D. (2005). *Tax Flight. An Investigation into the Origins and Developments of the Exemption from various kinds of Taxation of International Aviation*. Maastricht: International Center for Integrative Studies i Faculteit der Cultuurwetenschappen.
<http://www.student.unimaas.nl/d.meijers/uni/taxflight.pdf>

Morales Aimar, M. & Ruiz Collado, J. L. (2008), *Los visionarios del Caribe. 25 años del inicio de la expansión internacional hotelera española*. Palma: Editorial y Marketing Turístico.

Murray, I., Rullan, O., & Blázquez, M. (2005). Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares. *GeoCrítica/Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, IX (199). <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-199.htm>

Pack, S. (2009). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.

Palan, R., Murphy, R., & Chavagneux, C. (2010). *Tax Havens. How Globalization Really Works*. Nova York: Cornell University Press.

Rullan, O. (2007). *L'ordenació territorial a les Balears (segles XIX-XX)*. Palma: Documenta Balears.

Schipper, F. (2005). 'You too can be like us': Americanising European (road) transport after WWII. Eindhoven: Transnational Infrastructures of Europe. <http://cms.tm.tue.nl/tie/files/pdf/WD.10.Schippers.pdf>

UNWTO. (2009). Roadmap for Recovery. Tourism and Travel: a Primary Vehicle for Job Creation and Economic recovery. Madrid: UNWTO.

http://www.tourismroi.com/Content_Attachments/30842/File_633740944420906523.pdf

WTTC. (2010). *Progress and Priorities 2009/2010*. Londres: WTTC. http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/pandp_final2_low_res.pdf

Notas:

¹ Entendemos por Países Catalanes a los territorios en los cuales la lengua catalana es autóctona, o bien los territorios que forman parte de unidades geohistóricas de predominio lingüístico catalán, esto es: Cataluña, Islas Baleares, País Valenciano y la Franja de Poniente, una parte de Aragón limítrofe con Cataluña, en España; el Rosellón, en Francia; Andorra y la ciudad sarda de Alguer en Italia. A efectos del presente documento nos estamos refiriendo básicamente al área comprendida entre Islas Baleares, Cataluña y País Valenciano.

² <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

³ Para la Cataluña Norte, faltados de datos desagregados para el Departamento de Languedoc-Rosselló, consideramos en torno a 1,5 millones de turistas internacionales. http://www.insee.fr/fr/insee_regions/languedoc/themes/synthese/syn1003/tourisme.pdf

⁴ http://www.hosteltur.com/61852_cinco-espanolas-30-hoteleras-grandes-mundo.html y <http://www.hosteltur.com/fdb/Ranking%20Hosteltur%20Global.pdf>.

⁵ Para una argumentación en profundidad de este argumento consúltese Buades (2009).

⁶ <http://www.guardian.co.uk/business/2010/jul/29/spain-strongest-bank-banca-march>

⁷ <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,715126,00.html>

⁸ <http://www.telegraph.co.uk/travel/travelnews/7846901/Chancellor-delays-decision-over-Air-Passenger-Duty-reform.html>

ALBA SUD es una organización catalana especializada en investigación y comunicación para el desarrollo. Su sede social se encuentra en Barcelona, pero tiene presencia permanente en Nicaragua, El Salvador y México, y su ámbito geográfico de actuación prioritario es el área de Centroamérica y El Caribe. Fundamentalmente lleva a cabo investigaciones y producciones audiovisuales en base a una serie de programas temáticos: Turismo Responsable; Soberanía Alimentaria; Recursos Naturales y Cambio Climático; Comunicación para el Desarrollo y Educación para el Desarrollo; Construcción de Paz y los Derechos Humanos.