

Buades, Joan y Ernest Cañada Mullor, "Reflexiones en torno al turismo de masas", *El Ecologista*, Núm. 70, Madrid, España, Ecologistas en Acción, septiembre de 2011, Págs. 32-33.

Consultado en:

<http://www.ecologistasenaccion.org/article8553.html>

Fecha de consulta: 05/03/2015.

Una falsa liberación individual, con graves consecuencias globales.

Aunque mucha gente percibe el viaje turístico como expresión de la libertad individual, en realidad no pasa de ser un producto industrial de diversión de masas. Gracias al ilusionismo publicitario, el sector consigue invisibilizar la devastación ambiental de la mayoría de territorios afectados y disimular que las migraciones turísticas solo pueden ser disfrutadas por una minoría de la Humanidad.

Hay que fijarse en el turismo si queremos cuidar nuestro mundo. En medio de las immediateces de la vida cotidiana, es fácil dejarse confundir por los reclamos interesados en hacernos cómplices de un movimiento natural y lineal de progreso orientado al goce individual sin otros límites que la voluntad de libertad y de superación constante de nuevas metas.

La promesa de liberación individual del turismo es, precisamente, el exponente quizás más refinado y perfecto del poder de seducción de la maquinaria de publicidad en que se basa el industrialismo capitalista. Pocos mensajes merecen una aprobación social tan masiva independientemente de las formas de vida, la posición social o las creencias individuales como el de la bondad de visitar nuevos destinos o, como mínimo, el inalienable nuevo derecho humano a desconectar de la fatiga y el estrés del día a día lo más lejos posible de allí donde vivimos y nos ganamos el pan. Pareciera como si el turismo constituyera un auténtico oasis de paz, libertad y crecimiento personal al margen de la vorágine de un mundo afectado por incertidumbres y urgencias cada vez más extremas, desde el agigantamiento del foso económico entre el Norte y el Sur hasta el cambio climático.

Si ese carácter idílico es el que confiere al mundo turístico su atractivo, vale la pena reflexionar sobre las sugerentes palabras de Gillian Tett, una incisiva periodista del Financial Times y antigua estudiante de antropología en Cambridge: “Para entender cómo funciona una comunidad, no hay que fijarse solamente en las zonas que podríamos llamar de ruido social, sobre las cuales todo el mundo desea hablar... Hay que fijarse también en los silencios sociales” [2]. Porque ese no lugar del turismo en el imaginario colectivo resulta suculentamente provechoso para quienes se han convertido en sus exorbitantes y discretos beneficiarios: las corporaciones transnacionales expertas en la creación y gestión financiera de paraísos vacacionales.

Resulta sorprendentemente difícil encontrar rastros del quehacer de la industria turística en la prensa económica e incluso en las facultades de economía. Es más: si uno tiene la suerte o la desgracia de emprender estudios de turismo en las escuelas superiores especializadas, puede terminar licenciándose brillantemente sin haber relacionado nunca las maravillas de los paraísos turísticos con cuestiones tan enjundiosas como la globalización, la esclavitud neocolonial de las sociedades empobrecidas y mayoritarias en el Planeta, el apocalipsis climático o el tam-tam de las nuevas migraciones globales.

Un rápido ascenso hasta ser la primera industria mundial

En un lenguaje claro y lleno de sugerencias argumentales, el libro empieza por rescatar hitos del pasado industrial que ayudan a entender las raíces profundas de “la primera industria del mundo en los albores del Siglo XXI”. Entre estos, llama poderosamente la atención la función ideológica de reeducación moral de la clase obrera británica ejercida por el pastor protestante Thomas Cook y que se halla en el origen del primer operador turístico europeo. O la estrecha relación entre geografía del turismo y las innovaciones en el transporte y la tecnología. Sin olvidar la huella neocolonial en el nacimiento, antes de la Segunda Guerra Mundial, de destinos como Cuba o Bali. Esto nos llevará a apreciar la coincidencia entre los Treinta Gloriosos (las tres décadas de fuerte crecimiento sostenido de las economías de la Europa capitalista y Norteamérica entre finales de los 40 y principios de los 70 del siglo pasado protegidas por el orden económico imperial de Bretton Woods) y

la emergencia del Mediterráneo y el Caribe como las dos piscinas privilegiadas del turismo internacional, hegemónicas hasta hoy.

Un segundo flash nos lleva a reconocer la explosión turística de los años 90. Si en la década anterior, el turismo representaba ya la tercera industria del Planeta, es ahora cuando adquiere el liderazgo en la economía global. Ahí está la conexión entre el aumento hasta más de 900 millones de viajeros internacionales anuales a escala global y la burbuja inmobiliaria y la especulación financiera alentada por el desmantelamiento de toda supervisión democrática y pública de los mercados impulsada por la revolución neoliberal iniciada por Reagan y Thatcher. De hecho, el producto de moda de la industria –el resort turístico en régimen de todo incluido dotado de oferta complementaria en segundas residencias, marinas, centros comerciales y un largo etcétera– actuará como reclamo de divisas fáciles para el sacrificio de importantes regiones del Sur Global a las exigencias de carta blanca en su territorio para las transnacionales del sector.

Imagen cosmética e irreal

Y luego está el vínculo parasitario entre turismo y márketing, “la industria de la promoción de la industria”. Como escribió magistralmente Jean Baudrillard, es increíble que el atracón de publicidad orwelliana sobre paraísos al alcance de la mano haya permitido que mucha gente perciba el viaje turístico como expresión de la libertad individual cuando no pasa de ser un producto industrial de diversión de masas. Gracias al ilusionismo publicitario, el sector consigue invisibilizar la devastación ambiental de la mayoría de territorios afectados y disimular que las migraciones turísticas solo pueden ser disfrutadas por una minoría de la Humanidad. Porque esto entra en llamativa contradicción con el progresivo y paralelo cierre de fronteras nórdicas para impedir la llegada de oleadas migrantes por necesidad que huyen de guerras, devastación climática y hambrunas provocadas en el Sur por la bulimia energética, material y alimentaria del sistema de vida consumista que ha hecho del turismo de masas la mejor tarjeta de visita del industrialismo capitalista en los últimos 60 años.

Esta imagen cosmética y estilizada del turismo real se halla sometida a creciente contestación. Como se argumenta rigurosamente en el libro, empieza a aumentar la contestación de muchas comunidades, especialmente en el Sur Global, ante la falta de evidencia de que los beneficios económicos del turismo sirvan para su desarrollo humano. Es más: bienes comunes clave como la tierra o el agua en Estados como Marruecos se están encareciendo para la población local mientras, en cifras del Fondo Monetario Internacional, apenas el 15% de las ganancias por turismo en el Caribe se quedan en la región. En lugar de efecto derrame (trickle down) en favor de mayor bienestar en el Sur, el turismo se revela como “el negocio de la felicidad personal” donde los países empobrecidos del Planeta son usados como patio trasero, gracias a un nivel de derechos laborales y sociales muy precario y sin tener ningún miramiento con las culturas y las poblaciones anfitrionas. Una crucial contradicción entre la promesa histórica del turismo como pasaporte al desarrollo y una sucia realidad donde los auténticos ganadores de la industria de los paraísos son unas corporaciones transnacionales donde la responsabilidad de las empresas españolas es de primerísimo nivel.

Inviabilidad sin petróleo barato

En definitiva, resulta imposible una masificación sostenible de la industria turística en los marcos del actual modelo dominante. De este modo, se apuntan dos tendencias clave sobre el oscuro futuro de la industria sin chimeneas. De entrada, el fin del petróleo barato y el avance del apocalipsis climático harán cada vez más insostenible económicamente y ambientalmente el turismo de masas, en avión, a lugares cada vez más lejanos. En esta perspectiva hacia una edad más allá de la era del petróleo (postfosilista en expresión felizmente acuñada por Ramón Fernández Durán), habrá que plantearse un desaprendizaje del consumo viajero.

En el mejor de los casos, el Planeta no puede reconvertir casi mil millones de turistas internacionales en turistas responsables por mucho que sean admirables muchas de las iniciativas comunitarias de turismo en el Sur. Por lo tanto, no queda más remedio que empezar a pensar en términos de decrecimiento global de la industria turística y

especialmente del transporte en avión, que constituye, de largo, el principal agente de deterioro climático de un sector que es responsable, como mínimo, del 10% del efecto invernadero global y que hasta ahora ha sido exonerado de cualquier objetivo de protección del clima común en el Protocolo de Kioto.

Es en este contexto que cobran más actualidad, si caben, las reflexiones alternativas propuestas en el libro sobre otras formas y modelos turísticos que permitan el desarrollo de este sector sobre otras bases. Se aportan así algunos criterios y apuntes sobre experiencias diversas que nos sitúan ante el reto de empezar a construir otros mundos posibles, y por tanto también de otras formas de entender y organizar la actividad turística. Unas transformaciones urgentes que deberían incorporar a la agenda de las propuestas de emancipación y solidaridad Norte-Sur a un turismo internacional dominado por corporaciones transnacionales a quienes no importamos ni ustedes ni nosotros, ni las comunidades ni el Planeta.

Notas

[1] Este texto es un extracto del prólogo escrito por los autores para el libro Viajar perdiendo el Sur, de Rodrigo Fernández Miranda, (Libros en Acción 2011).

[2] Shaxson, Nicholas (2011), Treasure Islands. Tax Havens and the Men Who Stole the World. Londres, The Bodley Head, p. 244.