

IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO RESIDENCIAL EN ESPAÑA

Análisis comparativo del fenómeno en las diferentes
comunidades autónomas a partir del caso mallorquín

Volumen I

Joan Miralles Plantalamor

Departamento de Sociología I y Teoría de la Educación

Univeritat d'Alacant 2004

La presente tesis doctoral ha sido financiada por las siguientes becas:

“Beca Salari per a la realització de tesis doctorals” otorgada por la Fundació Jaume Bofill y la beca para la realización de tesis en curso de realización *“Turismo de España 2000”* otorgada por la Secretaría General de Turismo del Ministerio de Turismo Industria y Comercio.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	14
INTRODUCCIÓN	16
MARCO TEÓRICO	23
HIPÓTESIS	34
METODOLOGÍA Y FUENTES	40
CONCEPTOS ESPECÍFICOS	53
CAPÍTULO 1	59
Historia general del turismo y las segundas residencias	
1 El turismo preindustrial	60
1.1 Los orígenes del turismo en las polis griegas	61
1.2 Roma: entre el turismo de masas y las segundas residencias	62
1.3 El turismo en la Edad Media	63
1.4 El <i>Grand Tour</i>	64
2 Los inicios del turismo moderno en el S. XIX	65
2.1 El desarrollo acelerado del turismo	65
2.2 Los inicios del turismo de masas: 1950	66
2.3 El nuevo turismo a la carta: La especialización turística	67
3 Historia del turismo en España	68
3.1 Orígenes y antecedentes	68
3.2 El siglo XIX	69

3.3 El turismo hasta la Guerra Civil (1902-1939)	70
3.4 El turismo durante el franquismo (1939-1975)	73
3.5 El primer <i>boom</i> del turismo (1960-1973)	76
3.6 Años de cambios (1974-1979)	80
3.7 El segundo <i>boom</i> del turismo. Los años 80	82
3.8 Las nuevas modalidades turísticas. Los años 90	83
3.9 El turismo residencial	85
4 Historia del turismo en Mallorca	87
4.1 El descubrimiento de Mallorca y las primeras residencias secundarias	87
4.2 Inicio y creación de un destino turístico: de 1900 a 1936	89
4.3 Aborto y segundo inicio. De 1936 a 1960	90
4.4 El primer desarrollo o boom del turismo. De 1960 a 1973	91
4.5 El primer estancamiento. La primera crisis del turismo (1973-1978)	94
4.6 El segundo desarrollo. La recuperación (1978-1988)	95
4.7 La segunda crisis del turismo. La ruptura del modelo desarrollista y los inicios de la planificación (1989-1993)	97
4.8 La reconversión de los años 90. El tercer boom turístico	99
CAPÍTULO 2	104
Los impactos del turismo y su evaluación: aproximación al caso mallorquín	
1 Los primeros estudios de impactos del turismo y la perspectiva sociológica	103
2 Las tipologías de impacto y su relación	104
2.1 La interdependencia de los impactos	104
2.2 Impactos positivos e impactos negativos	105
2.3 Impactos sociales e impactos culturales	107
2.4 Los impactos económicos: El turismo como motor de desarrollo económico	111
2.5 El impacto ambiental del turismo	115

3 La capacidad de carga y la sostenibilidad	119
4 Un escenario concreto: La Isla de Mallorca	120
5 El método de medición Butller: Aproximación al caso de Mallorca	121
5.1 El volumen de turistas	122
5.2 Duración de la estancia	123
5.3 Características étnicas y raciales	124
5.4 Características económicas	125
5.5 Actividades de los turistas	125
5.6 Desarrollo económico del destino turístico	126
5.7 Características espaciales	127
5.8 La implicación de los receptores	128
5.9 Fortaleza de la cultura local	128
5.10 Otros factores	129
5.11 Tipología de turistas aplicada a Mallorca	131
6 La Irridex de Doxey: una medida internacional aplicada al caso de Mallorca	138
6.1 Aproximación del sistema Doxey al caso Mallorquín	138
6.2 La euforia de los 60	139
6.3 Estalla el <i>boom</i>	140
6.4 La saturación, una polémica de 1972 y de hoy	141
6.5 La hora de la crisis	141
6.6 La historia se repite	142
 CAPÍTULO 3	 145
El paso de sociedad preturística a turística: el caso mallorquín como paradigma de los cambios en el estado español	
1 La aparición de una nueva clase social emergente: los hoteleros	146
1.1 Los nuevos ricos	146

1.2 El nuevo empresario turístico	148
1.3 El empresario tradicional	149
1.4 El empresario de oportunidad (1959-1973)	149
1.5 El empresario financiero (1973-1985)	150
1.6 El empresario internacional: La expansión internacional de las cadenas hoteleras y la segunda generación de empresarios (desde 1985)	150
2 Las reacciones políticas y sociales al turismo	151
2.1 El turismo como instrumento político	151
2.2 Turismo y franquismo	152
2.3 El miedo a desaparecer: el nacionalismo identitario	153
2.4 El ecologismo como reacción al consumo del territorio	156
2.5 La organización de los sindicatos y movimientos de izquierda	158
3 Impactos en la estructura de la población	160
3.1 Las migraciones como consecuencia del desarrollo turístico. De la emigración a la inmigración	160
3.2 Las migraciones internas	161
3.3 Los inmigrantes peninsulares en los inicios del turismo (1965-1975)	166
3.4 El estancamiento y recuperación (1975-1990)	168
3.5 Las migraciones contemporáneas (1990-2000)	169
3.6 Transformaciones De Las Formas Y Los Tipos De Ocupación	172
4 Los cambios en los hábitos y costumbres	174
4.1. Las mutaciones del folclore popular y la masificación de las fiestas	174
4.2. Los cambios en la gastronomía tradicional	175
4.3 El impacto en las creencias: iglesia y turismo	180
4.4 El impacto en la moral tradicional	182
5 Los cambios de género	184

6 Los cambios en la concepción de la estética y la degradación del patrimonio	189
7 Relaciones entre anfitriones e invitados	193
7.1 Efectos de la relación turista-residente en el desarrollo turístico	193
7.2 Las relaciones residente-turista en Mallorca	194
7.3 La marginación, la droga y la delincuencia	195
8 Evolución del proceso de sustitución lingüística con respecto al desarrollo turístico	197
8.1 La Mallorca preturística (1900-1960)	197
8.2 Bilingüismo unidireccional (1960-1976)	199
8.3 Hacia un bilingüismo bidireccional (1976-1989)	200
8.4 ¿Sustitución o recuperación? (1989-?)	202
CAPÍTULO 4	207
Características de los turistas residentes	
1 Factores que propician el establecimiento de turistas residentes	208
1.1 La existencia del precedente turístico	208
1.2 El nuevo marco europeo	217
1.3 Los factores climáticos y espaciales. La calidad de vida	220
1.4 Las comunicaciones	228
1.5 Los factores psicológicos	235
1.6 Los factores económicos. La demanda de inversión	238
1.7 La revolución tecnológica (el teletrabajo)	240
2 Los lugares de origen de los turistas residentes	243
2.1 Los turistas residentes españoles	244
2.2 Los turistas residentes extranjeros	246

3 Modelos y prototipos de turistas residentes	248
3.1 Características generales	248
3.2 Mapa conceptual de las tipologías de turistas residentes	253
3.3 Prototipos de turistas residentes a nivel nacional	257
4 La distribución de las segundas residencias en el Estado español	261
4.1 Las segundas residencias del litoral	262
4.2 Las segundas residencias en núcleos urbanos y las metrópolis	273
4.3 Las segundas residencias en los núcleos rurales	274
5 Tipología de las segundas residencias	276
5.1. Los apartamentos	281
5.2 los chalets y las casas rústicas	283
5.3 Los pisos	284
6 Régimen de las segundas residencias	285
6.1 El alquiler	287
6.2 La compra	288
CAPÍTULO 5	291
Los impactos sociales del turismo residencial	
1 El movimiento especulativo inmobiliario en el Estado Español	292
1.1 Los nuevos ricos	292
1.2 El encarecimiento de la vivienda	294
1.3 Turismo residencial y su repercusión en la economía española	297
1.4 Impacto en la distribución ocupacional por sectores	301
1.5 Impactos en el nivel de estudios	302
2 Las principales comunidades autónomas implicadas	304
2.1 El turismo residencial en la Costa Andaluza	304
2.2 El turismo residencial en la Costa Catalana	306
2.3 El turismo residencial en la Costa Valenciana	308

2.4 El turismo residencial en las Islas Canarias	314
2.5 El turismo residencial en Mallorca	316
2.6 El turismo residencial en Murcia	316
2.7 El turismo residencial en las comunidades sin litoral	321
2.8 El turismo residencial en las comunidades litorales atlánticas	324
3 Los impactos en la estructura de la población	325
3.1 Justificación de la variable demográfica en los estudios sobre turismo	325
3.2 Las relaciones entre turismo y población	326
3.3 La evolución de la población española	327
3.4 El caso de las Islas Baleares	329
3.5 Evolución Demográfica	330
3.6 Movimiento natural de la población	332
3.7 Los movimientos migratorios del 1981-2004	337
3.8 Volumen y densidad de población	344
3.9 Composición por edad y sexo	346
3.10 Modificación del volumen de la familia	355
4 Transformaciones de las formas y los tipos de ocupación	357
4.1 Impacto en la distribución ocupacional por sectores	357
5 Los cambios políticos	358
5.1 El voto de los extranjeros europeos	358
5.2 La presencia política de los extranjeros europeos	363
6 Turismo residencial: una hipoteca de futuro	363
6.1 La falta de previsión, la falta de planificación	363
6.2 El rol de los ayuntamientos	366
6.3 La limitación de los recursos	371
6.4 Efectos del turismo sobre el consumo local	372
CAPÍTULO 6	376
Los impactos culturales	

1 El proceso de aculturación	377
2 La sustitución lingüística de las lenguas propias de las comunidades	378
2.1 El avance global del proceso	378
2.2 El conocimiento lingüístico de los turistas residentes	387
2.3 Los usos lingüísticos	401
2.4 Las actitudes lingüísticas	408
2.5 Mallorca y el acontecimiento de un nuevo marco cuatrilingüe	427
3 Cambios en los hábitos y costumbres	431
3.1 El nuevo consumismo, valores culturales y cultura del ocio	431
3.2 El retorno de elementos perdidos: el ejemplo de la artesanía	434
4 Las mutaciones del folclore popular	438
4.1 El interés del turismo residencial por el folclore popular	438
4.2 La revitalización de la identidad y las señas identitarias	439
4.3 La masificación de las fiestas populares	443
4.4 El acontecimiento de una nueva macrooferta cultural	445
5 La revalorización del patrimonio arquitectónico	447
5.1. El efecto ejemplo en la concepción de la estética	447
5.2 La restauración de cascos antiguos de las ciudades	454
5.3 La rehabilitación del patrimonio rural	459
5.4 La perpetuación de los trabajos tradicionales	462
6 El hecho religioso	463
CAPÍTULO 7	468
Los cambios en el mundo rural. El ejemplo de “Es Pla de Mallorca”	
1 El medio rural. Un laboratorio ideal para medir de los cambios	469
2 El fenómeno de la rururbanización	470
2.1 Definición de conceptos, aproximación teórica	473

2.2 La decadencia de la agricultura	475
2.3 La lógica del desarrollo turístico y sus implicaciones en el mundo agrícola	478
2.4 Cambios en la demanda	480
2.5 Dos estudios de caso: la Costa Blanca y la Costa del Sol	483
3 La terciarización de Es Pla de Mallorca	487
3.1 La superficie agrícola de Es Pla	487
3.2 El sector primario. El abandono del campo y el nuevo uso paisajístico	488
3.3 El sector secundario. La construcción como nuevo motor económico	491
3.4 El sector terciario. El nacimiento de la industria turística en Es Pla de Mallorca	497
4 Los cambios morfológicos y demográficos de Es Pla	501
4.1 Los nuevos ciudadanos	501
4.2 Una sociedad envejecida y rejuvenecida	502
4.3 El establecimiento de extranjeros europeos en Es Pla de Mallorca	507
4.4 El establecimiento de residencias fuera del casco urbano	513
5 Los cambios de género: situación de la mujer en el mundo rural	517
6 Las problemática del desarrollo turístico residencial en el mundo rural	520
6.1 El nuevo valor de la tierra	520
6.2 Los cambios de uso de las casas de los terrenos rústicos y las casas de <i>Roter</i>	521
6.3 El colapso y la transformación de las infraestructuras	523
CAPÍTULO 8	526
Las relaciones entre los residentes europeos y la sociedad local: las reacciones al impacto	
1 Las relaciones de los extranjeros con la sociedad local	527
1.1 Los espacios de contacto	527
1.2 El turista residente como fuente económica	530
1.3 El esperado rol de servilismo del residente	534

1.4 Actitudes del turista residente frente al turismo y los demás turistas residentes	538
2 Los turistas residentes ante el fenómeno	542
2.1 La integración	542
2.2 Las principales quejas y demandas	554
2.3 Los problemas de exclusión social, los problemas psicológicos	559
3 La reacciones de los residentes ante el establecimiento de turistas residentes	562
3.1 Las reacciones al turismo residencial	562
3.2 Las reacciones hacia la venta de casas y patrimonio	570
3.3 Las reacciones al cierre de caminos	575
4 El sector hotelero ante la competencia de las segundas residencias	578
4.1 De la complicidad económica a la competencia de la oferta	578
4.2 Las reacciones de constructores y hoteleros a las medidas de protección del territorio	582
5 Los actores relacionados con el fenómeno	588
6 Turismo residencial y política local	597
6.1 Los políticos ante el fenómeno	603
6.2 La sociedad civil	612
7 Algunos ejemplos de alternativas a la venta	617
CAPÍTULO 9	622
El turismo residencial como detonante de los modelos pluriculturales	
1 Sostenibilidad sociocultural y turismo residencial	623
1.1 Las perspectivas de sostenibilidad sociocultural: ¿Unas propuestas	623

insuficientes?	
1.2 Planificación y participación	624
1.3 Aspectos culturales. Consideraciones generales	628
1.4 Medidas para alentar la cultura local y la relación turista residente	630
1.5 La sostenibilidad sociocultural en el caso de Mallorca	632
2 Turismo residencial, globalización y europeización	634
2.1 La internacionalización del fenómeno turístico	634
2.2 La movilidad migratoria intraeuropea e internacional	636
2.3 Inmigración y ciudadanía	638
3 El acontecimiento de estados pluriétnicos	639
3.1 Los orígenes de los marcos nacionales actuales	640
3.2 La etnicidad como referencia identitaria	641
3.3 <i>El caso español</i>	642
4 Consideraciones sobre la cultura	645
4.1 Algunas definiciones de cultura	645
4.2 El intercambio cultural	646
5 El reto de la integración	648
5.1 La integración de los inmigrantes extracomunitarios	648
5.2 La integración en el caso de Mallorca	650
5.3 El conflicto lingüístico, un problema sin resolver	653
5.4 La problemática de la adscripción nacional	657
5.5 El trabajo y integración	661
6 Los modelos de integración y su problemática	666
6.1 Los modelos nacionales como moldeadores culturales	666
6.2 Los partidos nacionalistas ante el reto de la integración	667
7 Los modelos en sociedades pluriculturales	670
7.1 Modelo político liberal clásico	670
7.2 Modelo liberal multicultural	671

7.3 Modelo multicultural maximalista	672
7.4 Modelo multiculturalista corporativista	672
7.5 El interculturalismo	673
CONCLUSIONES	676
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	695
ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS	723

Ante todo nos gustaría agradecer a la *Fundació Bofill* y al *Ministerio de Turismo, Industria y Comercio*, y en especial a la *Secretaría General de Turismo*, la oportunidad que nos han brindado con las respectivas becas otorgadas. Nos referimos específicamente a la *beca salari* de la *Fundació Jaume Bofill* y a la *beca Turismo de España 2000 para la realización de Tesis Doctorales* del Ministerio de Turismo, Industria y Comercio.

Sin duda, sin éstas habríamos tenido bastantes dificultades para trabajar con la comodidad con la que lo hemos hecho.

Merecen una consideración especial todas aquellas personas que me han ayudado con sus consejos y aportaciones a la realización de este trabajo. De manera muy concreta me gustaría dar las gracias a mi director de tesis, el Dr. Tomás Mazón Martínez, y a mi codirector, el también Dr. Climent Picornell Bauçà. Asimismo, a todos los miembros y becarios del departamento de Sociología I de la *Universitat d'Alacant* y de la *Universitat de les Illes Balears* por la ayuda y facilidades prestadas en todo momento: fundamentalmente a los becarios Joaquín Rodes y Pedro Expósito de la *Universitat d'Alacant* y Joan Amer, de la *Universitat de les Illes Balears*.

No son menos importantes las ayudas en recursos e infraestructura recibidas por el Departamento de Sociología I y Teoría de la Educación de Alicante. Sobre todo, durante el último mes de redacción, han sido imprescindibles los servicios que éste nos ha proporcionado a fin de trabajar con los recursos óptimos y necesarios para hacer realidad este proyecto de investigación. Personalmente, quisiera agradecer la comprensión y ayuda facilitada por todo el Departamento, como también pedir disculpas por cuantas molestias pudiese haber ocasionado con tanto ajetreo. Hago especial mención a su jefa de departamento, Dra. Maite Algado y al Dr. Antonio Aledo.

Aún no siendo sociólogos, igualmente deseo hacer un reconocimiento a todos aquellos profesores que me han aconsejado y orientado en algunos puntos específicos e importantes. A Jaume Binimelis por la información prestada en el capítulo sobre los impactos en el medio rural y a Pere Salvà por facilitarme información sobre los movimientos demográficos contemporáneos.

Me gustaría reseñar también la ayuda recibida de parte de algunos amigos, que me han apoyado pacientemente en diferentes momentos y de las maneras más

inverosímiles: Antoni Seva, Xavier Cerdà, Tolo Font, Ignasi Furió, Dari Escandell, Judit Amer, Josep Giner y Magdalena Aguiló.

No podría olvidarme de todos aquellos entrevistados que, de manera cortés, han contestado nuestras preguntas, dándonos una información cualitativa imprescindible.

Por último, quiero dedicar la presente tesis a toda mi familia pero, con especial afecto, a mi mujer, Amaia, y a mi futura hija Roser, que nacerá algún día del próximo mes de diciembre del presente año.

Joan Miralles Plantalamor. Alacant, octubre de 2004

Desde que Thomas Cook organizó la primera agencia de viajes a mediados del siglo XIX, el turismo se ha ido configurando como una de las principales actividades económicas del mundo. En la actualidad, según los datos del barómetro del mes de junio de 2004 de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004), se calcula que en el 2003, 694 millones de personas se desplazan anualmente para viajar y hacer turismo fuera de sus países de origen. Seguramente, los precursores del turismo no se podían imaginar que el turismo se convertiría en el negocio más lucrativo, en la primera fuerza económica mundial. Según la misma fuente, los ingresos generados por el turismo internacional suman 454.800 millones de euros.

Hoy en día, más de la mitad de estos ingresos —concretamente 249.200 millones— van a parar a la vieja Europa y 99.900 a la cuenca mediterránea. Le siguen a gran distancia el continente americano con 120.300 millones de euros¹, Asia y el pacífico con 78.300 millones de euros. Finalmente, África y Oriente Medio con 12.500 respectivamente.

No es de extrañar que no sean pocos los países y localidades que ven en el desarrollo turístico y en las actividades económicas paralelas una vía para incrementar la riqueza y los niveles de bienestar del país o, tomando el título del famoso libro de Emanuel de Kadt (1991), *un Pasaporte al Desarrollo*.

España se ha convertido en la segunda potencia turística mundial, sólo por debajo de Francia. En 2003, cincuenta y dos millones y medio de turistas nos visitaron dejando un gasto de 41.700 millones de dólares. Lejos quedan aquellos años en que España acogía a los primeros turistas extranjeros con costumbres extrañas a ojos de los nativos locales.

La magnitud del fenómeno del turismo produce un cambio radical en las sociedades receptoras. En España se podría establecer una línea divisoria de la historia poniendo como punto de inflexión el ya conocido como *Boom* del turismo de los años sesenta. Los cambios sociales de aquellos años afectaron a todos y cada uno de los aspectos sociales y culturales del estado, produciéndose una progresiva nivelación cultural con aquellos países emisores de turismo de las zonas frías de Europa. A estos

¹ En el caso americano es importante destacar que América del norte se quedaría con 74.100 de los 120.300 millones, por lo que es fácil deducir que el turismo produce mayores ingresos en los países ricos que en los países pobres.

efectos los diferentes investigadores anglosajones se han referido como impacto. En general se clasifican estos impactos en base a tres grandes ejes: impactos económicos, socioculturales y ambientales.

Creemos que es importante destacar que el término "impacto" en sí mismo no se ha de interpretar como término negativo. En general, cuando los investigadores sociales, los economistas o los geógrafos utilizan el término se refieren a él en el sentido de un cambio que se produce de manera acelerada.

Pese a ello, tenemos que reconocer que desde los campos de la sociología y la antropología existió una cierta tendencia a considerar el turismo como un agente de cambio social no deseado, aproximándose así al estudio del turismo desde una perspectiva negativa. También es verdad que no han sido pocos los que, aún reconociendo los efectos negativos, aceptan que también existen importantes efectos positivos y por tanto deseables. En el transcurso de la tesis veremos que a veces resulta difícil diferenciar entre lo uno y lo otro, ya que existe un grado de subjetividad importante.

Tal vez se da un cierto deseo de preservar las culturas en una especie de campana de vidrio estanca, de preservarlas del paso del tiempo. En el fondo se puede caer —sin querer— en un cierto paternalismo que los integrantes de las culturas que se pretenden salvar quizás no están dispuestas a aceptar.

El hecho es que, desde la década de los sesenta, el turismo y la inmigración han sido dos de los principales agentes transformadores de la sociedad española. El primero porque, a falta de una industria sólida, modernizó una sociedad y una economía basadas en la agricultura, por una de servicios. El segundo porque supuso el inicio del mestizaje cultural actual.

Hasta ahora, ambos fenómenos se estudiaban en general por separado, si bien desde el inicio del "Boom turístico" existió una clara relación entre ellos. No olvidemos que las principales migraciones entre comunidades autónomas se produjeron y producen justo cuando la industria "turística" se encuentra en el máximo desarrollo. La necesidad de mano de obra para la construcción de los hoteles, apartamentos y todo tipo de infraestructuras para el sector servicios en general, han sido de gran protagonismo. Estas migraciones han contribuido de manera decisiva a la actual configuración del estado, siendo responsables de la mayoría de los cambios socioculturales y políticos ocurridos en España en los últimos cuarenta años.

Actualmente, las migraciones causadas por el desarrollo turístico no se limitan a

aquellas de carácter interestatal. La apertura de fronteras en Europa ha abierto la puerta a los residentes europeos que prefieren comprar o alquilar una casa, en vez de acudir a la oferta hotelera tradicional. Se trata de un fenómeno complejo que tiende, al igual que la misma industria turística, a diversificarse. La consolidación de este nuevo turista responde, en gran parte, al proceso de globalización y a la llegada de la sociedad postindustrial, en la que se rompe el modelo turístico tradicional.

Obviamente, esta nueva forma de viajar —o emigrar temporalmente— presenta una mayor interacción con la sociedad local, la economía y el entorno. Se trata pues de un nuevo factor de cambio social que podría influir, a largo plazo, en la misma configuración de la Unión Europea.

El caso mallorquín es quizás el más conocido a nivel estatal. La sobredependencia actual de Mallorca respecto a la industria turística ha acelerado en los últimos años los cambios sociales, hasta el punto de que algunos autores (BLÀZQUEZ; MURRAY; GRAU, 2001) ya hablan de un tercer *Boom*. Por ello, en su día se abrió un amplio debate a nivel autonómico, local y europeo que, con el tiempo se ha ido extendiendo al resto del estado. No se trata de un caso aislado ni mucho menos pionero. Ya a finales de los años setenta Jurdao Arrones (1990), en su libro *España en venta*, hacía una primera introducción de la nueva realidad de Mijas.

El caso de Mallorca y de las Baleares puede servir de modelo de estudio para el resto del estado, al tratarse de un territorio que en su día ya fue pionero en el desarrollo turístico a nivel estatal. Las Islas Baleares, y en concreto la Isla de Mallorca, se encuentran hoy día en el punto de mira de numerosos ciudadanos de países europeos. No obstante, la realidad migratoria actual, fruto del proceso de europeización, podría expandirse a otros territorios europeos como ya sucede, por ejemplo, en la costa italiana. El sistema y medidas que se tomen para integrar a estos recién llegados será, sin lugar a dudas, estudiado con minuciosidad por los diferentes investigadores europeos que busquen contextos estables para su futuro desarrollo. El interés se encuentra así por encima de lo local, puesto que, en caso de polarizarse la sociedad, en pequeñas colonias, nos encontraríamos con un verdadero fracaso de la actual concepción de ciudadanía europea.

Mallorca y las Baleares presentan unas particularidades que permiten investigar diferentes aspectos que, para ser estudiados, tendría que hacerse a partir de estudios comparativos en diferentes lugares. Entre ellas creemos importante destacar:

- Un territorio heterogéneo que conforma diferentes modalidades y formas turísticas en un espacio reducido facilita el trabajo de campo.
- La existencia de una cultura y una identidad propias que permiten comparar los cambios socioculturales con los de otras comunidades con realidades parecidas, como por ejemplo Cataluña, País Vasco, Andalucía o Galicia.
- Una sociedad inmersa completamente en el turismo, actividad económica de la cual se desprende casi la totalidad del PIB local.

Las diferentes investigaciones existentes a nivel internacional muestran que los impactos en un destino turístico, generalmente, se pueden extrapolar a otros lugares. Así, por ejemplo, el proceso de terciarización que se está produciendo en Es Pla de Mallorca se puede comparar con el que Vera Rebollo (1992) ha denominado «crisis agrícola en el litoral alicantino». De no ser así, nos encontraríamos con que es prácticamente imposible realizar una tesis de alcance estatal. Siempre existirán peculiaridades concretas que harán necesaria una aproximación más puntual y especializada. Por esto, en este trabajo se podrán encontrar numerosas especificidades del caso de Mallorca.

En Mallorca, los estudios sobre los impactos del turismo son numerosos, sobre todo aquellos que tratan sobre el aspecto económico y medioambiental. No obstante, generalmente, los aspectos socioculturales han sido estudiados de manera separada del turismo. Tanto los impactos culturales (lengua, folclore, gastronomía, patrimonio, etc.), como los sociales (cambios en las estructuras de género, las migraciones, la estructura familiar, condiciones laborales, etc.) se han marginado, en gran parte, a la hora de ser tratados como cambios sociales producidos por el turismo, en la misma medida que lo ha sido la economía y el medio ambiente. Existen algunos artículos donde diferentes autores han abordado la correlación entre la variable desarrollo turístico y cambio sociocultural. Las revistas locales como *El Mirall*, *Revista d'Estudis Baleàrics*, etc., han publicado algunos números especiales sobre el turismo. Con todo son, en general, artículos dispersos que, de manera más o menos espontánea, han redactado especialistas sobre un tema o detalle concreto. Pocos han sido los autores que han analizado los impactos de una manera directa. Estos autores básicamente se dedican a la docencia en Departamento de Geografía de la Universitat de les Illes Balears (C. Picornell, M. Seguí, P. Salvà, Binimeli, etc.). Sólo en algunas excepciones —como Bartomeu

Bennàssar—, el investigador proviene de un ámbito diferenciado como es, en su caso, el eclesiástico. Así pues, a diferencia de otros lugares con las mismas características turísticas, no han surgido publicaciones que traten el tema como fenómeno global, como en California o en Las Islas Canarias, por poner algunos ejemplos.

Aún así, al igual que sucedió a principios de los noventa con el medio ambiente y las sucesivas ordenaciones del territorio, es muy posible que surja una consciencia entre los ciudadanos a la hora de evaluar qué es y cómo tiene que ser el modelo de cambio social que se ha de producir en la Isla. El crecimiento actual, como veremos, deja poco margen de adaptación en una sociedad que vive a un ritmo vertiginoso y que, como sucedió con el *Boom* turístico de la década de los sesenta, cambia día a día sin que la población pueda asumir los cambios. Quizás, hoy en día el fenómeno, aún siendo más rebuscado, es más desconocido que nunca, entre otras cosas porque las Baleares son líderes en muchos aspectos, de manera que no disponemos de muchos antecedentes donde mirar, mientras la realidad se muestra cada vez más compleja.

Cuando una sociedad preturística se convierte en turística, se produce un cambio brusco que, por su intensidad, se ha comparado con aquellos producidos en la Revolución Industrial de los siglos XVIII y XIX (MAZON, 2001a). Lo que es indiscutible es que, tal y como decía Bartomeu Bennàssar (2001) en los años setenta, «15 años de turismo masivo (1960-1975) han trastornado Mallorca más que varios siglos».

Como decíamos antes, las Islas Baleares no son un caso aislado, ni mucho menos único. Los impactos socioculturales han sido documentados en numerosos países y, en realidad, se producen en cualquier lugar donde se desarrolle esta industria. La España litoral, en general, puede ser un buen ejemplo.

Evaluar el nivel y tipo de impacto que se produce es indispensable, si se quiere garantizar la supervivencia de esta industria, ya que el trato humano de la misma sociedad acaba siendo un atractivo más que determinará el interés del turista por uno u otro destino (VV. AA., 2004). Aún así, la realidad actual muestra cómo los estudios de este campo son todavía insuficientes si bien, poco a poco, va aumentando el interés sobre este área de conocimiento.

Para Tomás Mazon (2001: 43), entre los motivos por los cuales existen pocas investigaciones de sociología del turismo en España destacan los siguientes:

- Falta de recursos económicos para realizar investigaciones.

- Falta de conocimiento entre los empresarios del sector y las autoridades sobre las consecuencias que el desarrollo turístico podría tener a nivel sociocultural.
- Miedo a un posible cuestionamiento de una actividad económica que habría salvado a media España del hambre.
- Interés exacerbado por todo lo que fueran estudios económicos, mucho más benévolos con el desarrollo turístico.
- Poco conocimiento entre los investigadores de los estudios sobre impactos del turismo a nivel mundial.

Si en las investigaciones de impactos ambientales y económicos del turismo existen numerosos estudios sobre la capacidad de carga, en el caso de los estudios de impactos socioculturales la definición no es tan clara. Para Pere Fullana y Sílvia Ayuso:

«(...) generalmente, se reconoce que, con respecto a los impactos socioculturales, existe un umbral de tolerancia en cuanto a la presencia de turistas por parte de los residentes y que varía espacial y temporalmente. Mientras que el número de turistas y sus impactos acumulados se mantengan por debajo de este umbral y los impactos económicos sean positivos, la presencia de turistas en la destinación es aceptada por la mayoría de residentes. Sin embargo, si se sobrepasa este umbral empiezan a aparecer signos de descontento por parte de la población local (...)»

(FULLANA; AYUSO, 2001: 23-24)

Si bien el anterior texto no nos dice exactamente qué proporción de la población local ha de estar descontenta con el turismo para poder determinar si se ha superado la capacidad de carga, sí que nos deja claro cuáles son los síntomas. Así pues, las investigaciones sobre impactos socioculturales del turismo no tienen que ser necesariamente estudios condenados a llenar los estantes de las bibliotecas. Los estudios en este campo nos servirán para identificar y paliar los efectos que la sociedad local identifica como negativos y que, por desgracia, demasiado a menudo acaban con una reacción de rechazo del turismo por parte de la sociedad de acogida. No olvidemos que, actualmente, uno de los motivos de descontento de los turistas es el aparente sentimiento de animadversión que reciben por parte de los nativos o residentes.

A día de hoy, se están desarrollando numerosas investigaciones que tienen por objetivo el estudio del turismo como una multidisciplina. Simultáneamente, han aparecido, a partir de los años 1980 y 1990, diferentes instituciones que tienen como

objetivo mitigar los efectos negativos del turismo sin ponerlo en entredicho como motor generador de riqueza, así como medidas para continuar con el desarrollo sin poner en peligro el bienestar de las generaciones futuras. En este caso, se puede hablar de un planteamiento que tiene por objetivo el desarrollo sostenido.

En la presente tesis no pretendemos entrar en el debate sobre la benignidad o maldad del turismo. Nuestra intención es la de establecer qué cambios se producen en aquellas zonas donde se desarrolla el turismo residencial. Queremos con esto favorecer el conocimiento de esta nueva realidad con el objetivo de que, los agentes sociales y políticos que representan a la ciudadanía, vislumbren en el futuro el modelo a desarrollar.

Somos conscientes de que el trabajo es quizás demasiado ambicioso. No creemos que con él se acaben los estudios de impactos socioculturales del turismo residencial, más bien al contrario. La realidad de este fenómeno se presenta con una mutación constante, de manera que, lo que hoy es una realidad, mañana puede ser un hecho del pasado. Creemos, asimismo, importante poner una primera piedra del estudio de un fenómeno que por su complejidad y magnitud afecta a la práctica totalidad de la sociedad española, sea directa o indirectamente. Si con la presente tesis conseguimos este objetivo, ya nos habremos dado por satisfechos.

Podríamos afirmar que sobre el turismo residencial se ha hablado y especulado más de lo que se ha investigado. Se trata de un fenómeno contemporáneo con raíces antiguas que se desarrolla masivamente a partir de los años sesenta/setenta, coincidiendo con el *boom* del turismo y el pleno desarrollo de la sociedad del bienestar. Si bien el desarrollo de la sociedad de bienestar se remonta a la época de la Alemania de Bismark y a la implantación del modelo de producción fordista, no fue hasta después de la segunda guerra mundial —a partir de la incorporación de los postulados económicos del economista Keynes— cuando se desarrollaron, alcanzando a partir de los años sesenta su máximo esplendor. Los años cincuenta desarrollaron un crecimiento económico y social sin precedentes en los Estados Unidos y en lo que más tarde sería el embrión de la actual Unión Europea.

El desarrollo del estado del bienestar supuso la aceptación de algunas de las reivindicaciones históricas de los sindicatos y movimientos sociales de la izquierda por el miedo a un avance del comunismo en el oeste europeo. Esto se debe, en parte, a la entrada en escena de la división mundial en dos grandes bloques: el soviético comunista y sus aliados y el americano capitalista y sus aliados.

Una de las mayores victorias que ayudaría posteriormente al desarrollo del turismo residencial fue la instauración de la jornada laboral de ocho horas y las vacaciones pagadas. Como apunta René Kaes (1971: 47-73), este hecho permitirá, a extensas capas de la sociedad, tener un tiempo libre disponible que tendrá que ocupar en otros menesteres. Actualmente, cuando hablamos de este fenómeno lo hacemos como “cultura del ocio”.

El sistema industrial de producción del sistema de bienestar producirá unos cambios económicos importantísimos que permitirán el desarrollo del turismo de masas. Estos cambios alterarán radicalmente la concepción del uso del tiempo libre, que empezará a ser usado para el desarrollo de aquellas actividades que, hasta aquellos años, estaban reservadas a las clases acomodadas. Nos referimos en concreto al veraneo y al viaje como forma de romper con la rutina y descubrir nuevas experiencias.

Para Tomás Mazón y Antonio Aledo (1996: 10-11), la expansión del turismo internacional de masas en aquellos años se basó en los siguientes factores:

- El incremento económico experimentado por los países industrializados que sufragó el estado de bienestar.
- La universalización en las masas obreras de las vacaciones pagadas.
- El abaratamiento de los vuelos trans-nacionales.
- El subdesarrollo y dependencia de los países industrializados, que permitió el control de las grandes compañías y tour operadores de los recursos turístico nacionales de estas destinaciones.

Estos factores, unidos a la mayor capacidad económica de la población, producirán que extensas capas de ésta se planteen la compra de segundas residencias para el veraneo. Aunque como en el caso del mismo turismo, el modelo residencial tiene sus orígenes en las clases pudientes y la aristocracia —ya en el siglo XIX—, no será hasta el desarrollo del *boom* cuando habrá una clase media extensa con capacidad para comprar o construir una segunda residencia.

Por lo que respecta a la llegada de turistas extranjeros de carácter residencial, su evolución transcurre paralelamente a la del turismo residencial español, si bien no será hasta mediados y, sobre todo, finales de los setenta cuando empezará a despertar el interés de los investigadores sociales.

Posiblemente, el primer autor que uso el termino “Turismo residencial” fue F. Jurdao Arrones (1990) en su libro *España en venta*, a finales de los años setenta. En él analizaba los efectos de la venta de patrimonio a extranjeros en el municipio de Mijas (Málaga). Respecto a este hecho, Jurdao Arrones plantea las migraciones de jubilados europeos como una manera de maximizar las prestaciones del estado de bienestar en sus respectivos países, al establecerse en países más económicos que el de origen y efectuando inversiones inmobiliarias, que aunque obligándoles a realizar una inversión significativa, les proporcionará un seguro económico para el futuro. En su prólogo, el autor nos explica porqué se decantó por el uso de este concepto:

«(...) Estaba ante un nuevo fenómeno: la venta de fincas de los campesinos de Mijas a urbanizadores extranjeros para su posterior transformación en urbanizaciones particulares turísticas, donde se construirían chalets y bungalows, que posteriormente serían adquiridos por extranjeros, casi todos jubilados. A este proceso, que surgía al socaire del *turismo hotelero*, lo llamé *turismo residencial* (...)»

«(...) Los campesinos habían vendido su tierra por cuatro ochavos, al desconocer el valor que su tierra adquiriría cuando fuera destinada a uso urbano; los políticos locales eran hombres de paja al servicio de la especulación; se había destrozado la cultura agraria y se perdía la cultura tradicional del pueblo a ritmo acelerado (...)»

(JURDAO ARRONES, 1990: 17)

Aún así, en el transcurso de su libro, cuando hablaba de los personajes en particular, no lo hacía como turistas residentes sino como extranjeros residentes. Este concepto ha sido usado también posteriormente como veremos más adelante por autores como Pere Salvà Tomàs (1998a).

Con el tiempo, el término se ha ido extrapolando a otras investigaciones que sobrepasan lo sociológico. Nos referimos sobre todo a estudios económicos, públicos y privados que tienen como función primordial investigar cuál es el peso del turismo residencial respecto al volumen total de la oferta turística. Las actuales migraciones contemporáneas dificultan enormemente este proceso, ya que los movimientos inter e intraestatales son enormemente complejos. Obviamente, el hecho de acotar el concepto de una u otra manera hará que los datos que dispongamos nos den uno u otro resultado, por lo que resultaría deseable que los diferentes investigadores tratáramos de ponernos de acuerdo sobre dónde está el límite de esta actividad, que como bien dice Jaume Mateu, se acerca cada vez más a la de residente:

«(...) Se aprecia por ello que lo que se denomina “turismo residencial” se basa en la confusión precisamente entre el “turista” y el “residente”. La evolución socioeconómica y política del último decenio en un destino como el de Baleares no ha hecho más que confirmar que los límites entre uno y otro van a estar cada vez más difusos (...)»

(MATEU LLADÓ, 2003: 197)

Para evitar este problema, la mayor parte de los investigadores han preferido definir el término a partir del análisis de la oferta. Pedro Raya Mellado y José J. Benítez Rochel (2002: 69), han tratado de hacer una primera aproximación y estudio del caso de Andalucía desde esta perspectiva. Para ellos, tiene la ventaja de estudiar aquellos segmentos de lo que hoy día se entiende por turismo residencial como producto turístico. Sin embargo, según aducen, el turismo residencial constituiría una de las parcelas, dentro de la actividad turística, más desconocida, sobre la cual sólo existiría una información puntual, fragmentada y de carácter irregular.

Este desconocimiento ha fomentado, a nuestro entender, una polémica sobre la idoneidad de los términos “Turismo residencial” y “Turista residente”. Asimismo, esta polémica se ha visto engrandecida por la magnitud del fenómeno, que ha ido consolidando su uso en esferas no académicas como instrumento publicitario. Nos referimos, básicamente, a los empresarios turísticos y a los empresarios de la construcción. Existen así dos posturas claramente enfrentadas entre los que defienden la vigencia del concepto y los que apuntan que se trata de un término inapropiado, que aunque relacionado con el turismo, no se puede considerar parte de éste.

Entre aquellos que afirman que el turismo residencial no existe como tal, se encuentran en general investigadores del área de las ciencias sociales. Entre los autores que defienden este postulado encontramos a Philippe Duhamel (1997: 36), quien afirma categóricamente que el turismo residencial no existe. Para él, se trata de un término inapropiado para un fenómeno que relaciona más directamente con la inmigración que con el turismo. Entre los argumentos que aduce para demostrar la inoperatividad del término, destaca:

- El turismo se caracteriza por un sentimiento de fugacidad o de transición incompatible con la idea de aposento permanente o inmovilidad característica de los extranjeros residentes.
- No hay posibilidades reales de determinar a partir de que momento alguien puede ser considerado turista o residente.

Otros autores sencillamente han rehuido de la polémica y han preferido usar términos menos comprometedores. Este es el caso de Pere A. Salvà Tomàs, uno de los autores que más ha estudiado los flujos migratorios norte-sur en las Islas Baleares. Según este autor :

«A partir de 1990 se consolida un flujo de inmigrantes extranjeros de dirección norte-sur de origen europeo, en el cual se tiene que distinguir, por un lado, una inmigración residencial integrada por personas que vienen a descansar y, por otro, el conjunto de inmigrantes con motivación laboral, en el cual destaca un contingente de personas asalariadas y un elevado número de empresarios»

(SALVÀ TOMÀS, 1986: 5)

Finalmente, están aquellos que, aunque no estén muy convencidos sobre el término turismo residencial, lo utilizan a falta de una mayor profundidad de análisis

sobre su realidad, aportando alternativas para su redefinición y acotación. En este sentido, Tomás Mazón y Antonio Aledo (1996), partiendo de la perspectiva de que los beneficios generados por este modelo son de carácter eminentemente inmobiliarios, aún usando el concepto turismo residencial prefieren matizar el fenómeno llamándolo turismo inmobiliario. Pese a ello, ambos autores, en una obra conjunta posterior, definen el concepto desde el punto de vista inmobiliario como:

«Entendemos el turismo residencial como la actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas turísticas residenciales que conforman el sector extra hotelero, formado a su vez, por el conjunto de viviendas, generalmente de propiedad individual, que son ofrecidas al mercado turístico, casi siempre fuera de canales oficiales, y que están situadas, en su gran mayoría en la zona litoral»

(MAZÓN; ALEDO, 1997)

El punto de vista anterior es posiblemente el más aceptado en la actualidad, a falta de un mayor estudio y diferenciación respecto el hecho inmigratorio. A propósito de todo esto, Enrique Torres Bernier prefiere puntualizar que:

«Es preciso comenzar diciendo que este concepto lleva en su propia definición su contradicción más evidente, ya que por su principal característica (la residencia) no debiera ser considerado como turismo en la mayoría de los casos, y de hecho así ocurre en numerosos foros académicos e institucionales»

(TORRES BERNIER, 2003: 46)

Más adelante, el autor nos propondrá una diferenciación entre turismo de segunda residencia y turismo residencial; el elemento clave para él sería el tiempo de duración que uno pasa en la segunda residencia. Mientras que el turismo de segunda residencia viviría en determinadas épocas del año en un destino ajeno al de procedencia, el turismo residencial viviría de forma habitual. En ambos casos se excluiría la posibilidad de que éste genere unas rentas o, en otras palabras, la posibilidad de que trabaje. Finalmente, para englobar a ambas categorías apostaría por llamar al fenómeno “turismo residenciado” en lugar de la actual definición de turismo residencial.

Entre el grupo de aquellos que defienden la vigencia del concepto existen, a su vez, una multitud de interpretaciones sobre qué es turismo residencial y qué es un turista residente. En general, se sustentan en la definición que hace la Organización Mundial del Turismo, que es lo suficientemente amplia como para que el turismo residencial

quepa en ella como categoría. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) tiene la siguiente definición de qué es el turismo:

«El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos»

Por otra parte, la misma organización define turista como:

«Toda persona que se desplaza entre dos o mas países dentro de su país de residencia habitual, por una duración inferior a doce meses, y la finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado»

Existe también una definición interesante sobre que es un viajero:

«Toda persona que se desplaza entre dos o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual»

Los defensores de este postulado han hecho diferentes aproximaciones e intentos de definición. Hay que decir que, a menudo, han sido realizados por profesionales ligados al mundo de la construcción y el turismo. Un primer acercamiento al término lo tenemos en la definición que hace Antonio Martínez Gómez, director del plan estratégico Futurelx:

«El turismo residencial consiste en la adquisición de viviendas por ciudadanos españoles y extranjeros que deciden pasar largas temporadas o habitar permanentemente en determinadas zonas, fundamentalmente de la Costa del Sol, la Costa Blanca, Baleares y la Costa catalana»

(<http://www.absolver.se/futurelx/docs/jornadas/jor2urb.doc>)

Como vemos, la referencia a un uso permanente de la residencia, implica una contradicción directa con la definición que hace la OMT. Sin embargo, también es verdad que la OMT no especifica qué sucede cuando este nuevo residente realiza unos viajes constantes al lugar de origen, un hecho que, como veremos a lo largo de la tesis, no es ninguna excepción. Más detallado es el análisis y definición que hace José Prado Seseña, presidente de la Asociación Provincial de Constructoras y Promotoras de Málaga:

«El término “Turismo residencial”, aún ser de uso común, alude a una tipología de turista determinada, el turista que utiliza para sus estancias un alojamiento extra-hotelerero, en la mayoría de los casos un alojamiento en propiedad, alquilado, cedido o de multipropiedad, no ha estado suficientemente estudiado por la complejidad de las actividades que determinan este segmento tan importante de la industria del turismo»

(profesionales.visitacostadelsol.com/bd/mostrar_fichero.php?ident=673)

Según José Prado, podríamos considerar la definición anterior como una modalidad turística; al encontrarse en el marco de la definición que la Organización Mundial del Turismo hace del turismo, cumpliría esta condición y podrían así ser considerados como turistas puesto que, a pesar de ser visitantes que permanecen un mayor tiempo de pernoctaciones que otras clases de turistas, utilizan un medio de alojamiento propio o alquilado para disfrutar de una mejor calidad de vida.

Algunos investigadores prefieren establecer conceptualizaciones amplias que engloben a la totalidad de personas usufructuarias de segundas residencias. La ventaja de esta definición recae en la mayor facilidad a la hora de analizar los datos existentes que, en general, no diferencian ni tienen en cuenta el tiempo de uso que realiza el beneficiario de segundas residencias. Muestra de ello es la definición realizada por Mazars:

«(...) Se entiende por turismo residencial la permanencia del turista de forma prolongada durante periodos vacacionales en un lugar geográfico determinado. Estancia prolongada del turista en una vivienda de su propiedad o en alquiler (...)»

(MAZARS, 2002: )

Además de todo lo expuesto, existen dos dificultades a la hora de estudiar a este colectivo. La primera es la de definir o catalogar a estos recién llegados, puesto que difícilmente se puede incorporar este colectivo dentro de las definiciones clásicas de turista o de inmigrante. La segunda dificultad es su cuantificación real, puesto que a pesar de la existencia de datos oficiales sobre los extranjeros europeos en territorio español, éstos sólo consideran a aquellos residentes legales, es decir, empadronados en algún municipio. Además, muchos de estos residentes legales son simplemente inmigrantes laborales en el sentido estricto del término. Como consecuencia, diferentes estudios realizados no oficiales dan cifras mucho más elevadas.

Como vemos, se hace muy difícil conceptualizar el término “Turismo Residencial”. Pensamos, sin tratar de rehuir de la polémica, que ambas partes tienen un cierto grado de razón. No creemos, como afirma Philippe Duhamel (1997), que se trate de un fenómeno más ligado a la inmigración que al turismo, si acaso a caballo entre un fenómeno y el otro. Estamos de acuerdo en que se hace muy difícil establecer una línea divisoria entre el extranjero europeo como inmigrante y el extranjero europeo como turista residente. De cualquier forma, se trata de una problemática que se puede extrapolar a la misma definición en sí de turista e inmigrante.

A su vez, es importante destacar que este problema no es exclusivo del Estado español. A nivel internacional, como afirma Per Gustafson a partir de la cita de otros autores:

«Tal y como señalan Williams y May (2000: 20), las investigaciones han prestado hasta hoy poca atención a la zona gris de las formas complejas de movilidad que se ubican de modo continuo entre la migración definitiva y el turismo y sin embargo estos trabajos podrían resultar de enorme interés para el análisis turístico, así como para la ciencias sociales en general»

(GUSTAFSON, 2002: 338)

Por lo general, se ha tratado el fenómeno a partir del estudio de procesos de residencialización de personas mayores o lo que se conoce internacionalmente por *International Retirement Migration*. Para Joaquín Rodes:

«En el ámbito Europeo, el estudio de este tipo de migraciones ha tenido un desarrollo relativamente reciente. Se señala la década de los ochenta como el inicio de la expansión de los movimientos migratorios norte-sur (mediterráneo), coincidiendo en el tiempo la extensión de los planes de retiro para amplias capas de la población, la llegada a la jubilación de numerosas cohortes demográficas y el desarrollo de la estructura social y económica de los países receptores (Warnes, 1998)»

(RODES, 2004: 58)

Estos estudios han tenido mayor interés en los Estados Unidos y Canadá. En diferentes estudios, como en el de J. Monreal (2001) concretamente, se han desarrollado los conceptos *snowbirds* para referirse a los jubilados que realizan migraciones de carácter estacional, escapando de zonas frías a zonas más cálidas como Florida o California. Respecto al hecho climático se usa también el concepto *sun belt* o *sun city* para referirse al proceso de residencialización en los destinos turísticos más cálidos. No

es extraño que diferentes investigadores españoles se refieran a ello en sus estudios sobre turismo residencial (SALVÀ TOMÀS, 1998a; RAYA MELLADO, 2002). En definitiva, se trata de un fenómeno con similares características y similares resultados.

En nuestra opinión, los factores que mejor definen a un turista son, por un lado su estacionalidad, y por otro su temporalidad, mientras que aquello que define a un inmigrante tradicional es el hecho de migrar para mejorar el estatus laboral y económico fundamentalmente. El grupo que se define bajo la etiqueta de turista residencial no sigue muy bien ninguno de estos dos patrones de definición.

Por todo esto, al iniciar la tesis —y antes de iniciar el trabajo de campo en Mallorca—, tratamos de hacer una definición aproximada de lo que era un turista residente. No obstante, veíamos que esta definición, a medida que realizábamos las entrevistas del trabajo de campo, no siempre se adecuaba al perfil del entrevistado. La primera definición que redactamos en el proyecto de tesis fue:

Turista residente: aquel individuo que desplazándose a un territorio nacional o internacional, se establece más de 175 días al año en otro país más asequible económicamente que el de origen, sin nacionalizarse. Su desplazamiento no responde a una necesidad de emigración por razones económicas, políticas y/o religiosas, sino en busca de una mejor calidad de vida o un cambio de rutina en el sentido que lo proporciona el turismo. Pese a no vivir todo el año en la zona de destino, ha comprado una casa o la ha alquilado al menos durante 175 días de manera continuada.

Actualmente, la gama existente entre el turista que viaja con el *pack* de viaje y el inmigrante de países del Tercer Mundo es prácticamente ilimitada. Si una cosa hemos podido observar con las entrevistas es que cada persona tiene unas características individuales que la diferencian en gran medida del resto, al menos en la zona donde realizamos la investigación (Mallorca). Además de estos turistas residentes, existe una población significativa de personas de origen norte europeo, que se ha desplazado a Mallorca en busca de algo más que un trabajo. Observamos así como pueden existir trabajadores cualificados que se han instalado en la Isla a partir de la necesidad que tienen muchos extranjeros europeos de comunicarse en su lengua.

También existe gente en paro que ha visto como su subsidio tenía más valor en Mallorca que en su país de origen, pintores que se han instalado al enamorarse de los paisajes de la Isla, matrimonios con hijos que deseaban una vida diferente para ellos; y así, hasta un largo etcétera. Pese a ello, todos coinciden en diferenciarse de la

inmigración “tradicional” en un aspecto clave: no han cambiado el país de residencia por una necesidad imperiosa de supervivencia —como es el caso de los inmigrantes de los países del Sur—, sino por una mejor calidad de vida y una posibilidad real que les ofrece la Unión Europea y la mejora de las comunicaciones; por tener una vida dual, donde se suman las ventajas económicas de su país de origen y los beneficios de vivir en una zona del Sur (mejor clima, precios más económicos, etc.).

Lo cierto es que todas las categorías anteriores tienden a mezclarse entre sí de manera que, a veces, se hace difícil separarlas. La mejor manera de estudiarlos es, por lo tanto, en bloque, a partir de un análisis cuantitativo que nos permita ver con qué intensidad subjetiva se producen las variables antes mencionadas y si se responde a una u otra categoría. Podríamos, por lo tanto, hacer una nueva definición de turista residente basándonos en el rol común que todos desarrollan:

Turista residente: aquel individuo que desplazándose a un territorio que no es el de origen, se establece de manera temporal o semi temporal. Su desplazamiento no responde a una necesidad de emigración por razones económicas, políticas y/o religiosas, sino en busca de una mejor calidad de vida o un cambio de rutina, en el sentido que proporciona el turismo. Pese a no vivir todo el año en la zona de destino, ha comprado una casa o la ha alquilado, a menudo pensando en el beneficio económico que puede sacar a medio o largo plazo.

En el transcurso de la tesis, usaremos el término Turismo Residencial en el sentido que lo utilizan T. Mazón y A. Aledo (1997) y turista residente según la definición anterior. Aún así, para referirnos específicamente a aquellos que trabajan en la Isla, vemos conveniente que, aunque creemos que se trata de un fenómeno vinculado directamente al devenir del turismo residencial, es más adecuado el uso del concepto “extranjero residente”.

Para constatar mejor el impacto cultural, en la presente tesis se hará especial hincapié en los turistas residentes de origen extranjero o, en caso de ser ciudadanos del Estado español, se hará especial mención a aquellos que no sean originarios de la provincia donde esté su segunda residencia.

De cualquier forma, a lo largo de la tesis, aunque excluyamos a aquellos extranjeros que trabajan en nuestro territorio como “turistas” residentes, sí que los usaremos para explicar los distintos efectos que producen en la sociedad local, ya que, pese a que el hecho de trabajar los excluya en un principio de la catalogación inicial, sí

que están directamente relacionados con el fenómeno y, en la mayor parte de las estadísticas que existen, están computados como turistas residentes.

OBJETIVO GENERAL

- ≈ Definir el concepto de turismo residencial y describir los impactos sociales y culturales asociados a él.

OBJETIVOS SECUNDARIOS

≈ **CAPÍTULO 1**

Trazar una evolución general del turismo y de su variante residencial, en especial en el caso mallorquín.

HIPÓTESIS

H. El desarrollo turístico residencial, si bien se trata de un fenómeno de masas eminentemente contemporáneo, tiene varios orígenes en la antigüedad, lo cual viene determinado por la existencia del ocio y la tecnología.

H. El desarrollo turístico de España a partir de los años 60 ha sido clave a la hora de posibilitar la llegada del turismo residencial. No obstante, se ha desarrollado el turismo residencial paralelamente al turismo convencional.

≈ **CAPÍTULO 2**

Mostrar cuál es el marco de estudio general de los impactos del turismo y establecer una primera evaluación de los socio-culturales en el caso mallorquín.

HIPÓTESIS

H. Los impactos socioculturales del turismo guardan una estrecha relación con los impactos de tipo económico y medioambiental, influyéndose entre sí.

H. Los métodos de evaluación del impacto del turismo son, por lo general, de carácter cualitativo, aunque se pueden establecer otros de carácter cuantitativo.

≈ CAPÍTULO 3

Enumerar y analizar los impactos y los cambios acaecidos a partir del desarrollo del turismo sobre el medio social mallorquín.

HIPÓTESIS

H. Existe una relación de continuidad entre los impactos socioculturales del turismo de masas en general y el turismo residencial en particular.

H. Los cambios acaecidos durante el *boom* del turismo de los años sesenta han establecido las bases del turismo residencial actual

≈ CAPÍTULO 4

Trazar un perfil tanto del turista residente como de la segunda residencia.

HIPÓTESIS

H. La extensión y abaratamiento de las comunicaciones con Europa, junto al atractivo de España como país con clima benigno, facilitan el desarrollo del turismo residencial.

H. Las características del actual mercado de trabajo determinan un perfil de turista residente diferente al del jubilado inactivo.

H. El perfil medio del extranjero europeo que adquiere una segunda residencia en nuestro país responde a un estatus económico medio alto o muy alto si bien existen algunas excepciones.

H. La compra por parte de extranjeros de segundas residencias viene determinada por la solidez inversora del ladrillo.

H. El turismo residencial de origen extranjero se localiza primordialmente en aquellos territorios donde existía ya una industria turística. Principalmente en las islas Canarias y Baleares y en todo el litoral mediterráneo Español.

H. Las nacionalidades mayoritarias de los turistas y extranjeros residentes en España son la británica y la alemana. Estas comunidades tienden a crear micro colonias entre sí a partir de su nacionalidad.

H. El turista residencial se caracteriza por preferir la vivienda en propiedad como forma de alojamiento.

H. El desarrollo turístico inmobiliario y la demanda de mano de obra para la construcción fomenta la llegada de flujos migratorios de países extracomunitarios. La mayor tasa de natalidad de estos colectivos provocará un rejuvenecimiento de la sociedad de acogida.

H. De momento, el voto de los turistas y extranjeros residentes es bajo, si bien existen casos aislados en que éstos forman parte del consistorio municipal.

≈ CAPÍTULO 5

Realizar un análisis comparativo de las características básicas del turismo residencial en el Estado español y de los impactos sociales que éste genera.

HIPÓTESIS

H. El desarrollo urbanístico del litoral español está directamente relacionado con la aparición de residencias secundarias.

H. El desarrollo turístico inmobiliario dispara el precio de la vivienda dejando vastas capas de la sociedad sin posibilidad de acceder al mercado inmobiliario.

H. El turismo residencial se ha convertido en un modelo de desarrollo social y económico que cuenta con el apoyo de diferentes estratos sociales.

H. Según el ámbito geográfico —litoral o interior—, el turismo residencial adopta formas arquitectónicas y espaciales diferenciadas. Por lo general, en las zonas de interior se trata de imitar el estilo arquitectónico tradicional.

H. El turismo residencial español se desarrolla en los alrededores de las grandes y medianas ciudades, el litoral valenciano y en la comunidad de Madrid.

H. El turismo residencial en Mallorca presenta formas diferenciadas, espacial y arquitectónicamente, respecto al resto del levante español.

H. El turista residencial se caracteriza por preferir la vivienda en propiedad como forma de alojamiento.

H. El perfil sociodemográfico de los turistas y extranjeros residentes puede influir en la estructura demográfica de la sociedad de acogida, bien envejeciéndola, bien rejuveneciéndola.

H El desarrollo turístico inmobiliario y la demanda de mano de obra para la construcción fomenta la llegada de flujos migratorios de países extracomunitarios. La mayor tasa de natalidad de estos colectivos provocará un rejuvenecimiento de la sociedad de acogida.

H El desarrollo turístico inmobiliario, cuando se convierte en la base de la economía local, se caracteriza por una necesidad de crecimiento que acabara repercutiendo en el endeudamiento municipal y en la necesidad de liberar suelo para continuar creciendo.

H. De momento, el voto de los turistas y extranjeros residentes es bajo si bien existen casos aislados en que estos forman parte del consistorio municipal.

≈ CAPÍTULO 6:

Aproximarse al impacto cultural de turismo en Mallorca a través de los impactos en el aspecto lingüístico, los hábitos y costumbres, el folclore y el patrimonio arquitectónico.

HIPÓTESIS

H. El turismo residencial actúa como factor de sustitución lingüística de las lenguas propias de los territorios en favor del castellano.

H. El desarrollo del turismo residencial produce masificación de las fiestas populares y su banalización, lo cual disgusta a la población local.

H. A consecuencia de la valorización que hacen los extranjeros europeos de aquello tradicional, existe un proceso de revalorización de lo propio.

H. El «efecto ejemplo» del turismo residencial produce un aumento en la conciencia ecológica de los ciudadanos y respeto por el entorno en general.

H. La presencia de elementos culturales originarios de los países de los turistas residentes actúan, a menudo, como aislantes culturales y favorecen la capacidad de vivir en la lengua y la cultura propias sin renunciar al exotismo del destino.

≈ CAPÍTULO 7:

Describir las transformaciones acontecidas en el medio rural mallorquín en relación al desarrollo del turismo residencial e inferir los posibles problemas asociados.

HIPÓTESIS

H. El establecimiento de turistas residentes en las zonas rurales produce impactos similares a los de núcleos costeros, además de acelerar procesos de cambio social. El cambio más importante es el paso de una sociedad agrícola a una de servicios y construcción.

H. El cambio anterior producirá a su vez la figura del agricultor a tiempo parcial y la del paisajista cambiándose el uso agrícola que pasa de ser productivo a estético.

H. El cierre de fincas y caminos creará reacciones de adversidad de la sociedad local que a su vez se contagiará e imitará la tendencia al cierre de fincas que hasta el momento habían permanecido abiertas y con servidumbres de paso.

≈ CAPÍTULO 8:

Medir el estado de las relaciones entre los residentes europeos y la sociedad local, así como las reacciones a los impactos sociales descritos.

HIPÓTESIS

H. La existencia de movimientos cívicos o partidos políticos de carácter ecologista, nacionalista o de izquierda pueden limitar el desarrollo turístico inmobiliario.

H. El sector hotelero, si bien desde el inicio del turismo se ha desarrollado conjuntamente con el turismo residencial, en la actualidad tiende al divorcio debido a la necesidad de los hoteleros de preservar el entorno como recurso

turístico.

H. En general, no se han producido reacciones contrarias fuertes hacia este nuevo fenómeno si bien éstas dependerán, en gran medida, de los aspectos anteriores.

H. Los impactos socioculturales motivados por el turismo residencial pueden generar reacciones de desacuerdo por parte de los autóctonos en relación a la pérdida de identidad y sustitución lingüística, al déficit de infraestructuras, al estado del medio ambiente, a la llegada de inmigración de tipo laboral, al precio de la vivienda, al control de los recursos municipales, etc.

≈ CAPÍTULO 9:

Relacionar el desarrollo del turismo residencial con el debate existente sobre la sostenibilidad socio-cultural y el devenir de estados pluriculturales.

HIPÓTESIS

H. Los diferentes estudios sobre sostenibilidad sociocultural se han hecho respecto a turistas de corta duración. La largas estancias del turismo residencial hará necesario el estudio de la sostenibilidad sociocultural del turismo residencial desde el estudio de modelos en sociedades pluriculturales.

H. Los procesos de europeización y mundialización, combinados con los impactos del turismo residencial, fuerzan un nuevo concepto de ciudadanía.

H. El fenómeno anterior se verá además agravado por la existencia de identidades duales en las comunidades autónomas donde la presencia de movimientos nacionalistas sea más significativa, pudiendo repercutir en la redefinición del modelo de estado

1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

La primera tarea del sociólogo a la hora de investigar es la de delimitar y concretar el objeto de estudio. Por lo que respecta al caso de la tesis que nos ocupa, dicho objeto de estudio se centra en los impactos socioculturales del turismo residencial en España.

Se trata, por lo tanto, en sus inicios, de una investigación macro sociológica con un universo de estudio, el turismo residencial, que en nuestro caso se mostraba inabordable. En concreto, podríamos hablar de «toda aquella población nacional y/o extranjera que cuenta con una segunda residencia en un espacio diferente a su residencia habitual». Obviamente, investigar un universo de estudio tan amplio como el nuestro no ha sido una tarea fácil, aún más si tenemos en cuenta que, para analizar los impactos socioculturales, tendríamos que conocer también la opinión, de entre otros muchos, de aquellas personas físicas, entidades o figuras empresariales relacionadas con el fenómeno. El trabajo de campo hubiera sido una tarea inabordable y de un coste difícilmente asumible.

Como adelantábamos en la introducción, nos hemos visto obligados a delimitar espacialmente el trabajo de campo al centro de la Isla de Mallorca. Se trata de un espacio geográfico que hasta hoy ha sido poco estudiado por los sociólogos del turismo y por otros investigadores sociales. También fue importante definir qué entendíamos por el espacio geográfico llamado “el centro de la Isla”, ya que a menudo numerosas localidades son identificadas como comunidades de interior, aunque disponen de franja litoral que, a su vez, suele disponer de una industria turística emergente. En este caso se trata, en general, de pueblos agrícolas que han padecido una profunda transformación con la llegada del turismo en los años sesenta y, por lo tanto, como el resto de litoral, en numerosas ocasiones, ya han sido estudiados en mayor o menor grado.

Así pues, nos hemos decantado por la Mancomunidad d'Es Pla de Mallorca, ya que presentaba una serie de ventajas respecto a otros lugares:

- A diferencia de otros territorios del estado, en Mallorca los lugares más alejados de la costa (como es el caso que nos ocupa) distan escasamente unos treinta kilómetros de ésta. Este factor hace que toda la superficie de la Isla sea muy demandada por el turismo.
- Se trata de pueblos que, hasta la década de los 90 del siglo pasado, estaban prácticamente impermeabilizados con respecto al turismo y la inmigración.
- El hecho que se encuentren federados en una Mancomunidad facilita la tarea de investigación, ya que algunos datos secundarios se pueden encontrar fácilmente agrupados o desglosados, favoreciendo cualquier tipo de análisis.
- Su condición de pueblos "vírgenes" los hace más susceptibles a los cambios acelerados. Se trata, pues, de un laboratorio social en el sentido de que es más fácil estudiar la relación causa-efecto.

En definitiva, en este territorio llamado Es Pla de Mallorca se pueden observar los principales impactos socioculturales del turismo que se dan a nivel estatal, permitiéndonos comparar el fenómeno con otras comunidades de costa y/o interior. Es por ello que el título final de la tesis se ha visto ampliado, quedando finalmente cómo *El turismo residencial en España. Análisis comparativo del fenómeno en las diferentes comunidades a partir del caso mallorquín.*

Nos resulta difícil diseñar la investigación desde un sólo punto de vista disciplinario; el tema elegido presenta unas ramificaciones casi infinitas y se transmuta a medida que pasa el tiempo. A lo largo del trabajo hemos recogido datos referentes a disciplinas diferentes a la sociología, como por ejemplo economía, antropología y geografía. De no haber sido así, hubiera sido imposible entender la globalidad de un fenómeno que, para ser comprendido, requiere de un análisis interdisciplinario.

Se trata de un trabajo descriptivo, en el sentido de que nuestra ambición se cierne en examinar un fenómeno dado con tal de describirlo. También es un trabajo explicativo, en el sentido de que intenta hacer entender al lector cuál es la relación de causa-efecto existente entre las variables desarrollo turístico y cambios

socioculturales. De tal modo, pretendemos dar un cariz más útil al trabajo. Con todo, las técnicas de investigación usadas han sido las características de la investigación de carácter sociológico.

2 LAS FUENTES SECUNDARIAS: ESTADO ACTUAL DE LAS INVESTIGACIONES RELACIONADAS CON NUESTRO OBJETO DE ESTUDIO

Antes de empezar a redactar la tesis, decidimos hacer una recopilación de las distintas referencias a estudios de impactos del turismo a nivel local, estatal e internacional, así como de aspectos que indirectamente se relacionaran, tales como planificación turística, geografía del turismo, migraciones, nacionalismo y multiculturalismo, sociolingüística, etc.

No hemos encontrado ningún trabajo similar al nuestro. La mayoría de los estudios sobre turismo residencial son de carácter descriptivo, sin llegar a especializarse en el estudio de los impactos socioculturales. En este sentido, vemos importante destacar el trabajo realizado en diferentes universidades, que se ha visto plasmado en un monográfico sobre turismo residencial publicado recientemente por el Instituto de la Secretaría General de Turismo del Estado.

Aún así, existe en la actualidad un vasto número de investigaciones sobre el turismo residencial que, como veremos en el marco teórico, no siempre aluden directamente al fenómeno con este concepto. Además, a nivel internacional, existe una abundantísima bibliografía especializada sobre los impactos socioculturales del turismo. En este aspecto, queremos mencionar la importante labor realizada por la revista *Annals of tourism research* que desde hace poco edita desde la Universitat de les Illes Balears una edición en castellano.

Debemos enfatizar la existencia de dos tesis doctorales relacionadas directamente con el turismo residencial en el caso de Mallorca. Curiosamente, una de ellas, ha sido realizada por un estudiante extranjero francés. Si bien se trata de una tesis que aborda el fenómeno de las migraciones europeas en Mallorca desde una perspectiva geográfica, establece en ella una caracterización y tipificación de éstas bajo el título *Les residents étrangers européens à Majorque (Baléares)*, de Philippe Duhamel (1997). Por otro lado, Joan Seguí (1998) tiene un libro resumen publicado de su tesis bajo el nombre de *Les Balears en venda. La desinversió immobiliària dels illencs*.

Esta última trata del análisis de los impactos económicos del turismo residencial en el caso de Baleares.

Además de los estudios mencionados, hemos tenido en cuenta toda una serie de artículos e investigaciones de carácter local y específico que, junto con la lectura de libros especializados, nos han ayudado a la hora de incorporar nuevas ideas para desarrollar esta investigación.

La búsqueda en la prensa y en Internet han sido también una importante fuente de información secundaria. Las nuevas tecnologías son, hoy día, un instrumento capital que facilita la recogida de datos a los investigadores. Así, en pocos segundos, uno puede disponer de las principales noticias de prensa relacionadas con el objeto de estudio.

Se trata de una tarea que, hasta no hace mucho, requería una infinidad de horas de búsqueda en las hemerotecas y que, gracias a las ediciones digitales de los periódicos, pueden ser consultadas sin costosos desplazamientos. Los buscadores que más hemos utilizado han sido *Google* y *Alltheweb*. Si bien al inicio de la tesis —en 2001— los datos eran en general poco trascendentes, actualmente podemos encontrar en la red datos micro y macroeconómicos, padrones de habitantes y numerosos artículos sobre temas relacionados con nuestro objeto de estudio.

Otra fuente de información proviene de los medios de comunicación escritos. La prensa estatal de comunidades del litoral mediterráneo aparece, a menudo, repleta de informaciones relacionadas con el turismo. Una vez hecho el estudio pertinente nos ha permitido, también, extraer una serie de informaciones capitales para los contenidos de la tesis. Así, por ejemplo, la entrada en vigor de la polémica *Ecotasa* abrió nuevos interrogantes sobre la influencia del turismo residencial. Se trataba de un impuesto que se gravaba en los establecimientos hoteleros reglados y que, por lo tanto, todos aquellos que se alojaban en residencias secundarias no pagaban. Se abrió, así, un debate interesante sobre si se debía cobrar el impuesto a aquellos extranjeros no residentes que tenían casa en Mallorca.

3 LAS ENTREVISTAS

Una vez llevada a cabo la primera prospección respecto la bibliografía existente, realizamos entrevistas para la recogida de los datos cualitativos de primera mano. En este aspecto cabe añadir que nos hemos centrado en entrevistas que no hubiesen sido

ya realizadas para medios de comunicación u otros investigadores.

La realización de entrevistas tenía dos funciones primordiales. En primer lugar, tenían que servir para poder obtener la información suficiente que nos permitiera elaborar y diseñar la encuesta con mayor exactitud. En segundo lugar, era primordial obtener unos datos más cualitativos que nos permitieran contrastar los datos obtenidos en la encuesta para profundizar en aquellos aspectos más interesantes.

La selección de los entrevistados se hizo a partir de aquellos individuos que presentaban características diversas, con el objeto de recoger la mayor información posible y extrapolar las proporciones mediante el cuestionario.

La recogida de los datos de este trabajo se ha llevado a cabo a partir de una serie de entrevistas personales que se realizaron con una *función exploratoria* (SOLÉ I CAMARDONS, 2000: 1) y, por tanto, se diseñaron con la intención de que fueran *semidirigidas* (PRADILLA, 2001:4).

Lo primero que hicimos fue revisar la bibliografía para establecer una guía o índice general de los puntos que queríamos tratar. Como no existían datos actualizados sobre el número de extranjeros residentes en cada pueblo, fuimos pueblo por pueblo d'Es Pla de Mallorca, con el fin de conseguir los datos del padrón de habitantes y así tener una información actualizada. En general, aprovechábamos el viaje al pueblo para hablar con la gente y sacar información que sirviera para redactar las guías de entrevista. Los comercios y los negocios de restauración, en general, son los puntos donde mejor te atienden y, por lo tanto, donde más información primaria recogimos. Las entrevistas se hicieron en varios pueblos d'Es Pla de Mallorca y a individuos diferentes, atendiendo a las variables de sexo, nacionalidad, año de llegada a Mallorca y tipología profesional.

La selección de los entrevistados se ha realizado a partir de las necesidades y lagunas que iban apareciendo. Una de las dificultades mayores ha sido la de contactar con los políticos implicados en el fenómeno y con aquellos turistas residentes de mayor poder adquisitivo.

Encontrar a los entrevistados no fue una tarea fácil. El método *puerta a puerta* resultó poco provechoso y, finalmente, optamos por encontrar personas que nos hicieran de mediadoras. Cuando se establecía el contacto y éste funcionaba (debemos decir que en la mayoría de casos fue así), nos identificábamos y explicábamos la naturaleza y los objetivos de la investigación. Para evitar que el grado de sinceridad

fuese bajo, ofrecíamos la posibilidad de que la entrevista fuera confidencial. En estos casos, la codificación del entrevistado suplanta la identidad quedando éste como confidencial. Pese a esto, en el transcurso de la redacción de la tesis, aquellos personajes públicos que no han mostrado un interés especial en que se preserve su confidencialidad, aparecen con el nombre y el primer apellido. El resto de entrevistados, no obstante, aparecen tan sólo codificados.

Durante las entrevistas se ha seguido la denominada *técnica del embudo*, que consiste en acabar por concretar a partir de las generalidades. Gracias a este método conseguíamos hacernos una idea del nivel cultural del entrevistado, intereses y aspectos relevantes de la persona, para adecuar así las preguntas y poder evitar, dentro de lo posible, los malentendidos o las respuestas breves.

Una vez acabada la entrevista, que solía durar entre sesenta y noventa minutos, manteníamos una segunda conversación informal de tiempo indeterminado. En más de una ocasión, una vez apagado el micrófono, los entrevistados hacían comentarios sobre aspectos que abrían nuevas cuestiones para la investigación.

Consideramos que el grado de sinceridad ha sido, en general, alto, si bien es cierto que en algunas preguntas, sobre todo en aquellas de carácter político, los entrevistados no acababan de definirse. Las conversaciones mantenidas tras las entrevistas nos hacen pensar que en general, más que de una falta expresa de sinceridad, se trataba de un sentimiento de no tener la capacidad de responder, si tenemos en cuenta que el grado de desconocimiento de la política local entre los extranjeros parece todavía alto.

El total de entrevistas realizadas ha sido de cuarenta. De estas entrevistas hemos aprovechado y transcrito los datos de treinta y cinco. Las otras cinco no se han transcrito en dos casos por las dificultades de traducción del alemán, en otros dos porque la entrevista no aportaba ningún punto interesante o sencillamente era una repetición de otros aspectos ya comentados por otros entrevistados y, en un caso, porque el ruido de fondo ha imposibilitado literalmente la transcripción.

La edad de los entrevistados oscila entre los veintiséis —del entrevistado más joven—, a los ochenta y cuatro —el más longevo. Con respecto al sexo, veinticinco entrevistados son hombres y quince son mujeres. De las nacionalidades no españolas, once son alemanes, dos británicos, un brasileño y una finlandesa.

No hemos encontrado grandes diferencias entre los pueblos que hemos visitado, a excepción de su tamaño y de la tenencia o no de pedanías. En este último caso, a

menudo sucedía que se constituían dos realidades en municipio. El pueblo continuaba viviendo al margen de la inmigración del norte, mientras que la pedanía permanecía en muchos casos ocupada casi exclusivamente por turistas residentes. Se da el hecho de que incluso en algunos casos, como Ses Alqueries, perteneciente al pueblo de Santa Eugènia, los inmigrantes ya han creado una fiesta propia, donde participan casi exclusivamente sus residentes. Este hecho determinó que se hicieran entrevistas, en la medida que considerábamos interesante a la persona, más que con la intención de establecer una muestra representativa de los diferentes municipios que conforman Es Pla de Mallorca.

En base a esta información y a las aportaciones orales de la gente, redactamos las guías de entrevista, estableciendo provisionalmente las siguientes categorías:

- Turistas residentes
- Extranjeros residentes
- Mallorquines autónomos
- Mallorquines funcionarios
- Mallorquines labradores jóvenes
- Mallorquines labradores
- Mallorquines políticos

Esta división quedó en poco tiempo impracticable, ya que a medida que íbamos estableciendo contactos para la realización de entrevistas, nos dábamos cuenta de que hacía falta ir las ampliando o definiéndolas con más profundidad. Así, en numerosas entrevistas hemos añadido o eliminado apartados, con tal de sacar el máximo partido a la especificidad del sujeto entrevistado. También, conforme íbamos estirando de los hilos y sacando nueva información, fuimos creando nuevas clasificaciones que nos han servido para especializarnos en algunos puntos que posiblemente no nos habíamos planteado en un principio.

Finalmente, hemos establecido las siguientes categorías:

- Mallorquines religiosos
- Mallorquines tenderos
- Mallorquines músicos
- Funcionarios
- Expertos

- Mallorquines restauradores
- Empresarios extranjeros
- Hoteleros
- Propietarios de agroturismo
- Responsables de entidades

Otros casos donde la guía de entrevista ha sido personalizada, han sido aquellos en los que éste, tras un primer contacto inicial, ha demostrado conocer algún punto de especial interés.

Antes de realizar las entrevistas, se preguntaba a los entrevistados si deseaban que parte o la totalidad de la entrevista fuese confidencial. En muchas entrevistas la respuesta era afirmativa, lo cual suponía un problema a la hora de homogeneizar los códigos para los entrevistados. Por ello, en los capítulos de la tesis en que citamos fragmentos de las entrevistas, a excepción de aquellos personajes considerados públicos —que sí que tienen el nombre completo—, el nombre del entrevistado no aparece. Cada individuo tiene asignado un código, formado por tres letras: la primera es una letra del nombre, la segunda (que identifica el sexo), M para la mujer y H para el hombre, y la tercera letra que corresponde al país de origen: E, España; A, Alemania; I, Reino Unido; B, Brasil y F, Finlandia. En el caso de que la codificación del entrevistado coincidiera, hemos establecido un orden numérico para diferenciarlos.

Debido a que gran parte de las entrevistas han sido realizadas en catalán, inglés y alemán, se ha estandarizado la transcripción traduciéndolo todo al castellano. En muchas ocasiones, aunque la lengua del entrevistado fuese otra diferente al castellano, los entrevistados se esforzaban en hablarlo, muchas veces rudimentariamente. En otras, el grado de conocimiento era tan bajo, que para facilitar su comprensión nos hemos visto obligados a transcribirla sin aquellos fallos léxicos, gramaticales o sintácticos que los entrevistados pudieran haber cometido durante la entrevista.

Para las citas, a lo largo de la tesis hemos hecho una selección de los ejemplos tratando de reproducir todas las opiniones posibles sin tener en cuenta la variable cuantitativa. Obviamente, el hecho de que existan diferentes entrevistas que se refieran a un aspecto concreto, no quiere decir que las diferentes opiniones sean compartidas en la proporción presentada, sino el hecho de que existen estos puntos de vista. Para extraer los datos cuantitativos hemos utilizado la encuesta.

4 LAS ENCUESTAS ESTANDARDIZADAS

A partir de la definición del universo de estudio como «aquellos extranjeros europeos que tengan una casa en régimen de compra o alquiler en Es Pla de Mallorca», comenzamos a diseñar la encuesta. Uno de los problemas era que, gran parte de estos extranjeros no residía de forma habitual en un lugar concreto, de manera que la recogida de datos se ha tenido que hacer a lo largo de un año en diferentes fases. Con esto, queríamos conseguir muestras de la totalidad de los extranjeros europeos, ya que en muchos casos tan sólo pasan algunas semanas en verano. Por dicho motivo, finalmente nos decantamos por la realización de una encuesta aleatoria múltiple.

La muestra a recoger se estableció a partir de una extrapolación proporcional desde los datos sacados en el padrón de habitantes de cada ayuntamiento. Con ello, queríamos que, al menos las nacionalidades, quedasen representadas según los datos existentes.

Tabla 1 Encuestas realizadas

Municipio	Total de encuestas	Encuestas a alemanes	Encuestas a británicos	Encuestas a otras nacionalidades
Algaida	25-28 (26)	14-15	7-8	6-7
Ariany	5-8 (7)	3-4	3-4	1-2
Costitx	9-12 (10)	7-8	3-4	2-3
Lloret	9-12 (10)	3-4	3-4	3-4
Llubí	9-12 (10)	3-4	3-4	3-4
Maria	9-10 (9)	9-10	2-3	2-3
Montuïri	9-10 (9)	6-7	2-3	3-4
Petra	7-10 (8)	7-8	2-3	1-2
Porreres	13-16 (14)	6-7	2-3	6-7
Sta. Eugènia	13-16 (14)	5-6	4-5	6-7
St. Joan	5-8 (6)	3-4	2-3	2-3
Sencelles	9-12 (10)	4-5	5-6	4-5
Sineu	11-14 (12)	9-10	3-4	3-4
Vilafranca	5-8 (6)	3-4	2-3	3-4

A partir de la información extraída de las entrevistas, confeccionamos una encuesta estandarizada. Se trata de una encuesta que presenta numerosas preguntas referidas al conocimiento lingüístico. Este hecho respondió a la necesidad de conseguir una información de primera mano que no hubiera sido obtenida en ninguna encuesta similar realizada en Mallorca o en el resto del estado.

Para llevarlas a cabo nos orientamos con los cuestionarios de otros estudios parecidos, como el de Phillips & Thomas (2001), que estudian el turismo residencial en Gales. Estos estudios tenían en común con el presente, el objetivo de averiguar cuáles son los conocimientos, los usos y las actitudes lingüísticas de los turistas ingleses residentes en Gales.

Más concretamente, en Mallorca hemos encontrado tres estudios que tienen una estrecha relación con el nuestro. El primero, de P. Salvà Tomàs (1999b) *Actituds i comportaments dels residents alemanys a Mallorca*¹, publicado en la revista *El Mirall*. El segundo, de Joan Melià Garí (1998) *Els estrangers i la llengua*², también en la revista *El Mirall*. Finalmente, el trabajo que realizaron Miquel Seguí y Philippe Duhamel «Vivir en Mallorca», con la colaboración de la Universitat de les Illes Balears, los datos del cual se publicaron en la tesis doctoral de Philippe Duhamel (1997) *Los extranjeros europeos en Baleares*.

El cuestionario es intencionadamente corto, puesto que nos dimos cuenta en las primeras etapas de la búsqueda que este colectivo de residentes europeos se muestra, en general, reacio a ser investigado. Por eso, decidimos ser breves en las cuestiones, con el fin de conseguir mejores resultados.

Algunas preguntas del cuestionario han provocado cierto malestar entre algunos de los encuestados. Entre estas preguntas podemos incluir las referidas a la identidad entre mallorquín y catalán, o las referidas a la filiación política. De ahí que se encuentren situadas al final de la encuesta, cuando estas personas muestran mayor confianza con el encuestador. El cuestionario se tradujo al catalán, castellano, inglés y alemán, atendiendo al criterio de facilitar al máximo la comprensión de las preguntas por parte de los encuestados y evitar que pudieran sentirse coaccionados al no entender la lengua del cuestionario.

Según los datos poblacionales de que disponíamos a partir del padrón municipal de habitantes, diseñamos la muestra que representaría el universo de estudio. Las

¹ Trad.: «Actitudes y comportamientos de los residentes alemanes en Mallorca»

proporciones se han asignado por nacionalidades, puesto que no existía información pública específica sobre otras variables como edad, sexo u otras características en el momento de redacción del cuestionario. Hemos tratado, no obstante, que el cuestionario recogiese diferentes segmentos de edad, quedando finalmente la siguiente muestra por edades:

Tabla 2 Muestra por edades

Total de encuestas	171
18-24	12
25-34	23
35-44	50
45-54	28
55-64	33
65-74	17
75 o mas	5

De los 171 cuestionarios, 107 son alemanes, 37 británicos, 10 franceses y 17 de otras nacionalidades. Creemos que los datos son representativos de las diferentes realidades nacionales d'Es Pla de Mallorca.

Cabe destacar que, en los capítulos 4 y 5, nuestra encuesta ha sido contrastada con dos investigaciones de mercado relacionadas del turismo residencial. Creemos importante adjuntar la metodología usada por ellos:

ICEX (2003). Turismo residencial español. Diagnóstico y propuestas de internacionalización. Madrid: ICEX, estudio realizado por MINTEL

Se trata de un estudio que el ICEX (2003) encargó sobre el comportamiento de los consumidores británicos, sus motivaciones y necesidades al comprar una “segunda residencia” en el extranjero. El estudio examina también el conocimiento y actitudes de los consumidores británicos respecto al mercado de la segunda residencia en España. El estudio se basa en la investigación de mercado de la empresa británica MINTEL.

² Trad: «Los extranjeros y la lengua»

Las investigaciones se realizaron entre los siguientes grupos:

- 125 dueños de propiedades en el extranjero que han poseído su vivienda durante al menos dos años. Las entrevistas se dirigieron a las familias que tenían una segunda residencia durante el “BMRB Target Group Index” de 25.000 encuestados. Esta metodología se revela como la mejor manera de lograr una muestra representativa de personas con una segunda propiedad. Si, por ejemplo, hubiéramos contactado con dueños de propiedad vía agentes de la propiedad, la muestra habría sido referida tan sólo a los recientes compradores.
- Más de 50 empresas que venden propiedades a los residentes del Reino Unido, en particular aquellas que hacen negocio en España. Se realizaron entrevistas personales y por teléfono.
- Alrededor de una docena de instituciones con servicios profesionales tales como bancos, notarios, asesores financieros (hipotecas), personas relevantes en el sector de la propiedad en el extranjero, revistas especialistas, organizadores de ferias e intermediarios.

En el estudio se analizan con detalle las tendencias actuales de compra y se entrevista a numerosas empresas que comercializan estos productos en el Reino Unido, examinando como España se está promocionando, así como revisando los datos demográficos, impositivos y legislativos del Reino Unido ligados a las inversiones inmobiliarias en España.

ANALISTAS FINANCIEROS INTERNACIONALES (2003). *Estudio Planner-ASPRIMA. El mercado inmobiliario español. Características y rasgos diferenciales con la UE. Respuestas a los principales interrogantes.*

Se trata de un estudio financiado por el Grupo Planner —consultoría dedicada al asesoramiento sobre temas inmobiliarios y a la organización de las ferias inmobiliarias más importantes del estado, tales como SIM (Salón inmobiliario de Madrid), Barcelona meeting point, Urbe desarrollo (Valencia), Inmonorte (Bilbao), etc.— y cofinanciada por ASPRIMA (Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid). El estudio fue realizado por el Grupo Analistas Financieros Internacionales (empresa dirigida por Emilio Ontiveros) y ASPRIMA, bajo la dirección conjunta de

Ángel Berges, director general de Analistas, y José Manuel Galindo, secretario General de ASPRIMA. El estudio no se vende y ha sido repartido entre los socios de ASPRIMA como documento de trabajo.

Finalmente, creemos importante destacar que el análisis de los datos se ha realizado con el programa estadístico Gandía-Darwin, recogiendo las muestras en periodos diferentes del año. Ello se debe a que es precisamente en el periodo estival donde el turismo residencial estricto se hace más presente. Por ello hemos preferido recoger los datos a lo largo del año para así reflejar mejor la realidad que se advierte normalmente en las diferentes calles de los pueblos de Es Pla.

5 ELABORACIÓN DE LOS DATOS Y REDACCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Al tratarse de una tesis eminentemente descriptiva, se han intentado ordenar los capítulos de manera que el lector vaya adentrándose al fenómeno desde la generalidad a la especificidad.

Ésta ha sido sin duda la parte más costosa, ya que los diferentes apartados se interrelacionan a menudo y era fácil repetir algo ya dicho. Por este motivo, en lugar de verificar las hipótesis una por una, hemos creído mejor hacer tres partes: la primera, donde se exponen las hipótesis; la segunda, donde se exponen los datos; y la tercera donde, a partir de los datos, se sacan conclusiones.

Por lo que respecta a los anexos, están divididos en tres partes que se corresponden a las distintas fases de trabajo realizadas para la recogida de datos. En la primera encontramos las guías creadas y utilizadas para la realización de las entrevistas. Se encuentra también en este apartado una hoja de control de cada entrevistado en la que se resaltan los aspectos principales y la transcripción realizada. En la segunda parte encontramos los diferentes cuestionarios utilizados: en catalán, castellano, alemán e inglés.

Por último, existe un extenso dossier de prensa sobre noticias aparecidas en periódicos o prensa especializada, que habla sobre el turismo residencial o aspectos relacionados que se hayan tratado a lo largo de la tesis.

Aculturación: proceso por el cual una cultura determinada, al entrar en contacto con otra, toma ciertos elementos de la nueva cultura.

Balearización: término acuñado por el nacionalismo corso, para definir un tipo de desarrollo turístico que tiene, como consecuencia, la urbanización desenfrenada del litoral sin ningún tipo de planificación previa.

Banalización: proceso por el cual los componentes de una cultura modifican sus significados esenciales, haciéndose cada vez más triviales, en pos de una mejor comercialización y venta turística.

Boom del turismo: fenómeno económico social acaecido en el litoral español a partir de los años 1960 y vinculado que se refiere al rápido desarrollo del turismo en pocos años. También se hace referencia a un segundo *boom* en la década de los 80 donde el turismo residencial cobra una gran relevancia.

Capacidad de carga turística: límites existentes, con respecto a la capacidad del sistema productivo, para suministrar servicios turísticos o con respecto a la capacidad de una área de absorber turistas. Los primeros se refieren a los límites físicos de la oferta turística disponible, los segundos a la calidad ambiental y al máximo número de personas que pueden usar un área sin que se produzca una alteración irreparable del entorno físico. El propio concepto de capacidad de carga puede aplicarse a los ámbitos económico, social y cultural.

Ciudadanía multicultural: nuevo concepto de ciudadanía vinculado a los procesos de pluriculturalización de la sociedad que rompe las acepciones tradicionales de ciudadanía.

Competencia lingüística: la capacidad lingüística necesaria para comprender e interpretar cualquier texto oral o escrito de la lengua, así como para utilizar sus estructuras para producir una variedad de nuevos textos.

Cultura: sistema de creencias, valores y costumbres, compartidos por parte de una comunidad, transmitidos de generación en generación por la vía del aprendizaje.

Demonstration effect¹: es todo aquel cambio de valores y actitudes de los habitantes locales motivados por su contacto con los turistas. Se llega al abandono de la cultura local a causa de la imitación de la cultura del turista, la cual los residentes consideran superior.

Desarrollismo: concepto usado para referirse a la tendencia de algunos sectores turísticos y políticos a desarrollar el turismo sin ningún tipo de planificación, primando el beneficio a corto plazo.

Desarrollo turístico sostenible: apuesta por un sistema de desarrollo turístico que asegure, al mismo tiempo, el crecimiento de la actividad y la conservación de los recursos sociales y ambientales locales para las generaciones futuras.

Desarrollo: se entiende por desarrollo el proceso de transformación de la sociedad que se caracteriza por la expansión de la capacidad productiva, el aumento de los promedios de productividad por trabajador e ingresos por persona, los cambios en la estructura de clases y grupos y la organización social, las transformaciones culturales y de valores y la evolución de las estructuras políticas y de poder que permiten elevar los niveles medios de vida.

Efecto multiplicador del turismo: capacidad del turismo de influir positivamente en actividades económicas del destino turístico, sean o no de carácter turístico.

¹ Trad: efecto ejemplo

Efecto zoológico: impacto sociocultural usado por los investigadores del turismo, por el que se produce un sentimiento entre la población nativa de vivir en un zoológico donde ellos son los animales observados por los turistas.

Estructura de la población: concepto utilizado en un sentido amplio y que se refiere a las características básicas de las poblaciones, composición por edad y sexo, movimiento natural de la población y migraciones.

Etnicidad: diferenciación de los diferentes grupos o clases sociales en función de su etnia o valores étnicos. Se trata de un concepto relativamente reciente que sustituye frecuentemente el concepto de raza.

Etnitización: resurgimiento en el seno de las diferentes etnias o pueblos de sus propios valores. Este proceso de autovaloración se ve incentivado por las características del sistema económico internacional, ya sea la globalización económica y cultural o el aumento de las migraciones.

Folclore: todas aquellas muestras de cultura popular que en forma de fiesta, bailes o ritos se celebran para unir una cultura.

Guetización: concentración de una minoría en determinados espacios físicos o sociales o fragmentación social en grupos separados o subculturas.

Hobby farmers: concepto que sintetiza la idea de agricultores de fin de semana, fenómeno que, a su vez, refleja la incidencia del turismo sobre el espacio rural o el desarrollo de actividades relacionadas con el ocio en dicho espacio.

Hongkongnización: definición hipotética del futuro de la Isla de Mallorca por la cual el territorio es construido en su práctica totalidad para fines inmobiliarios.

Identidad: sentimiento de pertenecer a una comunidad con una cultura determinada. También se refiere a las mismas características del término cultura.

Impacto Lingüístico: el concepto de impacto incide en la diferencia entre el estado inicial de un medio determinado y aquel que resulta de la aplicación de alguna fuerza sobre dicho medio. Este concepto puede ser aplicado a un cualquier ámbito de la vida social, entendido como la alteración de un estado inicial atribuible a la actividad turística. El impacto lingüístico señala los cambios sociolingüísticos producidos en un territorio o comunidad lingüística a partir de la llegada del turismo.

Impacto Sociocultural: se entiende por impactos socioculturales todos aquellos cambios sociales y culturales producidos en una sociedad relacionada con el desarrollo turístico y la interacción turista-residente.

Interculturalismo: modelo social que pretende, en los casos en que existen diferentes comunidades culturales o étnicas en un territorio, una interacción entre ellas con el fin de evitar la fragmentación y guetización social. Interpretación en sociedades culturalmente heterogéneas que supera los tradicionales modelos integracionistas que proponían la asimilación forzosa por parte de la población foránea de los valores de la cultura de su nuevo lugar de residencia.

Internacional Retirement Migration (IRM): se considera como sujeto de tales migraciones a personas de edad avanzada, siempre cuando impliquen un cambio permanente de residencia. Las motivaciones de tales desplazamientos suelen estar relacionadas con el disfrute de mejores condiciones ambientales (vida cotidiana, ocio). A pesar de esto, se reconoce cierta complejidad en lo referente a tiempos de estancia y motivaciones principales.

Litoralización: impacto ambiental y demográfico del turismo que implica una concentración del turismo en el litoral que produce, un desplazamiento de la población y de la actividad económica hacia las zonas costeras.

Marbellización: en referencia al caso de Marbella, proceso por el que el asentamiento de famosos incentiva que la población local desee vivir tal y como lo hacen los propios famosos.

Modelo de desarrollo turístico: características concretas de la actividad turística en su aplicación efectiva en base a formas de alojamiento turístico, grado de estacionalidad, características y pautas de comportamiento de la demanda, repercusiones sobre el conjunto del sector servicios o formas de ocupación del espacio. El concepto de multiculturalismo toma a fuerza a través de las reivindicaciones de las minorías que reclaman un modelo social y cultural más acorde con su realidad.

Multiculturalismo: sistema político por el cual se reconoce la diferencia cultural. El multiculturalismo trata de establecer sistemas por los que diferentes comunidades establecidas en un territorio no tengan que renunciar a su cultura y puedan convivir entre ellas.

Nacionalismo: doctrina universal construida en Europa a principios del siglo XIX que sostiene que la humanidad se divide naturalmente en naciones, que las naciones poseen ciertas características que pueden determinarse y que el único tipo de gobierno legítimo es el autogobierno nacional.

Pluriculturalización: paso de una comunidad étnicamente homogénea a otra plural o étnicamente heterogénea

Regionalismo: tendencia política que acentúa y potencia las características de una región sin poner en entredicho una comunidad más amplia en la que está integrada.

Rururbanización: concepto que hace referencia a la existencia de áreas de transición entre los espacios urbanos y los rurales. Dicha transición implica la adquisición de los últimos de funciones tradicionalmente asignadas a los primeros. Asociado a este concepto, la contraurbanización implica la desconcentración de las grandes áreas metropolitanas. Estos procesos parten de una creciente flexibilización de las funciones residenciales y productivas.

Saturación: en referencia al turismo, existe un nivel de saturación para el turismo en una localidad, de manera que si este nivel es excedido, los costes del turismo empiezan

a superar a los beneficios.

Snow birds: en la literatura norteamericana relacionada con el turismo residencial, este concepto hace referencia a las personas mayores que se desplazan a lugares cálidos para pasar allí los meses de invierno. Otros términos relacionados son el de *sun belt*, espacios cálidos que son destino de los desplazamientos mencionados, y el de *sun city*, complejos residenciales que sirven de alojamiento a los inmigrantes retirados

Sustitución lingüística: proceso por el cual una lengua es abandonada y sustituida por otra.

Supranacionalidad: estructura política que supera las limitaciones de una nación política o cultural. Ejemplos de Supranacionalidad: son los EE.UU. o la misma Unión Europea.

Turismo: Aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Turista: Toda persona que se desplaza entre dos o más países o dentro de su país de residencia habitual, por una duración inferior a doce meses, y la finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Turista residente: aquel individuo que, desplazándose a un territorio que no es el de origen, se establece de manera temporal o semi temporal. Su desplazamiento no responde a una necesidad de emigración por razones económicas, políticas, y/o religiosas, sino en busca de una mejor calidad de vida o un cambio de rutina, en el sentido que proporciona el turismo. Pese a no vivir todo el año en la zona de destino, ha comprado una casa o la ha alquilado, a menudo pensando en el beneficio económico que puede sacar a medio o largo plazo.

CAPÍTULO 1

HISTORIA GENERAL DEL TURISMO Y LAS SEGUNDAS RESIDENCIAS

Una de las discusiones más frecuentes entre los antropólogos, sociólogos y otros investigadores dedicados al estudio del turismo, es la de ubicar cronológicamente sus inicios. Gran parte de los investigadores de los aspectos socioculturales del turismo coinciden en afirmar que los antecedentes más antiguos del turismo se encuentran en el mundo helénico (MAZÓN, 2001a: 59 / TURNER; ASH, 1991: 25 / MELPLIER, BLOC DURAFOUR, 2000: 17). Por otro lado, Agustín Santana (1997: 19) considera que no es hasta el siglo XIX cuando se puede hablar realmente de turismo y turistas. Concretamente apunta que «*el turismo es una manifestación de su tiempo, de una realidad socioeconómica e histórica en general*». Según este autor, se debe partir de un enfoque que delimite el turismo en un doble aspecto:

- El turismo se inserta en la necesidad de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades occidentales.
- El turismo responde a aquellos desplazamientos colectivos que se realizan libremente por placer, recreación o simplemente por el deseo de estar en un sitio.

Se hace difícil decir cual de las dos interpretaciones es la más acertada. Con todo, lo más interesante es entender cuáles han sido los factores que han propiciado esta práctica o, dicho de otra manera, que factores han sido necesarios para que se produjera el fenómeno. Así pues, tan sólo hay que meditar un poco para llegar a la conclusión de que, para entender el viaje como finalidad concreta no vinculada al trabajo, hace falta la existencia de tiempo libre.

El turismo, como actividad, ha ido desde sus orígenes atado a este concepto. Esta realidad ha ido evolucionando a lo largo de la historia, al igual que lo ha hecho el turismo. Según Tomás Mazón:

«(...) Todas las sociedades han dispuesto de tiempo libre, incluso en algunas se contaba con más tiempo que en la actualidad. Aún así, este tiempo libre no se puede decir que fuera recreo tal y como lo concebimos en la actualidad. (...) Así por ejemplo, en la sociedad griega, tan sólo aquel que podía disponer del ocio era libre (...)

(MAZÓN, 2001a: 53)

1.1 LOS ORÍGENES DEL TURISMO EN LAS POLIS GRIEGAS

Para los griegos, el hecho de disfrutar y usar las horas libres constituía la finalidad misma de la vida. Por el contrario, el trabajo era considerado como algo degradante, reservado para los esclavos.

Ya en aquellos años, las primeras formas de veraneo iban ligadas al desarrollo de la urbanización, creándose lo que podría ser el primer precursor de lo que hoy conocemos como turismo residencial o turismo de segunda residencia. Según Alain Mesplier y Pierre Bloc Duraffour (2000: 17), en el imperio de Alejandro los ciudadanos ricos construían en Canope —cerca de Alejandría y en Dafne, en las proximidades de Antioquía— casas de veraneo. Se trataba, como sucede en la actualidad, de un tipo de urbanización que no se alejaba de los núcleos urbanos próximos. Este hecho responde a la necesidad del turismo residencial de disponer de unas infraestructuras adecuadas que posibiliten el desplazamiento.

Por lo que respecta a la concepción del viaje en sí, los motivos eran diversos. Algunos filósofos se desplazaban por las colonias y la zona mediterránea en busca de mecenas que les permitieran continuar con la vida ociosa y la búsqueda de la sabiduría. Por otro lado, muchos griegos se desplazaban de sus polis para asistir a los juegos olímpicos, que congregaban a ciudadanos de los diferentes estados griegos. Finalmente, hay que destacar a los precursores de lo que hoy conocemos como turismo religioso, que se producía cuando se realizaban visitas a los principales santuarios religiosos. Entre ellos, cabe destacar los de Delfos, Eleusis y Epidauro, que entre el 776 a.C. y 393 a.C. fueron centros de atracción para viajeros, poetas y filósofos que querían visitar sus oráculos. En relación a este tipo de desplazamientos, L. Turner y J. Ash enfatizan:

«(...) Con todo, viajar puramente por placer, es decir, sin el respaldo de una intensa motivación espiritual o material, siguió siendo algo muy poco común, algo para lo cual era necesario un animado espíritu aventurero (...)»

(TURNER; HASH, 1991: 25)

Entre los motivos que los autores apuntan para estas limitaciones, destacan los diferentes peligros que existían a lo largo del viaje, pero sobre todo los conflictos que

existían entre las diferentes polis griegas. Actualmente, la existencia de conflictos continúa siendo a nivel internacional uno de los factores que más puede desestabilizar el turismo y desviar los flujos turísticos en una u otra dirección.

Así pues, la limitación del viaje por motivos bélicos y de transporte fue motivo suficiente para que la mayor parte del turismo se estableciera en la inmediata periferia de las urbes.

1.2 ROMA: ENTRE EL TURISMO DE MASAS Y LAS SEGUNDAS RESIDENCIAS

Los romanos se apropiaron de algo más que de la arquitectura, la religión y la filosofía griegas. La cultura del ocio también fue adoptada por los romanos, sin embargo con diferencias substanciales. Si los griegos habían excluido a los comerciantes, banqueros y trabajadores manuales del ideal homérico de ocio, los romanos serían los impulsores del turismo de masas. Este hecho fue en gran parte posible gracias a los numerosos días de fiesta que existían en el calendario laboral, que en tiempos de Claudio ascendían a 159. La importancia de la vasta red de carreteras que unía el Imperio —junto a los enormes recursos de que disponían— permitió el desarrollo de diferentes actividades dedicadas al recreo, que tenían por función entretener al personal. A diferencia de los griegos, se concebía el ocio como un tiempo de descanso para el cuerpo con la finalidad de volver al trabajo con más fuerzas. En definitiva, un medio para la mejora del trabajo, pero de ninguna manera una finalidad en sí.

Esto lo podemos constatar en los diferentes viajes que realizaban los romanos a lo largo del Mare Nostrum para adquirir conocimientos, que más adelante les servirían para subir de estatus social. Como afirman Turner y Ash (1991: 35), el conocimiento de la lengua y literatura griegas daba un altísimo valor social, además de ser requisito para los políticos que querían trabajar en los territorios orientales. No fueron pocos quienes viajaron con el ansia de aprender el idioma y subir de escalafón social.

Las segundas residencias también tuvieron un rol destacado en una civilización en la que la capital concentraba más de un millón de personas en medio de ruidos, suciedad y masificación.

Las familias con más recursos escapaban de la ciudad mediante el establecimiento

de zonas residenciales en las afueras. Este fenómeno ha sido comparado por Tomás Mazón (2001a: 61) con las zonas residenciales de las grandes ciudades occidentales (Nueva York, Londres etc.). El hecho más llamativo es, sin embargo, el vasto complejo de segundas residencias para las clases sociales más acaudaladas que se construyeron en el litoral de la Campania, en la costa norte del Golfo de Nápoles. Éstas, a diferencia de las zonas residenciales de la conurbación de Roma, estaban a más de 150 kilómetros de la capital y se disfrutaba de un clima benigno durante todo el año. John Ash y Louis Turner nos muestran en un breve fragmento la vastedad de un fenómeno que se podría comparar con grandes zonas de nuestro litoral:

«(...) La totalidad de la costa comprendida entre Cumas y Nápoles terminó por albergar tal cantidad de construcciones que muy pronto las villas empezaron a construirse directamente encima del mar; en éstas, evidentemente se disponía de la ventaja adicional de pescar casi sin levantarse de la cama. En tales condiciones, es lógico que el valor de la propiedad de la tierra se disparase. Los más ricos se dedicaron por gusto a la especulación y obtuvieron increíbles beneficios del arrendamiento de sus tierras (...))»

(TURNER; ASH, 1991: 33)

1.3 EL TURISMO EN LA EDAD MEDIA

La Edad Media supuso un freno en la realización de viajes, puesto que fue una época convulsa donde toda una serie de acontecimientos (invasiones, guerras, epidemias, etc.) hicieron la vida, si cabe, aún más difícil.

Para las clases altas de la sociedad, el tiempo se invertía en actividades como por ejemplo la guerra o los deportes, así como también en la dedicación a actividades tales como la ciencia o la religión. El ocio iba ligado a la riqueza, al poder y a un estatus social superior. Con respecto a las clases bajas, su tiempo de ocio giraba alrededor de las fiestas populares, controladas por la Iglesia y los señores feudales, y se dedicaba a la fiesta y al reposo.

Tomás Mazón (2001a: 65) indica que «en la Edad Media se impuso un tipo de viaje que ha perdurado hasta nuestros días. Es lo que conocemos como turismo religioso». Las peregrinaciones a lugares sagrados como por ejemplo Roma, Jerusalén o Santiago de

Compostela fueron tan frecuentes y populares que se establecieron unas rutas específicas y se dotaron de unas infraestructuras por atender a los peregrinos.

1.4 EL GRAND TOUR

Si como acabamos de ver, las principales razones para viajar durante la Edad Media fueron guerras, negocios y peregrinaciones religiosas, a partir del siglo XVII — especialmente en Inglaterra y entre las clases altas— la motivación principal para realizar un viaje fue la de enriquecerse cultural y socialmente. El *Grand Tour* es el término que se utilizaba para designar aquellos largos viajes por varios países o continentes que realizaban los jóvenes de la elite inglesa con el fin de completar su formación. Los futuros gobernantes de la sociedad aprendían con estos viajes no solamente cómo vivían otras gentes del mundo (sus costumbres, formas de vida, etc.), sino que también establecían contactos con personas importantes social, política o económicamente que les podrían beneficiar en el futuro.

El joven, por lo tanto, emprendía un largo viaje —a veces peligroso y a menudo incómodo— que podía durar años y que le llevaría a culminar su formación y a perpetuar los intereses de su clase. A estos jóvenes que realizaban el *Grand Tour* se los denominó “turistas” y se estableció la costumbre de que volvieran a casa con pruebas físicas de su viaje —nos referimos a los denominados “recuerdos”o en francés “souvenir” con idéntico sentido al actual. Estos objetos a veces no eran cosas inocentes, sino que a menudo eran antigüedades y tesoros del patrimonio artístico de los países visitados.

A partir de la segunda mitad y finales del siglo XVII, este *Grand Tour* de las clases aristocráticas fue imitado por los grandes burgueses y los viajes, por lo tanto, consiguieron gran popularidad y afectaron segmentos más amplios de población. Italia (especialmente su capital Roma) fue el país entresacado mayoritariamente como meta de estos viajes, que durante el siglo XVIII lograrán una cierta amplitud y popularidad.

Por todas estas características que se han expuesto, autores como Tomás Mazón (2001a: 69) consideran que en el *Grand Tour* «encontramos el soporte de lo que puede considerarse el verdadero *fósil* del turista moderno».

2 | LOS INICIOS DEL TURISMO MODERNO EN EL SIGLO XIX

Los principios del turismo como lo entendemos hoy día tienen su origen en el esnobismo, en la enfermedad y en la búsqueda de climas diferentes. Si queremos datar el momento en que unas primeras personas empezaron a cobrar por ofrecer un servicio que no sólo ofrecía el desplazamiento sino que además lo decoraba con actividades concretas, encontraremos que los primeros casos serían los de Thomas Cook o William Cody (Buffalo Bill). El primero, fue el fundador de la primera agencia de viajes organizada, así como la primera al expender cheques de viaje en 1874. Las primeras actividades que organizó fueron los famosos viajes en tren por Inglaterra a partir de 1841, para después ir expandiéndose al continente mediante las exposiciones mundiales. El segundo, que disponía de una reputación suficientemente consolidada en los EE.UU., aprovechó para impulsar los viajes en ferrocarril por el salvaje Oeste, donde escenificaba toda la mitología de la conquista con búfalos, vaqueros, indios, etc.

Lo más importante de estos dos personajes, fruto del individualismo emprendedor capitalista, es el paso de la idea del desplazamiento y romanticismo de la historia contemporánea a una concepción comercial y mercantil de las mismas. Un factor que ayudó a este turismo incipiente fue el papel desarrollado por escritores y publicistas, los cuales crearán la mentalidad colectiva de curiosidad por conocer aquello exótico o extraño que tanto se avenía con la idea de viaje. Éstos serían los precursores de las guías y libros de viaje que conocemos actualmente.

2.1 EL DESARROLLO ACELERADO DEL TURISMO

A partir de los años treinta, la lucha de los sindicatos, que forzarán la entrada del Fordismo y la mejora de los accesos en los desplazamientos, facilitarán en gran medida las posibilidades de viajar, superando la barrera de las clases sociales. Esta tendencia fue manteniéndose a lo largo de los años treinta y cuarenta del siglo XX, hasta que en los cincuenta empezó a aparecer una industria turística más o menos caracterizada por la calidad de los visitantes. Pese a ello, no fue hasta los sesenta cuando empezó el verdadero *boom* que tanto influiría en la sociedad.

Los principios de los años cincuenta del siglo pasado fueron el inicio del turismo en

masa por toda Europa. Era necesario, por lo tanto, que existiera una capacidad suficiente de ahorro e ingresos entre la población para que se dieran las bases mínimas de dicho desarrollo. El enriquecimiento de las diferentes burguesías europeas a partir de la revolución industrial incitó de manera decisiva las ganas de viajar y conocer lugares especiales, hecho que, en la época, era algo de rabiosa actualidad. Además, en el caso de Inglaterra, a este sentimiento se añadía la impresión de tener un clima malo en comparación con el Mediterráneo.

Hasta entonces las clases bajas no habían podido disfrutar de las vacaciones más allá de las excursiones de fin de semana. A partir de los años treinta, la motorización y la mejora de los vías de comunicación facilitarán en gran medida las posibilidades de viajar, por encima de las clases sociales. Con todo, el turismo continuaba siendo considerado un lujo, atendiendo a los destinos selectos que existían: balnearios, refugios de montaña, hoteles de “alto copete”, etc.

2.2 LOS INICIOS DEL TURISMO DE MASAS 1950

El desarrollo económico de Europa y los EE.UU. a partir del desarrollo del sistema de bienestar Keynesiano permitieron un giro radical en la dinámica del turismo cuando las clases medias emergentes empezaron a interesarse por éste. Bien pronto, el capitalismo absorbe este interés y entra en la fase de industria “de servicios”, que es controlada por agencias o *tour operadores* que manipulan y dirigen la demanda y la oferta turísticas. Este *boom* del turismo se hizo especialmente visible en muchas zonas del litoral mediterráneo, donde los turistas nórdicos venían en busca del clima benigno, de los bajos precios y de la diferencia de estilo de vida. Cabe no olvidar, asimismo, que para las zonas receptoras de este tipo de turismo —que algunos llaman de sol y playa— esta actividad ha supuesto enormes cambios a nivel económico, social y territorial, que trataremos más adelante, y diferentes patrones de desarrollo de la industria turística a ambas riberas del Mediterráneo. De todos modos, según Mazón (1999a), el paso del turismo preindustrial al industrial fue posible gracias a:

- Un crecimiento económico de los países capitalistas.
- La modernización y facilidad de acceso a los medios de transporte de viajeros.

- Un proceso mundial de concentración urbana.
- La liberalización del movimiento de personas entre los países capitalistas.
- Las vacaciones pagadas a la clase trabajadora.
- Una relativa estabilidad política y social en los países emisores y receptores.

2.3 EL NUEVO TURISMO A LA CARTA: LA ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA

A estas alturas el turismo es un fenómeno asentado en muchos países. La caída de la Unión Soviética y sus satélites, junto con el proceso de europeización y globalización mundial, han ampliado el radio de influencia del sector turístico. Actualmente, es posible explotar zonas que hasta ahora resultaban inviables, bien por motivos ideológicos, bien por motivos económicos. El turismo actual se caracteriza por una gran oferta de países, cada vez más asequibles, así como por una gran variedad de formas de turismo que se concretan en ofertas cada vez más variadas y personalizadas: parques temáticos, safaris, alternativas, balnearios, agroturismo, etc. En definitiva, todo aquello que pueda tener detrás un sector de consumidores económicamente viables.

Con todo, el turismo ya clásico de masas continúa existiendo como turismo mayoritario para satisfacer a aquellas clases medias que desean desfogarse en pocos días a unos precios asequibles. Este tipo de turista tiende a ir a zonas con tradición turística o de desarrollo primerizo que, a estas alturas, ya parecen degradadas para muchos de los turistas de lujo que las frecuentaban. Por tanto no nos ha de extrañar que muchas zonas turísticas degradadas inicien los trámites para empezar una reestructuración que les permita acceder a un turismo de mayor calidad y, en consecuencia, menos perjudicial para el entorno.

Algunos autores apuntan pues hacia un nuevo turismo que sea más respetuoso con el entorno, la cultura y medio ambiente locales. La nueva era postmaterialista, en que los individuos ya han conseguido satisfacer las necesidades materiales y buscan las inmateriales, facilitaría la adquisición de esta nueva filosofía turística. Destacan así dos posturas:

- *El ocio de producción flexible*: De características fordistas, basa su flexibilidad en la introducción masiva de la telemática, permitiendo la personalización del servicio hacia una demanda fragmentada. El sector que se perseguiría sería aquel de clase

media alta con larga experiencia turística.

- *Turismo alternativo*: Se basa en la explotación de nuevas formas de turismo como las mencionadas hace poco. Tiene su oferta básica en los entornos bien conservados y va dirigido a sectores de clase media alta. Éstos sólo podrán funcionar con niveles limitados de oferta y demanda.

3 | HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA

3.1 ORÍGENES Y ANTECEDENTES

Si ya quedó claro en el capítulo anterior que el fenómeno turístico tal y como lo conocemos en las sociedades occidentales hoy día tiene sus orígenes en el siglo XIX, tampoco se deben dejar de lado acontecimientos históricos anteriores relacionados con el turismo.

No hay duda de que los primeros viajes que tienen como destino la Península Ibérica se hacen a través de las rutas marítimas que las civilizaciones antiguas establecen en su dominio comercial sobre el Mediterráneo. El mundo romano desarrolló el termalismo no sólo en el ámbito cotidiano, sino también como una finalidad del viaje en sí mismo. Las actividades del turismo balneario ya eran conocidas en colonias como Emporion —en el Golfo de Roses— o en el Valle de Otañes —en Santander.

En la Edad Media, las peregrinaciones de cristianos a la tumba del apóstol Santiago, descubierta en Compostela, propiciaron una red de caminos, monasterios y hospederías comparable a una infraestructura turística. El viaje era algo probablemente bastante habitual tanto en los reinos cristianos de la Península cómo más al sur, en Al-Andalus, donde no eran pocos los musulmanes que realizaban también peregrinaciones de carácter religioso para visitar la tumba del profeta en La Meca (Arabia) o en la ciudad santa de Kairouan (Túnez). La corte de los reyes se trasladaba a los palacios de verano, como la Aljafería o *Casa del Placer* en la Zaragoza del siglo XI.

El viaje durante el Renacimiento fue algo incluso promovido y protegido por la Monarquía, en su afán de búsqueda de riquezas y dominio territorial en Asia, África y América.

La época de los descubrimientos geográficos empujó a muchos a la aventura en el Nuevo Mundo. En el interior, los cambios de residencia estivales eran un privilegio reservado a las clases ociosas (la aristocracia). Se modernizaron los carruajes, que fueron los *reyes* del transporte por carretera hasta la llegada del ferrocarril.

3.2 EL SIGLO XIX

La máquina de vapor aplicada al ferrocarril (por Stephenson alrededor de 1825) entra en España, tras varios intentos fallidos, cuando se inaugura en 1837 la línea La Habana-Güines¹. En la metrópoli, la red ferroviaria se inicia con la línea Barcelona-Mataró (1848) y la de Madrid-Aranjuez (1851). Posteriormente irá ampliándose con la construcción de nuevos tramos por parte de compañías españolas y otras de participación extranjera.

El siglo XIX, considerado por varios autores como la prehistoria del turismo moderno (MONTANER MONTEJANO, 2001: 87), es importante entre otros hechos por ser cuando se acuñan palabras como *turista* y *turismo*. Ya de hecho este vocabulario tiene sus raíces en los *tours* que los nobles europeos realizaban durante varios meses por las más importantes ciudades desde el siglo XVII (viajes de placer y de instrucción).

Muchos de estos nobles viajeros y otros escritores dejaron sus impresiones acerca de los lugares visitados y sus anécdotas en forma de obras literarias, diarios e incluso guías de viaje (cabe recordar que los viajes solían durar hasta varios años). Ejemplos habrá a decenas, los más destacables *The Tourist in Spain* (1836-38) de Thomas Roscoe, con las descripciones de su viaje por Andalucía, Vizcaya y las Castillas; la *Guía de España y Portugal* (1842) de O'Shea; el *Hand-book for travellers in Spain* (1844) de Richard Ford, del que se llegaron a hacer nueve revisiones con sus correspondientes ediciones hasta 1898; la *Guide du Voyageur en Espagne et Portugal* (1866) de German Lavigne; la guía ilustrada *Souvenirs d'Espagne. Tours 1881*, de Eugène Poitou; o la guía *Spanien und Portugal*

¹ En aquellos años Cuba era aún una colonia española

(1898) de Baedeker, traducida al inglés y al francés. Mientras tanto, en Gran Bretaña Thomas Cook había fundado la primera agencia de viajes (1841) y organizado la primera vuelta al mundo (1872). A su vez, en los EE.UU. Henry Wells había hecho lo propio y nace la *American Express* (1859).

El siglo XIX es también el del redescubrimiento del mar, o mejor dicho, del veraneo a orillas del mar de las clases influyentes. Las casas reales españolas, a imitación de las europeas, que en todas las épocas habían trasladado la Corte a sus residencias de verano en el campo o la montaña (El Escorial, Aranjuez, La Granja, etc.) optaban por hacerlo ahora al litoral (San Sebastián o Santander), influidos por las facultades terapéuticas del agua de mar. De un modo similar, la burguesía catalana —que hasta entonces pasaba los veranos en pueblos o urbanizaciones cercanas a Barcelona como Gràcia, Sant Cugat o Vallvidrera— inició a mediados de siglo su expansión por las playas de Gavà, Castelldefels, Sitges o Vilanova i la Geltrú, en lo que podría tratarse de otro ejemplo de un antiguo turismo residencial. La práctica del turismo balneario, no escapó a las clases populares, que aprovechaban los días festivos y los fines de semana para trasladarse, ya fuera en diligencia o en tranvía, a las playas más cercanas a las capitales. Los barceloneses acudían a La Barceloneta y a las playas del Garraf, los valencianos a La Malvarrosa, Nazaret y El Saler, los murcianos a Mazarrón. La gente se bañaba vestida con trajes de baño largos y en los *balnearios* y *baños públicos* existían, generalmente, zonas diferenciadas para hombres y para mujeres.

3.3 EL TURISMO HASTA LA GUERRA CIVIL (1902-1939)

El cambio de siglo vio nacer grandes hoteles en las principales capitales españolas, puesto que el turismo visitaba principalmente ciudades. La hostelería durante el XIX había sido de carácter muy austero a juzgar por las descripciones que aparecían en las guías sobre España.² En los caminos y carreteras, el hospedaje se daba en ventas, ventorrillos y

² R. Ford en *Hand-book for travellers in Spain* (1844) divide las posadas españolas en: malas, peores y muy malas.

paradores; en las villas y ciudades se daba en mesones, fondas y posadas o, si el viajero podía permitirse el lujo, en hoteles.

Los turistas de este tiempo —la *Belle Époque*—, pertenecían a las clases acomodadas e invertían grandes cantidades de dinero en sus viajes. Este hecho no pasó desapercibido a la Administración del Estado y el ministro de Fomento, Romanones, impulsó la creación de una Comisión Nacional encargada del fomento del turismo:

«Entre los medios eficaces que las naciones emplean para mantener su riqueza en creciente desarrollo y para lograr que su moneda tenga un valor efectivo (...) no se forman exclusivamente de las mercancías que se exportan: tiene por el contrario otras muchas fuentes, entre las que se encuentra la creciente afición a viajar, que constituye en el extranjero un deporte de todas las clases sociales y especialmente de las más acomodadas. (...) el Estado se cree en el deber de dar el ejemplo y de estimular a todos en la tarea patriótica de fomentar las incursiones de extranjeros a nuestra patria. Para proponer los medios prácticos de favorecer esas incursiones, estudiar las causas que ahora las dificultan o entorpecen y procurar a los extranjeros el mayor número de facilidades y atractivos, considera conveniente (...) la creación de una Comisión Nacional permanente (...)»

Decreto de 6 de octubre de 1905 aparecido en La Gaceta de Madrid, núm.280

El sector privado tiende a organizarse y así surgen los primeros Centros de Iniciativas y Turismo en diversos puntos del Estado. En la primera década del siglo XX se fundan la Sociedad Fomento del Turismo de Mallorca, la *Societat d'Atracció de Forasters* o *Sindicat d'Iniciatives* de Barcelona, la Sociedad de Turismo de Cádiz, el Sindicato de Iniciativas y Turismo de Tarragona o la Asociación Fomento del Turismo de Burgos, y se culmina en 1911 con la creación de la Comisaría Regia de Turismo, que venía a sustituir la inoperante Comisión Nacional. Ese mismo año se estaba ya celebrando el IV Congreso Internacional de Turismo, que ya había contado con sendas ediciones en Zaragoza (1908) y San Sebastián (1909) y se estaba preparando el V Congreso en Madrid (1912).

Hasta la finalización de la I Guerra Mundial, que supondrá un cambio de tendencia en el turismo europeo, hay que destacar otros acontecimientos relevantes en la España borbónica, como los esfuerzos en recuperación del patrimonio histórico y artístico o el

fomento a la creación de un cuerpo museístico auspiciados por la Comisaría Regia de Turismo; el *descubrimiento* de monumentos naturales como el Valle de Ordesa y la promulgación de la primer Ley de Parques Nacionales (1916); la entrada de cadenas hoteleras de lujo extranjeras, como los Hoteles Ritz de Madrid y Barcelona; y la creación de la primera agencia de viajes española, Viajes Marsans (1910).

La Sociedad de Naciones (1919) se creó después de la Primera Guerra Mundial y jugó su papel en el ámbito del turismo europeo con varias intervenciones. Como señala Fernández Fúster (1991: 229) en facetas como el tránsito de aduanas al proponer un tipo internacional uniforme de pasaporte; al crear un Subcomité de Expertos en Turismo que se encargó del estudio de control de divisas, de las formalidades aduaneras y de las estadísticas de turismo; al plantear facilidades aduaneras para la circulación de propaganda turística a nivel internacional; reuniones para llegar a definir conceptos como turista. Coetánea a estas acciones, un hito, la celebración en La Haya del I Congreso Internacional del Turismo (1925), en momentos en que 12 millones de turistas internacionales visitaban Europa.

El excedente de aviones y pilotos que sobreviven a la primera Gran Guerra dará paso a las primeras compañías de aviación y los primeros vuelos de pasajeros en Europa. En 1921 se fundaba la Compañía Española de Tráfico Aéreo (CETA) y poco después (en 1927), Iberia. Un año más tarde, el Patronato Nacional de Turismo (PNT) sustituía a la Comisaría Regia y sería el órgano que se ocupase de la planificación del turismo durante los últimos tiempos de la Dictadura de Primo de Rivera. En 1929 se celebraban las Exposiciones de Barcelona y Sevilla. Renovada durante la Segunda República y hasta su desaparición al estallar la Guerra Civil, se ha valorado al PNT por su apoyo a iniciativas para el desarrollo de la industria del turismo, numerosas publicaciones, la creación de la Red de Paradores Nacionales y Albergues de Carretera, pero especialmente por sus labores de difusión de la riqueza natural y artística de España, mediante la creación de agencias en el extranjero y de oficinas de información en el interior.

La campaña de promoción “Visitez l’Espagne” rezaba en sus *slogans*:

«Córdoba, Corte de los Califas
Sevilla, Ciudad de gracias únicas
Ávila, la mística ciudad amurallada
Huelva, punto de partida de Cristóbal Colón
Cádiz, puerta de Europa sobre el Atlántico
Burgos, maravilla gótica, tierra del Cid
Tarragona, la ciudad de los Escipiones
Barcelona, la capital del Mediterráneo
Málaga, clima delicioso en todo tiempo.»

(FERNÁNDEZ FUSTER, 1991: 298)

Los viajes turísticos se truncaron a partir de la Insurrección militar de julio y el comienzo de la Guerra Civil en 1936, si bien es sabido que los flujos de pasajeros se redireccionan ante un conflicto político o militar hacia otras destinaciones. Los desplazamientos de la población en tiempos de guerra necesitaban de algún tipo de autorización o salvoconducto. Los únicos viajes organizados de que se tiene constancia durante esos años son las Rutas de Guerra en ambos bandos contendientes, algo más cercano a la propaganda política que a una actividad turística. La República invitó a periodistas y personalidades para visitar los frentes de Aragón y de Madrid. El Gobierno del general Franco, por su parte, sustituye el PNT por el Servicio Nacional de Turismo (1938), encargado de fletar los autocares que recorren las Rutas de Guerra del Norte, de Andalucía y de Madrid.

3.4 EL TURISMO DURANTE EL FRANQUISMO (1939-1975)

Acabada la Guerra Civil Española, la situación de Europa no sería mucho mejor. El ejército del III Reich invadía Polonia y, en respuesta, Francia y la Gran Bretaña declaraban la guerra a Hitler. La Segunda Guerra Mundial había empezado y destruiría el Continente

hasta 1945. En España, igualmente arrasada, empezaba un período de autarquía económica, de racionamientos y de control social, cultural, político y religioso sobre una población todavía dividida en vencedores y vencidos.

Cabe distinguir, sin embargo, dos etapas claramente diferentes durante el régimen franquista en lo que se refiere al turismo y la sociedad: los *años del hambre*, que se prolongaron hasta la década de los 50 y, finalmente, los años de la sorpresa económica (1960-1975).

Los años críticos implicaron un control rígido de las comunicaciones en un territorio con unas infraestructuras destruidas. Por ejemplo, el colapso del tráfico ferroviario llevó a la estatalización de las compañías en una sola —la RENFE (1941)—, que tuvo que invertir 20 años y miles de millones de pesetas en la reconstrucción de las líneas y la modernización de los ferrocarriles españoles. La red de Paradores Nacionales salió también mal parada de la guerra y se fueron reconstruyendo y reabriendo esos equipamientos durante los años 40. Asimismo, tuvo que reinstaurarse una línea de Crédito Hotelero para los establecimientos privados. Eso sí, la industria hotelera estuvo sometida a un control de tarifas, las que fijaba la Administración, durante prácticamente los cuarenta años que duró el Régimen franquista, con una notoria insatisfacción de la industria. En resumen, pues, se trata de una etapa sin planificación del sector en donde la Dirección General de Turismo (desde 1939) ejerce su tutela sobre los restos de una industria turística sometida a la recesión de la Segunda Guerra Mundial y al posterior bloqueo internacional a la España franquista.

Por el contrario, la postguerra en Europa sigue otro patrón. Los ingentes esfuerzos en reindustrializar el continente con la ayuda americana prevén una recuperación económica en pocos años. La aplicación del Plan Marshall facilita un progreso económico creciente y sostenido que posibilita el aumento del nivel de vida de muchos europeos. Las flotas navales se reconstruyen, si bien la aviación experimenta un desarrollo espectacular y sobrepasará a la vía marítima en el transporte de viajeros. En 1945 se inventa el vuelo a la carta —el *charter*—, se amplían los destinos y se establecen tarifas más económicas en las líneas regulares —la *tourist class*, que estimularán el viaje. El automóvil individual se convierte en un medio de locomoción al alcance de cada vez mas población y a su vez en otro factor para el desarrollo turístico.

Se trata de una auténtica democratización del turismo, atributo del cual no gozaba tradicionalmente. Se consigue un acceso a éste de la mayor parte de la población. Asistimos, en definitiva, a la formación de las bases para el nacimiento del turismo de masas que, en Europa, tiene que ver indefectiblemente con la llamada *huida al Sur* de sus poblaciones, es decir, con el descubrimiento y lanzamiento del litoral mediterráneo como primer destino turístico de masas del mundo. Las cifras: 32 millones de turistas en Europa (1958), de los cuales 20 millones concentrados en los países de la ribera norte del Mediterráneo.

Desde la España franquista, que en 1947 recibió 137.000 visitantes, se empezará a ver este fenómeno con otros ojos a partir de la llegada del primer millón de turistas extranjeros (1951). La Asamblea de las Naciones Unidas anula (1950) las medidas que se habían tomado contra el régimen español en 1946. El Régimen suaviza los obstáculos administrativos para el cruce de fronteras, se suprimen los salvoconductos y, como medida de bienestar, también las cartillas de racionamiento. El Ministerio de Información y Turismo (1951), que viene a sustituir a la Dirección General, iniciará las primeras modificaciones en los aeropuertos. Los turistas empiezan a frecuentar zonas litorales como la Costa Brava y Mallorca, buscando la fascinación y el exotismo, pero sobre todo el sol y el calor que no encuentran en la Europa industrial.

El Estado muestra voluntad política para desarrollar el turismo y para «inspeccionar, gestionar, promover y fomentar las actividades relacionadas con la promoción de viajes, la industria hotelera y la información, atracción y propaganda para los forasteros; aumentar el interés dentro y fuera de España por el conocimiento de la vida y territorio nacional y ejecutar las órdenes para el mejor desarrollo de los servicios».

El Ministerio de Información y Turismo gestiona parte de la ayuda norteamericana que se percibe a través del Plan de Estabilización Económica de 1959. España ha ingresado en la ONU, ha restablecido sus relaciones diplomáticas con los Estados Unidos y con el Vaticano, la peseta entra en el mercado internacional y ahora la floreciente industria turística sitúa al país en una posición idónea para dar el salto al *boom* de los años 60.

3.5 EL PRIMER BOOM DEL TURISMO (1960-1973)

Se suelen señalar los inicios de los años 60 como la etapa de la generalización del turismo de masas, también citado como turismo en masa, por la gran cantidad de turistas que se desplazan. Para España será un momento de gran crecimiento económico —lo que algunos han llamado el *milagro español*— y el turismo será, sin duda, el motor de esa expansión económica. Las tasas de crecimiento se duplicarán de año en año y el Estado español se situará, al final de esta etapa, en tercera posición a nivel mundial como receptor de turismo, después de los EE.UU. e Italia.

España es atractiva por su clima benigno y sus costas, por lo tanto el Estado español vende sol y playa; un modelo de crecimiento prácticamente limitado a las regiones costeras y, por lo tanto, desigual o desequilibrado territorialmente, en donde el objetivo esencial es el incremento interanual del volumen de turistas. En esta época había en España 39 aeropuertos, dotados insuficientemente en instalaciones, donde operaban la mayoría de las compañías internacionales, tanto charter como regulares, y las españolas del momento, que en sólo cinco años (1958-63) habían duplicado el número de aviones —Iberia, con 62 aeronaves; Aviaco, con 22; 10 de Spantax y otras 9 de Tassa. Los tres principales aeropuertos, Madrid, Barcelona y Palma, totalizaban el 73% del tráfico aéreo (1961).

Los millones de turistas que llegaban lo hacían, en general, con un “paquete turístico” pagado en origen, es decir, con un *forfait* que incluía la compra del billete de avión, más la reserva de alojamiento, más algún extra como excursiones o similares. Este tipo de operaciones, como es obvio, dependía de un constante diálogo de los empresarios de la hotelería con los mayoristas de viajes, los tour operadores y con los empresarios del sector de la construcción.

La Administración turística española, con Fraga Iribarne al frente del Ministerio de Información y Turismo (1962-69), hizo un gran esfuerzo legislativo para estructurar, por una parte, la propia maquinaria administrativa del turismo desde la Subsecretaría de Turismo hasta las Juntas Locales de Información, Turismo y Educación Popular que venían a sustituir a las Oficinas de Información y Turismo; y por otro lado, reglamentar la industria y actividades turísticas, desde el Registro de Empresas y Actividades Turísticas hasta la clasificación de establecimientos hoteleros, pasando por la ordenación turística de

restaurantes y cafeterías o la de campamentos de turismo. Sin olvidar, de todas maneras, un continuismo de etapas anteriores en lo que se refiere a la política de control de los precios.

Otra línea de la política ministerial se dirigió a la creación de organismos especializados, como el Instituto de Estudios Turísticos; a la regulación de los estudios superiores de turismo a la par que se creaba la Escuela Oficial de Turismo; y a la ampliación de la Red de Paradores Nacionales y Albergues de Carretera.

Paralelamente, se hizo un gran esfuerzo en promoción, con medidas como la concesión de premios a organismos, empresas y personalidades que trabajaban en el sector; la celebración de Asambleas Nacionales, Exposiciones Nacionales, etc.; o la creación de un Seguro Turístico Español y de la Matrícula Turística para automóviles.

Cabe una especial mención para dos tipos de medidas de promoción turística singularmente relevantes. Primero, la continuación de las líneas de crédito hotelero como medio de ayuda directo a la promoción, creando y gestionando nuevas vías a tenor de lo que permitía la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (1963), como es el caso de las ayudas para la construcción de edificaciones destinadas a la venta a extranjeros³ o las subvenciones a fondo perdido para equipamiento en campos de golf, estaciones de invierno o puertos deportivos⁴. Y finalmente, las medidas de promoción de la imagen turística de España en el exterior, para lo cual se estructuró la información de una manera atractiva para dar a conocer los espacios naturales, el arte y la cultura y las posibilidades recreativas que ofrecía el territorio, pero siempre desde una publicidad totalmente uniforme, sin distinciones acerca de las particularidades culturales que cada una de las llamadas regiones podía ofrecer como recurso turístico. Siguiendo pues el precepto de esa España *Una, Grande y Libre*, se promocionó la idea del sol, playas, flamenco, toros, paella y sangría para identificar a cualquier zona turística, ya fuera Los Cristianos, Torremolinos, Benidorm o Lloret de Mar.

Con todo lo expuesto hasta ahora, el turismo en el período 1960-1973 contribuirá a financiar y equilibrar el elevado déficit de la balanza comercial española, gracias al

³ Se trata de uno de los primeros intentos de fomento del turismo residencial

⁴ Nos referimos a la promoción del turismo de alto poder adquisitivo; de lujo

creciente volumen de divisas por los millones de turistas que anualmente visitan España (ver tabla 1).

Las consecuencias más palpables son, por lo tanto, los altos beneficios económicos, un optimismo generalizado entre los empresarios y trabajadores del sector, la sensación de inagotabilidad del mercado y de triunfo de España a nivel europeo y mundial —recordemos que en 1972 se sitúa en el tercer puesto mundial en recepción de turistas o que entre las veinte cadenas hoteleras más potentes a nivel internacional se encuentra las españolas Sol y Meliá.

Sin embargo, y visto desde la perspectiva actual, son muchos los analistas del turismo que han buscado las debilidades de esta etapa económica y, ciertamente, todos ellos coinciden en establecer como problemas de base que caracterizan esos años y que se irán arrastrando a lo largo de posteriores etapas.

- El alto nivel de estacionalidad intrínseco al modelo turístico de sol y playa que define el período del primer *boom* y, con ello, un uso de los espacios turísticos durante el verano y la subutilización de los recursos durante el invierno (salvo Canarias, donde la temporada alta es el invierno).
- Un sistema hotelero muy dependiente o financiado por los tour operadores y, debido a esto, unos niveles de contratación a remolque de los precios que fijan y la demanda que canalizan estas formas de comercialización. En consecuencia, el riesgo que asume el empresario hotelero es mayor y se observa, en este período, un auge de las cadenas hoteleras como articuladoras del mercado mundial, en detrimento de la empresa familiar tradicional.
- Un esquema de desarrollo basado en localizaciones litorales y, por lo tanto, perpetuador de desequilibrios regionales, además de unas cuestionables ordenación y planificación territoriales no exentas de influencias a favor de la especulación y de un desarrollismo que tendió a expansiones tanto en amplitud como en altura, modificando profundamente el patrimonio paisajístico de buena parte de los 6.000 kilómetros de costa que el país ofrecía.

Si hasta ahora la atención se ha centrado en el comportamiento de los turistas extranjeros llegados a España y las consecuencias que ello conllevó, no menos importante sería fijarse en el turismo de los españoles en ese mismo período. Se ha comentado ya el tránsito del país desde la postguerra —desde la España del hambre—, hacia una etapa de apertura económica que fue también de entrada a la sociedad de consumo. Se generalizó entonces la adquisición de bienes materiales que el Régimen franquista autorizaba o fomentaba —entre ellos el automóvil.

La historia de la SEAT es de este modo la historia de la motorización de los españoles, que se lanzaron a las carreteras de su propio país, derivando por consiguiente, en la historia del turismo interior. En 1967 existía un parque de 693.894 vehículos sólo de esta marca y en 1972 se habían fabricado ya 2.237.000 coches.

Las zonas turísticas que frecuentaban los extranjeros resultaban igualmente atractivas para los españoles. De ese modo, se generalizaron los flujos de veraneantes hacia las abarrotadas Costa del Sol (Málaga), Costa Blanca (Alicante), Costa Dorada (Tarragona) o Costa Brava (Girona); denominaciones casi todas, por cierto, creadas en esa época. Se trataba de un turismo familiar y el tipo de alojamiento elegido por los españoles era variado: en hoteles, en campings (una modalidad más económica de hacer turismo), pero especialmente en apartamentos y casas en propiedad.

El fenómeno de las segundas residencias para el verano vuelve a aparecer y se empieza a notar también entre las clases trabajadoras. Los barrios residenciales y las urbanizaciones conviven en los mismos espacios turísticos que utilizan los extranjeros, muchas veces en la segunda línea, ya que a primera línea de mar suelen situarse los hoteles.

Se generaliza, pues, esa imagen de la feliz familia española que viaja junta en coche hasta la costa y allí se encuentra con los encantos de la vida relajada del verano y la modernidad que traen los turistas europeos, en donde no faltan los típicos tópicos ya clásicos, los baños en la playa, los bikinis, las suecas, los *latin lovers* y las paellas en el chiringuito, imagen muchas veces reforzada por las producciones cinematográficas de la época; otra cara más de la propaganda del Régimen.

Tabla 1 Importación-Exportación de bienes, Ingresos-Gastos por turismo (en millones de dólares) y número de turistas, España⁵

Año	Bienes			Turismo			Número de turistas
	Ingresos	Pagos	Saldo	Ingresos	Pagos	Saldo	
1959	523,3	753,5	-235,2	158,9	20,5	138,4	
1960	745,2	688,1	57,1	296,5	50,0	246,5	
1961	759,2	1.037,9	-278,7	384,6	54,1	330,5	7.455.262
1962	800,3	1.434,5	-634,2	512,6	46,8	465,8	8.668.722
1963	785,2	1.788,6	-1.033,4	679,3	68,2	611,1	10.931.626
1964	1.004,2	2.059,9	-1.055,7	918,6	66,6	852,0	14.102.888
1965	1.019,1	2.755,8	-1.736,7	1.156,9	71,6	1.085,3	14.251.428
1966	1.308,3	3.271,7	-1.963,4	1.138,5	67,4	1.071,1	17.251.746
1967	1.418,7	3.167,9	-1.749,2	1.126,8	78,3	1.048,5	17.858.555
1968	1.667,1	3.215,0	-1.547,9	1.178,9	75,4	1.103,5	19.183.973
1969	1.994,3	3.831,1	-1.611,2	1.310,7	86,0	1.224,7	21.682.091
1970	2.457,5	4.325,2	-1.867,7	1.680,8	113,0	1.567,8	24.105.312
1971	2.970,8	4.547,7	-1.576,9	2.054,5	136,2	1.918,3	26.758.156
1972	3.609,1	5.699,1	-2.090,0	2.607,6	190,4	2.417,2	32.506.591
1973	4.487,3	7.320,2	-2.832,2	3.091,2	270,5	2.820,7	34.558.943
1974				3.187,9	325,7	2.862,2	30.342.871

3.6 AÑOS DE CAMBIOS (1974-1979)

Si la década anterior se había caracterizado por un crecimiento sostenido, los setenta fueron realmente años inciertos para el sector turístico y así pudo constatarlo la recién creada Organización Mundial del Turismo (WTO), 1970. La crisis energética de 1973 y el racionamiento del petróleo a partir de 197 —afectando de pleno en los transportes— se traducen inmediatamente en un freno a la expansión del turismo. A la situación energética, y en consecuencia también financiera, debe sumarse la inestabilidad política y social en muchas partes de la cuenca mediterránea para entender el pesimismo en que se sumió el sector turístico.

⁵ Fuente: Estadísticas Ministerio de Comercio y Ministerio de Información y Turismo

En España la crisis puede decirse que fue doble. Por un lado a consecuencia de lo que sucedía en el exterior y que afectaba a la demanda, haciéndola descender. Además, otra interior de exceso de oferta. Las temporadas 1974 y 1975 registran un descenso de la tasa de ocupación, pues llegaron menores números de turistas, se alojaron menos días y gastaron menos. Los sindicatos del sector ya empezaron a reclamar un crecimiento cero; dicho de otra manera, anulación de créditos para nuevos establecimientos y no apertura de nuevos hoteles, pero sin embargo la oferta de plazas hoteleras siguió incrementándose. Existió entonces cierto crecimiento, si bien a un ritmo menor, a causa de las políticas de ajuste que se aplicaron en España, mientras que Europa dejaba de crecer porque se aplicaban duras medidas contra la crisis y en consecuencia había contención de la demanda turística. La superación de la crisis pudo hacerse, en gran medida, por el redireccionamiento de la oferta hacia el turismo interior español con la intención de cubrir lo que dejaba el descenso en número y en estancias del turismo extranjero. La salida de la crisis consolida la imagen del turismo como un fenómeno estructural capaz de superar un estancamiento económico mejor que cualquier otro sector. El resultado tras la superación de este paréntesis es un esquema empresarial del sector turístico español que será vigente para los años venideros.

Entretanto moría el general Franco —1975— y se avecinaban tiempos de cambios políticos y nuevas actitudes socioeconómicas tras cerca de cuarenta años de dictadura. El 15 de junio de 1977 se celebraron las primeras elecciones generales democráticas y con el nuevo gobierno desaparece el Ministerio de Información y Turismo, integrándose esa cartera de dentro del Ministerio de Comercio y Turismo. Una de las decisiones más importantes tomadas en esta etapa fue la liberalización del régimen de precios de los establecimientos hoteleros, que se hizo efectiva en 1979; así se acababa con el control gubernamental de precios instaurado desde 1966.

La nueva Constitución Española (1978) suscitaba grandes cambios en el desarrollo democrático del país y en la estructura de la Administración turística, ya que se transferían competencias exclusivas en materia turística a las Comunidades Autónomas que ahora constituían el Estado.

3.7 EL SEGUNDO BOOM DEL TURISMO DE LOS 80

A partir de 1983 tiene lugar una nueva y fuerte expansión del turismo, propiciada entre otros factores por un crecimiento general de las economías europeas, por el proceso de democratización del Estado y por una mejor coordinación del marketing turístico, que consigue convertir de nuevo a España en un destino de moda. El impacto económico de esta situación es inmediato y el turismo en ese tiempo representa en torno al 9,5% del PIB español y el 11,25% del empleo.

El consumo turístico —la suma del consumo interior (aquello que los turistas gastan en España) y del consumo exterior (aquello que gastan los españoles en el extranjero)— es equivalente a 4,1 billones de pesetas y en 1988 los ingresos turísticos equivalen al 40% de las exportaciones totales de bienes y servicios.

Pero, lógicamente, el turismo ha cambiado una vez superada la crisis. Es entonces cuando se aprecia una diversificación de la oferta de alojamiento. El camping adquiere importancia, pero se trata todavía de un tipo de alojamiento elegido por una clientela muy concreta, que gusta de un mayor contacto con la naturaleza. El apartamento experimenta un tremendo auge, al ser una alternativa más barata que el hotel en los destinos tradicionales de sol y playa.

Se diversifica también la oferta complementaria y aparecen instalaciones como los parques temáticos, los parques acuáticos, los campos de golf, las instalaciones náuticas, etc. En otras palabras, se puede afirmar que el negocio turístico se diversifica enormemente, con repercusiones sobre el territorio. En los destinos turísticos de sol y playa se detecta una colmatación de los centros turísticos, ya que una vez explotada la línea de costa se traslada la actividad también a la zona interior. Ya a partir de la crisis de los setenta se empezaban a escuchar las primeras voces de alarma sobre la saturación de los espacios turísticos y los impactos ambientales y sociales que la actividad generaba.

En ese sentido, y desde la publicación en 1987 del informe *Our Common Future* presentado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo a la Asamblea General de la ONU, es cada vez más habitual referirse a la sostenibilidad en cualquiera de

las ramas de actividad. Los problemas que llevan a hablar de sostenibilidad, o más acertadamente, de insostenibilidad en el sector turístico son (VALDÉS PELÁEZ, 2001):

- Deterioro de la calidad del producto turístico, especialmente en dos aspectos: en entorno paisajístico y ambiental y en calidad del servicio.
- Creciente deterioro de la relación calidad/precio.
- Aparición de cierta obsolescencia de la planta hotelera.
- Nivel profesional en el sector insuficiente.
- Saturación de infraestructuras y servicios públicos.
- Alta dependencia de los tour operadores.
- Concentración temporal de la demanda (estacionalidad).
- Contaminación del aire, el agua y el suelo.
- Deterioro de los recursos naturales por su uso desmesurado, que origina cambios en la calidad en los atributos medioambientales y, consecuentemente, de las experiencias obtenidas por los turistas.
- Cambios de carácter cultural en las comunidades receptoras.
- Poca consciencia de la importancia de la industria turística, incluso en zonas donde tiene un peso relevante.

3.8 LAS NUEVAS MODALIDADES TURÍSTICAS. LOS AÑOS 90

Tras una década de continuo crecimiento de los indicadores turísticos, el sector se ve sumido de nuevo en una crisis en la temporada 1989. En 1988 se había crecido un 7,2% sobre los niveles de 1987, superando la cifra de 54 millones de turistas. La caída de un 6% en el número de visitantes —1989—, especialmente el segmento del mercado controlado por los Tour Operadores, afectó negativamente a las empresas y cadenas hoteleras, en tanto que el ambiente del mercado saltaba de situaciones de *overbooking* a la subocupación.

Pese a las críticas hacia la dependencia del exterior, desde una perspectiva histórica el Tour Operador había sido muy beneficioso para el desarrollo del turismo en España, donde escaseaba el empresariado con capacidad económica o con voluntad decidida para lanzarse a un sector nuevo y desconocido con falta de control sobre su clientela. El Tour Operador capitalizó el enorme flujo inversor español en turismo, en especial en plantas de

alojamiento. La falta de promoción o marketing —junto a la falta de planificación y ordenación territorial del turismo, una de las grandes carencias del sector—, ha motivado la gran dependencia actual de los Tour Operadores y la aceptación de precios de contratación impuestos por un mercado oligopolístico. ¿Es posible cambiar esta situación después de tantos años de estar inmersos en este sistema de comercialización del turismo?

Pese a las enormes inversiones para mejorar la imagen turística de España, más de 13.000 millones de pesetas vía el Instituto de Promoción del Turismo (TURESPAÑA) en 1988, que deben sumarse a los cerca de 8.000 millones invertidos directamente por las Comunidades Autónomas ¿es posible impedir que el turista se decante por pasar sus vacaciones en cualquiera de los centenares de destinos turísticos que existen en el Mediterráneo, África, el Caribe o el Sureste asiático antes que disfrutarlas en España?

La respuesta a estos y otros interrogantes que plantea la industria turística española son una tarea difícil, a la que incluso los expertos seguramente responderían que no hay una solución mágica que resuelva los conflictos en que se halla cualquier sociedad en donde la actividad turística sea importante. Probablemente, en lo que sí estarían de acuerdo la mayoría, es que una especialización demasiado concreta puede reducir la competitividad de una destinación turística.

Fiel reflejo de este pensamiento ha sido la evolución de la actividad turística a partir de los años 90 del siglo XX hasta nuestros días. Intentar reunir en un solo catálogo, por ejemplo, todas y cada una de las posibilidades que ofrece el Estado español para realizar una experiencia turística se convertiría en una empresa colosal. Ha habido intentos, por otro lado, de clasificar las actividades en tipologías de turismo, especialmente desde la Geografía del turismo, que hoy día están bastante asumidas en el lenguaje turístico. De hecho, a nadie le resulta extraño oír hablar de turismo cultural, de turismo de sol y playa, de turismo rural, familiar, de masas, de aventura, de golf, de cruceros, de camping, de congresos, turismo religioso, ecoturismo, turismo residencial, de balnearios, náutico, de *shopping*, de 3ª edad, de parques temáticos, y así hasta un largo etcétera. Bastaría, por ejemplo, una visita a cualquier edición de la Feria Internacional del Turismo (FITUR) o una consulta rápida por el internet para elegir, de entre todas las tendencias, la que más convenga a cada consumidor.

La realidad, por lo tanto, es la diversificación de la oferta turística en cada una de las destinaciones turísticas, puesto que ninguna está dispuesta a perder un solo segmento de la demanda. La realidad es que la inversión turística está internacionalizada y que el turismo es uno de los mayores negocios de la historia, capaz de mover entorno a 700 millones de personas cada año en el mundo entero.⁶

3.9 EL TURISMO RESIDENCIAL

Si bien ya se ha comentado que paralelamente al *boom* del turismo se dejaba entrever un desarrollo de la urbanización para segundas residencias, fue a partir de 1986 cuando se produjo un alza incontenible en los precios de las segundas residencias y del suelo urbanizable en las costas mediterráneas.

Fue éste un nuevo período urbanístico que contribuyó a reactivar muchas economías locales, pero que sin embargo vio que un gran segmento de la demanda era copado por inversores y compradores extranjeros (221.441 millones de pesetas, según cifras del Banco de España correspondientes a 1987). Estos compradores fueron esencialmente británicos y alemanes, y una buena parte pertenecían a la tercera edad. Lo que sí es cierto es que estos compradores norteeuropeos disponían de un mayor poder adquisitivo que los españoles, quienes frente a ellos y ante las subidas tan escandalosas de los precios del suelo, se sentían y se sienten actualmente, ya que no han variado mucho las tornas, muy lejos de la adquisición de algún inmueble.

Actualmente, el *boom* inmobiliario de viviendas vacacionales en la costa y la expansión de las aerolíneas *low cost* en diversos aeropuertos del litoral español son dos factores que, combinados, han hecho saltar las alarmas en el sector hotelero durante este verano (2004). Por esta razón, diferentes voces han cuestionado el turismo residencial — que afecta a la ocupación hotelera— e incluso han pedido una mayor regulación de este fenómeno.

Pero lejos de frenarse, esta actividad gana peso: cada año se cuentan por miles los europeos que desean comprar una casa en España y las constructoras de primer nivel — aliadas con cajas de ahorros y bancos— han puesto sus ojos en este negocio. Según

⁶ 703,5 millones de personas en 2002 y 694 millones en 2003, según la OMT; datos OMT (2002) y (2003)

observan los expertos del sector inmobiliario, los vuelos de bajo coste han puesto al alcance de los consumidores europeos la posibilidad de disfrutar de una casa en España con una facilidad inimaginable hace cinco años.

En el periodo de enero a julio, el número de pasajeros llegados en compañías *low cost* creció un 31,5 %, según Frontur. Cabe recordar que en 2003 un total de 10,29 millones de turistas extranjeros se alojaron en casa propia o de conocidos, el doble que a mediados de los años 1990.

En nuestro país existen cerca de 3,8 millones de segundas residencias (el 18 % del total: el 10 % son propiedad de españoles y el 8 % de extranjeros), según coinciden varios informes. Un estudio publicado por la Asociación de Promotores y Constructores de Edificios indica que en 2003 se vendieron unas 88.000 viviendas vacacionales a ciudadanos extranjeros. Otros estudios del mercado inmobiliario indican que, en las costas españolas, de cada 100 viviendas que se ponen a la venta un 40 % son adquiridas por personas foráneas.

Todo apunta a que el ritmo de construcción seguirá fuerte. Las principales empresas promotoras del país —convencidas de que el mercado de primera vivienda va a registrar un retraimiento de la demanda durante los próximos años— cada vez apuestan más por la vivienda turística. Según la consultora *Grupo i*, 39 de las 50 primeras compañías españolas del sector ya han incorporado —dentro de su estrategia de crecimiento— la promoción de viviendas vacacionales.

La Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid (Asprima), que integra a más de 210 grupos inmobiliarios con sede o actividad en la Comunidad de Madrid, presentó el pasado mes de junio en el Salón Inmobiliario un significativo estudio. «La demanda de vivienda vacacional en España se confirma como uno de los pilares fundamentales del sector inmobiliario a corto y medio plazo, pudiendo llegar a las 150.000 transacciones realizadas en el año 2008», indicaba el informe.

En esta aventura las promotoras no estarán solas sino que van a contar con el apoyo financiero de bancos y cajas de ahorro. Y es que el turismo residencial puede representar un doble y hasta triple negocio para las entidades de crédito: la rentabilización de sus inversiones; las hipotecas que concederán a los compradores, sean nacionales o extranjeros; y la prestación de servicios a euro-residentes que, tras adquirir una vivienda en España,

pasan temporadas en nuestro país y pueden necesitar realizar transferencias, pedir créditos, etc.

Según un estudio realizado por la firma británica Blendon, unos 200.000 ciudadanos del Reino Unido buscan “activamente” viviendas en el extranjero para adquirirlas. Y España está en el punto de mira de muchos de ellos. Por la televisión se han emitido reportajes en los que jubilados británicos instalados en la costa andaluza y en Levante explican que su mejor inversión fue adquirir una casa en España y poder disfrutar así del clima, el estilo de vida, etc. El informe de Blendon revela que la mayoría de los interesados en adquirir una casa en el extranjero son personas de entre 35 y 55 años de edad. Las razones para comprar son: inversión (60 %), vacaciones (45 %) y jubilación (34 %).

4 | HISTORIA DEL TURISMO EN MALLORCA

4.1 EL DESCUBRIMIENTO DE MALLORCA Y LAS PRIMERAS RESIDENCIAS SECUNDARIAS⁷

Las primeras referencias de la Era Moderna acerca de extranjeros o forasteros que se desplazan a Mallorca las encontramos durante el siglo XVIII. Se trata de viajeros, ya se llamen J. Vargas Ponce, J. De Berard o A. G. de Saint Saveur, que describen los sitios visitados desde la óptica ilustrada de su tiempo, con gran profusión de datos geográficos, económicos y estadísticos. A finales del siglo XIX son ya numerosos los escritores que han dejado constancia de sus viajes por la Isla. Muchos de ellos fueron escritores románticos europeos, como C. T. Bidwell, J. B. Laurens, J. Leclerq, H. A. Pagentscher, Dembowski, George Sand o el mismo Archiduque Luis Salvador de Austria, quien describió con minuciosidad la Isla y sus gentes en la obra *Die Balearen in Wort und Bild geschildert* y residió en la famosa *possessió* de Miramar, atrayendo a un sinfín de autoridades y personalidades.

Estos primeros viajeros vinieron a la Isla en un momento caracterizado por unos medios de transporte aún rudimentarios, en una tierra con unos marcados aislamiento y autosuficiencia, y permaneciendo en general largas temporadas. Se podría considerar que

⁷ Se ha seguido la terminología de Butler, recogida en C. PICORNELL & M. PICORNELL (2002: 31-96).

los primeros “turistas” de la historia de Mallorca eran “turistas residentes”, ya que en muchos casos se instalaban en suntuosas casas de manera temporal. Para hacernos una idea de la dureza del viaje, en el año 1837, el vapor “El mallorquín” inauguró la primera línea regular entre Palma y Barcelona con una frecuencia semanal en un viaje que duraba 18 horas (RIPOLL MARTÍNEZ, 1995: 78). El turismo constituía de ese modo algo más que una simple ruptura con la rutina cotidiana. Hacer un viaje a Mallorca exigía algunos días de viaje y era, por lo tanto, necesario prolongar la estancia en la Isla varias semanas si se quería amortizar el gasto económico que ello suponía. Los primeros turistas empezaron pues a llegar, si bien con cuentagotas.

Los motivos que impulsaban a estos viajeros eran, en general, de carácter cultural y medicinal. No se instalaban por lo general en la zona litoral, sino en la zona más montañosa de la Isla, la Serra de Tramuntana. Gracias a estos primeros turistas existe una gran literatura escrita sobre como era la Mallorca de aquellos años. Sus escritos se ocupaban de analizar las costumbres y maneras de vida de la gente de la época. Su intención era la de desvelar a sus paisanos una Mallorca desconocida y pintoresca, que Joan Cortada Sala — 1845— denominó la *Isla de la Calma* o *las Islas Olvidadas* (*Les Îles Oubliées*, 1893) del escritor y dibujante Gaston Vuiller. Los escritos de estos pioneros, basados en un romanticismo sobre los parajes exóticos, el hechizo de la calma y el clima benigno, favorecieron mucho la propaganda inicial de una Mallorca que todavía desconocía su potencial turístico.⁸ El turismo era en aquellos años algo exótico a los ojos de los nativos, descritos en algunas ocasiones como seres supersticiosos, cerrados y mezquinos (SAND, 1842). Por lo que respecta a la oferta hotelera, esta era prácticamente inexistente. En referencia a la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX Miquel Seguí afirma lo siguiente:

«La oferta de hospedaje como lo recoge el Archiduque, se organizaba a través de las pensiones o fondas, de los hostales y de las casas de huéspedes. El Archiduque afirmaba que era imposible encontrar, incluso en la misma Palma, un solo hotel (fonda) en el sentido estricto (...) No obstante señalaba que en la capital había cuatro establecimientos, a los que identificaba, que aunque no figuraban registrados como fondas por cuestiones tributarias cumplían las funciones de éstas (...))»

⁸ Aunque ya en esa época se recoge uno de los primeros testimonios de la degradación ecológica de Mallorca: la obra *The Balearic Islands* de Charles T. Bidwell, de 1976.

4.2 INICIO Y CREACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO: DE 1900 A 1936

Durante la segunda mitad del siglo XIX fue aumentando paulatinamente el número de turistas hasta el inicio del siglo XX que representa el inicio y el asentamiento de las bases del negocio turístico. Concretamente en 1905 se fundó la institución *Fomento del turismo* que tenía por objetivo en su carta fundacional: estudiar y poner en práctica todos aquellos medios que tiendan en general a la prosperidad de las Baleares y en particular a facilitar la vivienda a los forasteros y hacerles agradables e interesante su permanencia en estas islas (RIPOLL MARTÍNEZ, 1995: 80).

En esta etapa se inauguran hoteles emblemáticos en la ciudad de Palma, como el Gran Hotel (1903), el Victoria (1910) o el Mediterráneo (1923). Con la llegada del nuevo siglo, las autoridades locales empezaron a tomar conciencia de la necesidad de acondicionar el territorio para fines turísticos. A estos efectos Gaspar Bennazar, uno de los arquitectos más conocidos de la época, redactó en 1916 el *Plan general de reforma de Palma* conocido popularmente como *Plan Bennazar*. Este plan pretendía entre otras cosas unir la ciudad de Palma con la que fuese una de las primeras zonas turístico-residenciales de Mallorca, *El Terreno*. Este emplazamiento nacía así como una prolongación estival de la vida ciudadana de las clases más holgadas de la ciudad y sólo algunos extranjeros disfrutaban de estancias más o menos largas en la Isla. El plan Bennazar no llegó a realizarse enteramente aunque algunas de sus propuestas fueron recogidas en actuaciones posteriores. Entre ellas cabe destacar el proyecto de ciudad jardín de Palma considerado uno de los primeros ejemplos de balneario junto a un complejo turístico-residencial (SEGÚI AZNAR, 2001: 34-36).

Por lo que respecta al resto de la Isla, no fue hasta la década de 1930, con la constatación del turismo como una actividad económica incipiente y la mejora de los transportes de pasajeros por vía marítima y aérea con Barcelona, que empezaron a aparecer las primeras urbanizaciones turístico residenciales. Estas eran enclaves concretos de la costa mallorquina, ya fuese alrededor de pequeños puertos solo utilizados por pescadores, ya fuesen núcleos de nueva planta ubicados en espacios, hasta el momento, vírgenes. En

tales momentos, como vemos en el presente texto, era impensable que se llegara a los extremos actuales:

«Estos enclaves turísticos no se vieron sometidos en los primeros años al creciente proceso de especulación del suelo, ya que no se veía en ellos una inversión destinada a obtener sustanciosos beneficios. Más bien por el contrario, sus solares, puestos a la venta para la construcción de segundas viviendas que iban a ser ocupadas preferentemente por turistas nacionales o extranjeros en los meses de verano, tuvieron en los años treinta una escasa demanda»

(SEGUÍ AZNAR, 2001: 50)

Según los datos de Bartomeu Barceló y Guillem Frontera (2000: 23), el número de turistas alojados en hoteles pasa de 20.168 en 1930 a 40.045 en 1935. Aún así los viajeros que entre estos años pasaron por la Isla en transporte marítimo pasaron de 15.991 a 50.363. Esta diferencia entre los pernoctantes en hoteles respecto a las llegadas estaba así, a nuestro entender, fuertemente ligada a estos enclaves residenciales. A éstos se tienen que sumar aquellos que llegaron en hidroavión, si bien hasta 1922 *Air France* no regularizó los vuelos que, procedentes de Marsella, hacían una escala en el puerto de Alcudia con destino a Argelia (BARCELÓ; FRONTERA, 2000: 23). Una característica destacable del turismo en esos años era su equilibrada estacionalidad, repartiéndose las estancias en un 24,6% para el invierno, un 28,4% en primavera, un 26,8% en verano y el 20,2% restante para el otoño (RIPOLL MARTÍNEZ, 1995: 82); una situación bien diferente a la que se suscitó en Mallorca desde la aparición del turismo de masas.

4.3 ABORTO Y SEGUNDO INICIO. DE 1936 A 1960

El estallido de la guerra civil marcó un punto y aparte en el desarrollo turístico de Mallorca. El aislamiento del régimen franquista a nivel internacional obligó a las autoridades locales a fomentar el turismo a nivel estatal con una campaña que se hizo famosa en aquellos años: *Luna de miel en Mallorca*. Esta campaña, dirigida preferentemente a los recién casados, tuvo una notable repercusión entre los catalanes, consiguiéndose mantener la infraestructura hotelera que se encontraba en aquellos años en grave peligro. En 1945 llegaron a Baleares 53.134 turistas, de los cuales 6000 eran parejas.

Al año siguiente fueron 61.514 los visitantes, de los cuales 1.229 eran extranjeros (BARCELÓ; FRONTERA, 2000: 25). No fue sin embargo hasta 1951 cuando España salió del aislamiento político y se retomó la conexión con el turismo extranjero. Los años cincuenta iniciaron el enlace con el turismo perdido con la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial.

Fueron diversos los factores que posibilitaron el gran cambio en la estructura social y económica de la Isla, que sentó las bases para el desarrollo del turismo de masas. Según señala A. Ripoll (1995: 82-83), los aspectos a destacar son:

- La subida creciente del nivel de vida en las sociedades europeas occidentales.
- La democratización del transporte aéreo y la creación de las primeras compañías de vuelos charter (Aviaco realiza su primer *charter* entre París y Palma en 1951).
- El Plan de Estabilización Económica (PEE) español de 1959.
- El éxodo rural en Mallorca y una acelerada concentración demográfica en Palma.
- El trasvase de la población activa agraria hacia el sector terciario.
- La aceleración del movimiento inmigratorio de trabajadores peninsulares hacia el sector turístico de Mallorca.

El reflejo inmediato se detecta en el número de turistas que llegan a la Isla a partir de 1951; esos 127.898 visitantes que significaban un incremento del 30% respecto del año anterior. Para 1955 ya se habían doblado las cifras y a finales de esa década el antiguo aeropuerto se había quedado pequeño y fue sustituido por el de Son Sant Joan.

El negocio hotelero tiene un rápido desarrollo y el nuevo empresariado hotelero mallorquín, sin olvidar que las iniciativas y decisiones importantes las toman los tour operadores extranjeros, habrán asentado las bases para entrar en la etapa del turismo de masas.

4.4 EL PRIMER DESARROLLO O BOOM DEL TURISMO. DE 1960 A 1973

Algunos autores (PICORNELL; PICORNELL, 2002) han querido considerar la aplicación del ya citado PEE y, muy especialmente, la devaluación del cambio exterior de la peseta y su convertibilidad como el punto de inicio de esta nueva etapa. Mallorca empieza a ser un

destino de masas en el sentido que lo conocemos hoy día. Según Josep L. Mulet (1990), el número de establecimientos hoteleros entre 1960 y 1965 era de unos 900 con capacidad para unas 45.000 plazas. Las zonas urbanizadas estaban todavía muy localizadas y fundamentalmente eran Palma, Cala Mayor, Can Pastilla, Cala d'Or, Puerto de Pollença, Puerto de Sóller, Cala Figuera e Illetes. Los países emisores de turistas eran, fundamentalmente, el Reino Unido y Alemania con un 25% y 20% respectivamente sobre el total de turistas. Aun así, hay que destacar que existía un 12% que provenía de países escandinavos, un 7% de belgas y holandeses y un 5% de norteamericanos. Los emprendedores locales habían empezado a ver el turismo como un buen negocio y comenzaron a invertir ante un desprecio inicial de los bancos.

La población local, acostumbrada a tener que ganar el dinero con el esfuerzo y el sacrificio del trabajo, empieza a ver con perplejidad como algunos, en muy poco tiempo, podían conseguir el rendimiento equivalente a algunos años de trabajo. Aparecía así la figura del especulador, quien ya había tenido sus antecedentes en los contrabandistas de la Isla, los cuales habían hecho más de una fortuna. Las ansias de progreso y prosperidad económicas influenciaron a la gente más joven a la hora de abandonar el campo para ir hacia la costa ante un cierto desprecio de las generaciones más viejas, que iban quedándose solas en el cultivo de unos campos que no servían ni para satisfacer la brutal demanda que llegaba de los hoteles. A partir de 1965, el turismo empieza a dejar de ser cuestionado por parte de los inversores.

El *boom* del turismo significó también el inicio del desarrollo de segundas residencias en el interior de la Isla. En general, se trataba de infraviviendas hechas en numerosas ocasiones por el mismo propietario con una estética que se entendía solamente en el plano de lo austero y funcional. No existía una planificación por parte de las autoridades y la mayor parte de ellas no contaban ni cuentan con escrituras. En un artículo, Francesc Florit nos hace una referencia a este fenómeno que marcó el inicio de lo que actualmente se conoce como rururbanización:

«(...) En realidad, las segundas residencias, las antiguas casas de campo convertidas en seudos chalets, las piscinas ilegales, son anécdotas del engranaje: las familias payesas que en la década de los cincuenta emigraron a la ciudad, aunque conservaron un pequeño pedazo de tierra en el campo y ahora escapándose del estrés de la ciudad vuelven y construyen un porche y una pica, verdaderamente no respetan la legalidad y contribuyen a la degradación del entorno rural (...)»

En este sentido cabe destacar que, si bien el auge de las segundas residencias se ha producido en una época contemporánea, según M. Seguí —haciendo referencia a María Socies Fuster—, el hecho de pasar temporadas en una segunda residencia en el litoral o en el interior no resulta novedoso. En Mallorca existía ya cierta tradición de desplazarse a un lugar diferente al de residencia habitual para pasar la estación veraniega. A diferencia de nuestros días, para la mayor parte de la población los desplazamientos estivales no se dirigían a la costa sino al interior (SEGUÍ AZNAR, 2001: 72).

La ausencia de planificación no se limita a estas segundas residencias. La demanda turística obligaba a construir rápido durante el invierno para poder usar las infraestructuras durante el verano. El número de plazas turísticas en Baleares pasó así de 67.589 en 1965 a 174.159 en 1970. La oferta hotelera era, en aquellos años, muy familiar y autodidacta. La capacidad media de los hoteles era de 78 plazas, sin demasiadas infraestructuras de calidad. No existía formación en hostelería, ni siquiera en muchos casos se conocían demasiadas lenguas que no fueran el catalán y castellano.

Era, en general, una hostelería de carácter familiar, aun cuando ya se empezaba a observar como los primeros grandes empresarios hoteleros tendían a monopolizar una demanda que cada vez estaba más controlada por los tour operadores. A partir del 1967 se empezaron a ensanchar los hoteles que debían tener como mínimo una cabida que permitiera alojar dos vuelos chárter. Los turistas iban directamente del aeropuerto a los hoteles y esto hacía urgente una reestructuración de la concepción que se había tenido hasta entonces. La previsión del turismo de temporada en temporada empezaba a tenerse en cuenta, de manera que en el periodo de 1969 a 1972 el número de turistas de las Baleares creció de 2 millones a 3'5 millones anuales. La procedencia de los turistas continuaba repartiéndose entre británicos, alemanes, escandinavos, belgas y holandeses. Aun así, los británicos empezaban a tener una preeminencia enorme sobre las otras nacionalidades con un 35%, hecho que convertía las Baleares en un centro de descanso norte europeo.

Los empresarios empezaron a sentirse más fuertes que nunca, ayudados sin duda por un fervor popular que otorgaba al turismo la salvación de la Isla respecto al hambre y la carestía. Se empezó así a construir aceleradamente, aunque no existieran infraestructuras anteriores. Zonas hasta entonces vírgenes de todo rastro humano, veían aparecer

construcciones como setas. El turismo ya de masas demanda grandes cantidades de alimentos, que son traídos de la península a falta de una capacidad de suministro local. Las infraestructuras crecen sin cesar ampliándose el tejido de carreteras y ampliándose sucesivamente el puerto y el aeropuerto. Las ansias de crecimiento rápido y la carencia de previsión no evitaron, sin embargo, que la crisis del petróleo de 1973 repercutiera fuertemente en la economía de la Isla.

4.5 EL PRIMER ESTANCAMIENTO. LA PRIMERA CRISIS DEL TURISMO (1973-1978)

A consecuencia de la crisis del petróleo se produjo una recesión en el flujo de turistas que bajó de 3'6 millones el año 1973 a 3'2 el 1974 en el conjunto de las Islas Baleares. Aun así, un 80% de estos turistas se establecían en Mallorca, que disponía de mayores infraestructuras, población y territorio. La estacionalidad de un turismo de sol y playa jugó en contra de la economía local, obligando al cierre de numerosos hoteles que vieron como los gastos de mantenimiento superaban los ingresos.

Los hoteles menos competitivos, que en general eran de carácter familiar, no pudieron aguantar la crisis que había hecho subir el precio de todo aquello relacionado con la hostelería: refrigeración, transportes, materias primas, etc. Las entidades financieras no perdonarían a numerosas familias endeudadas que, acostumbradas a hacer de nuevos ricos, verían como el imperio familiar construido en pocos años se hundía en semanas y pasaba a manos del banco. Entre 1973 y 1978 cerraron sus puertas 257 establecimientos. Los más formados optaron por medidas más ingeniosas para evitar el cierre, como por ejemplo reducir la plantilla de trabajadores, apostando por los autoservicios y reduciendo al máximo los gastos en acondicionamiento y mantenimiento.

La inmigración peninsular llegada en los años sesenta veía estupefacta como los empresarios que los habían contratado desesperadamente pocos años antes, los despedían sin ningún tipo de indemnización. Algunos optaron por la huelga y el sindicalismo, mientras que otros fueron abandonándose al alcohol dando pie a un tipo de marginación hasta entonces era desconocida por los mallorquines autóctonos.

4.6 EL SEGUNDO DESARROLLO. LA RECUPERACIÓN (1978-1988)⁹

Aunque Franco murió en 1975, no fue realmente hasta 1978 cuando se produjo un cambio significativo en la democratización del país. En el turismo, la democratización del estado supuso algo más que un simple cambio político. Las Baleares se constituyeron en comunidad autónoma, hecho que supuso un traspaso de competencias en turismo que evitaba una dependencia respecto de un Madrid en gran medida desconocedor de tal fenómeno.

En 1980 se da por superada la crisis cuando llegan los 3'6 millones de turistas que habían visitado la Isla en 1972. Enseguida se volvió al crecimiento, al pasar en 1983 a 4'4 millones y a 4'7 millones en 1984, año que fue considerado como el mejor año para el turismo en el estado Español.

Los principales países emisores de turismo eran el Reino Unido, Alemania, y Francia. Los escandinavos, aún cuando continuaban con un flujo de 200.000 personas anuales, dejaban de tener un peso importante en el turismo en el sentido que pasaban desapercibidos. La era de las suecas empezaba a dejarse atrás.

A pesar de este crecimiento, los hoteleros continuaban utilizando unos métodos propios del período de crisis. El personal era ajustado y los bufetes y comedores estaban al orden del día de cualquier hotel. El miedo a la crisis había calado hondo y las críticas por parte de la población local hacia el turismo habían abierto un debate sobre cual debía ser el modelo turístico de Mallorca.

Los años ochenta del siglo XX trajeron un nuevo fenómeno: la fiebre constructora de apartamentos. Estos tenían la ventaja de dar un gran beneficio en muy poco tiempo y nos encontramos que en 1989 había unas 98.800 plazas legalizadas en apartamentos y otras más sin legalizar.¹⁰

⁹ C. PICORNELL BAUZÀ & M. PICORNELL CLADERA (2002: 37) establecen el segundo desarrollo del turismo entre 1982 y 1988.

¹⁰ C. PICORNELL BAUZÀ & M. PICORNELL CLADERA (2002: 38) cifran en 135.927 las plazas de uso turístico no reguladas en 1988.

Para Josep L. Mulet (1990), los factores del fenómeno apartamentístico fueron:

- Demanda creciente de un producto más económico.
- Al no existir ningún tipo de normativa sobre apartamentos (sí que existía en hoteles), los constructores consiguen abaratar los costes de construcción y ganan más dinero.
- Los apartamentos no necesitan personal y, por lo tanto, se mantienen casi gratuitamente.
- Al no legalizarse muchas de estas plazas turísticas se ahorra mucho dinero en tasas e impuestos, favoreciéndose el mercado negro.
- Los tour operadores pagaban por apartamento y temporada, de manera que se garantizaba el pago del alquiler aunque no se ocupara la plaza.

Los bancos y los tour operadores empezaban a confiar otra vez en la hostelería y empieza una fiebre constructora sin límite. Nuevamente zonas hasta entonces vírgenes empezaban a urbanizarse. Las infraestructuras, por el contrario, empezaban a quedarse cortas para la gran cantidad de turistas y empezaron a aparecer problemas serios con el abastecimiento de agua, que en el caso de Palma y la zona sur llegaron a límites de semipotabilidad.

Los problemas ambientales siguieron a otros sociales igualmente graves. El bullicio se generalizó en las zonas costeras y cada vez había más sectores de población marginados, que dieron pie a una delincuencia ciudadana desconocida hasta entonces. Se construyó sin demasiada planificación, de manera que las zonas que apenas diez años antes habían sido consideradas como las mejores de la Isla, ahora empezaban a degradarse. Los hoteles iban envejeciendo y los efectos de la construcción y la especulación hacían perder atractivo turístico.

El resultado de un direccionamiento absoluto de la economía hacia el monocultivo turístico basado en el producto *sol y playa* y las consecuencias que dicho proceso generó sobre el territorio y el paisaje han logrado que entre los analistas actuales se hable de *balearización* para caracterizar este modelo de desarrollo.

La subida de la peseta a finales de los ochenta perjudicó fuertemente al turismo de la Isla. Los turistas, cada vez de menor poder adquisitivo, veían reducida su capacidad de compra y optaban por reducir el gasto o ir a otros destinos. El deterioro ambiental había hecho bajar la reputación de Mallorca hasta tal punto que viajar a la Isla era algo mal visto o vulgar en el país de origen.

4.7 LA SEGUNDA CRISIS DEL TURISMO. LA RUPTURA DEL MODELO DESARROLLISTA Y LOS INICIOS DE LA PLANIFICACIÓN (1989-1993)

El año 1989 marcó el inicio de una nueva crisis turística. La crisis de los países nórdicos y el inicio de una nueva etapa de ajuste y contención de la demanda, serían dos de los factores que para Miquel Alenyar (1990a: 19) provocaron una notable contención de la demanda turística británica, los cuales a principios de la década de los noventa del siglo XX era el principal componente de la demanda turística balear. La revalorización de la peseta había hecho subir los precios de manera que Mallorca empezaba a perder parte de su atractivo como destino turístico. Como consecuencia de ello el número de turistas descendió de 7.199.704 a 6.851.257 en tan sólo un año (ALENYAR, 1990: 288). Esta pérdida de 348.447 turistas en el conjunto Balear no supuso en un principio un gran retroceso respecto de años anteriores, pero se inicia una bajada que sólo cinco años después todavía no se había recuperado.

En 1993, la crisis coincidía con la de todo el Estado que se recuperaba de la borrachera de las Olimpiadas y de la Expo de 1992. Años antes la sociedad mallorquina ya había empezado a hablar de crisis. Quizás el fenómeno más nuevo de esta crisis fue el hecho de que, por primera vez, se puso seriamente en entredicho el sistema desarrollista de entonces. Una tendencia que hasta entonces tan sólo habían mantenido los elementos más progresistas, nacionalistas y ecologistas de Mallorca. Se generalizan las voces que hablan del *agotamiento* del modelo turístico.

A nivel del negocio turístico, la crisis estructural en las Baleares se caracterizaba por una oferta obsoleta por la escasa inversión de los beneficios en remodelación y

modernización, lo cual significaba estancias a precios bajísimos y en consecuencia muy poco gasto por parte de un tipo de turismo popularmente llamado *de alpargata*. Los tour operadores, que eran quienes controlaban la oferta turística, amenazaban a los hoteleros que si no se remodelaban los hoteles, las infraestructuras y los servicios, se desviaría la oferta turística hacia otras zonas más competitivas. La reacción no se hizo esperar y el gobierno autonómico empezó a elaborar leyes que tenían por objeto:

- Mejorar las infraestructuras locales y hoteleras.
- Proteger aquel territorio no urbanizado.
- Mejorar la relación calidad precio en el conjunto de la oferta turística.
- Mejorar la calidad del turista.

El Decreto Cladera, la LEN¹¹ y el POOT¹² fueron el inicio de una nueva mentalidad que dejaría atrás la concepción de *turismo infinito* para pasar a una visión que contemplase los factores ambientales, tal y como demandaba buena parte de la ciudadanía en Mallorca, pero también el turista a través de los tour operadores, en el sentido que hacía falta preservar aquello que todavía restaba de la imagen turística primigenia de la Isla para continuar con el beneficio. Las mejoras tuvieron los efectos de recuperación del volumen de turistas pretendidos si bien más lentamente de lo que se esperaba. En el cuadro siguiente

¹¹ Ley 1/1991 de 30 de Enero, de Espacios Naturales y de Régimen Urbanístico de las Áreas de Especial Protección de las Islas Baleares. Tiene como objetivos primarios la conservación del suelo y de sus recursos, tanto geológicos, agrícolas como forestales o ganaderos, la flora, la fauna y la preservación de los ecosistemas donde se integran, al igual que los valores paisajísticos, históricos y culturales. Establece medidas y condiciones de ordenación territorial y urbanística para las zonas del suelo rústico que quedan delimitadas bajo diferentes figuras de protección.

¹² El Decreto 54/1995, de 6 de abril, aprueba el Plan de Ordenación de la Oferta Turística de la Isla de Mallorca (POOT). Regula con carácter supramunicipal los aspectos urbanísticos de los alojamientos turísticos y de la oferta extrahotelera, por lo que los planeamientos urbanísticos municipales no pueden contradecirlo sino adaptarse a sus prescripciones (a 2001 únicamente 6 de los 18 municipios turísticos se habían adaptado, cuando el plazo para hacerlo terminaba en 1996). Se trata, básicamente, de criterios de racionalización de la planta hotelera y de estandarización de densidades en diferentes categorías de suelo tanto para alojamientos turísticos como de uso residencial. A parte, establece normas particulares para las 37 zonas turísticas identificadas, como las Zonas Limitrofes de Protección Costera y las Áreas de Protección Posterior con el fin de parar un eventual crecimiento urbanístico de estas zonas litorales. Prácticamente diez años después de su entrada en vigor, ha quedado demostrado que el POOT, con sus muchas deficiencias respecto a usos de la oferta complementaria distintos a los hoteleros, saneamiento y depuración de aguas, etc, no sólo no ha

se ve como, pese a la crisis el turismo, vuelve a recuperarse y se incrementa el número de turistas respecto a años anteriores:

Tabla 2 Evolución del número de turistas

Años	Turistas	Noches Pasadas
1988	7.199.704	92.588.193
1989	6.851.257	88.449.728
1990	6.455.998	76.051.656
1991	6.631.601	76.594.992
1992	6.732.943	77.361.515
1993	7.130.966	83.004.515

4.8 LA RECONVERSIÓN DE LOS AÑOS 90. EL TERCER BOOM TURÍSTICO

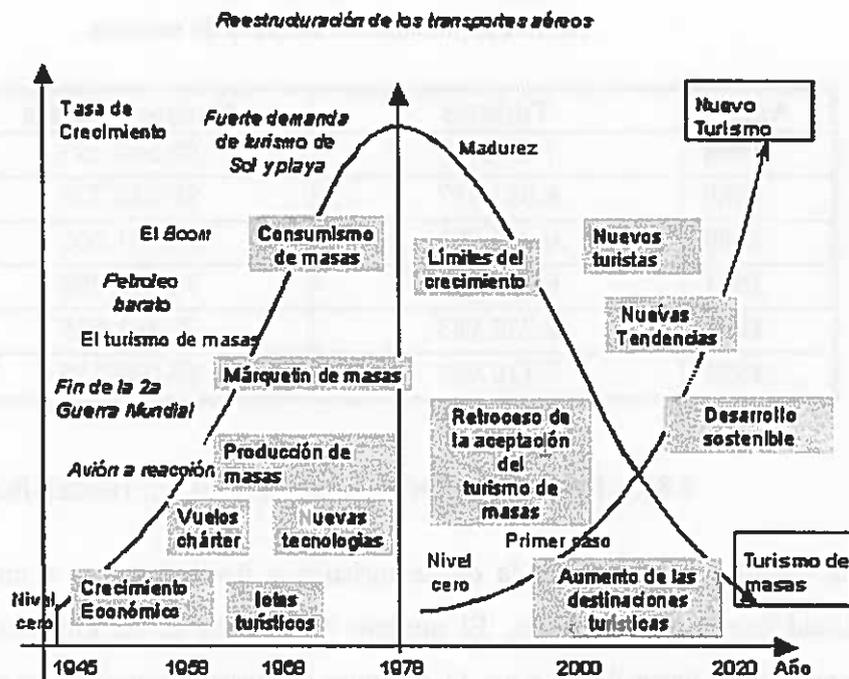
Las medidas para mejorar la oferta turística y dar incentivos a una demanda de mejor calidad han dado sus frutos. El número de turistas se ha ido incrementando de manera espectacular hasta llegar a los 11 millones de turistas actuales. La confianza en el turismo ha vuelto (como en otras ocasiones se ha ido) a la población mallorquina. Con todo, la globalización podría comportar algunos peligros para la industria hotelera.

A estas alturas, el turismo es un fenómeno de alcance mundial, un negocio *global* asentado en varios países y con ramificaciones en prácticamente todos ellos.

Actualmente, es posible explotar zonas que hasta hace poco resultaban inviables, bien por motivos ideológicos, bien por motivos económicos. El turismo actual se caracteriza, pues, por una gran oferta de destinos cada vez más asequibles, así como también por una gran variedad de productos y formas de turismo que se concretan en ofertas cada vez más variadas y personalizadas: parques temáticos, safaris, balnearios, agroturismo, etc. En definitiva, todo aquello que pueda atraer a un sector de consumidores, económicamente viables.

resuelto los problemas de saturación de muchas zonas turísticas, sino que propició la construcción de todo el

Gráfico 1 Evolución del turismo en Mallorca



Mallorca ha estado al día en este sentido, y todo ello sin dejar de lado un producto de *sol y playa* —que ha sido el eje fundamental del desarrollo (con la inestimable ayuda del sector de la construcción, dicho sea de paso), pero que en boca de todo el mundo aparece como estancado. Asimismo, ha optado por estrategias que suavizaran la dialéctica turismo-medio ambiente, al menos en un plano ideal. De esta forma, se tiene muy claro y hay en verdad muchos esfuerzos para reestructurar áreas degradadas, como son los esponjamientos y los planes de embellecimiento en zonas turísticas; para proteger y recuperar el entorno natural, como el caso de la declaración de nuevos Parques Naturales; o nuevas fórmulas para dar calidad y diversificar el producto convencional, ya sea el cicloturismo, el agroturismo, el turismo de golf, el acuático, el de congresos, etc., que pueden influir en la desestacionalización del fenómeno.

De igual modo, no se debe obviar que la realidad es mucho más compleja y para muchos incluso muy preocupante (PICORNELL, PICORNELL, 2002: 42-43). En las zonas

suelo disponible para viviendas uni/plurifamiliares de dichas áreas.

turísticas maduras y saturadas se sigue en realidad queriendo recuperar o mantener la demanda con nuevos proyectos centrados en la oferta complementaria o con nuevos complejos turísticos al margen de las zonas más degradadas. No cesan de aparecer proyectos turísticos vinculados a promociones inmobiliarias y se sigue fomentando la segunda residencia. Se calcula que en Mallorca existen unas 74.000 casas en suelo rústico (BINIMELIS, 2002), que darían cobijo a unas 220.000 personas simultáneamente, ya que se destinan a segunda residencia o se comercializan como alojamientos turísticos. Un territorio insular limitado como es el de Mallorca —tan sólo 3.625,73 km²— es capaz de acoger en un solo día (11/08/2001) a un millón y medio de personas, con sus consiguientes actividades, desplazamientos, consumo de recursos y generación de residuos, lo que ha llevado a varios investigadores a hablar de los indicadores de sostenibilidad y de las externalidades que deben pagar y asumir los residentes para que los turistas disfruten la Isla. Se ha derogado la Ley 7/2001 del Impuesto sobre las estancias en empresas turísticas de alojamiento — conocido como *ecotasa*— cuya recaudación se destinaba a proyectos de mejora del entorno natural y de las zonas turísticas. En un momento en que Mallorca recibe más de 21 millones de turistas al año se vuelven a escuchar en los medios de comunicación comentarios de los empresarios y trabajadores del sector, y hasta en el Parlamento de las Islas Baleares en su sesión de debate sobre el estado de la Autonomía, que la temporada turística no ha sido buena, mientras otros hoteleros prefieren invertir en destinos como el norte de África o el Caribe.

Hoy día nadie pone en entredicho que el motor económico y de progreso de la Isla ha sido y es el turismo, del mismo modo que nadie duda que hace falta desarrollar un turismo sostenible. Las diferencias entre la concepción de lo que esto significa entre unos postulados y otros continúan siendo muy grandes. Si el turismo se ha diversificado también lo han hecho los problemas. Si antes los turistas estaban en zonas localizadas de la Isla, ahora están presentes a lo largo de todo el territorio. Si antes los debates sobre el turismo eran algo inherente a promotores, empresarios y políticos son, hoy más que nunca, de dominio público.

CAPÍTULO 2

LOS IMPACTOS DEL TURISMO Y SU EVALUACIÓN: APROXIMACIÓN AL CASO MALLORQUÍN

1 | LOS PRIMEROS ESTUDIOS DE IMPACTOS DEL TURISMO Y LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

El interés de la sociología respecto al turismo es relativamente nuevo; según Tomás Mazón (2001) este hecho se podría situar en la primera mitad del siglo XX. Uno de los primeros precedentes lo encontraremos en 1930 en una investigación de Leopold Wiese, en la cual analizaba los aspectos políticos, económicos y culturales de éste. A lo largo del siglo se han ido multiplicando los trabajos que investigan el turismo desde una perspectiva sociológica. Pero es en los años sesenta del siglo XX, con el acontecimiento del turismo de masas, cuando se produce un salto cuantitativo y cualitativo que ha perdurado hasta nuestros días. Se trata de una disciplina que, poco a poco, va ganando adeptos, sobre todo en aquellos territorios donde el turismo tiene un peso significativo. No obstante, como veremos a lo largo del trabajo, el desarrollo del turismo produce, tal y como apunta C. Picornell (1989a: 41), *«unos cambios acelerados en las sociedades que lo desarrollan»*. Este aspecto lo hace extremadamente atractivo para los sociólogos a quienes nos gusta estudiar precisamente los cambios sociales.

De hecho, estas transformaciones producidas por el turismo son tan grandes que existen una infinidad de variables que pueden ser objeto de estudio por parte de los investigadores sociales. En general, los sociólogos se decantan por aquellas de carácter sociocultural, al tratarse de aspectos relacionados directamente con los estudios sociológicos.

Aún a pesar de los estudios preliminares que mencionábamos, el estudio de los impactos del turismo es algo reciente, al menos de una manera sistematizada y con un carácter internacional. No fue hasta principios de 1970 cuando, a nivel internacional, empezaron a aparecer diferentes investigaciones sobre los efectos que tenía el turismo en la población receptora. Una de las críticas más típicas a estos primeros autores recae, a menudo, en el hecho de que muchos presentan el impacto como problemática, más que como fenómeno producido por el progreso social. Se critica, así, un presunto afán de conservación y perpetuación de las culturas locales, que podría condenarlas al estancamiento, actuando así contra la misma naturaleza evolutiva de las culturas. Se aduce también que el turismo puede ser una fuente de desarrollo económico, por lo que concierne a su capacidad de generar riqueza gracias a su efecto multiplicador. Con el tiempo, los posicionamientos se han ido nivelando. Sin embargo, es perfectamente

factible el estudio de los impactos del turismo desde una cierta objetividad, en el sentido de que los fenómenos, lejos de ser algo local, tienden a la globalización, de manera que con el tiempo han ido surgiendo cada vez más investigaciones que, desde el localismo, tratan de explicar los fenómenos que puedan producirse en otras sociedades.

2 | LAS TIPOLOGÍAS DE IMPACTO Y SU RELACIÓN

En general, los sociólogos tienden a investigar las implicaciones socioculturales del turismo. Con todo, el turismo se ha estudiado desde múltiples disciplinas entre las que destacan la antropología, la economía, la ecología y la geografía.

La gran mayoría de los investigadores, desde sus respectivas disciplinas, coinciden en dividir los impactos del turismo en tres grandes bloques:

- *Impacto económico*: Estudia los costes y beneficios que se derivan del desarrollo y uso de los servicios turísticos.
- *Impacto ambiental*: Estudia los cambios ocurridos en el medio y en el espacio.
- *Impacto sociocultural*: Estudia el cambio en la estructura y forma de vida en las áreas turísticas.

2.1 LA INTERDEPENDENCIA DE LOS IMPACTOS

Agustín Santana afirma, no obstante, que esta división es artificial o meramente metodológica, puesto que, en realidad, los *saltos* de una categoría a otra son normalmente indistinguibles y los contenidos suelen estar, de esta manera, relacionados. Concretamente apunta:

«(...) la naturaleza de los impactos del turismo sobre una población dada es el producto de la interrelación de complejos factores políticos y económicos, tanto como de la geografía particular, el tamaño de la misma y las características recreacionales que atraen a los turistas o las posibilidades de trabajo que la convierten en foco de la emigración laboral (...)»

(SANTANA, 1997: 69)

El impacto económico, por ejemplo, está directamente vinculado a los impactos socioculturales. No se trata de un fenómeno exclusivo del desarrollo turístico, puesto

que, en general, el factor económico actúa como factor de cambio social. Se puede afirmar así la premisa de que, cuanto mayor sea el impacto económico, mayores serán los impactos socioculturales. En una realidad económica como la del Estado español, en la que el turismo se ha ido convirtiendo a lo largo de los últimos cincuenta años en una de las principales fuentes de riqueza, no es de extrañar, por lo tanto, que los cambios socioculturales sean también trascendentales.

Por lo que respecta al impacto ambiental, el siguiente texto del sociólogo Joan Amer, a partir de diferentes referencias, nos ayuda a ver cuál es la correlación que presenta respecto al impacto sociocultural. Concretamente:

«(...) Los aspectos socioculturales determinan en parte la experiencia turística del medio ambiente (Urry, 1990) y ayudarían a la definición del entorno en las comunidades visitadas. En este sentido, el tipo específico de experiencia que buscarían los turistas provocaría unas u otras alteraciones medioambientales. Además, como Robinson (1999) considera, los impactos ambientales, fruto del desarrollo y el volumen de turistas, serían frecuentemente también impactos socioculturales, especialmente en aquellas sociedades donde hay una relación muy estrecha entre los valores socioculturales y el medio ambiente o entorno (...).»

(AMER FERNÁNDEZ, 2000: 30)

Estudiar, pues, los impactos socioculturales del turismo —y en concreto sobre una modalidad específica de turismo— es posible desde diferentes puntos de vista. Aunque en nuestro caso nos interesamos por los impactos socioculturales, es importante conocer las otras tipologías de impacto que, como ya hemos dicho, influirán y por tanto serán tratadas en este trabajo, aunque sea indirectamente.

2.2 IMPACTOS POSITIVOS E IMPACTOS NEGATIVOS

En un análisis sobre los autores que han trabajado sobre las consecuencias del turismo según diferentes temas y posicionamientos, Tomás Mazón (2001: 46) establece un listado de estudios de autores que presentan un punto de vista positivo o negativo del turismo, dividido en diez aspectos. En total, hay ciento ocho estudios de autores que muestran una perspectiva negativa, frente a veintisiete que la muestran positiva. Estos últimos se concentran, básicamente, en los estudios de la economía, el turismo como peregrinación, ocio, interacción social y, en menor medida, planificación del territorio y conflictos sociales. Aspectos como el medio ambiente, cultura, consumismo y conflictos

sociales presentan así una preeminencia, casi absoluta, de investigadores que nos muestran una perspectiva negativa.

Climent Picornell explica en un artículo cuáles son estas dos aproximaciones a la valoración del impacto del desarrollo turístico:

«(...) La valoración del impacto del desarrollo turístico fluctúa entre la consideración del turismo como generador de beneficios económicos, excluyendo los otros impactos, o por otra parte, se enfatiza su naturaleza social y ambientalmente destructora. Los economistas formarían parte de los seguidores de la primera postura y antropólogos, sociólogos y geógrafos de la segunda (...)»

(PICORNELL, 1995: 11)

En muchos de los impactos del turismo, se hace difícil diferenciar entre aquello que se puede considerar un impacto negativo de lo que se puede considerar positivo. Esta realidad, esto se puede observar claramente en los aspectos culturales donde existen numerosos criterios y puntos de vista sobre lo que es evolución y lo que es aculturización.

A. Pizam *et alii* (1994) han hecho una tipología de los impactos a partir de una catalogación sobre su carácter positivo o negativo.

Cuadro 1 La positividad o negatividad de los impactos del turismo

Tipo de impacto	Sociales	Culturales
Positivo	<ul style="list-style-type: none"> • La promoción del entendimiento social • La mejora de las infraestructuras y calidad de vida de los residentes • El aumento del estatus económico de los nativos 	<ul style="list-style-type: none"> • La promoción del entendimiento cultural • La recuperación que a menudo se hace de la cultura y patrimonio local • El impulso de formas de expresión culturales locales
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> • La destrucción de la familia tradicional • La congestión de playas, paisajes, infraestructuras, etc. • La aparición del síndrome zoológico 	<ul style="list-style-type: none"> • La destrucción del patrimonio • El efecto ejemplo • El choque cultural • La banalización de la cultura local

Como vemos, estos cambios son en gran parte subjetivos y en algunos casos pueden parecer contradictorios. Así, por ejemplo, para muchos el choque cultural se puede entender como un enriquecimiento o descubrimiento de nuevas culturas y, por lo tanto, puede ser considerado como algo deseable. Por el contrario, uno puede aducir que el enriquecimiento de la población local es tan sólo económico y que se pierde el enriquecimiento espiritual que se tenía antes del desarrollo turístico.

2.3 IMPACTOS SOCIALES E IMPACTOS CULTURALES

No existe una única aproximación al estudio de los impactos socioculturales del turismo. Cada autor tiende a establecer los impactos a partir de su realidad más directa. Algunos autores como, por ejemplo, Maree Thyne diferencian incluso entre impactos sociales e impactos culturales. Los primeros son, para ella, los impactos inmediatos en la estructura social de la comunidad y su ajuste con la economía y la industria del destino turístico. Los impactos culturales serían, a su vez, los cambios a largo plazo en las normas y conductas sociales que cambiarán a partir de la relación con el turismo.

A partir de esta concepción, podríamos definir los impactos socioculturales del turismo como: todos aquellos cambios sociales y culturales producidos en una sociedad relacionada con el desarrollo turístico y la interacción turista-residente.

El nivel de impacto dependerá de las características intrínsecas de la población de acogida y de los factores exteriores que la rodean. Existen numerosas interpretaciones sobre las consecuencias de esta interacción. La mayoría tienen conclusiones similares, si bien el tipo de investigación y las variables analizadas incidirá más en uno u otro punto. Una de las pioneras en el estudio de los impactos socioculturales fue Valenne Smith quien, en su libro *Hosts and Guests. The anthropology of tourism* (SMITH, 1978), estudia la relación entre residentes o nativos y turistas. Según la autora, cuando las dos comunidades entran en contacto puede iniciarse un proceso de aculturización o creación de una nueva cultura germen de la sociedad dominante con tópicos de la dominada.

Sobre este contacto entre turistas y residentes, Emanuelle de Kadt nos hace una aproximación a cuáles son los espacios en los que se produce el encuentro entre turista y residente:

«El encuentro entre turistas y anfitriones tiene lugar en tres contextos diferentes: donde el turista está comprando algún bien o servicio al anfitrión, donde el turista y el anfitrión se encuentran el uno junto al otro por ejemplo en una playa o en un espectáculo nocturno, o bien cuando ambas partes se encuentran frente a frente con el objetivo de intercambiar información o ideas. Cuando sus promotores proclaman que el turismo es un mecanismo importante para el incremento del entendimiento internacional, suele ser este tercer tipo de contacto el que tienen en mente (...)»

(DE KADT, 1991: 95)

El encuentro entre las dos comunidades ha suscitado una extensa literatura coincidiendo, en la mayoría de los casos, en que el impacto sociocultural más destacable es el abandono de la cultura local a causa de un proceso de imitación hacia la cultura del turista, a quien los residentes consideran superior. Este fenómeno ha sido definido como *Efecto Ejemplo*.

Estas primeras aproximaciones han sido con el tiempo compiladas y ampliadas, puesto que el turismo —a medida que evoluciona la sociedad— presenta también unos impactos diferentes. En estudios posteriores, A. Santana (1997: 91), a partir de investigaciones de otros autores (COHEN, 1984; PEARCE, 1986), establece diez tópicos para estudiar los impactos socioculturales:

- La comunidad rodeada de un sistema más amplio
- La naturaleza interpersonal de las relaciones
- Las bases de la organización social
- El ritmo de vida social
- La migración
- La división del trabajo
- El tipo de ocupación
- La estratificación
- La división del poder
- La desviación de las costumbres

No se trata de una compilación ni mucho menos definitiva, puesto que, en general, cada autor prefiere analizar los impactos del turismo desde una o varias perspectivas concretas.

Louise Crandall (1987) ha analizado algunos casos en trabajos de campo, sobre todo aquellos en los que la región receptora se encuentra en vías de desarrollo. Obviamente, en esta última característica influye decisivamente el punto de vista o enfoque que se haga del sistema turístico. Según la autora, los impactos socioculturales del turismo se derivan del dualismo social que se produce cuando llegan nuevas ideologías, estilos de vida, valores, etc., que afectan al comportamiento de los residentes locales. Esta nueva realidad, traería como consecuencia el denominado *Efecto Ejemplo*, que se produce cuando en la sociedad local, en general aquellos más jóvenes, copian las pautas de conducta de los turistas a quienes consideran, inconscientemente, culturalmente superiores. Esta nueva realidad, traería consigo la banalización de la cultura local, que se convertirá en uno de tantos bienes de consumo más para uso turístico, perdiendo el significado que anteriormente tenía. Finalmente, destaca la hostilidad que se presenta hacia el turismo en estas sociedades que puede llegar a poner en peligro la durabilidad del destino turístico.

A partir de la ampliación de la compilación sobre tipologías de impacto realizada por Climent Picornell (1995: 23) sobre un trabajo de Figuerola del año 1976, podríamos dividir los impactos sociales y culturales del turismo en las siguientes categorías:

Cuadro 2 Principales impactos sociales y culturales del turismo

Variable sociocultural afectada	Impacto social	Impacto cultural
Estructura de la población	<ul style="list-style-type: none"> • Volumen de la población (inmigración). • Composición por sexo y edad. (Rejuvenecimiento o Envejecimiento). • Transformación de la población rural a urbana. • Aparición de grupos marginados. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Efecto ejemplo.</i> • Sustitución lingüística de lenguas minoritarias y/o minorizadas. • Aculturización.

<p>Formas y tipos de ocupación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la distribución ocupacional por sectores (terciarización de la sociedad). • Demanda de trabajo femenino. • Abandono o perpetuación de los trabajos tradicionales. • Creación de puestos de trabajo. • Inestabilidad social 	<ul style="list-style-type: none"> • Abandono de las costumbres rurales. • Cambios en el rol de la mujer. • Estancamiento del nivel de estudios de la población. • Cultura del ocio.
<p>Valores sociales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uso del turismo como instrumento político. • Pérdida de peso/poder de las entidades religiosas. • Cambios en los patrones de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abandono de la religión. • Cambios en la moral. • Cambios en la sexualidad. • Aparición de nuevos movimientos políticos y sociales (ecologistas, nacionalistas, feministas).
<p>Forma de vida tradicional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en los roles sociales tradicionales. • Aparición del nuevo rico. • Alteración de las instituciones o estructuras comunitarias. • Introducción de actividades no deseadas (droga, prostitución, juego) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en el arte, la música y el folclore. • Cambios en los hábitos y costumbres. • Cambios en la vida diaria. • Cambios en la gastronomía.
<p>Patrones de consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del consumismo cuantitativa y cualitativamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de la cultura del consumo.
<p>Patrimonio arquitectónico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida o preservación del patrimonio arquitectónico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la preservación en los modelos estéticos patrimoniales.
<p>Artesanía</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción de elementos de consumo foráneos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banalización y mercantilización de la artesanía local. • Pérdida del sentido cultural de los elementos artesanos.

2.4 LOS IMPACTOS ECONÓMICOS: EL TURISMO COMO MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

Según Climent Picornell (1995: 14), se entiende por impacto económico del turismo «(...) *la medida de los beneficios y también de los costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad (...)*».

El impacto económico del turismo ha sido el más investigado a lo largo de la historia del turismo. El investigador que desee estudiar la incidencia que tiene el turismo sobre la economía tiene la ventaja de disponer de todos aquellos datos y variables cuantitativas que se realizan para el análisis de la economía, mientras que, aquellos que quieran estudiar los impactos ambientales y socioculturales, deberán basarse, a menudo, en datos de carácter más cualitativo sobre aspectos mucho más puntuales. Además de este factor, Agustín Santana (1997: 70) considera otros dos factores por los cuales existe un énfasis en el estudio de los efectos económicos del turismo. En primer lugar, el hecho de que, desde los años treinta, exista una gran cantidad de datos fiables de carácter cuantitativo que permiten hacer análisis con objetividad y rapidez. En segundo lugar, la extendida creencia de que el turismo puede producir beneficios a muy corto plazo constituyéndose, así, en un instrumento útil para la solución de problemas económicos a corto plazo.

Esta visión se ve fomentada por lo conocido como “efecto multiplicador del turismo” o la capacidad del turismo de influir en actividades económicas que no son directamente aquellas de carácter turístico. Robert Lanquar ha analizado este efecto multiplicador sacando como conclusión:

«(...) La inversión primaria puede ser considerada como el polo del desarrollo posterior, al poner en marcha mecanismos de acumulación que consistirían en:

El multiplicador, que mide la relación entre la inversión “autónoma” y el aumento de la renta que engendra.

El acelerador, que mide la relación entre un aumento causal del consumo y el aumento inducido de la inversión (...)

(LANQUAR, 1991: 73)

Para hacernos una idea sobre cuáles son los impactos económicos del turismo y su efecto multiplicador, podemos ver el cuadro realizado por Pere Fullana y Sílvia Ayuso:

Cuadro 3 Principales impactos económicos del turismo¹

Tipo de impacto	Consecuencias potenciales
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos gubernamentales. • Beneficios obtenidos por las instalaciones turísticas de primera línea (hoteles, restaurantes, taxis, autobuses, etc.). • Beneficios obtenidos por los proveedores y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos de primera línea. • Renta obtenida por la población residente en forma de salarios, dividendos e ingresos. • Beneficios relacionados con la actividad turística.
Creación de ocupación	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupación directa en instalaciones turísticas. • Ocupación indirecta en el sector turístico. • Ocupación inducida creada por los ingresos procedentes del turismo.
Conexión con otros servicios empresariales	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda de bienes locales. • Aumento de infraestructuras. • Competencia del turismo con otros sectores económicos.
Nivel de vida	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la renta. • Mejora de la distribución de la renta.
Costes	<ul style="list-style-type: none"> • Costes de oportunidad. • Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística. • Posible inflación derivada de la actividad turística. • Pérdida de beneficios económicos potenciales (cuando los inversores son extranjeros).

¹ (FULLANA; AYUSO, 2001: 22)

Tal y como aduce Climent Picornell (1995: 15), para cuantificar la magnitud de este impacto hay que tener en cuenta seis variables que influirán directamente en el impacto sociocultural:

- *La naturaleza de las ofertas y los atractivos para los turistas.*

Cuanto mayor sea la calidad existirán unos ingresos mayores por turista y viceversa. La base económica determinará en gran medida el tipo de turista, elemento decisivo a la hora de producir uno u otro tipo de impacto.

- *El volumen del gasto turístico en el lugar de destino.*

Cuanto mayor sea la inversión, mayor capacidad de acogida y, por lo tanto, más turistas y más ingresos. El número de turistas como magnitud influirá también la cultura local.

- *El nivel de desarrollo económico en el área de destino.*

Cuanto menor sea el desarrollo, mayor diferencia turista-residente y, como consecuencia, más ingresos proporcionales para la población local. Si la población local es pobre y el turismo es rico, los impactos serán mayores al trastocar todo el sistema de vida.

- *El tamaño de la base económica del área de destino.*

Cuanto más grande sea la base económica, más posibilidades de inversión. Si la inversión sólo tiene en cuenta el turismo, es posible que la población local tenga más molestias. En cambio, si las infraestructuras lo benefician, se verá el turismo como motor de desarrollo de la calidad de vida.

- *La recirculación del gasto turístico dentro del área de destino.*

Si la economía local está estructurada a partir del turismo, mayor efecto multiplicador. Si la cohesión es débil, se perderá dinero en comprarse bienes en el exterior. Cuanto más grande sea el efecto multiplicador, más gente

dependerá del turismo y, debido a ello, menos se cuestionará la continuación de este negocio. Aún así, la sobredependencia puede hacer muy frágil la economía local y producir el efecto contrario.

- *El grado de ajuste en la estacionalidad de la demanda turística.*

Si la estacionalidad es fuerte, gran parte de las infraestructuras estarán infrautilizadas durante gran parte del año, de manera que la amortización será menor. Si el turismo es de temporada, influirá algunos meses provocando una cultura dual durante el año; si no, la influencia será mayor.

Hasta ahora, se consideraba que el turismo funcionaba como factor de desarrollo económico de la periferia. A pesar de ello, actualmente existen numerosas investigaciones que muestran cómo el turismo puede tener consecuencias contrarias, acentuando los desequilibrios regionales e interregionales. A partir de entonces, empieza a surgir un interés en cuantificar el efecto multiplicador que se produce cuando el gasto turístico se filtra a través de la economía y estimula otros sectores. En general, éste varía de un país a otro y, como es natural, se espera que sea elevado y positivo. Uno de los efectos más importantes responde a la generación de trabajo. Es necesario matizar que tipo de trabajo genera, pues generalmente se trata de un trabajo inestable de temporada, que traerá una serie de consecuencias:

- La redistribución geográfica de la población.
- La modificación socioprofesional de la población activa y de la población en general.
- Surgimiento de flujos migratorios para ocupar trabajos pocos cualificados.

Otro efecto del turismo es la generación de una población empresarial que vive del turismo. Esta población variará atendiendo al tipo de oferta que se dé, la capacidad de los empresarios locales para satisfacer las demandas, el desarrollo histórico de este turismo y el tipo de desarrollo turístico. De este modo, las inversiones en infraestructuras se hacen indispensables para acoger una oferta turística.

La competencia con otros sectores como, por ejemplo, la agricultura, puede producir conflictos internos contraproducentes para el mismo turismo. Aparece entonces la especulación, el despoblamiento de zonas antes habitadas y, sobre todo, un proceso de inflación en las etapas de desarrollo. Las diferencias del nivel adquisitivo entre los residentes y los foráneos pueden agravar estos conflictos internos, a consecuencia de la subida de precios de los inmuebles y de los bienes de consumo en general. Por lo tanto, hay que evitar todo ello aumentando de manera equiparada el nivel de vida y poder adquisitivo de los residentes.

Como decíamos, en los casos en que existe una gran dependencia del turismo habrá una gran vulnerabilidad por los cambios en la demanda, renta e inversión privada. Podremos hablar en estos casos de los graves costes del turismo en base a la especulación, la inflación, la baja amortización de las inversiones y, sobre todo, una excesiva dependencia respecto a la oferta turística local. Todo ello, sin duda, influirá al analizar el turismo en un sentido crítico que pondrá en entredicho los beneficios del turismo y pedirá compensaciones por estos efectos negativos.

2.5 EL IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO

El impacto ambiental es aquel que se produce por la presencia de la actividad turística en el medio natural. Podríamos decir que se trata del impacto más visible del turismo, al ser el responsable de la urbanización y desaparición de elementos naturales propios del territorio. En este sentido, Macià Blázquez considera que la urbanización es el exponente máximo de humanización, lo que supone la desaparición de la cubierta vegetal y la eliminación o desplazamiento de la fauna silvestre.

Las causas y factores que alteran el medio ambiente son, entre otros, las infraestructuras y equipamientos y, en menor medida, las actividades del turista. No obstante, señala que los impactos del turismo en el medio natural van más allá de la destrucción del entorno en las áreas urbanizadas. P. Fullana y S. Ayuso (2001: 26) han hecho un cuadro representativo de los diferentes impactos ambientales. Asimismo, este cuadro ha sido ampliado con la información extraída de otras fuentes (BLÁZQUEZ, 1989 y PICORNELL, 1995).

Cuadro 4 Principales impactos ambientales del turismo²

Ámbito del impacto ambiental	Tipo de impacto y consecuencias potenciales
El medio acuático	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas relacionados con el tratamiento de los residuos. • Contaminación de las aguas subterráneas y marinas por vertido de aguas residuales, derramamientos de aceites, petróleo (polución microbiológica de las aguas y aparición de enfermedades infecciosas). • Agotamiento de suministro de aguas subterráneas y superficiales (salinización de los acuíferos). • Introducción, por medio de embarcaciones, de especies marinas alóctonas. • Floración de aguas estancadas. • Ocupación y desecación de lagunas y albuferas.
El medio atmosférico	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación del aire por emisiones de vehículos, combustión de carburantes para calefacción e iluminación. • Contaminación lumínica. • Contaminación acústica y visual en las inmediaciones de los aeropuertos.
El medio terrestre	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en la cobertura vegetal por espaciamiento para edificaciones turísticas. • Erosión y compactación de suelos, causante del aumento de derramamiento superficial y erosión. • Proliferación de la desertización y los incendios. Aumento del riesgo de desprendimientos y aludes. • Desechos en medios naturales (residuos de escombros, estiércoles etc.) • Daños a estructuras geológicas (impactos por vibraciones). • Contaminación acústica por transporte y actividades turísticas.
El medio biótico (Flora y fauna)	<ul style="list-style-type: none"> • Rotura del equilibrio ecológico. Destrucción del hábitat natural (trastorno de los hábitos de reproducción y depredación de la fauna). • Cambios en la diversidad de especies e introducción de especies no autóctonas. • Cambios en las migraciones, en los niveles reproductivos y en la composición de las especies. • Eliminación de animales por caza o comercio de <i>souvenirs</i> o sencillamente por incapacidad de adaptación al entorno. • Creación de reservas naturales, parques naturales y restauración de hábitats.
El medio antrópico	<ul style="list-style-type: none"> • Sobrecarga de las infraestructuras (incremento del consumo y agotamiento global de combustibles fósiles para generar energía). • Segregación de los residentes locales. • Desarrollo urbano no integrado en el paisaje o polución arquitectónica. Alteración del paisaje natural y urbano. Abandono de la agricultura y degradación del espacio rural. • Arquitectura diferente al estilo tradicional. • Restauración y preservación de edificios y lugares históricos. • Envejecimiento y restauración del patrimonio arquitectónico.

² (FULLANA; AYUSO, 2001: 26)

Climent Picornell (1995: 27), señala que se establece una dialéctica entre la actividad turística y el medio ambiente caracterizada por tres tipos de dinámicas que irán en función del diferente nivel de impacto:

- *Indiferencia*: cuando las actividades turísticas no producen cambios en el medio ambiente.
- *Simbiosis*: cuando el turismo contribuye a conservar el medio ambiente como instrumento de desarrollo posibilitando un rendimiento sostenido del recurso ambiental.
- *Conflicto*: cuando, a partir de la sobreexplotación, el turismo y el medio ambiente salen perjudicados.

Dentro del estudio de las relaciones generales entre turismo y población resulta de especial interés para los objetivos de esta tesis la referencia al trabajo de Antonio Aledo (2002:22), el cual realiza un análisis de los impactos ambientales en diferentes niveles ocasionados por el turismo residencial. La revisión de dichos impactos parte de la definición de la lógica ambiental del turismo residencial o inmobiliario. Dicha lógica descansa en la propia naturaleza del modelo desarrollo turístico, es decir, en el mantenimiento de la actividad constructora o *fagotización de la naturaleza*. De esta manera, los impactos relacionados se derivan del desmesurado crecimiento demográfico y urbanístico muchas veces asociado al turismo residencial.

Cuadro 5 Impactos socioambientales del turismo inmobiliario³

Elementos sobre los que actúa	Impacto
Paisaje	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción de unidades paisajísticas de gran calidad, tanto en la línea costa como en el interior • Vertederos descontrolados • Presión urbanística sobre espacios naturales con escasa protección legal o práctica

³ (ALEDO, 2002: 22)

Suelo	<ul style="list-style-type: none"> • Alteración de la dinámica dunar • Destrucción de la línea de costa • Contaminación edáfica • Competencia por el suelo con la agricultura • Pérdida de la cobertura vegetal • Deforestación • Erosión • Desertificación
Flora y fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Destrucción de especies protegidas • Introducción de especies foráneas • Pérdida de biodiversidad y de la diversidad autóctona
Sistema hídrico	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación de las aguas marinas, continentales y subterráneas • Salinización de acuíferos por sobreexplotación • Uso no sostenible de recursos escasos • Tratamiento insuficiente de aguas residuales • Incapacidad de las depuradoras en temporada turística
Sistema cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con la agricultura por recursos escasos: agua y suelo • Desaparición de la actividad agrícola de secano que frenaba la desertificación • Desaparición del conocimiento práctico tradicional ligado a la agricultura • Desaparición de una cosmología que unía al hombre con la tierra • Cambio de concepción: de la <i>tierra</i> al <i>suelo</i>

Como vemos en el ejemplo de los impactos ambientales en el medio antrópico, las huellas paisajísticas del turismo acaban repercutiendo directamente sobre la población. Gran parte de los destinos turísticos, con un nivel de desarrollo adelantado, presentan problemas a la hora de abordar el tratamiento de residuos y la depuración de aguas residuales y, en general, las consecuencias del desarrollo turístico no planificado. Estas nuevas necesidades ocasionan gastos millonarios a las instituciones locales y a la misma industria turística, que puede perder atractivo frente aquellos destinos donde el daño ambiental es menor. La pérdida de atractivo turístico ocasiona unos efectos económicos y socioculturales importantes en aquellas sociedades donde una parte importante de la población depende, directa o indirectamente, del turismo. Existe así un riesgo potencial de entrar en un círculo vicioso muy difícil de romper, sobre todo si tenemos en cuenta que regenerar zonas erosionadas es enormemente costoso y no siempre se puede garantizar el éxito.

En este sentido hace falta apuntar que la superación de la capacidad de carga se convierte en un concepto mucho más cuantificable que los impactos socioculturales. A lo largo de los últimos años, se han tomado diferentes medidas para fomentar el

desarrollo sostenible a nivel ambiental. Se han establecido así diferentes indicadores de sostenibilidad que tienen por función fijar el umbral de tolerancia para evitar el estrés ambiental y la capacidad de carga. No obstante, a medida que el proceso turístico se ha ido desarrollando, los mismos empresarios turísticos han ido tomando conciencia sobre la necesidad de preservar el entorno a lo largo del tiempo para asegurar su futuro económico. La necesidad de mantener el entorno ambiental en unos niveles óptimos, la calidad del agua, la existencia de sistemas de dunas y la preservación del paisaje forman parte del atractivo del destino turístico.

La planificación y la adecuación de las infraestructuras, para el posterior desarrollo turístico, es una realidad en aquellos destinos que todavía no han empezado con el desarrollo turístico. En aquellas zonas donde ya hace años que se desarrolló el turismo, la solución necesita dosis altas de imaginación, puesto que una vez se ha producido el desarrollo urbanístico es muy difícil volver atrás.

3 | LA CAPACIDAD DE CARGA Y LA SOSTENIBILIDAD

Las diferentes investigaciones sobre impactos del turismo tienen, por norma general, el objetivo de evaluar el nivel de impacto con la finalidad de establecer políticas que ayuden a mitigarlos. Los impactos que han sido evaluados con más exactitud han sido, sin duda, los ecológicos, que cuentan a estas alturas con una extensa bibliografía y manuales de evaluación. Por desgracia, como apunta Agustín Santana (1997: 94), pocos estudios sobre impactos socioculturales han sugerido las formas de valorar el impacto sociocultural del turismo. Así, las metodologías más utilizadas para medir los impactos socioculturales del turismo son, en general, de carácter cualitativo. Los investigadores del fenómeno turístico han centrado su atención sobre los factores de presión que ocasiona el turismo, buscando el umbral o capacidad de carga entre la aceptación y el rechazo por parte de la sociedad local. Como veremos, el problema más grave de estos sistemas es el de establecer este umbral de tolerancia que, a menudo, presenta un grado de subjetividad importante a la hora de ser definido. O'Relly establece diferentes definiciones sobre la capacidad de carga:

- *Capacidad de carga física*: límites, o bien con respecto a la capacidad del sistema productivo para suministrar servicios turísticos, o bien con respecto a la capacidad de una área de absorber turistas. En el primero caso, se trata de identificar límites físicos de la oferta turística disponible como el

alojamiento, la infraestructura, el suministro de agua, etc. En el segundo, los límites físicos se refieren a la calidad ambiental y se suelen asociar con el deterioro del medio ambiente. Puede definirse como el máximo número de personas que pueden usar un área sin que se produzca una alteración inaceptable del entorno físico.

- *Capacidad de carga psicológica o de percepción:* límites con respecto a la satisfacción de quien visita. Puede definirse como el máximo número de personas que pueden usar un área, sin que provoque una alteración inaceptable en la experiencia de los visitantes.
- *Capacidad de carga social:* límites basados en la tolerancia de los habitantes respecto de los visitantes. En destinos turísticos se pueden dar actitudes negativas hacia los turistas que pueden, a su vez, afectar al desarrollo turístico. Puede definirse como el nivel de actividad turística por encima del cual se produce un cambio negativo en la población local.
- *Capacidad de carga económica:* límites basados en el equilibrio entre los beneficios económicos y los impactos negativos que genera la actividad turística sobre las economías locales. Se trata de evitar, dentro de lo posible, las posiciones de monocultivo sectorial y de aprovechar las propias oportunidades ofrecidas por el turismo para renovar los sectores tradicionales y estimular el desarrollo económico. Puede definirse como la capacidad de absorber las funciones turísticas sin desplazar actividades económicas locales y deseables.

4 | UN ESCENARIO CONCRETO: LA ISLA DE MALLORCA

La superficie de Mallorca se encuentra limitada por su insularidad. Los 3.625'73 Km² que posee de extensión, albergan en la actualidad una población que roza las 700.000 personas de población de derecho y las supera considerablemente con la población de hecho. Su densidad demográfica es aproximadamente de 179 personas por Km², si tenemos en cuenta la población de hecho. Con todo, existe una fuerte diferencia entre la densidad de una u otra zona de la Isla, ya que por ejemplo, mientras la Sierra de Tramuntana se mantiene prácticamente deshabitada, la ciudad de Palma alberga la mitad de la población con 320.833 personas censadas en 1999, aún cuando en realidad, la cifra

de los residentes podría superar los 400.000 individuos. Nos encontramos, por lo tanto, con una isla con una alta densidad demográfica, que incluso en algunos períodos del año duplica dicha densidad. Según las estimaciones oficiales, a estas alturas existen 1.400.000 viviendas, de las cuales cerca de medio millón están destinadas al turismo. La estimación de la población en base a la plena ocupación de las viviendas (3,4 personas por vivienda) ampliaría en mucho las cifras anteriores.

Las Baleares son conocidas por su dependencia casi absoluta del sector servicios. Este hecho se traduce en que casi tres cuartas partes de los habitantes se dediquen al sector servicios, dejando el resto de sectores con unos porcentajes muy exigüos. Esta variable es, sin duda, de las más importantes para entender que casi todo lo que sucede en la Isla es directa o indirectamente fruto del turismo.

Los cambios entre la renta per cápita de los mallorquines han sido radicales de 1960 a 2000. Si cuando llegaban los primeros turistas, se encontraban con unos precios casi cómicos para su nivel de bienestar, con el tiempo se han logrado niveles de renta per cápita similares a los de los países que nos visitan, aún cuando todavía hoy en día los precios son baratos, sobre todo en algunos productos, en comparación a los de los países de origen de los turistas. El proceso de europeización ha jugado un papel capital en este asunto, ya que la unión monetaria y el establecimiento de un precio estable para el cambio de divisas ha interrumpido las fluctuaciones enormes que sufría la moneda en tiempo de devaluación.

5 | EL MÉTODO DE MEDICIÓN DE BUTLLER: APROXIMACIÓN

AL CASO DE MALLORCA

Estudios como el de los autores Butler y Pearce (1975) tratan de especificar los impactos socioculturales a partir de las variables de que inciden en los mismo. La ventaja de este sistema es que permite evaluar los impactos de manera más concreta, a partir de los efectos en una u otra variable; en definitiva, nos muestra unos indicadores que, funcionando como vectores de influencia, nos mostrarán si estamos o no próximos a la capacidad de carga.

Butler hace el análisis a partir de las características del destino turístico, el tipo de turismo y turista, y la sociedad receptora. A partir de aquí, sistematiza una serie de conclusiones al respecto. A pesar de que en la mayoría de casos se trata de indicadores sin un umbral claro sobre la capacidad de carga —y por lo tanto, difícilmente

cuantificables—, permiten hacer una primera aproximación al caso de Mallorca que nos servirá para determinar si se trata de un destino con un nivel de impacto alto, medio o bajo.

5.1 VOLUMEN DE TURISTAS

«Cuanta más proporción de turistas sobre la población receptora mayor impacto»

Las islas Baleares son posiblemente uno de los destinos con mayor concentración anual de turistas por habitante, lo que hace prever que el nivel de impacto será alto. El número de turistas ha ido aumentando, de manera espectacular, a lo largo de los años, hasta llegar a unos niveles que, de haberse registrado treinta años atrás, habrían asustado a más de uno. Si en 1971 se celebraba la llegada de la turista seis millones, el verano de 2000 se llegaba a la mítica cifra de los once millones, con más preocupación que alegría por parte de las autoridades locales. Para hacernos una idea más aproximada, podemos comparar el número de habitantes de derecho con el número de turistas para ver la relación nativos-visitantes y comparar la proporción a lo largo de los últimos cincuenta años.

Tabla 1 Relación de la población de Mallorca respecto al número de turistas

Año	Población de derecho en Mallorca	Número aproximado de turistas	Relación anual del número de turistas por habitante	Densidad de población en relación a la población de derecho
1960	362.202	200.000	0'5	99'86
1970	438.656	1.250.000	2'86	120'94
1981	534.547	3.250.000	6'07	147'38
1986	550.849	4.100.000	7'44	151'88
1991	568.187	5.100.000	8'97	156'66
1996	609.150	6.400.000	10'5	167'95
1999	649.722	7.900.000	12'15	179'14

Como se ve en los anteriores datos, la población de Mallorca ha aumentado espectacularmente en los últimos cincuenta años, hasta duplicarse. Hay que destacar que, en estos datos, no es incorporada la población de hecho, de manera que a estas alturas nos podríamos encontrar que perfectamente la población de Mallorca es superior a las 700.000 personas. La densidad de población variará también si añadimos los

turistas que en ningún momento del año dejan de llegar, si bien oscilan mucho según las estaciones. Cualesquiera que sean los cálculos, nos damos cuenta que de tener en cuenta los inmigrantes no contabilizados y los turistas, la densidad de población puede llegar perfectamente a 400 habitantes por Km², hecho que nos muestra que los fantasmas de la HongKongnización expresados por Camilo José Cela Conde (1979) son algo más que una posibilidad.

La alta estacionalidad continúa siendo un grave problema, de manera que, actualmente, en verano existe una sobreexplotación del medio y de las infraestructuras, mientras que en invierno se tiende a infrautilizarlas.

5.2 DURACIÓN DE LA ESTANCIA

«Cuanto mayor tiempo de estancia más influirá en la zona receptora»

La duración de la estancia del turista dependerá mucho del tipo de turismo. En general, a partir de los datos presentados anualmente por el IBATUR, el turismo de las Baleares tiene una estancia media que oscila entre los 12 y los 13'5 días. Este valor absoluto contrasta con los de algunos tipos de turismo de más larga estancia. Por ejemplo, el cicloturista tiene, en datos de 1998, una estancia media de 9'54 días mientras que los turistas de segunda residencia pueden pasar varias semanas o incluso algunos meses. Mallorca presentaba en 1999 una media de pernoctaciones de 10'45, que multiplicado por los 8.270.600 turistas, hace un total de 86.394.700 pernoctaciones. En definitiva, una media de 236.697 turistas por día. Estos datos no contemplan según que formas de turismo, como por ejemplo el marítimo o el residencial. Podemos imaginar, por lo tanto, que el impacto es aún mayor del calculado. Evidentemente, hay que especificar que la estacionalidad es todavía muy alta y que, por lo tanto, hay meses como julio y agosto donde esta media se dispara y otros como enero y febrero en que el resultado es muy inferior.

Se puede constatar un incremento a nivel global de la presión del número de pernoctaciones gracias, sobre todo, al incremento del turismo en datos globales y al aumento espectacular del turismo residencial, que se ha disparado de manera sistemática en los últimos ocho años. Finalmente, cabe destacar que el CITTIB ya contempla el vector demográfico y sus indicadores como variable a estudiar de cara a desarrollar políticas de sostenibilidad.

«Cuantas mayores diferencias étnicas, mayor impacto»

Una premisa como la anterior puede ser interpretada —en el lenguaje de lo políticamente correcto— como una muestra de racismo. Personalmente, creemos que esta premisa es sencillamente objetivable sin entrar en determinaciones de si es o no es negativa esta percepción. Tomando, por ejemplo, el caso de Tunicia, que cuenta con una sociedad mayoritariamente musulmana, ¿qué impactará más, un turismo proveniente de países árabes o un turismo de cariz occidental? La respuesta tiene que ser delimitada, pues, tanto uno como otro, tendrán unas consecuencias. Quizás el primero ayudará a fortalecer lazos de amistad entre los países árabes, pudiendo inducir a un panarabismo, mientras que el segundo puede producir occidentalización de las costumbres.

Creemos innecesario hacer una evaluación de la nacionalidad de los turistas desde la década de los sesenta hasta nuestros días, ya que, aún cuando algunas procedencias han cambiado, en general se trata de un turismo eminentemente europeo. Quizás, la diferencia capital relacionada con este aspecto entre 1960 y la actualidad es que, con el tiempo, la sociedad mallorquina se ha acostumbrado tanto a las formas de vida de los turistas que casi nadie se inmuta por su comportamiento. A partir de diferentes investigaciones, se puede ver como el turismo que más nos ha visitado ha sido el inglés y el alemán que, juntos, suman el 69'5% de los turistas que visitan las Baleares. Hay que destacar que, en los últimos años, los alemanes han superado a los británicos en número de visitas, consolidándose como primera nacionalidad en porcentaje de visitantes, un 43'3%, ante el 26'2% de los británicos. El tercer grupo en importancia son los españoles, con un 8'3% del total. El 22'3% restante se lo reparten diferentes nacionalidades del norte de Europa, como, por ejemplo, suecos, finlandeses, irlandeses, belgas, holandeses. Sólo llegando a un destacable 3'3% en el caso de los franceses. En general, vemos que el turismo en Mallorca se caracteriza por provenir de países protestantes. Con respecto al otro gran sector, el turismo español, hay que decir que su mayor diferencia con el resto es el de aumentar la castellanización del territorio, proceso que en otros destinos como la Costa del Sol, donde existe una proporción importante de turismo residencial, no sucede igualmente, ya que el castellano no se encuentra en situación de substitución lingüística. A falta de investigaciones cualitativas

no vemos recomendable extenderme en dicho apartado, si bien sería positivo profundizar en este aspecto.

5.4 CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

«A mayor diferencia económica, mayor confrontación»

Los precios del Archipiélago Balear, hace tan sólo unos años, eran casi ridículos para la mayoría de visitantes europeos. La entrada en vigor del euro, así como el aumento de las rentas en las Islas, han hecho que el coste de estancia en Mallorca se vaya equiparando al de otros países europeos. El Reino Unido es la excepción, al ser uno de los pocos estados que no ha aceptado la moneda única. La diferencia entre los precios del Reino Unido y los de Mallorca son, por lo tanto, todavía hoy día enormes, de manera que para algunos turistas británicos puede salir más barato viajar a Mallorca que quedarse en casa. Hay que destacar el caso de los españoles que viajan a Mallorca. A excepción de vascos, catalanes y madrileños, el resto de comunidades tiene un nivel de renta por debajo del de las Baleares. Con todo, este grupo continúa siendo minoritario y la diferencia de precios entre Mallorca y Europa del norte continúa jugando a favor del turismo, ya que, seguramente, si los precios subieran, gran parte de los turistas que nos visitan, sobre todo aquellos de clases medias y bajas, optarían por destinos más baratos. Las diferencias económicas entre turistas y residentes continúan siendo muy altas, sobre todo si lo comparamos con los precios del Reino Unido y Alemania. Uno de los factores más discutidos es el del precio del alcohol y el tabaco, que especialmente en el caso del Reino Unido es significativo. Así, en Mallorca el precio de un paquete es casi cuatro veces menor al de Gran Bretaña, al igual que el alcohol, que puede ser hasta tres veces más barato. Esta diferencia de precios produce, frecuentemente, grandes desplazamientos de jóvenes atraídos por el alcoholismo fácil que se oferta en las zonas turísticas. Así, la población local tiende a despreciar al turista como a un reprimido que no se sabe comportar, como *hooligans*.

5.5 ACTIVIDADES DE LOS TURISTAS

«Atendiendo al comportamiento del turista, mayor o menor impacto»

Si Mallorca, como en general las Islas Baleares, se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos a nivel internacional, es interesante saber por qué. ¿Qué es lo que atrae los turistas que vienen cada año?

Según los datos del gobierno Balear, los motivos que tienen los turistas para elegir las Baleares son, en primer lugar, el clima (76'2%); en segundo lugar los precios (50'7%); en tercero, las playas (33%); en cuarto lugar, la calidad del entorno (25'2%); en quinto lugar, la calidad de los hoteles (24'5%); en sexto lugar, la tranquilidad (18'7%); en séptimo lugar, la facilidad del traslado (17'9%); y en octavo lugar, el ambiente nocturno (17'4%). Por otro lado, el término y concepto de turista está a estas alturas tan diversificado, que parece necesario establecer ciertas clasificaciones que nos ayuden a conocer en profundidad quiénes son y qué es lo que esperan.

Varios autores han tratado de hacer una definición por grupos a partir de diferentes modelos. En general, estos responden al rol que desarrolla el turista como actor social en diferentes facetas del turismo. Podemos hablar así de tres modelos básicos (SANTANA, 1997):

- Espacial, en referencia a la zona de destino turístico. Entre los estudios publicados, destacan las catalogaciones de Barbaza (1970), Peck y Lepie (1977), Préau (1970) y Pearce (1978).
- De interacción, en referencia a la tipología del comportamiento del turista. Entre ellos destacan los estudios de Cohen (1972), Wahab (1975) y Smith (1977).
- Cognitivos-normativos, en que se estudian las motivaciones que empujan a los turistas a desplazarse. Entre ellos destacan Plog (1972) y Cohen (1979).

No existe un análisis mejor o peor que otro. En realidad, se trata de estudios complementarios que se pueden modificar, relacionar o incluso mezclar a partir de las necesidades de estudio. También se tiene que tener en cuenta que, tanto los destinos como las motivaciones del turista, no son algo estático. Éstas evolucionan a medida que pasa el tiempo y las necesidades del turista o del promotor cambian. Obviamente, esto afectará enormemente a las definiciones sobre las tipologías del turista en la zona de destino, ya que en una zona turística puede variar la oferta a partir de la demanda o viceversa.

5.6 DESARROLLO ECONÓMICO DEL DESTINO TURÍSTICO

«Cuanta menor es la dependencia económica del turismo, menor es el impacto y viceversa»

Las Baleares son conocidas por su dependencia casi absoluta del sector servicios. Para hacernos una idea, podemos observar la presencia que ha tenido el

turismo en el total del PIB balear. Según el Informe Económico y Social de *Sa Nostra* los ingresos directos por turismo en Mallorca en 1999 fueron de 822.789.100.000 pesetas que, dentro los dos billones doscientos mil millones de pesetas, nos da la cifra de que casi la mitad del PIB balear es de carácter turístico. Además, hemos de añadir el efecto multiplicador, que nos mostraría cómo la mayor parte del PIB es, directa o indirectamente, fruto del turismo. Este hecho se traduce en que, casi tres cuartas partes de los habitantes se dedican al sector servicios, dejando el resto de sectores con unos porcentajes muy exigüos. Esta variable es, sin duda, de las más importantes a la hora de entender la profundidad del impacto, en el sentido de que casi todo lo que sucede en la Isla es fruto directa o indirectamente del turismo.

5.7 CARACTERÍSTICAS ESPACIALES

«Cuanto mayor es el espacio y mejores las infraestructuras, menor impacto y viceversa»

El aeropuerto de Palma es uno de los más grandes de Europa, con un flujo de pasajeros que ha pasado de 11'7 millones en 1991 a los 21 millones en 2000. La red de carreteras se inferior a las necesidades, pues como comentábamos, en verano algunas carreteras se colapsan por el fuerte tránsito estival. Según el informe del GOB⁴, los problemas más graves son:

- Un colapso de las infraestructuras.
- Insuficiencia de las depuradoras.
- Aumento de la contaminación atmosférica.
- Playas exageradamente ocupadas.
- Salinización de zonas costeras y carencia general de agua potable.

En general, un consumo exagerado del territorio, que para el GOB representa una pérdida de la calidad de vida de los habitantes. Existe un sentimiento generalizado de que el territorio se acaba, pero las posturas ante tal efecto son diferentes. Si bien las estimaciones del Gobierno permiten llegar a 3.700.000 personas, son muchos los expertos y los agentes sociales que se muestran cada vez más contrarios. Así, por ejemplo, en invierno de 2000 el Ministro de Medio Ambiente del gobierno central ofrecía al presidente de las Baleares la posibilidad de abrir tantas plantas desalinizadoras

⁴ GOB: Siglas del «Grup d'Ornitologia Balear»

como hiciera falta ante la demanda del GOB y los sectores ecologistas que pedían la limitación del crecimiento.

5.8 LA IMPLICACIÓN DE LOS RECEPTORES

«El enfoque que se haga del turismo determinará, en cierta medida, el comportamiento de éste»

El enfoque que se ha hecho del turismo en Mallorca por parte de las instituciones ha variado bastante desde sus inicios. En general, nadie pone en entredicho hoy en día la benignidad del turismo, si bien todo el mundo está de acuerdo con que éste ha de estar planificado. Sea cual sea el análisis, nos damos cuenta de que nunca ha existido una unanimidad absoluta sobre el modelo de desarrollo turístico, si bien a partir de los noventa ha existido un cierto consenso sobre el hecho de que hace falta planificar la oferta turística y limitar el crecimiento, protegiendo algunas áreas de especial interés. Un hecho remarcable es que, a diferencia de otros destinos, gran parte del capital humano, sobre todo los de los directivos, se encuentra en manos de nativos. Además, lejos de tratarse de empresas locales, estos empresarios han destinado fuertes inversiones en expandir sus imperios económicos a otras zonas de la geografía mundial.

5.9 FORTALEZA DE LA CULTURA LOCAL

«El grado de la fortaleza de la cultura local influirá en un mayor o menor impacto»

Valorar la fortaleza de la cultura local es algo complejo, atendiendo a la subjetividad del término "fortaleza". Como veremos más adelante, la percepción de los habitantes respecto a su cultura ha ido pasando, a medida que se desarrollaba el turismo, de una apatía y desprecio respecto a la lengua y costumbres locales, a un afán de recuperación y/o preservación bastante alto. Podemos pensar que, en un inicio, la cultura local estaba más o menos arraigada, pero menospreciada en el sentido de que se tendía a creer que aquello que venía de fuera era mejor.

Actualmente, la dinámica quizás se ha invertido, en el sentido de que la cultura local se encuentra fuertemente diluida, aún cuando existe un interés creciente orientado a recuperar y preservar elementos identitarios que sólo los más viejos recuerdan. Muchos son los ayuntamientos que van recuperando aspectos folclóricos que ya se

habían perdido, como por ejemplo el Baile de *Els Cossiers* en el pueblo de Alaró. Además, poco a poco, han ido cuajando ciertos movimientos sociales que apuestan por la recuperación de elementos en vías de desaparición como los *glosadors*. Pese a ello, la cultura local ha mudado en muchos aspectos, ya que muchas conductas han ido cambiando a partir de la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos.

Como el siguiente punto estudia en profundidad este apartado, creemos suficiente concluir con que el turismo ha marcado la cultura local en dos períodos clave. El primero, creando una atmósfera entre la población local según la cual lo propio era peor que lo extranjero perdido y, en cierta medida, creyendo que aquello propio es mejor que aquello externo. El segundo, creando una concienciación sobre la necesidad de recuperar aquello.

5.10 OTROS FACTORES

«Las actitudes políticas, la existencia o no de movimientos nacionalistas, su pasado histórico, determinarán en cierta medida el impacto del turismo»

Pensamos que no es la función de este trabajo explicar la evolución histórica de Mallorca haciendo referencia a los movimientos nacionalistas actuales. Para entender la evolución histórica de los mallorquines creemos que uno de los mejores libros es la obra de Josep Melià, *Nosaltres els Mallorquins*. Consideramos, a título personal, que Mallorca, así como el resto de las Islas Baleares y Pitiusas, tienen los ingredientes suficientes para ser consideradas Nacionalidad Histórica. Existen además numerosos factores que deben ser tomados en cuenta a la hora de entender la peculiaridad de las Baleares y concretamente de Mallorca:

- Mallorca (resto del mundo). Esta insularidad ha marcado hasta tal punto a sus pobladores que difícilmente se puede afirmar la existencia de una “balearidad”. Uno se denominará mallorquín, ibicenco o menorquín a partir de su pertenencia a una u otra isla. El hecho de compartir comunidad autónoma no ha creado una conciencia como la de otras comunidades donde uno se considera andaluz, catalán o gallego sin demasiados estorbos. Como sea, sí que existe una conciencia de “ser mallorquín” con unas características bien determinadas. Bartomeu Bennàssar, en base a unos datos de G. Bibiloni y A. Artigues, saca las siguientes conclusiones:

«Los mallorquines tienen claro quién es mallorquín y quién no lo es: casi dos terceras partes (62%) consideran que es mallorquín quien habla en catalán, sólo un 33% ponen en primer lugar el nacimiento como cualidad para ser mallorquín, y únicamente el 2% el hecho de vivir en Mallorca. Hay que destacar también que, en Londres, un 65% de los mallorquines dirían que son mallorquines, y sólo un 31% españoles: los forasteros dirían que son españoles en un 65%».

(BENNÀSSAR, 2001)

- Los partidos nacionalistas mallorquines han ido ganando peso desde las primeras elecciones democráticas. Si bien, lo mejor sería consultar estudios comparativos sobre la evolución del sentimiento nacionalista entre la población, a falta de estudios podemos observar el cuadro siguiente que nos muestra la evolución del voto nacionalista a partir de las elecciones autonómicas.

Tabla 2 Evolución del voto de los partidos nacionalistas en las elecciones autonómicas mallorquinas

	1983	1987	1991	1995	1999	2003
UM	18'41%	10'93%	-----	6'51%%	9'08%	7'5%
PSM	6'59%	5'92%	8'22%	13'46%	13'47%	8%
ERC	-----	-----	-----	0'81%	0'3%	2'1%
TOTAL	25%	16'85%	8'22%	20.78%	22.85%	17'6%

A simple vista puede parecer que el voto nacionalista era muy alto en 1983 y fue bajando paulatinamente hasta 1991, en que volvió a subir hasta estabilizarse en torno al 22% del voto. Esta deberá ser una conclusión parcial, ya que la Unión Mallorquina de 1983 tenía poco que ver con la Unión Mallorquina actual. En aquellos momentos, se trataba de un partido más regionalista que nacionalista. Además, se tiene que tener en cuenta que sectores importantes del nacionalismo se encuentran dentro de corrientes de los otros partidos como, por ejemplo, Esquerra Unida (EU), Partit Socialista de les Illes Balears (PSIB) o incluso el PP —aunque, obviamente, con menor proporción que los anteriores. La mayor parte de los partidos tienden a apoyar el mantenimiento y promoción de la lengua y cultura propias de las Baleares, aunque con unos niveles de fervor muy diferentes. Así, por ejemplo, cuando el presidente Soler, del Partido Popular, apostó por una defensa mucho más fuerte de la identidad mallorquina, los sectores menos nacionalistas y centralistas lo vetaron hasta hacerle dimitir.

Otro factor a tener en cuenta es el de voto que se desvía hacia opciones minoritarias como por ejemplo ERC, que tiene implantación en las tres islas. El porcentaje de voto de dicho partido no ha superado en ningún momento el 1% de los sufragios, si bien tiene mucha influencia entre los sectores nacionalistas. Otro sector es el de aquellos nacionalistas que no votan porque no hay ninguna opción que les satisfaga, pero teniendo en cuenta que en las diferentes elecciones ha existido un porcentaje de abstenciones que van del 32'24% en 1987, a un 42'10 en 1999, hemos de estimar que éste influye poco en el voto nacionalista que, en general, tiene una fidelidad entre los votantes mayor que la de otros partidos. Finalmente, hay que destacar que existe una diferencia significativa entre el voto nacionalista atendiendo a la zona geográfica. A estas alturas, aquellas zonas con mayor inmigración tienen menor proporción de voto nacionalista, mientras que en la parte interior de la Isla el nacionalismo tiene un porcentaje más destacado. En muchos pueblos el nacionalismo supera la mitad de los votos, como por ejemplo en Campanet, Banyalbufar, Petra, Santa Maria del Camí, Sineu, etc. En muchos otros es, sumando los votos de UM y el PSM, la fuerza más votada: Alcúdia, Búger, Lloseta, Llubí, Pollença, etc. Finalmente, es de destacar que el voto conservador del PP o UM es mucho más fuerte en las zonas que cuentan con turismo. Si bien, en los casos en que existe una fuerte población inmigrante, parte del voto se puede desviar hacia el PSOE o EU como es el caso de Palma o Calvià.

5.11 TIPOLOGÍA DE TURISTAS APLICADA A MALLORCA

Podemos observar así algunas generalizaciones a partir de las tipologías antes mencionadas y aplicarlas al caso de Mallorca.

El turismo de masas es, sin duda, el que aporta más dinero a la economía de la Isla, al representar más de la mitad del total de turistas. Tienden a pasar de una a dos semanas de estancia, que es el tiempo que suelen durar los viajes organizados. No es difícil observar en la Isla cómo zonas populares padecen una renovación semanal o bisemanal de los ocupantes. El turismo de masas independiente ha aumentado, a disgusto de los empresarios locales que han constatado un aumento de los “vuelos secos”, es decir, cuando se realiza la compra del billete sin pedir el alojamiento propio del paquete. Posiblemente, este incremento se deba en gran parte al increíble aumento de los turistas con residencia propia, de manera que podemos pensar que en el caso de

Mallorca, gran parte del turismo independiente es de carácter residente y de estatus medio-alto. El incremento espectacular de coches de alquiler nos puede mostrar cómo ésta es una forma que cada vez tiene más aceptación. En 1999 el parque automovilístico era de 680.000 unidades en Mallorca, hecho que representaba una proporción prácticamente de un coche por habitante. De éstos, sesenta mil eran de alquiler para el turismo, sin incluir los coches que llegan por vía marítima. En verano existe, por tanto, una auténtica saturación de las carreteras. Según datos de la jefatura de tránsito expuestas en el Informe Económico y Social de las Islas Baleares de *Sa Nostra* (1999), las carreteras más saturadas son aquellas que presentan las mayores concentraciones turísticas: paseo marítimo de Palma, carretera de Valldemossa y carretera de Palma a Andratx. Hay que destacar que, desde 2002, la situación ha empeorado notablemente, de manera que la congestión se ha generalizado en toda la Isla.

El turismo social, según el mismo informe de *Sa Nostra* (1999), ha aumentado mucho en los últimos años, pasando en Mallorca de 99.640 visitas en 1994-95, a 109.919 visitas en 1999, representando entre un 10% y un 15% del total de turistas. El envejecimiento de la población y los programas sociales para jubilados marcan una tendencia con mucho futuro, mientras existan estos planes y la jubilación remunerada. Estos tipos de turistas llegan en vuelos chárter que no permiten modificaciones en el billete una vez se ha comprado.

El turista postindustrial puede presentar numerosas variaciones temporales. Al tender a improvisar viajes, la planificación es casi inexistente, de manera que es muy difícil determinar el tiempo de estancia en uno u otro territorio. Se pueden dar así casos insólitos de viajeros que, enamorados por un entorno determinado de la Isla, han decidido quedarse como residentes.

El turismo cultural suele pasar una o dos semanas, si el deseo de conocer el patrimonio o el folclore es puramente una curiosidad, o un tiempo ilimitado si se aspira a estudiar en profundidad la gente, las costumbres, la lengua o el patrimonio histórico de la Isla. Evidentemente, el primer grupo es mucho más numeroso que el segundo. El turismo cultural en Mallorca tiende a estar integrado dentro el turismo de masas independiente y pocas veces se trata de un turismo de alta calidad, a excepción de aquel de congresos.

En el turismo deportivo se da una diferencia entre aquellos turistas que participan en viajes organizados —con algunas actividades deportivas—, de aquellos que organizan su propio viaje. No es lo mismo un turista que durante una semana

realiza un cursillo de *wind-surf*, mientras lo complementa con otras actividades, que un cicloturista que viene a pasar una larga temporada mientras se prepara por una competición de elite. La función que se desarrollará jugará también un rol importante. Así, por ejemplo, un turista deportivo de riesgo puede venir en busca de un desafío concreto que una vez realizado no tiene más aliciente, o bien puede optar por una estancia algo más larga y visitar algunos parajes de la Isla. El cicloturismo ha adquirido recientemente una cierta importancia. La rotura de la estacionalidad lo determina como un tipo de turismo muypreciado. Según las conclusiones del estudio sobre el cicloturismo del IBATUR (1998), el cicloturismo se concentra básicamente en primavera, en los meses que van de febrero a mayo. El 91% de este turismo se aloja en hoteles de tres o cuatro estrellas. Por el contrario, se destaca por ser un tipo de turismo que realiza pocas actividades, a excepción de seguir rutas gastronómicas y visitar pueblos y mercados típicos. En 1998 este colectivo representaba 62.589 turistas en el conjunto Balear, que significaría entre un 4 % y un 5 % del total de turistas.

Con respecto al turismo de golf, ha sido un tipo de turismo muy explotado a partir de los años ochenta. Muy polémico por la gran cantidad de agua que consume el césped, está considerado como un turismo de alta calidad. Según los datos del IBATUR (1997), se calcula que el número de turistas golfistas llegó en el año 1997 a los 56.635. A diferencia del cicloturismo, tiende a alojarse en viviendas propias o casas alquiladas o en apartahoteles, hecho que nos deja entrever que gran parte de este sector forma parte del turismo residencial. Su gasto diario es muy elevado. El gasto medio es de unos 170 euros al día.

Finalmente, el turismo náutico se presentaría como un mercado en constante crecimiento. Ciñéndonos a datos del IBATUR (1994), el 13% de los amarres del Mediterráneo Occidental se encuentran en las Baleares, que ocupa así el tercer lugar por detrás de la Provenza, el Languedoc y Cataluña. Se trata también de un turismo de gran capacidad adquisitiva, pese a que prefiere, en general, comprar casa en Mallorca o alquilarla, pasando así a aumentar el número de turistas residentes.

Una variación del turismo náutico sería el turismo de cruceros que, según fuentes del Informe Económico y Social de las Islas Baleares de *Sa Nostra* (1999), llegó en ese año a la espectacular cifra de 722.821 personas. Este es un tipo de turista que pernocta en el barco, pero que, por su gasto, tiene que ser incluido dentro del sector

turístico. La media del gasto se encuentra en 55 euros sólo en el puerto, añadiendo dicha cifra a lo que se deriva de las cantidades que aportan a los comercios de las poblaciones.

El turismo de elite nacional o internacional es muy heterogéneo. Mientras que el turismo de congresos tiene una estancia relativamente corta, como máximo de una semana, el turismo de la *Jet Set* puede llegar a los tres meses. Este último, se puede subdividir en muchos grupos: desde aquellos que vienen atraídos por algunos acontecimientos especiales, a aquellos otros que pasan todo el verano en zonas de lujo; muchos de ellos disponen de una segunda residencia en Mallorca y pueden llegar a convertirse en turistas residentes. Recientemente, el agroturismo ha empezado a tener una gran acogida. La restauración de antiguas posesiones hace de este turismo un turismo elitista, ya que los precios por noche oscilan entre los cien y los doscientos euros. Gran parte del patrimonio rural ha encontrado una nueva función en el agroturismo, que ha propiciado una entrada del turismo a la parte central de la Isla.

El turismo residencial es, a veces, el más difícil de distinguir, puesto que la línea que separa al turista, por antonomasia, del residente, es muy pequeña. Podríamos decir que, a estas alturas, es una categoría en constante evolución que se caracteriza por su naturaleza escurridiza: entre un turista y un inmigrante; si bien existen infinidad de subcategorías que hacen difícil su conceptualización. El fenómeno pasa de ser un fenómeno turístico a ser un fenómeno demográfico. Como veremos, esto lleva a plantear la zona turística como un cruce cultural donde las diferentes culturas, nativa y extranjera, tienden a influirse y en algunos casos a mezclarse. Los argumentos más contrarios al turismo residencial, como por ejemplo los de J. Seguí (1998), se basan en que, en gran medida, los extranjeros, al comprar una casa, compran el modo de producción de Mallorca. Se constata así un fuerte crecimiento económico en poco tiempo, que no repercutirá a largo plazo: pan para hoy y hambre para mañana.

En resumen, podemos ver que a menudo cuanto más alta es la calidad, mayor es la personalización del turista. La diferencia más grande que se ve entre el turista de masas que viene a Magalluf, por poner un ejemplo, es que, a su partida, nadie lo recordará. Sin embargo, el turista de elite deja una huella en la Isla. Este tipo de turista huye del turismo de masas, de manera que se le puede considerar como un bien limitado en la Isla. No son pocos los esfuerzos de los hoteleros para mantener y cuidar a este segundo grupo altamente rentable. Desgraciadamente, no existen datos cuantitativos concretos sobre el número exacto de turistas de cada tipo, si bien, a grandes rasgos, nos

damos cuenta de que la mayor parte del turismo es de masas y una minoría es de carácter elitista o cultural.

Acto seguido, presentamos un cuadro resumen de los tipos de turismo que se encuentran en la actualidad en Mallorca, el rol que desarrollan y el impacto estimado en la sociedad local. El cuadro es de elaboración propia tomando de base una catalogación de Andrew Yannakis (1992):

Cuadro 6 Tipologías de turismo en Mallorca

<i>Tipo de turismo</i>	Rol que desarrolla
<i>De masas organizado</i> <ol style="list-style-type: none">1. Buscadores de romances2. Adoradores del sol y playa3. Liberadores de represiones4. Turismo social	Turismo basado en vacaciones organizadas en paquetes que incluyen estancia, desplazamientos y dietas. A menudo responden a una o a las tres "S" del turismo de masas: (<i>sex, sun and sand</i>) sexo, sol y arena. En el caso del tercer grupo, buscan liberarse de las restricciones de sus países consumiendo grandes dosis de alcohol y acudiendo a <i>pubs</i> o discotecas hasta tarde. El turismo social es aquel de tercera edad que aprovecha la jubilación y los programas sociales para viajar.

Impactos estimados en la sociedad local

En general se considera este grupo como el más influyente al ser el mayoritario en la Isla. Los primeros, buscadores de romances, influirán en la moralidad sexual de los nativos. Los segundos, adoradores del sol y la playa, masificarán las playas desplazando a nativos de zonas de veraneo tradicionales, poniendo de moda el tomar el sol. El turismo social tendrá menor impacto que los anteriores, al ser más propenso a una estancia tranquila. Aún así, al ser de masas, creará necesidad de grandes infraestructuras como los anteriores.

<i>Tipo de turismo</i>	Rol que desarrolla
<i>De masas independiente</i> <ol style="list-style-type: none">1. Familiar2. Estudiantil3. De ruta	Dispone de algún elemento organizado propio del turismo de masas: hotel, media pensión, etc. Se organiza su propio viaje con la familia, la pareja o los amigos a partir de visitas regulares turísticas. El segundo grupo responde a viajes de fin de curso organizados por profesores que suplen a los guías. El tercer grupo alquila un vehículo y sigue un itinerario de guía por toda la Isla.

Impactos estimados en la sociedad local

Tiene un nivel de impacto similar al *turismo de masas*. Además, se añade el hecho de que penetra en territorios de la Isla hasta ahora intactos mediante el alquiler de coches. Al no gastar demasiado dinero, beneficia poco a la economía local, aunque a veces puede beneficiar al comercio familiar, en caso de que adquieran sus compras en pueblos pequeños.

Tipo de turismo
Espiritual postindustrial

1. *Neo hippy*
2. Espiritualista
3. Ecologista

Rol que desarrolla

Propio de países postindustriales, trata de diferenciarse del turismo de masas. Los *neo hippies* viajan de un lugar al otro viviendo al día. Los espiritualistas buscan experiencias y esencias metafísicas que consideran perdidas en su país de origen. El ecologista trata de viajar sin perjudicar el entorno y la sociedad local.

Impactos estimados en la sociedad local

Influye en la población receptora al traer tendencias políticas o estilos de vida que hasta entonces eran ajenos. La moda de la marihuana, el ecologismo o un cierto espiritualismo de vivir al día, se puede contagiar entre ciertos nativos. En el caso de los ecologistas y, en cierta medida, de los espiritualistas pueden traer consigo una sobrevaloración de la cultura propia que puede desencadenar el proteccionismo.

Tipo de turismo
Turismo cultural

1. Antropológico
2. Historicista

Rol que desarrolla

Busca conocer o descubrir en profundidad la sociedad o medio donde viaja. El antropológico tratará de conocer población nativa, probar su gastronomía y en algunos casos aprender la lengua local. La historicista querrá descubrir el patrimonio histórico de la sociedad de acogida.

Impactos estimados en la sociedad local

Está considerado como el turismo de menor impacto. Por lo que respecta al antropológico, el único efecto que desencadena es el de que la cultura local se ve reforzada, ya que el interés hacia su cultura le hace sentir importante. Con respecto al historicista, puede ayudar a revalorizar el patrimonio y a crear una conciencia que ayude a conservarlo.

Tipo de turismo
Deportivo

1. Cicloturismo
2. De riesgo
3. Náutico
4. Excursionista
5. De golf

Rol que desarrolla

Busca un ejercicio físico que a menudo no puede practicar con las mismas condiciones en el país de origen. El cicloturista hace recorridos por carreteras secundarias disfrutando del paisaje. El de riesgo está interesado en la espeleología, la escalada... Va muy ligado al excursionista. El náutico quiere disfrutar de una costa privilegiada practicando deportes tales como: *wind-surf*, vela, esquí acuático. En los casos del turismo náutico y de golf, suele existir una relación entre esnobismo y deporte en el sentido de que se trata de tener una vida sana al mismo tiempo que uno se distingue socialmente.

Impactos estimados en la sociedad local

En general afecta saturando las infraestructuras existentes o consumiendo territorio. El cicloturismo llega a carreteras hasta entonces ignotas para el turista y congestionan el tránsito. El de riesgo y el excursionista invaden las montañas, que antes podían estar preservadas, ensuciando con desechos y, en caso de desviarse de los recorridos, abriendo caminos nuevos entre la vegetación, cosa que genera una degradación del medio. El náutico produce masificación en playas y obliga a crear nuevas infraestructuras (puertos deportivos) deteriorando la costa, afeándola a la vista, así como produciendo desechos y arrasando los fondos marinos de calas y playas a causa de los anclajes.

Tipo de turismo**De elite**

1. De congresos
2. *Jet set*
3. Agroturismo
4. De lujo

Rol que desarrolla

Busca una diferenciación clara del resto de turismo a partir del estatus económico y/o jerárquico. En general, van a hoteles de lujo o alquilan apartamentos y palacios de máxima calidad. El de congresos es practicado en encuentros de especialistas. El segundo, *Jet-set*, es practicado en Mallorca por la aristocracia y los famosos que buscan el *glamour* del territorio. El tercero, más popular, se practicado por los ricos que quieren probar aquello auténtico y exclusivo. El cuarto, responde a aquellos que van a hoteles lujosos de costa o ciudad, o a restaurantes, etc. independientemente de la clase o tipo de actividad realizada.

Impactos estimados en la sociedad local

Es el turismo más deseado por todo el mundo por su nivel de gasto. El turismo de congresos puede dar prestigio a la sociedad local en el ámbito cultural. El de *Jet Set* da fama internacional al destino y marca pautas a seguir. El agroturismo revitaliza zonas que se iban despoblando y palía, en cierta medida, el abandono del campo, aunque introduce los impactos en zonas que hasta entonces eran casi vírgenes. El turismo de lujo pedirá infraestructuras de mayor calidad, potenciando la mejora de los equipamientos y potenciando la construcción de hoteles de gran calidad.

Tipo de turismo**Turismo residencial****Rol que desarrolla**

Son aquellos turistas que, generalmente, tras haber pasado algunas vacaciones en Mallorca, optan por el alquiler o compra de una casa para pasar algunas temporadas. En general, suelen ser jubilados pese a que, con el tiempo, empiezan a abundar otros grupos sociales.

Impactos estimados en la sociedad local

La compra de casas produce un encarecimiento muy fuerte del precio de la vivienda. La especulación se ve reforzada. A consecuencia de esto, la juventud queda desplazada y pierde poder adquisitivo al tener que pagar préstamos millonarios. Refuerza la degradación de la cultura local, que se encontrará en permanente folclorización. El efecto zoológico llega a niveles extremos ya que en algunas zonas los nativos pasan a ser minoría.

Hay que dejar muy claro que un mismo turista, puede estar incluido en diferentes grupos o subgrupos. En general, existen grupos con más predisposición a fusionarse que otros. Así, por ejemplo, se puede pertenecer al turismo de masas en una subcategoría o en dos. Puede tener elementos de turismo deportivo a tiempo parcial y puede interesarse por el patrimonio histórico en algún momento del viaje. Por otro lado, es posible que un turista postindustrial perteneciente a alguna o a algunas de sus subcategorías, opte por elementos del turismo cultural historicista. O, ¿por qué no?, que miembros del turismo de elite practiquen un deporte exclusivo. Evidentemente, hay que delimitar estas combinaciones ya que, en realidad, se trata de grupos imaginarios. Lo más seguro, sin embargo, es que si miembros de la *Jet Set* deciden practicar un deporte, no lo hagan en zonas populares como S'Arenal. Seguramente optarán por distinguirse yendo a clubes exclusivos de su estatus como por ejemplo Cala Nova.

6.1 APROXIMACIÓN DEL SISTEMA DOXEY AL CASO MALLORQUÍN

A pesar de sus peculiaridades, el caso mallorquín no es excepcional. Los impactos socioculturales del turismo moderno cuentan, en estos momentos, con una extensa bibliografía en todo el mundo. Los fenómenos que describimos a continuación han sucedido y suceden en las diversas destinaciones turísticas, hasta el punto de que, algunos autores, han tratado de sistematizar los impactos socioculturales a nivel mundial. Tal vez, el caso más conocido es el de Doxey (1975), que basándose en el análisis del trabajo de campo llevado a cabo en Barbados y Niágara, ha dividido en cuatro el proceso de desarrollo turístico, partiendo del nivel de irritación de la población local y de la reputación de la destinación turística.

Cuadro 7 Índice de irritación de Doxey

Escala Doxey	Reacciones de la sociedad local
1. Euforia	<p>Fase inicial del desarrollo Visitantes e inversores son bien recibidos. Existe una falta absoluta de planificación y de mecanismos de control del turismo.</p>
2. Apatía	<p>El turista comienza a ser percibido con normalidad Los contactos entre residentes y visitantes se basan en temas comerciales y la planificación está fundamentalmente dirigida por el <i>márketing</i>.</p>
3. Malestar	<p>El punto de saturación está próximo Lo que genera que los residentes recelen de la industria turística. La administración trata de solucionar los problemas creando infraestructuras, más que limitando el crecimiento.</p>
4. Antagonismo	<p>La irritación es expresada abiertamente Los visitantes son vistos como la causa de todos los problemas, la planificación trata de poner remedio, pero la promoción decrece y se deteriora la reputación del destino turístico.</p>
5. Fase final	<p>Diversidad de opiniones Parte de la población autóctona todavía habla del paraíso que han perdido; otros intentan salvaguardar lo que todavía les queda. Sin embargo, si el área de destino turístico es importante, continúa bajo el influjo del turismo de masas, lo cual no deja otra salida que no sea la de aprender a vivir en un entorno que nunca volverá a ser igual.</p>

El problema más grave del método anterior para evaluar el impacto es la subjetividad que presenta a la hora de determinar en que fase se encuentra un destino. En general, se respeta la máxima de que, cuando se llega a la fase cuatro, ya se ha alcanzado la capacidad de carga de un destino. Pero, tal y como veremos más adelante, mientras para unos ya se ha superado el nivel cuatro (y se ha llegado al cinco), para otros todavía queda mucho por explotar.

En un análisis sobre el tratamiento de la prensa sobre el hecho turístico, Sebastià Verd (1990), hace un seguimiento que nos permite acercarnos y/o adaptar la escala de Doxey al caso Mallorquín. De la prensa se pueden extraer dos hechos importantes:

En primer lugar, el tratamiento que se hace del turismo es a nivel positivo o negativo. Las editoriales y los artículos de opinión pueden servir, a falta de estudios concretos, de indicadores mínimamente fiables de la opinión de la sociedad sobre un hecho como el turismo, si bien es importante señalar que no todos los diarios compartirán el mismo punto de vista, así como también sucede en la misma sociedad. En segundo lugar, son útiles por la información que nos dan sobre hechos que, a menudo, han sido poco rebuscados.

Demasiadas veces sucede que numerosos datos sólo se pueden encontrar en investigaciones que, previamente, han encargado los diarios y que, por desgracia, llegan al público en general de una manera parcial, por ejemplo, en algún reportaje del diario en cuestión. Curiosamente, en el mismo artículo, Sebastià Verd divide el período de desarrollo del turismo en unas etapas que se corresponden en gran parte con las estimaciones del índice de irritación.

6.2 LA EUFORIA DE LOS 60

El primer apartado corresponde directamente a la fase 1 del índice de irritación. La población acoge con entusiasmo el turismo, tal y como muestran los diferentes titulares. La inauguración del aeropuerto de Son Sant Joan era presentado por las autoridades del régimen como el inicio de una nueva era de prosperidad. Como la censura era implacable, además del posible entusiasmo de los nativos con el crecimiento económico, también existía un enfoque de las instituciones que mostraban a los turistas como millonarios que traían prosperidad a la Isla, alimentando la mente de los nativos hacia un no demasiado lejano estilo de vida que, tarde o temprano, les llegaría. La

planificación es nula y las autoridades dan más importancia al número de hoteles inaugurados que a su calidad o planificación dentro un ámbito o hacia una demanda determinada. Citando textualmente a Sebastià Verd vemos que:

«En 1964 leemos que se inauguraba un hotel cada dos días, cuatro horas y cuarenta y ocho minutos (...). De este modo se organizaron de cara a la opinión pública, sucesivas llegadas de pasajeros “millonarios” en Son Sant Joan, en una rápida superación de récords. A mediados de los sesenta, para festejar la epopeya, el ministro inauguró el hotel de Mar, el número mil según la mitología de las cifras.»

(VERD, 1990: 223)

6.3 ESTALLA EL BOOM

Esta segunda fase responde al inicio de la crítica del desarrollo turístico. Es importante destacar que el año 1968 coincide con el mayo francés y supone el comienzo del declive del régimen franquista. Como el turismo iba atado de la mano del franquismo, muchas críticas iban dirigidas contra el turismo por simple mimetismo. Así, por ejemplo, el *Diario de Mallorca*, que a menudo hacía de opositor al régimen, recogía las críticas contra un turismo descontrolado al mismo tiempo que, como buen periódico liberal, dudaba de la posibilidad de poner un freno al crecimiento. Vemos, por lo tanto, que más que en la fase dos del índice de irritación, nos encontramos en la fase tres, en que existe una saturación de las infraestructuras y la población empieza a estar irritada. El rotativo alemán *Bild Zeitung* atacó con dureza las graves carencias de infraestructura y el famoso Félix Rodríguez de la Fuente cuestionaba la viabilidad del «turismo de tomate y espardeña» con la conservación del medio ambiente. Con un simple vistazo, nos podría parecer que la fase dos no ha existido. Podríamos creer, por lo tanto, que no ha habido una planificación de marketing o un período de apatía. Personalmente, creemos que decir esto sería demasiado osado. El hecho es que, no fue hasta que se dio un control de la oferta y demanda, cuando los tour operadores hicieron del turismo un control mediante el marketing hacia finales de los sesenta y principios de los setenta.

De todas maneras, lo que sí se puede decir es que el crecimiento turístico mallorquín fue espectacularmente rápido si lo comparamos con otros destinos como, por ejemplo, Córcega, Cerdeña o la Costa Azul francesa. Creemos que uno de los factores que quizás han acertado esta fase en las Baleares ha sido el rápido desarrollo

del turismo en manos de emprendedores, a menudo poco cualificados que, tal y como veremos más adelante, buscaban un rendimiento rápido sin preocuparse por el futuro. Además, las crisis del petróleo de los setenta y el fin del régimen franquista acelerarán la reacción de la población local contra el turismo. De cualquier manera, creemos que, tal vez, sea demasiado osado constatar una irritación global de la población. La terciarización de la economía dificulta una rebelión contra el turismo que, como mucho, puede llevar a las huelgas de los trabajadores de la hostelería en 1973.

6.4 LA SATURACIÓN, UNA POLÉMICA DE 1972 Y DE HOY

Nos encontramos en la fase cuatro del nivel de irritación de Doxey. El antagonismo muestra una sociedad crispada con el turismo. Las autoridades tratan de solucionarlo a partir de una planificación, pero la reputación del destino decrece y con ello los precios. Más que creando nuevas infraestructuras, en un principio la prensa del régimen trataba de paliar el malestar con las consignas de siempre. El pasajero seis millones era festejado por las autoridades oficiales como nueva muestra de la fortaleza del sector. Los intentos de planificación y ordenación empezaron a ser tomados en consideración con el Plan Provincial de Urbanismo que pretendía dar cuerpo legal a la política del *boom*.

Al mismo tiempo, el Consejo de Ministros aprobaba inversiones para infraestructuras superiores a los seis mil millones de pesetas. Los mismos hoteleros y la población en general empezaban, no obstante, a recelar abiertamente del turismo. Un sector de la hostelería quiso una declaración de zona saturada. La ocupación no llegaba al cincuenta por ciento y la dependencia del turismo respecto a los tour operadores obligaba a la economía balear a continuar con una dependencia que frenaba cualquier iniciativa.

6.5 LA HORA DE LA CRISIS

Ésta no es más que la continuación del apartado anterior. Nos encontramos todavía en la fase cuatro del índice de irritación. Sin embargo, no ha transcurrido demasiado tiempo desde que se empezara a prever la saturación. El 1973 empieza la

crisis del petróleo, que conmueve fuertemente la economía Balear. A pesar de la aprobación del Plan Provincial, se repitieron las peticiones para declarar zonas saturadas, pero con otro nombre: Zonas de infraestructura insuficiente. Quizás el motivo de máxima preocupación y de debate fue el de ¿quién manda sobre nuestro turismo? El debate sobre el rol de los tour operadores sobre el turismo mallorquín llenó numerosas columnas. Así, la quiebra de la *Court Lines* —un poderoso tour operador que había ayudado a desarrollar el *boom* en Mallorca— empezó a dejar entrever la posibilidad de que el crecimiento no era tan omnipresente como se pensaba. Como era de esperar, el nuevo ministro Pío Cabanillas aprobaba un fondo para la remodelación de plazas hoteleras valorado en 1.500 millones de pesetas, mientras un periódico inglés publicaba un reportaje con el eslogan *Holidays in a Toilet* en referencia a unas vacaciones pasadas en Magalluf. Por desgracia, los pronósticos más negros del análisis de Doxey se confirmaban en este reportaje: La zona perdía la reputación adquirida y la población local empezaba a ver un turismo cada vez de más pésima calidad.

6.6 LA HISTORIA SE REPITE

Muerto Franco, hubo un cambio radical en la política hotelera. Numerosos hoteles se vieron forzados a cerrar y el ministro León Herrera declaró la guerra al *overbooking*. En 1977 volvió el optimismo, publicándose que el turismo era el sector que proporciona más estabilidad económica a Mallorca. Un nuevo diario *El Día* se erigió como nuevo defensor de la política urbanística.

Según Sebastià Verd (1990), todos los mensajes transmitidos a los periódicos desde el inicio de los ochenta han procurado equilibrar las críticas a la destrucción de la naturaleza con la defensa del desarrollo económico. Nos encontramos así, en nuestra opinión, en la fase cinco del índice de irritación. Aparece una abierta diversidad de opiniones, quizás incluso reforzada por la muerte del dictador, que permitió la aparición de diferentes medios de comunicación que romperían con la ya moribunda visión oficial y única de la realidad Balear. El turismo de masas se consolida en la Isla hasta la próxima crisis, ya en 1989. La isla de la calma sólo lo es en parte.

El cuadro siguiente nos puede ofrecer una imagen más simplificada de todo esto:

Cuadro 8 El IRRIDEX de Doxey aplicado al caso mallorquín

ESCALA DOXEY	AÑOS A LOS QUE CORRESPONDE EN EL CASO DE MALLORCA (DE 1960 A 1977)	CARACTERÍSTICAS (CASO BALEAR VERSUS DOXEY)
1. Euforia	1960-1965	Celebración del turismo. Choque cultural. Crecimiento sin planificación. Ausencia absoluta de estudios previos. Emprendedores hoteleros amateurs son los que desarrollan el turismo.
2. Apatía	1965-1967	La gente se acostumbra al turismo y los tour operadores dirigen el turismo en Mallorca. El nivel de cualificación del sector hotelero continúa siendo muy bajo.
3. Malestar	1967-1973	Las infraestructuras empiezan a ser insuficientes. Empieza la percepción de la degradación por parte de los nativos. Primeras críticas al turismo. Se empieza a invertir en remodelaciones.
4. Antagonismo	1973-1977	Crisis general del turismo. Se cuestiona abiertamente el turismo. Degradación de la imagen exterior de Mallorca. La demanda decrece espectacularmente.
5. Fase final	1977 - a la actualidad	Diversidad de opiniones: diversidad de medios de comunicación. Aparición de los primeros grupos organizados a nivel masivo con alta capacidad de movilización (GOB). Consolidación del turismo de masas.

El hecho de que Mallorca —y las Baleares, en general— haya sido uno de los primeros destinos turísticos de alta magnitud, hace que nos encontremos en una situación privilegiada para extrapolar estudios sobre nuestra comunidad a otros destinos. En 1975, por ejemplo, se publicaba por primera vez la palabra “balearización”. Lo hizo el semanario francés *L'Express* a partir de la opinión del nacionalismo corso sobre un proceso que no querían para ellos. Este hecho nos ayuda a constatar una realidad subjetiva del término saturación. Mientras que para los corsos, con un potencial turístico similar al mallorquín, el nivel de desarrollo turístico adquirido en 1975 era ya de por sí abusivo, para la mayoría de mallorquines el final de la crisis de 1977 marcaba el inicio de una nueva fiebre constructora netamente desarrollista. Nos encontramos, por lo tanto, que cuando se habla de saturación, se relaciona muy a menudo con crisis económica. Así pues, las Baleares no han padecido las fases del índice de irritación de Doxey una vez sino dos, ya que a finales de los años 80 se sucedía otra crisis que traería otro golpe al desarrollo de nuevas remodelaciones, infraestructuras y protecciones de espacios

naturales. Personalmente, creemos que el sistema Doxey nos sirve para constatar que el turismo no es algo infinito que se pueda alargar sin consecuencias graves a medio plazo. Hará falta, sin embargo, consultar otros métodos para evaluar el nivel de impacto y acercarnos más a una definición específica de la palabra saturación.

Como colofón a este capítulo, queremos terminar con las ilustrativas palabras de un empresario del sector hostelero, el Sr. Miquel Àngel Fornés (del *Grup Barceló*), que demuestra su preocupación por el incremento del rechazo hacia el turismo por parte de la población autóctona de Mallorca. Esta entrevista nos ha sido cedida por Joan Amer:

«Hay muchas otras soluciones alternativas al hecho de poner un impuesto a quienes nos dan de comer. Esto es la barbaridad más grande que se podría hacer. A mí me encantaría poder convencer a la gente de esto, no hay derecho a que se haya convertido al turismo en un chivo expiatorio, haciéndolo culpable de todos los males. ¿En qué quedamos? No somos acaso la comunidad más rica, y ello ¿gracias a quién? O es que queremos estar en la misma situación que mi padre, que se vio forzado a emigrar a Brasil, porque aquí no había trabajo y tuvo que buscarse allí la vida. O el mismo Presidente del Gobierno Insular, que siempre dice que su padre tuvo que irse a Venezuela, a hacer de picapedrero allí, porque aquí no había ninguna posibilidad laboral.»

CAPÍTULO 3

**EL PASO DE SOCIEDAD PRETURÍSTICA A TURÍSTICA: EL
CASO MALLORQUÍN COMO PARADIGMA DE LOS CAMBIOS
EN EL ESTADO ESPAÑOL**

1.1 LOS NUEVOS RICOS

Uno de los efectos más curiosos del turismo en Mallorca ha sido el de transformar la dinámica de acumulación de riqueza existente hasta los años sesenta. En aquellos años, la sociedad estaba fuertemente marcada por unas clases sociales enraizadas todavía en la estructura social tradicional. Se trataba de una sociedad eminentemente rural que creía en el valor de la tierra de interior, con menoscabo a las tierras de costa. Existían dos motivos claros y decisivos para esta actitud. En primer lugar, el miedo a los ataques piratas había producido que pocas localidades prosperaran en la costa. Entre las más antiguas encontramos Palma y Alcúdia, que tienen sus orígenes en la época romana.¹ Las incursiones piráticas en poblaciones como Pollença o Sóller dejaron fuertes huellas en la sociedad local y hoy en día todavía se conmemoran en las fiestas populares. Como segundo gran motivo, la baja productividad agrícola de las zonas costeras en comparación a las de interior. Si bien en aquellos años todavía no existían los graves problemas actuales de salinización,² el salitre del viento y la rocosidad de la costa dejaban vastas zonas de costa desprovistas de utilidad para los cultivos.

Un cierto estancamiento económico de la Isla había acentuado así la ruralización de la sociedad, que a principios de siglo tendía a organizarse en diferentes modalidades en función del régimen de propiedad a la tenencia de la tierra: En general, las posesiones (*possessions*) tenían dos figuras destacables en la cúspide del poder:³

- *Señores*: Eran los propietarios y recibían una parte importante de la riqueza sin trabajarla directamente. En general, formaban parte de una aristocracia rural que en algunos casos se podía remontar a la conquista de Mallorca.
- *Amos*: Eran los gerentes de las propiedades de los señores. Se trataba, por lo general, del gerente de la finca quien dirigía el trabajo de los payeses, criados y

¹ En época romana eran denominadas *Palma* y *Pollentia*

² La zona sur de la Isla presenta filtraciones de agua salada hasta distancias mucho lejanas de la costa.

³ Las posesiones (*possessions*) son una tipología de casa solariega eminentemente rural que podría ser traducida como caserío.

personal de mantenimiento de la finca.

Con la llegada del turismo, la agricultura fue disminuyendo poco a poco en favor de una industria altamente productiva. La construcción y la hostelería se convirtieron en fuentes de riqueza para aquellos que empezaron a construir los primeros hoteles y restaurantes en la costa. A menudo sucedía que el señor, poco acostumbrado a trabajar, acababa por vender algunas tierras para pagarse su estilo de vida urbano. Muchas veces, eran sus capataces quienes adquirían estas tierras y pasaban a ser los nuevos propietarios. En otras ocasiones, eran los nuevos ricos quienes, aprovechando la coyuntura, compraban posesiones y terrenos. De este modo, los señores iban empobreciéndose, mientras una nueva clase resurgía a medida que se iba enriqueciendo a partir del turismo.

Otra característica que nos ayuda a entender los cambios estructurales de la riqueza de la Isla es el sistema tradicional de reparto de herencias. En general, cuando un señor moría, tendía a repartir sus tierras entre sus hijos de manera desigual. El hermano mayor conservaba las mejores posesiones del interior con las respectivas tierras, mientras tanto, los otros hermanos menores se tenían que conformar con las tierras de la costa, por lo general menos productivas por el efecto de la salinización. La revalorización de la costa a partir del turismo, marca el punto de partida de una generación de gentes emprendedoras que vieron la posibilidad de acumular riqueza rápida mediante la venta de terrenos o la construcción de edificios dedicados a la hostelería o segundas residencias. De tal forma, mientras los primogénitos iban perdiendo poder adquisitivo debido a la poca rentabilidad agrícola, toda una generación de hermanos menores "castigados" por haber nacido más tarde se veían recompensados con el turismo.

La gente adinerada vivía, por lo tanto, en posesiones, a menudo de vastas dimensiones. Éstas tenían capacidad para guarecer en su interior a capataces, señores y criados, así como tampoco faltaban establos y cocheras para guardar los carruajes. Los cambios en la estructura de la población propiciaron que muchos de quienes habían trabajado para los capataces y señores, emigraran a la ciudad en busca de mejores oportunidades, y poco a poco fue reduciéndose la gente dispuesta a trabajar como sirviente a cambio de unos sueldos mucho más bajos que los que ofrecía la hostelería en una jornada de trabajo ardua y larga.

Como quienes tenían las posesiones en el interior eran a menudo los herederos que no tenían las posesiones en la costa, no les quedaba otra remedio que ir aguantando

como podían las tierras que, cada vez, daban unos ingresos más exigüos. La casa iba reduciendo cada vez más su espacio de uso y, debido a ello, con el tiempo se fue degradando en algunos aspectos. Las dimensiones de estos caserones imposibilitaba su remodelación, ya que muchos de los elementos de que disponían fueron levantados en un tiempo en que la mano de obra de la construcción era casi gratuita para algunos. Pese a que no se puede generalizar, la reforma de una posesión de características medianas puede suponer un gasto millonario, máxime si se quiere adaptar a las necesidades y comodidades actuales: cocina, teléfono, cableado interior, calefacción, etc. Además del gasto inicial, el propietario debería estar dispuesto a destinar una gran cantidad de dinero tan sólo para mantener aquello que ya está restaurado, aún a sabiendas de que sólo disfrutará de un 10-20% del total construido. Imaginémonos, por ejemplo, a cuánto puede llegar la factura de calefacción de una casa de 700 metros cuadrados. Todos estos factores influyeron sin duda para que muchos optaran por la solución más rápida: vender la posesión y comprar una casa en la ciudad con todo el confort moderno.

Con todo, la actual oleada de turismo residencial ha propiciado que numerosas posesiones hayan sido remodeladas por extranjeros adinerados que pueden permitirse el mantener y disfrutar de dichas casas. La tendencia general consiste en remodelarlas dotándolas del máximo confort: piscina, calefacción, aire acondicionado, etc. Otros han optado por organizar casas de agroturismo y empezar una variante turística hasta entonces desconocida. Finalmente, en al menos dos casos, se ha optado por convertir la posesión en un museo etnológico. En Esporles, por ejemplo, se puede disfrutar de una visita a una posesión por un módico precio, al mismo tiempo que se degustan buñuelos y se pueden adquirir productos típicos mallorquines. Curiosamente, Maria de la Pau Janer ya novelaba este hecho en su libro *Natura d'Anguila*, una novela en que la posesión es vendida por el señor y es convertida en una rocambolesca casa del terror.

1.2 EL NUEVO EMPRESARIO TURÍSTICO

El inicio del turismo de masas en los años sesenta favoreció la aparición de un nuevo empresariado de carácter oportunista que sustituyó al empresariado que había existido hasta entonces.

Según C. Picornell (1989c) y A. Sastre (1994), se puede establecer un cronograma sobre la configuración del empresariado hotelero partiendo de las etapas

económicas del turismo.

1.3 EL EMPRESARIO TRADICIONAL

Hasta el estallido del *boom* del turismo en 1959, el tejido empresarial hotelero era más bien insignificante. El peso del turismo en la economía Balear era por entonces minoritario, aunque se había incrementado respecto al año 1900. La economía mallorquina continuaba marcada por una dependencia respecto a la agricultura, que en 1950 representaba el 40% del PIB. A parte de algunas mínimas infraestructuras hoteleras que hemos visto en el primer capítulo, la mayor parte de la población no veía aún en el turismo una alternativa real a la agricultura. Se trataba por entonces de un prototipo de empresario hotelero marcado por una cierta sobriedad y familiaridad que trataba con los pocos turistas que iban llegando a la Isla atraídos por las diferentes campañas de Fomento del turismo. El sector hotelero en aquellos años iba aumentando poco a poco pero consolidándose en la economía de la Isla.

1.4 EL EMPRESARIO DE OPORTUNIDAD (1959-1973)

Con el *boom* del turismo —y sobretodo a partir de la puesta en marcha del plan de estabilización económica hacia 1967—, existe una fuerte demanda de alojamientos turísticos por parte de los tour operadores. Es en este momento cuando muchos jóvenes mallorquines empiezan a ver en el desarrollo turístico una posibilidad de hacer negocios y dinero fácil. Se trata de lo que Climent Picornell (1989c) ha catalogado como empresarios de oportunidad. Un empresario que, prácticamente sin recursos y conocimientos del mercado turístico, se arriesga y empieza a ganar dinero rápidamente gracias a las facilidades que encuentra por parte de los tour operadores.

En este sentido, creemos importante destacar que al principio existía una cierta reticencia por parte de los bancos y cajas de crédito a financiar una actividad económica que muy pocos veían con futuro. Existían también dificultades para encontrar mano de obra para los hoteles, puesto que la mayoría de los jóvenes no querían arriesgarse a entrar a un negocio que desconocían. La mano de obra, por lo tanto, se traía de la Península; a menudo se enviaban representantes de los hoteleros a pueblos y villas de las zonas más deprimidas y se les ofrecía trabajo por temporadas a cambio de que viniesen con celeridad a la Isla.

La figura del tour operador fue decisiva en aquellos momentos, puesto que financió a este nuevo empresario de oportunidad, convenciéndole para que creara unas

infraestructuras turísticas que ellos necesitaban para canalizar la alta demanda de alojamientos. Se establecía así un trueque por el que el tour operador entregaba el capital para construir el hotel a cambio de tener las plazas de este contratadas para los primeros cuatro o cinco años posteriores a la apertura del establecimiento. La falta de normativas y perspectivas a largo plazo propició un desarrollo desordenado y descontrolado donde primaba más el hacerse rico que cualquier otro factor.

El empresario de oportunidad dio paso a un nuevo empresario de la construcción que cambió la manera tradicional de construir artesanal por otra más industrializada. Se trataba de construir rápido y deprisa, por lo que a veces los materiales de construcción no reunían los requisitos mínimos de calidad.

La construcción era desordenada, primando la productividad por encima de la calidad. No se trataba sólo de construir hoteles, sino de construir viviendas que albergaran a los miles de inmigrantes que llegaban sin cesar. También, los nuevos ricos y las incipientes clases medias empezaron a disponer de superávit en sus rentas, que invertían en segundas residencias para el veraneo.

1.5 EL EMPRESARIO FINANCIERO (1973-1985)

El inicio de la crisis del petróleo destruyó parte de aquel empresariado oportunista que no supo adaptarse a las nuevas circunstancias, marcadas por una bajada de la demanda. La mayoría de los empresarios sobrevivió a la crisis y empezaron a buscar alternativas que le permitiesen optimizar costes y recursos. Aparece así la figura de la cadena hotelera y la federación o asociación de hoteles, con lo que se consigue una racionalización de los costes.

La experiencia adquirida empieza a dar sus frutos y, poco a poco, los nuevos empresarios van adquiriendo mayores conocimientos en la gestión del producto turístico. Podemos hablar así de una profesionalización del sector en los aspectos de gestión, aunque el crecimiento es aún en cierta manera desordenado, entre otras cosas porque el régimen franquista de aquellos años se basaba en gran parte en el establecimiento de cadenas de favores y influencias y en una ausencia real de leyes que regulasen la actividad.

1.6 EL EMPRESARIO INTERNACIONAL: LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LAS CADENAS HOTELERAS Y LA SEGUNDA GENERACIÓN DE EMPRESARIOS (DESDE 1985)

A partir de 1985 empieza a consolidarse el empresario financiero, cadenas y hoteleros y también la concentración de tour operadores. El empresario mallorquín empieza a internacionalizar su negocio por diferentes rincones del mundo —siendo la Cadena Sol y Hoteles Berceló sus principales promotores—, llegándose al punto de que algunos de ellos tienen más volumen de negocio en el exterior de las Islas.

Poco a poco van acaparando mayor cuota de mercado internacional, hasta el punto de que, en la actualidad, han llegado a comprar algunos de los tour operadores que en los años sesenta les habían financiado.

Existe una total profesionalización del sector, que vendrá marcada por su fuerte experiencia y por la existencia de la escuela de hostelería, que formará a los jóvenes para fomentar la calidad de los servicios.

A diferencia del pasado, habrán remotas posibilidades de convertirse en nuevo hotelero, puesto que a partir de 1991 existe una regularización fuerte del sector. Ya no es posible abrir nuevas plazas hoteleras sin destruir otras obsoletas. Los nuevos oportunistas empezaran, como veremos a lo largo de la tesis, a invertir en construcción y, más concretamente, en turismo residencial.

2 | LAS REACCIONES POLÍTICAS Y SOCIALES AL TURISMO

2.1 EL TURISMO COMO INSTRUMENTO POLÍTICO

El turismo, por su capacidad de generar riqueza, se ha convertido a menudo en un instrumento político usado para perpetuar o generar cambios en el seno de las sociedades que lo desarrollan. Las referencias a lo que se podría llamar política turística han empañado la mayoría de programas de los diferentes partidos del Estado español, especialmente en aquellos en que el turismo tiene un peso importante en el PIB local.

En el caso del Estado español, esta tendencia se vió fuertemente marcada por los inicios del *boom* turístico, cuando el régimen franquista lo enfocó como una manera de romper el estancamiento que padecía y abrirse al exterior. No se trataba de una excepción, puesto que los sucesivos gobiernos democráticos han apelado frecuentemente al turismo —bien en positivo, bien en negativo—, para canalizar las demandas de empresarios, trabajadores y en definitiva de toda la sociedad que, directa o indirectamente, se viese relacionada.

En el caso de Mallorca, donde en la actualidad la mayor parte del PIB depende del turismo, esto se ha visto reflejado en cada una de las actuaciones políticas que se han realizado en los últimos años, teniendo en los noventa una especial relevancia, puesto que la discusión turística ha sido una de las grandes responsables de los cambios de colores políticos que se han producido en poco tiempo.

2.2 TURISMO Y FRANQUISMO

El turismo, según Miquel Seguí (1995), no llegó por una voluntad de planificación del gobierno, sino por una iniciativa de los operadores turísticos (tour operadores). Gracias a esto, el gobierno obtuvo una fuerte entrada de divisas que ayudarían a financiar los planes de desarrollo regionales y estatales.

Para Joan Cals (1990), en el régimen de Franco no existía una política *del franquismo* respecto al turismo —o al menos no era destacable. Para el régimen, el turismo marcaba el inicio de una nueva era económica, que dejaba atrás los terribles años de la posguerra, abriendo un periodo de estabilidad económica y social. A grandes rasgos, podemos decir que el régimen tuvo con el turismo una doble intencionalidad:

- Abrirse al exterior mediante una buena imagen de la Isla hacia los extranjeros europeos.
- Obtener unos ingresos para un estado que, en aquellos años, tenía una de las rentas más bajas de la Europa contemporánea.

Para hacernos una idea podemos citar las palabras del ministro de turismo de aquellos años, Manuel Fraga Iribarne, recogidas por Joan Cals:

«(...) el caso español constituye un ejemplo demostrativo de la mayor importancia por cuanto, es preciso reconocer, como mérito del turismo, el haber permitido a una masa cada vez mayor de europeos, el conocimiento directo de la realidad española, muy diferente de las imágenes tendenciosas con que la representaban en sus propias patrias una gran parte de los órganos de opinión (...)»

(CAL S, 1974: 26)

El régimen franquista utilizaba así el turismo como instrumento para aumentar el poder adquisitivo de la población española y, en consecuencia, aumentar la calidad de vida para conseguir un mayor apoyo popular y satisfacer las demandas de apertura económica de los sectores tecnócratas del Opus Dei.

El planteamiento que el régimen hace del turismo fue, en un inicio, poco cuestionado por los nativos. No porque estuvieran de acuerdo o en contra, sino por simple escepticismo. Se había vivido mucho tiempo de la agricultura y la mayoría no se fiaba del turismo como negocio. Con todo, una minoría de empresarios más o menos autodidactas empezó a subir al carro del “progreso”. En aquellos años, los empresarios responden a menudo al planteamiento del franquismo: *que no quede un palmo de España sin urbanizar*. En este periodo, el turismo y sus impactos son concebidos como algo propio del progreso. Las posturas proteccionistas de pocos son consideradas como una influencia negativa, en el sentido de que pone en peligro una economía incipiente. Según varios autores, como por ejemplo Josep Melià (1990) o Josep Lluís Mulet (1990), los empresarios jugarán el rol de “nueva burguesía” y se erigirán como nuevos salvadores de Mallorca.

El pensamiento liberal capitalista cuajó en poco tiempo en una sociedad caracterizada por el hecho conservador de una sociedad agrícola. Poco a poco, los sectores antifranquistas de la Isla fueron, como veremos, identificándose con la crítica al turismo, si bien no fue del todo general. Con la muerte del dictador, aún cuando la crisis del petróleo todavía se apreciaba, nadie dudaba, puesto que el turismo era un motor de desarrollo social y de progreso, si bien el bullicio reivindicativo de aquellos años dio pie a sectores que cuestionaban, cuanto menos, el modelo desarrollista instaurado.

2.3. EL MIEDO A DESAPARECER: EL NACIONALISMO IDENTITARIO

Desde que apareció el turismo, fue cuajando poco a poco el pensamiento de quienes creían que el turismo cambiaría algo más profundo que el poder adquisitivo de los habitantes. Por esto, desde los inicios del turismo, el nacionalismo ha estado fuertemente atado al fenómeno turístico en un sentido muy identitario: no se quería que la cultura propia subsistiera como una simple muestra de folclore o *souvenir* para el turista. Como sucede en otras islas del Mediterráneo,⁴ este nacionalismo se basaba en ciertos rasgos:

- Defensa de la lengua y cultura locales.
- Reivindicaciones de descentralización del modelo estatal.

⁴ Me refiero a Córcega y Cerdeña, básicamente.

- Reivindicación de ventajas fiscales para una zona que presenta gastos suplementarios.

Además, hay que tener en cuenta que existen variantes de derecha y de izquierda que pueden incluir otros puntos u órdenes del día claves:

- Defensa del territorio y defensa ambiental.
- Igualdad social.
- Desarrollo económico (turístico) sostenible.

En Mallorca, los inicios del nacionalismo posfranquista fueron mayoritariamente de izquierdas. El Partido Socialista de Mallorca (PSM) se mantuvo como el partido nacionalista de las Islas hasta la presentación de Unión Mallorquina, como alternativa de derecha. Como decíamos antes, la Unión Mallorquina de aquellos momentos no era en sí nacionalista —como sí lo era su padre ideológico Josep Melià. Se trataba más bien de un partido de cariz regionalista y autonomista que promovía una defensa de las raíces y costumbres mallorquinas sin poner en entredicho el marco español. Así, por ejemplo, este partido fue en coalición el año 1987 con el Partido Popular, hasta que el acuerdo de ambos partidos se rompió y concurrió sólo a las elecciones del 1991. Fue quizás a partir de aquí que Unión Mallorquina hizo un giro hacia un nacionalismo más directo y comprometido.

Con todo, se hace muy difícil marcar hasta qué punto ha influido el turismo en la marcha del nacionalismo. La coincidencia del inicio de la democracia en un momento en que el turismo ya existía, dificulta un posible análisis electoral global para constatar si existe una correlación clara entre uno y otro fenómeno. Aún así, si bien no se puede afirmar que el *boom* coincidió con un “despertar nacional”, sí que lo hizo al menos en ciertos sectores de la población que empezaron a reflexionar sobre el “hecho diferencial mallorquín”. Para entender esta evolución, nos podemos servir del análisis hecho por M. Hroch (1994) sobre los desvelos internos de la conciencia nacional de diferentes movimientos nacionalistas mundiales. Según el autor, los procesos de formación nacional se desarrollan con mayor o menor rapidez atendiendo a, si pueden o no, recurrir a una conciencia nacional los estamentos y la nobleza. En nuestro caso nos encontramos que, si bien la gran mayoría de los nuevos ricos mallorquines tenían poca o ninguna conciencia nacional, sí que existían al menos ciertos sectores importantes de la nobleza mallorquina en decadencia que, teniendo muy presentes sus raíces en la

reconquista catalana, apoyaban un cierto nacionalismo como forma de conservar la historia y el pasado.

A diferencia de Cataluña o el País Vasco, no existió una burguesía concienciada sobre el hecho nacional en el pasado porque, sencillamente, no existía una burguesía de tipo industrial. La Isla era eminentemente agrícola, de manera que cuando se produjo el *boom*, prefirieron aliarse con aquellos sectores que más los apoyaban, que eran los tecnócratas del franquismo. Además, los empresarios hoteleros veían en el nacionalismo una tendencia que pretendía parar el progreso y frenar sus aspiraciones de enriquecimiento fácil y rápido. No fue hasta la década de los ochenta en que Josep Melià fundó Unión Mallorquina, con la pretensión de organizar un nacionalismo de carácter liberal. De cualquier manera, la mayoría de los empresarios hoteleros han sido poco o nada proclives al nacionalismo. Este hecho ha sido en parte determinante para que, a lo largo de los años ochenta y noventa, casi la mitad de los votos estén en manos del Partido Popular. El desvelo nacional vino más bien por parte de los hijos de clases altas o medias-altas que, habiendo estudiado en Barcelona, se contagiaban de las aspiraciones nacionalistas de Cataluña. Este ha sido uno de los factores que ha determinado que el nacionalismo mallorquín tuviera una hegemonía en la izquierda, que era quien predominaba claramente en las universidades de los años sesenta y setenta.

Para M. Hroch (1994), el factor fundamental de la aparición del nacionalismo fue la identificación personal del individuo con el macrogrupo o nación. Teniendo en cuenta que cada transformación histórica puede comportar la desaparición de identidades, los sujetos de ésta pueden escoger dos caminos: proteger su identidad o cambiarla por otra. En el supuesto de que se escoja el primer camino, seguramente, podremos hablar de nacionalismo. Quizás es esta la clave para entender la emergencia del nacionalismo en Mallorca. El turismo, como manifestación histórica trascendental de primer orden, fue el inicio de los planteamientos proteccionistas, al ver en peligro una cultura local que, poco a poco, se iba despreciando y banalizando.

Hemos de entender que el turismo de aquellos años veía unos tópicos de un *Spain is different* que nada tenían que ver con la cultura local. Toros, paellas y sevillanas inundaban las zonas turísticas en sustitución de los elementos autóctonos. Además, la llegada de una fuerte inmigración castellanoparlante, iba problematizando lo que, sin duda, era el rasgo identitario más fuerte: la lengua. Obviamente, es este factor lo que nos hará entender la hostilidad inicial del nacionalismo hacia el turismo, puesto que, en un inicio sólo se veían dos posibilidades: o parar el turismo o morir como

cultura. Como apunta Bernat Joan Marí refiriéndose a la concepción que tenían los nacionalistas versus la idea de progreso de los años noventa:

«(...) entre nacionalistas europeos de naciones sin estado, uno empieza a asimilar crisis económica con esperanzas para la normalización lingüística. Uno desea un *crack* económico en Ibiza, por ejemplo, o en Mallorca o en la costa valenciana, uno centra este deseo en el turismo y espera que el turismo se derrumbe de una vez (...).»

(JOANI MARÍ, 1991: 29)

Hay que destacar que la tendencia actual del nacionalismo es la de desarrollar un turismo sostenible, si bien a estas alturas todavía existe una relación directa entre nacionalismo y proteccionismo.

2.4. EL ECOLOGISMO COMO REACCIÓN AL CONSUMO DEL TERRITORIO

El ecologismo era, hasta principios del 1970, una palabra desconocida para la mayor parte de la población. Los antecedentes del ecologismo actual los podemos encontrar en el inicio del turismo, donde algunos sectores de la población empezaron a cuestionarse si el turismo no acabaría con las calas y playas de la Isla y en consecuencia con la flora y fauna autóctonas de Mallorca. No estamos en condiciones de decir en que nivel influyó el turismo de carácter *hippy* y posindustrial incipiente al desarrollo de un movimiento activo ecologista en Mallorca. Quizás el caso de Ibiza es más claro que el de Mallorca. Daniel Rozenberg (1990) explica como el turismo inicial ibicenco se caracterizó, en gran parte, por extranjeros de carácter utópico que veían en la Isla las posibilidades de desarrollar una utopía colectiva fuertemente marcada por el pensamiento ecologista. Mallorca tuvo menos proporción de este tipo de turismo, si bien con el tiempo se ha ido desarrollando una concienciación ecológica que, en los últimos años especialmente, ha cuajado con fuerza en el pensamiento político de las instituciones.

Algunos autores creen que la primera movilización ecologista relacionada con el turismo se remonta a finales de los setenta, cuando un grupo de jóvenes, ocuparon el islote de Sa dragonera para evitar su urbanización:

«En julio de 1977, un grupo de jóvenes ocupaban simbólicamente el islote de Sa Dragonera, situado en el extremo más occidental de Mallorca. (...) en esta tierra pedregosa y desolada sólo vivían millones de felices lagartijas. Sin embargo, un proyecto presentado

por la empresa PAMESA pretendía construir allí, en condiciones bastante increíbles por las dificultades materiales, una urbanización de lujo para nada menos que 4.000 personas»

(GARRIDO, 1992: 107)

A nivel político, los resultados de los diferentes partidos políticos ecologistas han sido más bien escasos. Aún así, esto se debe en parte a que otros partidos, como por ejemplo el PSM o EU, han adaptado su discurso, provocando una fuga de voto ecologista hacia unos partidos que tiene un programa cada vez más amplio y global.⁵ A diferencia de otras zonas europeas, como por ejemplo Alemania o Francia, el ecologismo mallorquín ha sido poco hábil a la hora de presentar un programa que fuera más allá del “salvemos el litoral” o salvemos tal o cual especie. Como sucedió en el nacionalismo con la lengua, poco a poco, ha ido ampliando su discurso, adaptando el ecologismo en el sentido de que hay que preservar los recursos en un ámbito más amplio que el estrictamente paisajístico o defensor de especies protegidas. Actualmente, Ibiza cuenta con el único diputado del partido Els Verds de las Baleares y es, quizás, una de las zonas líderes a nivel estatal en este tipo de ideología, por otro lado más desarrollada y asentada en otros países europeos como por ejemplo Alemania o Francia. Sea como feure, se puede constatar la emergencia del ecologismo en Mallorca a partir de 1970, pero fue en los ochenta donde tuvo lugar un *boom* del ecologismo. Sin duda, el grupo más destacable en la lucha por la preservación es el Grup d'Ornitologia Balear (GOB), que se ha caracterizado por numerosas actuaciones en contra de la urbanización incontrolada y la protección de numerosas especies en peligro de extinción, como por ejemplo el buitre negro de la Sierra de Tramuntana, que a estas alturas es el emblema de su organización. Últimamente, el GOB está demostrando una capacidad de actuación muy importante al defender una limitación del crecimiento que significa la pérdida de calidad de vida de la población. Así, si en los ochenta se organizaron numerosas manifestaciones para proteger algunas calas o playas con proyectos de urbanización — como por ejemplo Es Trenc o Cala Mondragó—, en los noventa sus actuaciones han ensanchado este punto de mira. Las actuaciones del GOB han propiciado entre otras la Ley de Espacios Naturales, la limitación del crecimiento urbanístico o incluso el Tratado de residuos, al organizar manifestaciones contra la actual incineradora de Son Reus o denunciando, en numerosísimas ocasiones, el lanzamiento de basuras ilegales por parte de empresas constructoras o la construcción de chalets en zonas protegidas. La

actual fuerza cívica del GOB se ha demostrado en muchas ocasiones, al ser capaz de organizar, junto con la Obra Cultural Balear (OCB), las manifestaciones más multitudinarias que se recuerdan. La última de estas manifestaciones influyó en la caída del gobierno Matas, que significó la pérdida del PP del gobierno autonómico, que estaba en manos conservadoras o centristas desde que se comenzó el proceso democrático. Actualmente, el GOB continúa su labor de *lobby* de presión con diferentes actos avalados por sus 20.000 socios, una cifra que lo convierte en una de las organizaciones ecologistas más importantes de la Unión Europea.

2.5 LA ORGANIZACIÓN DE LOS SINDICATOS Y LOS MOVIMIENTOS DE IZQUIERDAS

El conservadurismo mallorquín es algo que tiene antecedentes en el hecho agrícola de la parte *forana*.⁶ La casi inexistente industria mallorquina estaba concentrada en los núcleos de Palma e Inca donde, tradicionalmente, había existido un cierto voto de izquierdas.⁷ Con todo, la Isla había tenido una presencia y actitudes bastante conservadoras, como se vio en la Guerra Civil, donde el bando franquista fue el hegemónico en la Isla desde el comienzo. Si bien es cierto que existieron en la República grupos más o menos importantes de socialistas, comunistas o anarquistas, la gran parte de la población se mantenía al margen del sindicalismo y de las disputas de derivadas de los conflictos sindicales.⁸

El *boom* del turismo marcó el inicio de una revolución del sector terciario que, como apunta Tomás Mazón (2001a), se asemejaba en muchos casos a la revolución industrial. La llegada de inmigrantes andaluces, manchegos y murcianos fue un factor decisivo por lo que respecta a la entrada del sindicalismo y el socialismo en Mallorca. Las duras condiciones de vida de los inmigrantes durante los inicios del turismo, y sobre todo durante la crisis del petróleo, activaron la aparición de varios partidos de carácter socialista como por ejemplo el PSOE, el PCIB o el PSIB. Este hecho se ve claramente en que las primeras huelgas durante la transición eran, en general, hegemónicamente del

⁵ En numerosas ocasiones *Els Verds de Mallorca* se presentan en coalición con EU.

⁶ Zona interior de Mallorca compuesta y agrupada por 14 municipios.

⁷ El proceso de industrialización de Mallorca, estos últimos años, ha sido analizado desde diferentes perspectivas por Camilo Cela Conde, Carles Manera, etc. En esos trabajos se intenta matizar hasta qué punto se puede hablar en Mallorca de un proceso de industrialización desde el siglo XIX. Sea como sea, a diferencia de Cataluña, en Mallorca no se puede hablar, en principio, de una burguesía propiamente dicha de raíz industrial.

⁸ También en este caso tenemos trabajos muy estimables sobre el movimiento obrero en Mallorca en los siglos XIX y XX, principalmente a cargo de Pere Gabriel y otros.

sector servicios. Aún cuando se hace difícil decir hasta que punto el pensamiento socialista vino de la mano de la inmigración, F. Ortiz y J. M. Seguí (1994), que han analizado el comportamiento político del voto de los habitantes de las Baleares a través de las correlaciones establecidas entre treinta variables (edad, procedencia, ocupación, nivel cultural, lengua, etc.), detectan el crecimiento del voto de izquierdas o el mantenimiento del voto de derechas según las diferentes zonas y su nivel de desarrollo turístico. En general, se ve cómo el voto de izquierdas está más presente en aquellas zonas donde ha existido o existe un proletariado terciario o primario que, en general, coincide con las zonas de mayor inmigración como por ejemplo Calvià o Palma. A diferencia de la mayor parte del estado Español, el PSOE y EU no tienen representación en muchísimos pueblos de interior, mientras que el PP tiene influjo en cualquier parte de la geografía. El conservadurismo está, por lo tanto, más arraigado en aquellas zonas donde ha existido menos inmigración.

Sin embargo, hay que matizar estas afirmaciones, ya que cuando llegaron los inmigrantes ya existían numerosas células socialistas y comunistas en las Islas. Además, hace falta no despreciar el papel importante que sectores de la iglesia mantuvieron a favor de las luchas sociales de la transición que, en general, ayudaron a hacer cuajar los diferentes partidos socialistas en las Islas Baleares. A este aspecto, cabe señalar que la existencia del PSM ha desviado parte del voto de los nativos mallorquines hacia un socialismo de cariz nacionalista, marcando así una distancia respecto al PSOE y EU. Dentro del PSOE hay que diferenciar dos corrientes: la del PSIB, de carácter más o menos nacionalista, y la del PSOE, de carácter más centralista. Las diferentes posturas socialistas han sido siempre inferiores al voto conservador, muy marcado por el hecho turístico, que le da una visión de "salvador de Mallorca". No ha sido hasta la entrada del *Pacte de Progrés* cuando, con la unión de todos los partidos a excepción del Partido Popular, los partidos de centro e izquierda accedieron al poder de 1999 a 2003.⁹ Sin embargo, en 2003, en el inicio de una nueva crisis económica, perdieron el poder a favor del Partido Popular.

⁹*Pacte de Progrés*: Coalición de partidos compuesta por todos los partidos con representación parlamentaria a excepción del Partido Popular: Partido Socialista Obrero Español/Partit Socialista de les Illes, Partit Socialista de Mallorca (nacionalistas), Esquerra Unida, Els verds y Unió Mallorquina (nacionalistas de centro derecha).

3 | IMPACTOS EN LA ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN

3.1 LAS MIGRACIONES COMO CONSECUENCIA DEL DESARROLLO TURÍSTICO.

DE LA EMIGRACIÓN A LA INMIGRACIÓN

Mallorca, una sociedad eminentemente pobre y rural, se había caracterizado hasta los sesenta por tener un saldo migratorio negativo. La mayoría de las familias tenían uno o varios hijos que hacía fortuna en otros lugares mas prosperos, generalmente Sudamérica. Existían también algunas excepciones, como ahora Sóller, donde debido al aislamiento del pueblo respecto el resto de la Isla por su condiciones orográficas del terreno, tenía un contacto directo con la ciudad francesa de Sette, donde por tanto emigraban parte de sus jóvenes más cualificados.

En el caso de Mallorca, el saldo migratorio fue negativo hasta el 1920, en que éste pasó a ser positivo. Hasta bien entrados los años sesenta, los mallorquines continuaron emigrando en masa sin demasiada confianza en el futuro de una isla con un crecimiento económico lento.

Tabla 1 Tasas demográficas de Mallorca entre 1901 y 1979 ¹⁰

Período	Crecimiento Natural	Migraciones	Crecimiento Absoluto
1901-1910	7'80	-4'34	3'46
1911-1920	5'32	-0'49	4'83
1921-1930	5'70	2'71	8'41
1931-1940	2'54	8'31	10'85
1941-1950	3'71	0'57	4'28
1951-1955	3'52	0'74	4'26
1956-1960	4'88	3'20	8'08
1961-1965	7'43	14'82	22'25
1966-1970	8'24	16'71	24'95
1971-1975	9'17	17'20	26'37
1976-1979	6'78	6'65	13'43

No fue hasta bien entrados los años cincuenta cuando podremos hablar de un aumento significativo de la inmigración, que se disparará a partir de los años sesenta. A partir de este momento, la tasa de migración se dispara de un 3'20 en el período de 1956 a 1960 a un 14'82 en el quinquenio siguiente, iniciándose los flujos migratorios que