

El turismo como modelo de industrialización: Una guía de costes ecológicos y sociales en el Mediterráneo

Joan Buades
(Confederación de Los Verdes)

1. TURISMO: RETRATO BÁSICO DE UN GIGANTE ECONÓMICO

El turismo se ha convertido en la primera industria legal a escala planetaria. Su peso en la contabilidad global es superior a la de sectores «mamut» como la fabricación de automóviles, el acero o la electrónica. Si solo contabilizamos los gastos directos, el sector genera un 6% del Producto Mundial Bruto (en 1995, unos 416 billones de dólares EUA). Si incluimos los ingresos indirectos, el turismo genera el 10,2% del *Producto Mundial bruto* y se ha convertido en el sector punta de la economía legal mundial. La Organización Mundial del Turismo pronostica que los ingresos turísticos se quintuplicarán entre 1995 y el año 2010.

Las llegadas turísticas internacionales crecieron casi un 4% en 1995 y se situaron en 567 millones de turistas. Su progreso es mercurio: eran solo 25 millones en 1950, 393 millones en 1988 y la WTO prevé llegar a los 702 millones en el año 2000 y a mil millones de turistas hacia el 2010. Hay que anotar que

estas previsiones, que suponen casi triplicar el volumen de turistas entre 1990 y el 2010, han sido corregidas al alza por la propia WTO ante el ingente desarrollo del sector, totalmente imprevisto, en Lejano Oriente y el Pacífico. La importancia relativa varía notablemente según las regiones: Europa es el destino del 60% del turismo mundial; América recibe otro 20%; el 15% visita el Lejano Oriente y el Pacífico; el 3,3% África; el 1,9% Oriente Medio y el 0,7% el sur de Asia.

Si nos fijamos en la *ocupación*, el sector emplea a unos 130 millones de personas, es decir, a un 6% de la población activa mundial. En el caso de la hostelería, que genera el 60% de los ingresos, supone más de 11 millones de empleos directos. A nivel global se da una media de un empleo por habitación.

En conjunto, esto convierte al turismo en una potente industria de vanguardia destinada a tener una influencia decisiva en el nuevo orden económico y ecológico mundial. A pesar de ello, la palabra «turismo» guarda aún resabios de «conquista popular» para las culturas progresistas del Norte. Este problema de percepción limita notablemente la consideración del turismo como un sujeto de primer orden en la política mundial. Fruto de la espuma de orígenes ideológicos industrialistas (socialdemócratas, marxistas), al turismo se le concede una importancia menor y un coste «dulce» en comparación a sectores clásicos como la industria automovilística o el acero. Tanto es así que hoy por hoy no existe una política alternativa, basada en raíces ecológicas y solidarias, sobre turismo.

Como intentaremos esbozar aquí, es urgente la elaboración de un paradigma verde sobre turismo responsable en el marco de la reforma ecológica de la economía mundial porque el turismo es un imán que cataliza la explosión de los problemas ecológicos globales (transporte y energía sucia, escasez de agua, desagravación, pérdida de hábitats naturales estratégicos, etc.). Es más: solo esta perspectiva nos puede permitir en-

tender los enormes costes sociales, humanos, que motiva su implantación masiva en amplias zonas del Planeta condenadas al autoritarismo y al desarraigo (aculturización, consumismo de la población local, nuevas formas de explotación Norte-Sur, etc.).

2. EL MEDITERRÁNEO, 40 AÑOS DE INDUSTRIALIZACIÓN TURÍSTICA FORZADA

El Mediterráneo, que fue el espacio privilegiado de implantación del primer turismo de masas, sigue siendo hoy la región más turistizada del Planeta. La cuenca acoge hoy a más del 40% del turismo mundial. Tres de los cuatro primeros países receptores a nivel mundial (Francia, España e Italia, como primera, segunda y cuarta potencias) son estados ribereños del Mare Nostrum y acogen, por sí solos, 135 millones de turistas, eso es, el 24% del total planetario. Por el lado de los ingresos, Francia, Italia y España (justo detrás de los EUA) acaparan más del 21% de los beneficios. En la misma cuenca son notables la capacidad de recepción de Grecia, Turquía, Marruecos, Israel o Túnez.

Paralelamente, es crucial resaltar el papel vital que juega el turismo en las economías de la región. El sector aportaba a finales de los 80 una media del 6,5% del Producto regional Bruto. Esta contribución encubría importantes diferencias entre países: por ejemplo, en España los ingresos turísticos cubrían el 27% del total de las importaciones, en Italia el 80% de la compra exterior de alimentos o el 30% de los combustibles fósiles, mientras que para Marruecos el turismo era la segunda fuente de moneda extranjera.

Rastrear los orígenes y motivos de este espectacular «desarrollo» es la mejor base para entender después cómo el turismo se está convirtiendo ahora mismo en la «vía de industrialización» para países del Sur que han superado el mero estadio de supervivencia.

La especialización turística mediterránea hay que remontarla a una serie de circunstancias que cristalizaron hacia los años 50:

- a) La recuperación de las economías industriales del Norte de Europa (especialmente Alemania) producto del Plan Marshall, permitió la aparición de un excedente económico familiar masivo así como del «tiempo de ocio», que serán «orientados» hacia la compra de coches privados y el «disfrute» de viajes organizados hacia el anillo soleado del Continente. De hecho, más del 80% del turismo internacional proviene del Norte (la cuarta parte de Alemania). El turismo sigue siendo un coto privado del Norte.
- b) La «paz de hierro» imperante en países como España y Grecia, sometidos a regímenes autoritarios y dictatoriales anticomunistas, que aportaban «seguridad» a las inversiones masivas en construcciones turísticas en el primer boom de la región, así como «tranquilidad» en sus estancias a las ingentes masas de turistas nórdicos de las clases medias y bajas. Este es el origen de la creación de poderosos mayoristas nórdicos, que venderán «paquetes turísticos» integrados (avión+hotel+media pensión) a precios muy asequibles para las nuevas clases ociosas de la CE. Estos touroperadores, perfectamente complementarios del industrialismo europeo occidental, son hoy los verdaderos amos de las economías terciarizadas, condenadas al turismo, de la ribera norte del Mediterráneo: del litoral español, catalán, de la Costa Azul francesa, de las islas turísticas griegas o del litoral sur turco.
- c) Los progresos del transporte aéreo así como el aprovechamiento del importante excedente de pilotos que habían luchado en la Segunda Guerra Mundial, que pusieron al Norte de la cuenca a dos horas de vuelo de los principales aeropuertos turísticos emisores. (Londres, Düsseldorf, Amsterdam, Zurich, etc.).

Esta especialización turística, que con la desindustrialización clásica en amplias zonas del norte mediterráneo no ha hecho más que agravarse, presenta un desarrollo extremo en los Países Catalanes (Catalunya francesa, Catalunya española, País Valenciano y las Islas Baleares y Pitiusas): con unos 2,5 millones de plazas turísticas y más de 30 millones de visitantes, los PPCC. acogen a cerca del 8% del turismo mundial, en lo que constituye probablemente la más alta concentración de oferta y demanda turística del Planeta. Por no hablar de la

cota más elevada de intensidad turística: 3 turistas por habitante y año, que en los frágiles ecosistemas insulares alcanza proporciones de escándalo (Mallorca y Menorca, 10 turistas por habitante, Eivissa (Ibiza) 16, Formentera, 50!).

EVOLUCIÓN PIB ILLES BALEARS I PITTÜSES 1960-1990

	1960	1973	1987	1990
Agricultura y pesca	21,76%	7,24%	2,29%	1,85%
Industria y energía	29,11%	13,12%	10,63%	9%
Construcción	4,58%	8,84%	7,26%	8,5%
Servicios	44,55%	70,80%	79,59%	80,65%

En general, el turismo mediterráneo presenta tres rasgos básicos:

- 1) Está *muy concentrado en la costa*. En algunos estados como España o Turquía, el turismo litoral constituye el 90% de todo el turismo. Los más de 135 millones de turistas que visitan la cuenca mediterránea se traducen en casi 2.000 millones de estancias.
- 2) Hay una *marcada estacionalidad*. La temporada dura solo tres meses y las estancias no suelen superar los doce días, lo cual genera grandes desequilibrios sociales y ecológicos a lo largo del año (paro, sobreexplotación ambiental, puntas de consumo energético, colapso sanitario, etc.).
- 3) Tiene una *rentabilidad enorme*. En la Unión Europea supone más del 6% del PIB, en España el 10% del PIB estatal (más que la industria automovilística). Todo ello, sin olvidar que es un sector ideal para el blanqueo de dinero negro vía construcción y especulación inmobiliaria y de oferta complementaria (campos de golf, puertos deportivos, turismo rural, etc.).

En cuanto a la ribera sur, los años 80 fueron claves para su incorporación parcial e incipiente a la industrialización turística.

Así, en 1987 —antes de la aparición del terrorismo islamista radical y la Guerra del Golfo— presentava el siguiente cuadro:

LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN EL SUR .

1. Turquía	2.468.000 turistas	5.894.000 pernociaciones
2. Marruecos	2.248.000 turistas	6.784.000 pernociaciones
3. Túnez	1.879.000 turistas	16.061.000 pernociaciones
4. Egipto	1.795.000 turistas	2.640.000 pernociaciones
5. Israel	1.379.000 rursitas	8.823.000 pernociaciones

El shock provocado por la nueva inestabilidad en la región ha trastocado esta evolución. Así, países como Egipto o Marruecos han visto disminuir de manera significativa su peso en el sector mientras Turquía, Túnez e Israel veían aumentar ligeramente su peso. Los últimos dos años, incluso empezaba a renacer el sector en el Líbano. De hecho, la WTO otorgaba el mayor crecimiento regional del turismo a Oriente Medio para 1995. Sin duda, el incremento de la tensión en diversos países van a hacer de Túnez el único estado del Sur con un sector turístico comparable a la ribera norte.

3. COSTES ECOLÓGICOS

La industrialización turística conlleva unos altísimos costes ecológicos que, demasiado a menudo, suelen ser ignorados o menospreciados. Como es obvio, estos costes no son internalizados en la economía turística y constituyen una prueba clara de la urgencia de tener y materializar una política verde alternativa en este sector crucial.

3.1 Directos

- a) Destrucción de hábitats naturales de interés singular, especialmente frágiles ecosistemas como los deltas, las zonas dunares o los bosques autóctonos. Con ellos, la pérdida de biodiversidad en el Mediterráneo se acrecienta. En la medida que la Cuenca es una zona privilegiada de tránsito de la migración anual de aves hacia climas más cálidos tiene un efecto multiplicador. Hay que destacar también las cada

vez más frecuentes actuaciones costeras consistentes en la «regeneración» de playas. En realidad, fabricación de playas artificiales que afectan gravemente la biodiversidad marina costera.

- b) Pérdida de suelos productivos y devastación paisajística masiva. Muy conectado al anterior, la turistización actúa como una industria minera: empieza estableciéndose en un lugar singularmente bello, lo explota a fondo sin miramiento hasta que deviene económicamente improductivo y tiene que buscar nuevos «yacimientos» para sobrevivir. Mientras tanto, las zonas saturadas nunca más serán paisajísticamente y ecológicamente recuperables.
- c) Conlleva la ruptura de cualquier política sostenible de agua en una Cuenca de clima templado y semiárida: la inevitable sobreexplotación de acuíferos causa la salinización. Entonces llega la hora de la multiplicación de potabilizadoras y de programas de depuración de aguas residuales —en el mejor de los casos— ambientalmente inadecuados (con nitratos y fosfatos que irán al mar).
- d) Dispara el consumo energético, en sus múltiples vertientes:
 - Transporte: despliegue masivo de vuelos charter y regulares que funcionan con combustibles fósiles (como el queroseno) y dictadura del automóvil privado y de los autocares turísticos en todas las áreas. En las Baleares, por ejemplo, aterrizan más de 100.000 aviones al año y su tasa de intensidad automovilística es la más alta de España y comparable a la de California: unos 800 coches por 1000 habitantes.
 - Electricidad: alienta la electrificación salvaje de las zonas agrarias con energías fósiles al aumentar sin razón la disponibilidad eléctrica sucia (carbón, petróleo, gas natural) fuera de temporada alta a fin de «rentabilizar» los «valles» de producción obligados por un fortísimo consumo entre julio y septiembre, genera infraestructuras propias con un consumo energético enorme como los aeropuertos,...
 - Potabilización: la fabricación de agua potabilizada supone un consumo eléctrico brutal. En España los costes estimados son 5kw/m³. En Eivissa, la potabilización equivale al 25% del consumo eléctrico total.
- e) Se dispara la producción de residuos y con ello crece la presión para construir incineradoras. El Plan Azul para el Mediterráneo (PAM) de las Naciones Unidas estimaba que la

producción anual de residuos sólidos de origen turístico —más de 3 millones toneladas métricas ahora mismo— se triplicaría o cuadruplicaría entre 1990 y el 2025. Muchas de estas toneladas irán a parar al mar, convertida en el sumidero por excelencia del sector.

3.2 Indirectos

- a) Convierte al medio natural, especialmente a los pocos paisajes singulares protegidos, en oasis verdes en medio de zonas devastadas. Paradójicamente, la teórica protección de los últimos espacios naturales existentes en la ribera norte suele indicar el principio del cambio de estrategia propagandística, ahora «conservacionista», de un sector amenazado de ruina por falta de conciencia ambiental. Así las Islas Baleares tienen desde 1991 cerca de un tercio de su territorio ambientalmente protegido: en realidad, la protección es meramente cosmética y solo sirve para lavar la cara a una industria turística insostenible, mientras se urbanizan o degradan lentamente estas zonas.
- b) Aumento notable de la contribución local al cambio climático. En todos los países afectados, el establecimiento de un turismo masivo conlleva el paso de economías agrarias y de subsistencia a crecimientos enormes en materia de transporte y electricidad sucios.
- c) El volumen y la estacionalidad turísticas conllevan un diseño de infraestructuras energéticas, de transporte, de agua y residuos que incitan a la implantación en la población local de modelos consumistas insostenibles en una espiral aparentemente sin fin: proliferación de coches, aire acondicionado, piscinas, envases no reciclables, etc.
- d) La especialización turística, ante la escasez de recursos, es altamente competitiva con la agricultura a corto plazo. El turismo de masas actúa como un agente voraz de desagrarización y condena a las zonas afectadas a una extrema dependencia alimentaria del exterior. Por ejemplo, las Islas Baleares importan más del 90% de los alimentos hoy en día cuando en 1960 se vivía en condiciones de práctica autarquía.

e) La degradación del negocio turístico por sobreexplotación de recursos (suelo, paisaje, agua) conduce en la ribera norte a una salida hacia adelante que compromete cualquier futuro sostenible. Así, se opta por un «nuevo» modelo turístico mixto: sin abandonar el mantenimiento y aún crecimiento de masas, se pretende completar el negocio con una oferta de «calidad» basada en la explotación publicitaria de la naturaleza virgen que queda. Esta vía «conservacionista» diversifica y densifica el monocultivo turístico extensivo a base de segundas y terceras residencias, campos de golf, puertos deportivos, turismo rural, la multipropiedad, etc. En realidad, esta evolución no hace más que aplazar la solución mientras agrava la crisis ecológica mediterránea al acelerar el consumo de recursos básicos.

4. COSTES SOCIALES

El turismo suele ser percibido como un modelo económico socialmente positivo, por cuanto permite incrementar notablemente los ingresos en zonas no industriales, incentiva la dotación de infraestructuras y equipamientos, frena la emigración de la población local y permite el intercambio de estilos de vida y de culturas.

Estos tópicos, producto siempre de laboratorios nórdicos, encubren altísimos costos sociales difícilmente compensables con los éxitos macroeconómicos. El turismo de masas (ampliado ahora con el residencial en el área de Maastricht) induce a la desintegración comunitaria de las sociedades que lo soportan. En concreto:

- a) El turismo masivo y residencial incentiva un crecimiento demográfico insostenible en términos ambientales en las sociedades mediterráneas. En casos extremos, como las Islas Baleares, el crecimiento real de la población se sitúa en el 80% entre 1960 y 1995. Este crecimiento permanente junto con el estacional (temporada turística) dispara los consumos esenciales en agua, energía o suelo, que normalmente son sostenidos con fondos procedentes en su gran mayoría de las economías locales.
- b) Este crecimiento demográfico es muy desigual e impide la integración positiva de los y las nuevos residentes y turistas en la cultura local: se forman aldeas y pueblos turísticos con un circuito de servicios e instalaciones de uso exclusivo para personas extranjeras, las cuales se relacionan lo mínimo posible con la población local. Este comportamiento conduce siempre a la idea que lo extranjero es cosmopolita y moderno mientras lo local es arcaico e inútil.
- c) El mercado y relaciones de trabajo generados por la industrialización turística son un banco de pruebas para la precarización laboral, la extinción de los sindicatos y la desescolarización de la juventud. Los recortes del estado del bienestar que tanta polémica suscitan hoy en Europa son realidad añeja en las zonas turistizadas del norte mediterráneo: trabajo solo temporal, salarios bajísimos a completar con propinas y productividad, vacaciones meramente imaginarias, etc. Es más, por la calidad de ocupación (oficios descualificados y serviles) la tasa de ocupación juvenil y femenina suele ser más alta que en otras zonas que viven con otro modelo económico.
- d) Es un competidor mortal para los demás sectores económicos (excepto la construcción) y modos de vida. Hay un correlato evidente entre turistización y desagravación: lejos de cooperar con la agricultura y la ganadería locales a fin de garantizar un mercado alimenticio de calidad de base local, la industria turística roba suelo, agua y brazos al resto de sectores económicos hasta devenir un monocultivo económico. Las áreas agrarias ven, así, desaparecer su razón de ser sustituida por un modelo de vida urbano diseminado y altamente consumista del tipo Los Ángeles. Como monocultivo, a medio plazo, su solidez va menguando ante los avatares derivados de la dependencia de touroperadores y coyuntura económica nórdicas.
- e) Ignora la cultura, las lenguas y la idiosincrasia locales en favor de un cosmopolitismo virtual en torno al inglés, al alemán o a la principal lengua estatal.
- f) Pasada la euforia económica inicial, distrae ingentes inversiones necesarias en bienestar social (equipamientos sanitarios, culturales, juveniles, etc) en favor de macroinfraestructuras que permitan una mayor expansión del turismo de masas: ampliación de aeropuertos y puertos, gran-

des autopistas, nuevas y mayores centrales eléctricas, potabilizadoras de agua, etc.

Las sociedades turísticas en la ribera norte, pues, son un espacio de fragmentación social y retroceso comunitario. Solo participan y aún desigualmente del modo de consumo del Norte pero en el camino van perdiendo su cultura, lenguas y manera de ser acquinadas por la presión del Norte en favor de la modernización y el cosmopolitismo.

En la ribera sur, la industria turística actúa como un caballo de Troya occidentalizador. Sus efectos son más visibles y profundos aún que en el norte de la cuenca. De hecho, la turistización se ha convertido en unos de los primeros indicios de occidentalización —por un lado, deseada, por otro, odiada— en los países del Machrek y del Magreb.

5. FUTURO MEDITERRÁNEO SEGÚN LA UNIÓN EUROPEA

A partir de la entrada en vigor del Tratado de Maastricht (1993), la política comunitaria sobre turismo se convierte en un peligro capital en los estados mediterráneos de la UE.

Los elementos que caracterizan la política de la UE en la cuenca son claros:

a) No existe como tal una política mediterránea relevante ni tampoco una política turística propia. En la mejor tradición industrialista, estas son sustituidas por una multitud de programas «sectoriales» variadísimos (vehiculados normalmente a partir de los Fondos de Cohesión y los Fondos de Desarrollo Regional con nombres importantes como por ejemplo el Plan 5B de ayudas a zonas agrarias en declive). Las inversiones y programas sirven claramente propósitos como la máxima integración en las infraestructuras de transporte continentales, la transformación del campesinado del sur en jardinero de paisaje y la expansión del mayor número posible de ofertas turísticas complementarias y nunca sustitutorias del turismo de masas en los países mediterráneos.

b) Los principales beneficiarios de las actuaciones de la UE son evidentes. En el lado institucional, los gobiernos estatales sureños que son miembros del Consejo de Ministros de Bruselas sin someterse a ninguna tutela democrática (España, Grecia, Italia y Francia). Son ellos y los gobiernos regionales clientelares que gestionan las inversiones de fondos importantes en una perspectiva paleoecológica y de expansión sin miramiento del totalitarismo turístico. En el ámbito privado, los touroperadores y grandes hoteleros (cada vez más intercambiables, por cierto) así como dos segmentos sociales nórdicos muy importantes económicamente: las personas jubiladas de nivel medio alto y alto que quieren retirarse a vivir en el Sur y los profesionales independientes que pueden permitirse el lujo de vivir a medio camino de Bruselas y Eivissa, de Frankfurt y la Toscana.

Estrá aún por realizarse un balance crítico de los beneficios sociales y económicos reales que ha generado la enorme inversión europea en las sociedades locales de las zonas turizadas del norte mediterráneo. La experiencia, en todo caso, enseña que son más bien inexistentes.

En aquellas sociedades del Sur que conocen el turismo, a menudo podemos encontrar convenios y programas de ayuda y promoción del desarrollo turístico que tienden a perpetuar el dominio nórdico de los «destinos» (Turquía, para Alemania; Túnez, para Italia y Francia; Marruecos para Francia y España,...).

6. LOS LÍMITES DE UN TURISMO VERDE

El turismo «verde» es una brillante invención propagandística del propio sector industrialista para renovar las expectativas de beneficio de su negocio. Su razón de ser es doble:

a) El agotamiento de la competitividad del producto tradicional (Sol, Sexo y Playa) en los destinos tradicionales y masivos, inmersos todos ellos en estados graves de insostenibilidad ecológica (suelo, agua, energía, residuos, paisaje).

b) El éxito masivo de la cultura verde en algunos de los princi-

pales mercados emisores, especialmente en Alemania. Hay una demanda de «naturaleza» y la industria corre a «satisfacerla».

El resultado es un contrasentido penoso. Bruselas y los parlamentos estatales de los principales países emisores se inhiben a la hora de fijar límites y garantías ambientales a la turistización, la propaganda turística se hace un *lifing* verde promocionando los últimos parajes naturales protegidos sobre el papel pero no en la realidad y todo ello alimenta una demanda y mercado crecientes en materia de residencias secundarias en el medio rural y mediterráneo, campos de golf, puertos deportivos, multipropiedad, turismo rural basado en el abandono de la agricultura real, uso masivo de vehículos 4x4 en zonas protegidas, etc. En esta maraña de intereses, ¿qué importancia tiene la aparición de una minúscula oferta de turismo «verde», responsable, deseoso de conocer la cultura y la riqueza ambiental del Mediterráneo?

Desde un punto de vista ecologista, el horizonte de trabajo debería ser denunciar la imposibilidad absoluta de reconvertir el turismo masivo y residencial en turismo verde por una simple cuestión de escala: en un medio natural tan pobre no podrá ser nunca sostenible la venida estacional de 200 millones de consumidores de recursos esenciales por muy verdes que se sientan y por poco que digan consumir. Consecuentemente, la prioridad de los verdes debería ser proponer una reforma ecológica de la industria turística urgente junto con planes de diversificación económica y desarrollo regional y local.

7. UN SECTOR EXPORTADOR E IMPERIALISTA (SOBRE LOS NUEVOS PARAÍOS)

Un último factor decisivo en la toma de conciencia realmente verde de las implicaciones mayores de un mal desarrollo turístico es dar cuenta de la proyección mundial del sector.

Si el turismo de masas es básicamente una creación de la sociedad del bienestar de los años 50 y 60, en poco más de 40 años ha quedado demostrado su vertiginoso crecimiento en cada vez más rincones del globo. Los años 80 vieron aparecer el boom del turismo al Sur, hacia nuevos paraísos seguros en Indonesia, Centroamérica y el Caribe, Brasil, Senegambia, Madagascar, las islas del Índico y, es obvio, buena parte del sur mediterráneo.

Estos nuevos destinos e industrias son producto del agotamiento de las fórmulas y destinos conocidos en zonas centrales como el norte mediterráneo. Su despegue coincide con inversiones y proyectos transnacionales dirigidos desde fuera y sin apenas control internacional y local. Los nombres de sus promotores coinciden siempre con los gigantes de la industria en el Mediterráneo (Sol, Barceló, TUI, Neckermann, Thompson, Club Méditerranée, etc.).

El modelo turístico actual en el Sur del planeta es una forma más de expansión imperialista y ecocida por otras vías. Compete también a la cultura verde nórdica generar un modelo alternativo convincente orientado a la sostenibilidad ecológica, la preservación de la identidad y cohesión comunitaria local así como el control democrático por las comunidades condenadas a la turistización de su destino.

