

#41 / 2023 JULIO

# artelka



**TURISMO,  
INDIFERENCIA  
SOCIAL**

**GEDAR**



**— E**l turismo es la movilidad abstracta de la fuerza de trabajo transformada en mercancía, en la que no importa ir a un lado o a otro, cuando lo único importante es viajar, esto es, ir de un lado a otro. Esta indiferencia con respecto al destino, o sea, con respecto al contenido concreto del viaje, no es sino la otra cara de la indiferencia con respecto al trabajo y a la sociedad, es decir, con respecto a nuestro entorno social.

# Contenido

---

**6**

---

**10**

---

**32**

---

**46**

---

**EDITORIAL**

*Arteka*

**Somos turistas en  
nuestro pueblo**

---

**REPORTAJE**

*Arteka*

**Pasado y presente  
del turismo**

---

**REPORTAJE**

Jose Castillo

**Territorio turístico:  
de vivir de ello a  
morir de éxito**

---

**HISTORIA**

**REPORTAJE**

Julen Cambra

**Una ciudad sin  
futuro: la *tough*  
city postmoderna**

# Somos turistas en nuestro pueblo

---

## Editorial

**E**n los últimos años, el verano ha llegado acompañado de las reflexiones y opiniones sobre el turismo. La mayoría de ellas vagas y, como el turismo, superficiales. Superficiales por su forma de caracterizar el turismo, pero también por vincular el turismo con el verano y una estética determinada. No es aleatorio que nosotros también hayamos elegido esta época para hablar de turismo, no tanto porque relacionemos el turismo con ella, sino porque esta época pone de manifiesto que las características que se adscriben al turismo son características propias de la sociedad capitalista y no sólo del turista. Y si sólo corresponden al turista, entonces, cómo decirlo: somos turistas en nuestro pueblo.

Borracho, ignorante de la cultura autóctona y desinteresado por ella, irrespetuoso con el ecosistema local... Difícilmente podríamos decir que esas que se dicen que son características del turista no son características de ese que supuestamente no es turista. Es más, lo que caracteriza al turismo, es decir, viajar a otro pueblo o país por motivos de ocio por un periodo determinado y en general breve de tiempo, en la sociedad capitalista se hace cada vez más inseparable del día a día normalizado que promueve su dinámica.

**Lo que caracteriza al turismo, es decir, viajar a otro pueblo o país por motivos de ocio por un periodo determinado y en general breve de tiempo, en la sociedad capitalista se hace cada vez más inseparable del día a día normalizado que promueve su dinámica**

Quizá sólo se considera turista aquello que no se puede incorporar a la propia cultura. Pero la llamada cultura del turismo cada vez se asemeja más a la cultura propia. El desinterés por el entorno natural y social es también cada vez más evidente en quienes viven en un espacio concreto. Quizá el turista, en su actitud individualista, se encuentra con nuestro individualismo, y eso es lo que nos preocupa. Y si la valoración de lo que nos rodea se basa en actitudes individuales, entonces qué decir del sedentario que vive su contexto con indiferencia, si un nómada ha mostrado más interés por la historia y la cultura local.

Es difícil, sin duda, caracterizar el fenómeno turístico, si ello se quiere llevar a cabo con valoraciones subjetivas con poco criterio. Hacer turismo no es viajar, en el sentido de cambiarse de lugar. Evidentemente, no se llama turista al migrante, o al que se tiene que ir fuera por motivos laborales, aunque sea por breves periodos de tiempo. El turista tampoco es eso que han querido representar en las postales, y tampoco se le puede criticar valiéndose de su aspecto, sin caer en valoraciones subjetivas. Difícilmente podríamos abordar el fenómeno del turismo, si nuestro punto de partida es el turista, y los adjetivos absolutamente cuestionables con los que lo definimos, totalmente extrapolables a nuestro entorno inmediato y que, además, son excelentes puntos de partida para construir una comunidad ficticia cuya característica principal no puede ser otra que el sectarismo.

A eso se ha dedicado en los últimos veranos la juventud socialdemócrata: a hacer performances, a señalar a los turistas mientras hacían turismo y luego, pero de una manera subordinada, a señalar a los negocios que identificaban con la economía relacionada con el turismo. Si el burgués es malo es porque lo han obligado los turistas; si hay explotación en el trabajo es porque los turistas la necesitan. *Tourist go home.*

Las cosas, sin embargo, son al revés. Los turistas existen porque se ha desarrollado una economía basada en los servicios y el ocio, y existen como consumidores especiales de esa esfera. Pero una economía como esta tiene consecuencias más importantes: pérdida de derechos y oportunidades de asociación del proletariado, fractura social, disolución de las comunidades políticas, individualización y subordinación a las redes de consumo... Y una cultura ligada a todo ello en la que las vacaciones –y el consumo– se han convertido en la única oportunidad para escapar del trabajo y la explotación.

***Un turista define un itinerario y limita su visita a lugares estéticos, sí, visita edificios y fachadas y se interesa por su historia, en un free tour de dos horas. Pero eso tampoco es característico, porque así podríamos definir también nuestro ocio, en el día a día; el disfrute estético. Y si hay algo de profundo, eso hay que buscarlo en el fondo del bar***

En este sentido, podemos hablar de una economía turística, adaptada a las necesidades de los viajes basados en el ocio. Pero, como decíamos, eso no es diferente a lo que hacemos en nuestro día a día, en el ocio y fuera de las horas de trabajo; no al menos en cuanto a la forma. Por supuesto, dentro de esa igualdad hay particularidades, o no: un turista define un itinerario y limita su visita a lugares estéticos, sí, visita edificios y fachadas y se interesa por su historia, en un *free tour* de dos horas. Pero eso tampoco es característico, porque así podríamos definir también nuestro ocio, en el día a día; el disfrute estético. Y si hay algo de profundo, eso hay que buscarlo en el fondo del bar.

Es cierto, nuestra economía se ha adaptado a estos servicios, lo que ha provocado notables fracturas sociales y políticas. Ese mismo proceso ha convertido al visitante o viajero en turista. Precisamente porque los viajes que se realizan no tienen otro objetivo –o posibilidad– que satisfacer la propia individualidad. Y es que, en la sociedad capitalista basada en el trabajo asalariado, todo el tejido social se articula en función del trabajo, del trabajo que se organiza de un modo autoritario, y el consumo se convierte en el único medio de afirmar la individualidad. Para que el consumo cumpla esta función, sin embargo, es imprescindible que el trabajo esté basado en la explotación, es decir, que su forma de organización sea totalmente burocrática y que, por ello, las redes sociales de producción que son fundamento de la organización social consciente estén totalmente desestructuradas, hasta el punto de hacer un viaje y al viajero no le quede otra opción que ser turista, porque las comunidades reales –comunistas– no existen y la exteriorización se representa necesariamente con respecto a una comunidad ficticia.

***Quizá dejemos de ser extraños en nuestro entorno, porque actuaremos con responsabilidad hacia el mismo en la futura sociedad comunista. Ahí no habrá turistas, ni nadie que no sea de aquí, porque los recursos de socialización estarán en manos de todos, y viajar será una oportunidad de integración***

La falta de existencia de comunidades reales de producción implica, por supuesto, la separación entre el trabajo y el consumo, sobre la que se basa el turismo. En una sociedad capitalista en la que las posibilidades de relación entre todos nosotros se condensan en dinero, la interrelación mutua se produce en el momento del intercambio individual e individualista mediado por el dinero, lo que significa que la sociedad misma, y la cultura, son el resultado de las relaciones individuales y accidentales entre los individuos.

Por lo tanto, el turismo es la movilidad abstracta de la fuerza de trabajo transformada en mercancía, en la que no importa ir a un lado o a otro, cuando lo único importante es viajar, esto es, ir de un lado a otro. Esta indiferencia con respecto al destino, o sea, con respecto al contenido concreto del viaje, no es sino la otra cara de la indiferencia con respecto al trabajo y a la sociedad, es decir, con respecto a nuestro entorno social.

Ser turista no es, por tanto, una cosa que se elige; quizá solo sea una opción que da el dinero. Y su característica, como nómada, como desinteresado e ignorante del entorno, es también nuestra característica, la total indiferencia respecto a nuestro entorno y ecosistema social, que se tapa con la creación de una comunidad ficticia –que no inoperante–, pero que en el fondo tiene un odio irracional, un odio hacia el otro, porque su actitud nos pone a nosotros mismos ante el espejo. Quizá dejemos de ser extraños en nuestro entorno, porque actuaremos con responsabilidad hacia el mismo en la futura sociedad comunista. Ahí no habrá turistas, ni nadie que no sea de aquí, porque los recursos de socialización estarán en manos de todos, y viajar será una oportunidad de integración. ●

REPORTAJE

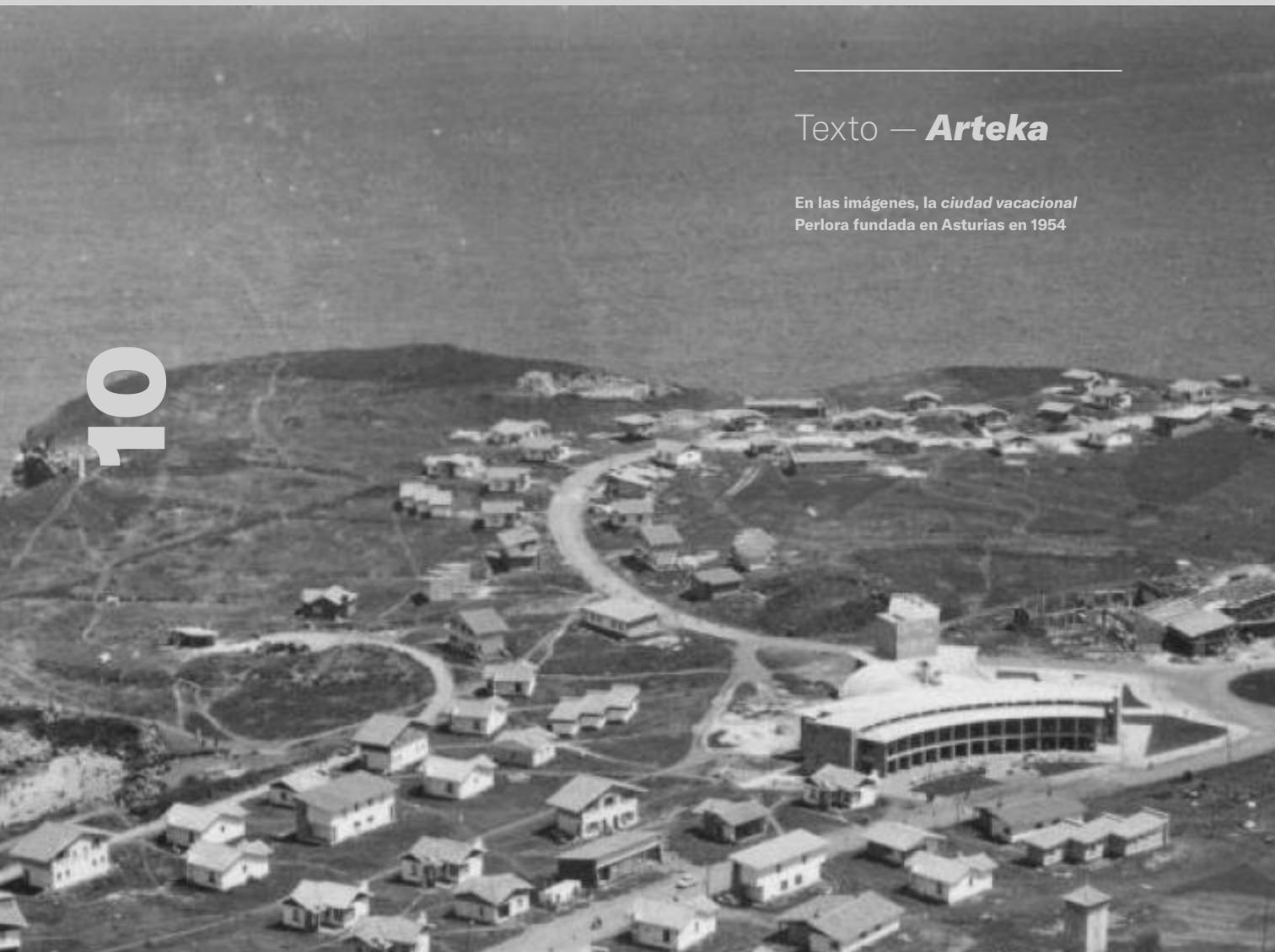
# PASADO Y PRESENTE DEL TURISMO

---

Texto — **Arteka**

En las imágenes, la *ciudad vacacional*  
Perlora fundada en Asturias en 1954

10

An aerial black and white photograph of a coastal town. The town is built on a hillside overlooking the sea. A prominent feature is a large, curved, modern-looking building with a flat roof, possibly a hotel or a public building. The surrounding area is filled with smaller houses and buildings, some with gabled roofs. The terrain is hilly, and the sea is visible in the background.

**E**s muy discutible que el turismo existiese antes del capitalismo. Si al simple hecho de viajar se le llama turismo, se puede decir que los humanos del Paleolítico también hacían turismo. En cambio, si entendemos que el turismo nace cuando el viaje y la propia experiencia del viaje se convierten en mercancía, deberíamos analizar el carácter propiamente capitalista del turismo. Este reportaje ofrecerá, por tanto, ciertos apuntes sobre la evolución histórica del turismo, con especial atención a su composición de clase y a su función social concreta en cada momento histórico.



Dentro de esta lógica, analizaremos el desarrollo histórico del turismo en tres fases: 1) el turismo de élites (siglos XVIII-XIX), 2) el turismo de masas (siglo XX) y 3) el turismo en crisis (siglo XXI). Es bastante común ante cualquier perspectiva crítica del turismo cerrar el debate con sentencias simplistas: «Todos hacemos turismo, siempre lo ha habido y siempre lo habrá». Pues bien, veremos que la historia desmiente este tipo de prejuicios, principalmente por dos razones: 1) porque todas las personas no tenemos una igualdad real de oportunidades para hacer turismo, ni antes ni ahora y 2) porque la actividad que hoy en día se comprende dentro del concepto de turismo es relativamente nueva y fruto de un determinado proceso histórico.

## CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO A DEBATE

**E**l concepto moderno de turismo, como lo entendemos hoy en día (con su enfoque en el ocio y el viaje por placer) es una creación del capitalismo, que surge en el contexto de la Revolución Industrial. Previamente, había otras formas de viaje y desplazamiento con otras funciones sociales. Los viajes preexistentes estaban motivados principalmente por el comercio precapitalista, las creencias religiosas, las relaciones diplomáticas o militares, etc. El turismo, comprendido como fin en sí mismo desde el punto de vista de los consumidores o como bien de mercado por los capitalistas, no tiene mucho más de dos siglos de historia. Hay quienes argumentan que algunas prácticas y actividades premodernas pueden considerarse precursoras del turismo, aludiendo, por ejemplo, al peregrinaje religioso que ha existido desde tiempos antiguos, como el Camino de Santiago en Galicia o el *Hajj* a La Meca. También existían prácticas de viaje por motivos educativos, como los viajes de estudios de los jóvenes aristócratas en la antigua Grecia y Roma.

Por tanto, el debate sobre la existencia del turismo anterior al capitalismo se ha centrado en cómo se define el turismo y qué actividades y motivaciones se incluyen bajo esa definición. Algunos estudiosos argumentan que el turismo, entendido como un fenómeno social y económico específico, históricamente determinado, no existía antes del desarrollo del capitalismo industrial y la modernidad. Otros académicos sugieren que si bien no existía un sistema turístico completo, con todas las características y estructuras modernas que conocemos hoy en día, ciertos elementos y prácticas de viaje pueden considerarse precursoras del turismo; algo que no está en contradicción con el carácter moderno del mismo.

Como podemos observar, el debate sobre la existencia del turismo antes del capitalismo es complejo y depende de las definiciones y enfoques utilizados. No obstante, la mayoría de los estudiosos, sean burgueses o críticos revolucionarios, coinciden en que el turismo, tal como lo conocemos hoy en día, es un fenómeno propiamente capitalista, aunque se puedan identificar ciertas actividades y prácticas premodernas que tienen similitudes o influencias en el desarrollo del turismo contemporáneo. Es decir, el ser humano siempre ha viajado, pero no siempre ha hecho turismo.

*El ser humano siempre ha viajado, pero no siempre ha hecho turismo*

En lo que compete a nuestro método de análisis, los estudios históricos marxistas coinciden con ese punto de vista. Desde el marxismo se subraya cómo las relaciones de producción del capitalismo engendraron y dieron forma a la actividad turística contemporánea. Así, el turismo no puede entenderse separado de las dinámicas económicas y sociales generales que han moldeado la sociedad moderna. El turismo está integrado en un modo de producción concreto que tiene como fin irreductible la acumulación privada de riqueza. En consecuencia, los análisis marxistas examinan la forma en la que se relacionan el turismo y la acumulación de capital, y cómo ésta se sostiene sobre las desigualdades sociales y económicas de clase.



## TURISMO DE ÉLITES: GRAND TOUR Y BALNEARIOS

La etimología aporta pistas sobre el origen y la primera forma del turismo. La palabra «turismo» proviene del francés *tourisme*, que a su vez deriva de *tour* que significa «viaje». El sufijo *-isme* se utiliza para formar sustantivos que indican una categoría o conjunto de actividades relacionadas con el significado del radical. En este caso, *tourisme* se refiere al conjunto de actividades desarrolladas por personas que viajan por placer o negocio. La palabra *tour* proviene del latín *tornare*, que significa «dar vueltas». El término comenzó a popularizarse en la segunda mitad del siglo XIX, aunque su origen se remonta al siglo XVIII. ¿Pero quién viajaba por placer o negocio en aquel entonces? Fueron los aristócratas ingleses los primeros en realizar viajes de placer o estudios por Europa, lo que se denominaría *Grand Tour*: un viaje educativo y cultural realizado por jóvenes aristócratas europeos, principalmente británicos, que recorrían diferentes países para conocer su arte, historia y cultura. Este tipo de viaje se convirtió en una marca de distinción social y una forma de adquirir conocimientos y experiencia.

No obstante, el auge del turismo se debió a una serie de factores: por un lado, las mejoras en los medios de transporte, como el ferrocarril y el barco a vapor, que permitieron viajar a destinos más lejanos y de manera más rápida, cómoda y asequible. Por otra parte, la creciente urbanización y el aumento del tiempo libre de la burguesía también contribuyeron al aumento del turismo como forma de ocio y exploración del mundo. En ese sentido, se puede decir que el término turismo se popularizó para describir la actividad de viajar con fines recreativos, terapéuticos, culturales o deportivos de una nueva clase ociosa, la burguesía.

En la segunda mitad del siglo XIX, el turismo seguía limitado a las clases burguesas y aristocráticas, puesto que viajar era una actividad costosa que requería de tiempo y dinero que el recién creado proletariado no disponía, además, tanto el sector como el mercado turístico no estaban lo suficientemente desarrollados como para acoger otros tipos de clientes. La mayoría de los turistas eran personas ricas que disfrutaban pasando el invierno en los balnearios o visitando las ciudades europeas más famosas. También eran comunes los viajes de exploración o caza en lugares exóticos como África y el Lejano Oriente, reservados para aquellos con recursos financieros especialmente altos. Además, algunos turistas eran científicos y exploradores que viajaban con el propósito de hacer descubrimientos e investigaciones en lugares remotos.

***El término turismo se popularizó para describir la actividad de viajar con fines recreativos, terapéuticos, culturales o deportivos de una nueva clase ociosa, la burguesía***

Otra vertiente del turismo decimonónico fue el de los baños. En esta época, los balnearios y las playas se convirtieron en destinos frecuentados por las clases aristocráticas y burguesas que buscaban beneficios terapéuticos y recreativos en las aguas termales y los litorales. Las clases altas acudían a recibir tratamientos y disfrutar de un ambiente tranquilo y saludable. Estos lugares fueron promovidos por corrientes de pensamiento como el higienismo <sup>[1]</sup>, que creía en los poderes curativos de las aguas minerales. Así, los balnearios y las costas se convirtieron en destinos de moda para el descanso, la relajación, la mejora de la salud y la socialización de las élites. Solían hospedarse en lujosos hoteles y villas, participaban en actividades sociales y recreativas, mientras disfrutaban de las comodidades que ofrecían las instalaciones de los balnearios. Por increíble que parezca visto desde hoy en día, bañarse en las playas empezó a ser habitual entre finales del siglo XIX y principios del XX. Hasta entonces no era algo muy común, y los registros de bañistas en algunas playas de Gipuzkoa dan fe de ello: en 1872 en Zarautz no se bañaron mucho más de 300 personas en todo el año <sup>[2]</sup>.



REPORTAJE — Pasado y presente del turismo



Además de los turistas de élite, los balnearios también atraían a médicos, terapeutas y personal especializado en tratamientos de aguas termales. Estos profesionales contribuían a la organización y gestión de los tratamientos y servicios de los balnearios, lo que poco a poco fue generando un cordón de trabajadores de la industria del turismo balneario, las manos y las mentes que atendían los caprichos de los turistas. Esto incluía también al personal de servicio en hoteles, restaurantes y otros establecimientos, así como trabajadores que brindaban los tratamientos de aguas termales. Estos trabajadores generalmente provenían de clases sociales más bajas, sobrevivían con sueldos miserables que no les permitían ni siquiera soñar con disfrutar de servicios como los que ellos mismos prestaban. En Euskal Herria, cabe destacar el caso de Biarritz (Lapurdi), que se convirtió en uno de los destinos turísticos preferentes de la alta sociedad francesa y española.

Sin embargo, el verdadero despegue del turismo se produjo gracias a la Revolución Industrial, que permitió el desarrollo del transporte y el alojamiento a gran escala. Esto abrió la oportunidad para que una mayor cantidad de personas, incluyendo a la clase media emergente, tuviera acceso a viajar por placer. A medida que avanzaba el siglo XIX, la industria turística comenzó a consolidarse y desarrollarse paralelamente a la composición de clase de la formación social capitalista. Se establecieron agencias de viajes, se crearon asociaciones de excursionistas, se ofrecieron servicios de guías turísticos y se desarrollaron otros servicios relacionados con el sector. Así, a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX, dio sus primeros pasos de apertura, es decir, se convirtió en algo más accesible para los estratos intermedios. Aun así, la clase trabajadora seguía social y económicamente excluida de dicha actividad. Por lo general, se podían distinguir dos perfiles entre los turistas:

1. Aristocracia y burguesía: continuaron siendo las clases sociales participantes más importantes en el turismo en la segunda mitad del siglo XIX. Estas clases tenían los recursos económicos y el tiempo libre necesarios para emprender viajes de placer, tanto dentro de sus propios países como a destinos internacionales.

2. Clase media emergente: un número creciente de personas de la pequeña burguesía y en algunos casos hasta ciertos asalariados con rangos destacados pudieron permitirse viajar por placer. Normalmente acudían a destinos algo más cercanos que la aristocracia y la burguesía, como capitales de provincia, zonas costeras próximas, casas de campo, etc. El desarrollo de las fuerzas productivas dio sus frutos en el transporte, y esto, junto con una relativa disponibilidad de tiempo libre y la capacidad de ahorro en determinados sectores sociales, resultó en que el turismo empezara a ser más accesible para lo que se iría denominando como «la clase media». De hecho, el turismo se convertiría en una de las señas de identidad, distinción y refinamiento para esa copia barata de la burguesía con pretensiones de centralidad social, la vacilante y siempre etérea clase media que pretende situarse por encima de los proletarios, a los que siempre ha considerado «sucios, borrachos, incivilizados y de mal gusto».

Los comerciantes y pequeños empresarios, por ejemplo, comenzaron a involucrarse en el turismo, ya sea por placer o por razones comerciales. Los viajes les brindaban la oportunidad de establecer contactos, explorar oportunidades de negocio y expandir sus redes en diferentes territorios. Dentro de este cajón de sastre de la clase media se podría incluir también a la mayoría de intelectuales y artistas. Muchos escritores, pintores y músicos románticos de buena cuna viajaban en busca de inspiración y experiencias culturales en diferentes lugares. Estos viajes les proporcionaban nuevas ideas y perspectivas que estimulaban su trabajo creativo.

Es importante destacar que, si bien el turismo se hizo más accesible para ciertos grupos de personas, todavía había importantes barreras económicas y sociales que limitaban la participación de la mayoría de la población. El turismo masivo y la participación de amplios segmentos de la sociedad en esta actividad se desarrollarían más plenamente en el siglo XX. Los únicos viajes que experimentó el proletariado durante el siglo XIX fueron las emigraciones forzosas, el éxodo rural y el exilio. Es decir, durante este período histórico no fue el placer ni la hoy aclamada «búsqueda de nuevas experiencias» lo que motivó el desplazamiento de los condenados de la tierra, sino el hambre, la represión y la persecución política que traían los tiempos modernos.



***Durante este período histórico no fue el placer ni la hoy aclamada «búsqueda de nuevas experiencias» lo que motivó el desplazamiento de los condenados de la tierra, sino el hambre, la represión y la persecución política que traían los tiempos modernos***



### **TURISMO DE MASAS: INDUSTRIA TURÍSTICA Y CLASE MEDIA**

Durante el siglo XX, el turismo se convirtió en uno de los principales motores económicos de muchos países, especialmente de aquellos con una historia y una cultura «ricas» o con recursos naturales atractivos. La extensión del transporte aéreo, la creación de cadenas hoteleras y la aparición de nuevos destinos turísticos (como el Caribe), por su parte, hicieron del turismo una actividad masiva y globalizada, que mueve millones de personas y genera importantes ingresos económicos. Se organizaron los primeros congresos sobre turismo, y los estados-nación también empezaron a diseñar políticas al respecto. Es aquí cuando el turismo se consolida como industria propiamente dicha.

Como hemos mencionado anteriormente, el turismo comenzaría a extenderse a los estratos sociales subalternos a partir del siglo XX, principalmente debido a una serie de factores socioeconómicos, tecnológicos y políticos que no se pueden entender por separado, sino bajo una totalidad concreta. Por un lado, a lo largo del siglo XX, se produjo el mayor ensanchamiento histórico de la clase media occidental, sobre todo tras la II Guerra Mundial. Esta se caracterizaba por tener más tiempo libre, ingresos disponibles y acceso a oportunidades de educación que el primer proletariado, pero esta vez a escala ampliada. Este factor permitió que aún más personas participaran en actividades de ocio, incluido el turismo.

Cabe destacar el período de relativa paz social que se inaugura dentro de los estados imperialistas en esta época. Tras el fin de la II Guerra Mundial, se firman pactos de estado entre los sindicatos, las patronales y los partidos políticos dentro de las principales potencias imperialistas. Este pretendido «alto al fuego» en la guerra de clases básicamente consistía en que el capital en EEUU y Europa renunciaba a parte de la acumulación y se daba pie a políticas redistributivas. A cambio, la clase trabajadora aprovecharía las oportunidades de ascensión social de forma individual y «se portaría bien». El desarrollo de las armas nucleares también jugó su papel, ya que el principio de destrucción mutua asegurada entre los dos grandes contendientes de la recién inaugurada Guerra Fría, evitó una guerra a gran escala como las dos anteriores.

Los avances tecnológicos en el transporte también tuvieron un efecto fundamental en la extensión del turismo a otros estratos sociales. La expansión y la mejora de la red ferroviaria, la popularización de los automóviles y, más tarde, la disponibilidad de vuelos comerciales más asequibles, hicieron que los viajes fueran más rápidos, cómodos y accesibles para un público más amplio.

Se introdujeron paquetes turísticos y ofertas económicas que permitieron a personas de diferentes niveles de ingresos acceder a viajes y vacaciones. Estas ofertas combinaban transporte, alojamiento y actividades a precios más asequibles, lo que facilitó la planificación y la participación en viajes turísticos. Además, se realizaron importantes inversiones en infraestructuras turísticas, como la construcción de hoteles, aeropuertos y otros servicios relacionados. Estas mejoras fomentaron los viajes y aumentaron la capacidad de recibir a un mayor número de turistas en diferentes destinos.

Las fuerzas productivas del capitalismo evolucionaban junto con las actitudes y las aspiraciones hacia el ocio y el turismo. Este se convirtió en una forma deseable de buscar «experiencias» (entendidas como meros impactos emocionales o sensoriales producidos sobre un individuo en un plazo corto), escapar de la rutina diaria o disfrutar del tiempo con la familia y los amigos. Se generó mayor interés y participación en actividades turísticas por parte de diferentes clases sociales, convirtiéndose en poco menos que en una necesidad social que se contemplaba en los propios salarios y se erigía como un horizonte aspiracional hegemónico. Adquirió una centralidad social que antes no tenía, tanto en su dimensión demográfica como simbólica.

En determinados casos, el movimiento obrero presionó en favor de la igualdad y el acceso universal a las vacaciones. Se consideraba que el turismo era un derecho para todas las personas, hubo luchas al respecto y se tomaron medidas para garantizar que la clase trabajadora, o al menos cierta parte de ella, pudiera disfrutar de los beneficios del turismo. No obstante, esto resultó ser un arma de doble filo: la lucha por democratizar el turismo puede traer algunas conquistas parciales que mejoran las condiciones de vida de ciertos sectores de la clase obrera, pero al ser imposible de universalizar bajo el modo de producción capitalista, su implementación parcial tiene efectos políticos negativos dentro del movimiento obrero.

Algunos datos respaldan la mencionada expansión del turismo. Según los primeros registros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 1950 no hubo mucho más de 25 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. Para el año 2007, esta cifra se había incrementado hasta más de 903 millones <sup>[3]</sup>. El sector turístico experimentó un crecimiento constante a lo largo del siglo XX. Según la misma OMT, representaba alrededor del 2 % del Producto Interior Bruto (PIB) mundial en 1950, lo que para el año 2019 había aumentado hasta el 9,6 % <sup>[4]</sup>.

## ***Se generó mayor interés y participación en actividades turísticas por parte de diferentes clases sociales, convirtiéndose en poco menos que en una necesidad social que se contemplaba en los propios salarios y se erigía como un horizonte aspiracional hegemónico***

En resumen, el turismo pasó de ser una actividad exclusiva de las élites burguesas y se abrió a un público algo más amplio, sobre todo en la segunda mitad del siglo XX. Se puede decir que abrió sus puertas a parte de la clase trabajadora en un momento histórico determinado, con el objetivo de estabilizar el capitalismo económicamente y políticamente. Como veremos a continuación, esto no anula el carácter propiamente burgués del turismo. Es más, representa una muestra más de que la clase trabajadora es una simple invitada en el mercado turístico, que puede ser expulsada en cualquier momento.



## **TURISMO EN TIEMPOS DE CRISIS Y CRISIS DEL TURISMO**

La crisis capitalista y sus diversos estallidos (como la crisis financiera mundial de 2008), han tenido un impacto significativo en el turismo de masas. Amplias capas de la aristocracia obrera y la pequeña burguesía entraron en un proceso de proletarianización, y con ello, la reducción de la capacidad de ahorro, el aumento del desempleo y la inseguridad financiera han llevado también a una reducción de la demanda de viajes y turismo, o, en otros casos, a optar por opciones más baratas. Además, el turismo tiene una vulnerabilidad particular, y es su naturaleza «asustadiza». En el capitalismo cada cierto tiempo suceden *cosas* que espantan el turismo: disturbios civiles, oleadas de atentados, guerras, delincuencia... Por si esto fuera poco, las emergencias sanitarias como la pandemia de la COVID-19 también han dejado en evidencia la debilidad del mercado turístico. Las restricciones de viaje, el cierre de fronteras, las cancelaciones de vuelos y la adopción de medidas restrictivas dentro de los países pusieron contra las cuerdas al turismo mundial durante más de un año, y con ello, a las economías de varios estados con mayores niveles de dependencia respecto al sector.

En la vertiente ambiental de la crisis de acumulación, se puede observar que el turismo de masas ha acelerado también las tensiones en las comunidades locales, dejando en evidencia la contradicción entre la explotación turística y la sostenibilidad ambiental de la vida local: escasez de los recursos naturales, degradación de los ecosistemas, contaminación, etc. Por poner un ejemplo, ¿qué sentido tiene que haya una piscina por cada 37 habitantes en un estado con 7.880 kilómetros de costa y que empieza a tener graves problemas de sequía? [5]. Nos referimos al caso del Estado español, por supuesto, y esa cifra genérica no es la más escandalosa que hay: se estima que en determinadas comarcas de Alicante hay prácticamente una piscina por cada dos habitantes [6].

Es decir, el turismo entra en crisis cuando las contradicciones sistémicas del modo de producción capitalista ponen en riesgo su viabilidad económica y aceptación social, lo que lleva a una necesidad de adaptarse y evolucionar para sobrevivir. Así, vemos al turismo atravesado por las contradicciones de clase: por un lado, las posibilidades de acceso al mismo pueden verse reducidas eventualmente, pero, por otro lado, también genera nuevas oportunidades lucrativas para ciertos agentes. Para ello, a continuación vamos a observar las tendencias globales del turismo durante la crisis de 2008 y sus años posteriores, así como sus consecuencias en el caso del Estado español en particular.

***El turismo entra en crisis cuando las contradicciones sistémicas del modo de producción capitalista ponen en riesgo su viabilidad económica y aceptación social, lo que lleva a una necesidad de adaptarse y evolucionar para sobrevivir***





La crisis financiera global de 2008 afectó significativamente a la industria del turismo en todo el mundo, pero especialmente en Europa y Norteamérica, los principales bastiones de la clase media. Hubo una disminución en la cantidad de personas que viajaban por turismo y una reducción en los gastos asociados con estas actividades. Según la OMT, el número de turistas internacionales disminuyó un 4 % en 2009, lo que representó la primera caída registrada desde 2003 <sup>[7]</sup>. Además, esta tendencia se mantuvo en los años siguientes, con un crecimiento más lento del turismo internacional que el registrado previamente. Por otro lado, también se puede observar una disminución en el gasto de los turistas durante este período. En 2009, el gasto global en turismo disminuyó en un 8,7 %, una caída significativa en comparación con los años anteriores. Efectivamente, la crisis financiera de 2008 tuvo un impacto en la cantidad de personas que viajaron por turismo y en el gasto que realizaron. Esto acarrió cierres de hoteles, despidos y reducciones en la inversión del sector turístico en diferentes partes del mundo.

Sin embargo, en los años siguientes el turismo ha vuelto a recuperarse, alcanzando cifras récord en términos de visitantes y gastos de viaje en muchos países. Entre 2008 y 2019, se registró un crecimiento constante en la cantidad de personas que viajaron por turismo a nivel mundial. Según la OMT, las llegadas de turistas internacionales aumentaron de 924 millones en 2008 a 1,46 mil millones en 2019. Esto representa un crecimiento del 58 % durante ese período. Por lo tanto, podría decirse que, aunque la industria turística sufrió una alteración frente al estallido de la crisis, a largo plazo ha recupera-

do sus niveles anteriores e, incluso, se ha seguido expandiendo. ¿Pero se debe esto a un hipotético fortalecimiento de los estados de bienestar equiparable al período posterior a la II Guerra Mundial, es decir, a una expansión social y económica de la clase media? ¿O atiende a otra serie de factores?

Antes que nada, hay que entender que el proceso de desposesión de la clase trabajadora y el aumento de la masa de ricos no son fenómenos contradictorios, al contrario. Según recuerda un informe de Credit Suisse <sup>[8]</sup> el número de personas con más de un millón de dólares de patrimonio en capital financiero aumentará notablemente desde los 46,8 millones hasta alcanzar casi 63 millones entre 2019 y 2025 en todo el mundo.

Tampoco hay que olvidar que la burguesía es un estrato minoritario, pero solo en términos relativos respecto al conjunto de la población global. Si se observa una aproximación en términos absolutos, podemos ver que el 10 % de la población mundial más rica en 2021, aquella que acumulaba el 76 % de la riqueza, representaba un numeroso grupo de alrededor de 789 millones de personas. En términos demográficos, sería equivalente a más de la mitad de la población de China, más del doble de la de EEUU y más de dieciséis veces la del Estado español. El informe sobre la desigualdad global de 2022 muestra que sólo en Europa en 2021 había más de 32 millones de personas que tenían un patrimonio neto que oscilaba entre un millón y 100.000 millones de euros, en Norteamérica rozaba los 59 millones y en el este de Asia los 25 millones y medio <sup>[9]</sup>.

En tercer lugar, a la burguesía le anteceden unas menguantes pero aún consistentes clases medias pero aún adquisitivo considerable, credenciales escolares competitivas y propiedades inmobiliarias que les permiten vivir a todo tren. Por poner un ejemplo cercano y reciente, se calcula que en junio de 2023 alrededor de 45.000 pensionistas de la Comunidad Autónoma Vasca, el 2 % de su población, cobraron 6.000 euros o más, entre la mensualidad de junio y la paga extra de verano <sup>[10]</sup>. Si tenemos en cuenta que estos sectores de la aristocracia obrera jubilada existen, en mayor o menor proporción, en todos los países del centro imperialista occidental junto con la aristocracia obrera activa y la pequeña burguesía, podemos intuir que constituyen una parte importante del grueso de la demanda turística del mundo. Además, casos particulares como China u otras potencias capitalistas emergentes superpobladas han experimentado un cierto aumento de la clase media y una apertura diplomática, generando un aluvión de turistas al extranjero.

Por último, el aumento de la disponibilidad de información y reservas en línea han facilitado la velocidad, el dinamismo, la interconexión y la expansión de la oferta turística global. Asimismo, la promoción de destinos atractivos, la apertura de nuevas rutas aéreas y el aumento del turismo de negocios también han contribuido a que aumente la demanda de turismo en términos generales.

***Podría decirse que, aunque la industria turística sufrió una alteración frente al estallido de la crisis, a largo plazo ha recuperado sus niveles anteriores e, incluso, se ha seguido expandiendo. ¿Pero se debe esto a un hipotético fortalecimiento de los estados de bienestar equiparable al período posterior a la II Guerra Mundial, es decir, a una expansión social y económica de la clase media? ¿O atiende a otra serie de factores?***



De todas formas, esto ha sucedido paralelamente y en correlación al aumento de las desigualdades sociales. En lo más bajo de la escala social de la demanda turística, por un lado están los renqueantes sectores de la clase trabajadora que aún pueden permitirse estancias cortas, a bajo precio, no demasiado lejanas, con pocos lujos y siempre con el riesgo de quedarse en casa ante cualquier imprevisto. Y por otro lado, vemos la personificación de la falsedad de las promesas del capitalismo en todas aquellas personas que no pueden permitirse unas vacaciones. Desde 2019, la proporción de asalariados a los que se les priva del turismo ha crecido en más de la mitad de los estados de la UE <sup>[11]</sup>. Se calcula que alrededor de 38 millones de empleados de la UE no pueden permitirse unas vacaciones de al menos una semana al año, aunque perciban un salario. En el caso del Estado español, en 2020 había 4,6 millones de trabajadores con empleo que no podían permitirse unas vacaciones. Un año más tarde, en 2021, aumentaba hasta 4,77 millones, la segunda mayor cifra de la UE. A todo esto habría que sumarle aquellos sectores de la clase trabajadora que están des-

empleados o inactivos. Como aproximación parcial, la última Encuesta de las Condiciones de Vida del INE muestra que el 18,7 % de la población de la Comunidad Autónoma Vasca, casi dos de cada diez habitantes, no puede permitirse unas vacaciones fuera de su domicilio ni una semana al año <sup>[12]</sup>. Al ser la CAV la segunda comunidad con menos dificultades después de Navarra (10,9 %), podemos hacernos una idea del panorama en el conjunto del Estado. Un estudio de la Confederación Sindical Europea alerta que la desigualdad vacacional en el Estado español se ha elevado en 1,7 puntos en la última década. Entre el colectivo de trabajadores que ganaba más del 60% del salario medio y el que ganaba menos, la brecha vacacional fue de hasta un 37 % <sup>[13]</sup>. A un nivel global, recordamos que la OMT en 2019 contabilizó su récord histórico de entradas turísticas de todo el mundo: más de 1.465,46 millones. Teniendo en cuenta que la población mundial por aquel entonces rondaba los 7.700 millones de habitantes, al «todos hacemos turismo» no le cuadran las cuentas ni cuando el turismo ha estado en sus máximos históricos.

***La OMT en 2019 contabilizó su récord histórico de entradas turísticas de todo el mundo: más de 1.465,46 millones. Teniendo en cuenta que la población mundial por aquel entonces rondaba los 7.700 millones de habitantes, al «todos hacemos turismo» no le cuadran las cuentas ni cuando el turismo ha estado en sus máximos históricos***



***En tiempos de crisis, cuando la clase media se encuentra bajo fuego intenso desde los flancos del mercado laboral, el sector financiero y el gasto público, el turismo se convierte en el mejor terreno de retirada. Y es ahí donde las propiedades inmobiliarias, al estar destinadas al uso turístico o encarecidas por su efecto, juegan una función protagonista en las operaciones de extracción de rentas***



Volviendo a la clase media, es importante no solo porque representa el grueso de la demanda, sino también el cinturón de hierro de la oferta turística en épocas de crisis. El caso particular del Estado español puede aportar algunas pistas al respecto, de hecho, el repunte del turismo fue una de las claves de su aclamada «recuperación». Emmanuel Rodríguez muestra una serie de datos bastante esclarecedores en su último libro <sup>[14]</sup>: en el período entre 2011 y 2019, las entradas turísticas en el Estado español ascendieron de 56 millones a 84,7 millones, los ingresos por turismo en la balanza de pagos subieron un 67 %, añadiendo casi un 3 % adicional al PIB. «Pues qué bien», dirán algunos. ¿Bien para quién? Principalmente para los empresarios del sector de la hostelería, el transporte y los rentistas. Estos últimos, los que mantuvieron sus segundas residencias después de la embestida de 2008 y los que como animales carroñeros se apoderaron a bajo precio de ese millón de viviendas habituales que muchos perdieron, jugaron sus cartas con la expansión del mercado de las Viviendas de Uso Turístico (VUT). Hacia 2017, 450.000 viviendas habituales se habían reconvertido en VUTs, proporcionando alojamiento a 22 millones de turistas y generando 11.726 millones de euros en rentas de alquiler; en torno al 1 % del PIB de aquel entonces. Esto, junto con el aumento de la demanda de alquiler permanente entre los sectores proletarios, la ausencia de un parque de viviendas sociales que pudiera absorberla y la aparición de plataformas de alquiler temporal como *Airbnb*, generó la tormenta perfecta que hoy todos conocemos: entre inicios de 2015 y mediados de 2019, los precios del alquiler subieron un 50 % en todo el Esta-

do. En el centro de Madrid, Barcelona y de otras grandes ciudades superaron el 60 % e incluso el 70 %, y siguen subiendo. Mientras tanto, el número de hogares que obtiene rentas de alquiler ha pasado del 5 % en 2004 al 17,45 % en 2022 <sup>[15]</sup>; lo que viene a ser más del triple en menos de dos décadas. En la ECV del INE de 2018, entre todos los residentes del Estado español que vivían bajo arrendamiento declaraban el pago de importes en alquiler por valor de 18.602 millones de euros anuales, cifra que diez años antes era de apenas 10.000 millones. Esto, junto con las rentas de las viviendas por uso turístico, suponía la friolera del 3 % del PIB de todo el Estado español.

En tiempos de crisis, cuando la clase media se encuentra bajo fuego intenso desde los flancos del mercado laboral, el sector financiero y el gasto público, el turismo se convierte en el mejor terreno de retirada. Y es ahí donde las propiedades inmobiliarias, al estar destinadas al uso turístico o encarecidas por su efecto, juegan una función protagonista en las operaciones de extracción de rentas, desde el proletariado hacia la clase media. Esto tiene consecuencias políticas y sociales severas, ya que la figura del pequeño propietario y su ideología conservadora ganan una enorme centralidad.

Se puede decir que gracias al turismo gran parte de la clase media ha logrado *salvar los muebles*, y nunca mejor dicho. Pero aun así, la situación no está exenta de tensiones y límites. Aunque los rentistas así lo crean, sus ganancias no caen del cielo, y aunque así lo deseen, no se pueden ampliar de forma ilimitada. La base de las rentas del alquiler son los salarios de todos esos trabajadores que no tienen acceso a la vivienda en propiedad, y esos salarios en el Estado español son los que son <sup>[16]</sup>. Si esto sigue así, los alquileres en algún momento pueden convertirse en impagables para millones de personas ante la mínima turbulencia en el mercado laboral. Los procesos de gentrificación que acarrea el turismo tampoco pueden permitirse simplemente expulsar a todos los trabajadores de los centros urbanos. Porque si quieren seguir ampliando la oferta turística para huir del hundimiento, ¿Dónde van a meter a los millones de trabajadores y trabajadoras del sector? ¿Quién va a cocinar? ¿Quién va a servir? ¿Quién va a limpiar? ¿Hasta cuándo? ●

## REFERENCIAS Y NOTAS

**(1)** El higienismo tuvo una influencia significativa en el desarrollo del turismo en los balnearios durante el siglo XIX. Fue un movimiento social y médico que promovía la importancia de la higiene y la salud pública. En el contexto de los balnearios, el higienismo jugó un papel fundamental al promover la idea de que los tratamientos en los balnearios eran beneficiosos para la salud y el bienestar. Consideraban que los balnearios ofrecían un entorno natural y saludable, con aguas minerales y aire puro, que podían tener propiedades curativas y rejuvenecedoras. Se creía que los tratamientos de aguas termales y la inmersión en la naturaleza eran beneficiosos para el equilibrio del cuerpo y la mente, así como para la mejora de diversas afecciones físicas. Recomendaban a las personas que padecían diversas dolencias que acudieran a los balnearios para recibir tratamientos específicos. Por tanto, el higienismo influyó en la demanda, la infraestructura y los servicios de los balnearios durante el siglo XIX, dando pie a unos de los primeros circuitos turísticos estables para las clases altas.

**(2)** *Reseña de los Establecimientos balnearios y Baños de mar situados en la provincias del Norte de España y el Mediodía de Francia, 1872.* Madrid. Citado por Rafael Vallejo Pousada, Elvira Lindoso-Tato y Margarita Vilar-Rodríguez en *Los orígenes históricos del turista y del turismo en España: La demanda turística en el siglo xix.* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales,

Departamento de Fundamentos de Análisis Económico e Historia e Instituciones Económicas, Universidad de Vigo, Pontevedra.

**(3)** Organización Mundial del Turismo. *Panorama del turismo internacional. Edición 2008.* pág.1. unwto.org.

**(4)** Statista. *Evolución de la aportación del sector turístico al PIB en el mundo de 2013 a 2022.* (6 de octubre de 2022). statista.com

**(5)** *En España hay más de 1.266.000 piscinas, una por cada 37 habitantes.* (26 de agosto de 2022). elperiodico.com.

**(6)** López, Jorge Dioni (2021). *La España de las piscinas. Cómo el urbanismo neoliberal ha conquistado España y transformado su mapa político.* Barcelona, Arpa & Alfíl editores. pág. 119.

**(7)** Organización Mundial del Turismo. Dashboard de datos turísticos de la OMT y *Panorama del turismo internacional. Edición 2019.* unwto.org.

**(8)** Sempere, Pablo (21 de octubre de 2019). *España ya tiene casi un millón de grandes fortunas.* cincodias.elpais.com.

**(9)** World Inequality Lab. *World Inequality Report 2022.* Lucas Chancel, Thomas Piketty, Emmanuel Saez, Gabriel Zucman (Coord). Págs. 141-142.

**(10)** Madinabeitia, Mikel. (26 de junio de 2023). *La paga de más de 6.000 euros que cobran 45.000 vascos este mes.* diariavasco.com

**(11)** GEDAR LANGILE KAZETA. *Oporretara joan ezin den biztanleria EBko herrialdeen erdietan baino gehiagotan handitu da 2019tik* (28 de julio de 2022). gedar.eus

**(12)** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta de Condiciones de Vida 2022.

**(13)** European Trade Union Confederation. *Low income leaves 35 million without holiday* (2 de agosto de 2021). etuc.org.

**(14)** Rodríguez, Emmanuel (2022). *El efecto clase media. Crítica y crisis de la paz social.* Madrid, Traficantes de Sueños. págs. 285-296.

**(15)** Morales, Emilia G. & Sangiao, Sergio (25 de abril de 2023). *Vivir de las rentas: los hogares con ingresos por alquiler de propiedades crecen un 57,5% en diez años.* publico.es

**(16)** Castillo, Jose (2022). *De los trabajadores hipotecados a los trabajadores pobres: una historia de los salarios en el Estado Español.* Artea.

## BIBLIOGRAFÍA

**Carmona**, Pablo (2022). *La democracia de propietarios. Fondos de inversión, rentismo popular y lucha por la vivienda*. Madrid, Traficantes de Sueños.

**Murray Mas**, Ivan (2015). *Capitalismo y turismo en España. Del “milagro económico” a la “gran crisis”*. Barcelona, Alba Sud.

**López**, Isidro & Rodríguez, Emmanuel (2010). *Fin de ciclo: Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Madrid, Traficantes de Sueños.

**López**, Jorge Dioni (2021). *La España de las piscinas. Cómo el urbanismo neoliberal ha conquistado España y transformado su mapa político*. Barcelona, Arpa editores.

**López**, Jorge Dioni (2023). *El malestar de las ciudades. Privatización, turismo, vivienda, especulación, tráfico... Por qué es cada vez más difícil vivir en las ciudades*. Barcelona, Arpa editores.

**Rodríguez**, Emmanuel (2022). *El efecto clase media. Crítica y crisis de la paz social*. Madrid, Traficantes de Sueños.

# Territorio turístico: de vivir de ello a morir de éxito

32

---

Texto — **Arteka**



**S**in duda, el turismo se ha convertido en una de las principales industrias más rentables del capitalismo global. El número de viajeros alcanzó su récord mundial el año anterior a la pandemia, con una cifra de casi 1.500 millones de viajeros en el mundo. Sin embargo, esta gallina de los huevos de oro que han encontrado muchos Estados y ciudades para atraer flujos de capital y personas a sus tierras, puede suponer su propia muerte por éxito.

La masificación turística y sus efectos secundarios, como la gentrificación o depredación de sus rasgos culturales propios en pro de la cultura homogeneizadora del mercado capitalista, puede hacer que lo que hoy es un territorio turístico mañana deje de serlo. Así, crea una situación de territorios devastados y despoblados por los efectos de lo que es una de las industrias más extractivas y depredadoras del territorio del modo de producción capitalista: la industria turística.

«Turista vete de la ciudad», «All Tourists Are Bastards» o «Turista, tu viaje de lujo mi miseria» son lemas que hemos podido ver pintados en las paredes de las zonas turísticas de ciudades como Barcelona, París o Donostia. Podríamos pensar que estas pintadas responden a algún tipo de razonamiento político de carácter xenófobo. No obstante, todos hemos sido y seremos turistas o visitantes de distintos lugares a lo largo de nuestras vidas. Pero muchas de estas pintadas no han sido realizadas por grupos xenófobos; al contrario, han sido realizadas por organizaciones ubicadas en lo que se denomina como «izquierda radical» y que se identifican con el antirracismo y el antifascismo. Entonces, la pregunta es, ¿cómo hemos llegado hasta aquí?

Con el turismo, y las ansias que todo ser humano tiene de conocer nuevos lugares y gentes, pasa como con la tecnología. En principio, los avances tecnológicos podrían ser beneficiosos para la especie humana en su conjunto, liberándonos de mucha carga de trabajo y ofreciéndonos mayor tiempo libre. Sin embargo, bajo las relaciones sociales capitalistas, los avances tecnológicos se traducen en mayor concentración de la riqueza por un lado y miseria en el otro. Con el turismo ocurre lo mismo, el problema no es el hecho de que viajemos, sino que lo hagamos bajo la forma que tiene el capitalismo de articular el turismo como una de sus industrias más extractivas, de mayor desigualdad y potencialmente destructiva.

No cabe duda de que vivimos en sociedades turísticas, en la que el menor reclamo natural, cultural o histórico entra en un proceso de turistificación para poder ser explotado como reclamo de visitas. Según los datos del World Travel and Tourism Council (WTTC), organización que reúne a las mayores empresas del sector a nivel mundial, el turismo es la industria que a mayor velocidad crece anualmente, incluso tras el hundimiento de la pandemia. Precisamente, en el año 2019, el sector turístico suponía el 10,3% del PIB mundial y empleaba a 330 millones de personas, en torno al 10% de la fuerza de trabajo global. Además, la previsión es que la industria siga creciendo, ya que el WTTC estima que para 2033 el sector supondrá una cifra cercana al 12% del PIB global y empleará en torno a 450 millones de personas, llegando al 15% de los asalariados totales del mundo <sup>[1]</sup>.

El proceso de turistificación ha sido notablemente intenso en la reconversión de las potencias industriales europeas en economías de servicios, sobre todo en los países mediterráneos. Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), la participación en el total de toda la producción industrial mundial ha pasado en Europa de suponer el 51,4% a principios de la década de 1980, a suponer menos de la mitad, un 24,1%, para el año 2016 <sup>[2]</sup>. Esta pérdida de tejido industrial y reconversión económica ha sido paliada en parte por el turismo, sector que desde principios de la década de los 90 y hasta la crisis del 2008 crecía el doble que toda la demás producción nacional en muchos de los Estados europeos del Mediterráneo.

Sin embargo, el turismo es seguramente la industria más volátil que existe en el mercado capitalista, ya que depende de una cantidad de factores externos que pueden hacer que un país o región deje de ser un atractivo turístico en un corto espacio temporal. Esto unido a las bajas condiciones laborales que deben ofrecerse para atraer flujos turísticos, convierte a esta industria en una de las de mayor explotación y creación de desigualdades a nivel global. Aquí analizaremos sus consecuencias a nivel macro, pero también a nivel de localidad o ciudad.



## ***El problema no es el hecho de que viajemos, sino que lo hagamos bajo la forma que tiene el capitalismo***

### **CRÍTICA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DEL TURISMO**

Se ha dicho ya que el turismo es una industria especialmente extractiva de entre las que existen en el capitalismo. Con todo, esta no es la única particularidad del turismo. La base material de la industria turística se basa en la comercialización de espacios culturales diferentes, entendiendo incluso los paisajes naturales como parte de lo que denominamos cultura en sentido amplio. Por tanto, el turismo es una industria en la que sus capitalistas constantemente están buscando la diferenciación de su producto turístico, para así ofrecer una mejor experiencia al viajero que la del competidor. No obstante, en esta creación de espacios culturales turísticos diferenciados, la industria turística acaba por homogeneizar y borrar las distinciones culturales propias de distintas culturas por una manera homogénea de consumir la experiencia turística.

Al respecto, puede servir de ilustrativa la crítica que realiza al turismo y a su industria cultural el economista y geógrafo marxista David Harvey. Para Harvey, la industria turística se basa en gran medida en obtener rentas de monopolio. Las rentas de monopolio son aquellas por las que ciertos agentes de la burguesía pueden obtener una mayor cantidad de ingresos durante un tiempo dilatado en virtud de su control exclusivo sobre algún artículo directa o indirectamente comercializable que es en ciertos aspectos cruciales único e irreproducible. Es lo que pasa,

por ejemplo, con las denominaciones de origen alimentarias, que solamente pueden producirse en cierto lugar y condiciones irreproducibles en otro.

Esto mismo ocurre con los lugares turísticos: muchas empresas tratan de diferenciar al máximo su lugar de destino para venderlo como una experiencia única e irrepetible. Sin embargo, por muy exótico que sea el destino, la forma turística en que es consumida tiende a homogeneizarlo: las cadenas de franquicias se hacen con los lugares de alimentación y bebidas, el transporte aéreo es controlado cada vez más por unas pocas aerolíneas y las cadenas hoteleras tienden a ofrecer más o menos los mismos servicios y experiencias de alojamiento a lo largo del mundo.

Cada vez más, la experiencia turística se basa en la visita de lugares remotos y exóticos, pero en su visita no quiere perderse la comodidad de la experiencia y seguridad vital del día a día. El capitalismo promete diversidad frente al monolitismo gris del socialismo. Sin embargo, a industria turística termina por matar esos lugares y culturas diferenciadas, homogenizándolas bajo los estándares de una industria que cada vez se parece más en todo el mundo. Puedes tomarte un café de Starbucks frente a las pirámides de Guiza, comer en un KFC al lado del Coliseo romano o dormir en un Airbnb en el Casco Viejo de Bilbao y ver la salida del Tour de Francia. Todas las experiencias no difieren mucho en su manera de ser consumidas, es el mundo convertido en un gran Disneyland.



Sin embargo, esta *disneyficación* <sup>[3]</sup> por la que un lugar real es desprovisto de su carácter original para ser sustituido por una versión higienizada y desinfectada del mismo, acaba matando la base de ganancia del capital turístico: la diferenciación y unicidad del lugar. La homogeneidad que acompaña a la pura comercialización turística de los territorios, termina por borrar las ventajas de monopolio turístico. Es por ello que en la actualidad se ha desatado la guerra en la industria turística por ver qué empresa o administración pública puede mantener durante más tiempo la comercialización de experiencias turísticas lo suficientemente únicas y diferenciadas.

Así, Harvey argumenta que la gran pugna de la industria turística actual y de sus industrias subsidiarias, se basa en la apropiación de «configuraciones culturales potencialmente rentables». Para ello, también se aprovechan de la ayuda que ofrecen las instituciones estatales fomentando su territorio como destino turístico a viajeros y empresas.

Por ejemplo, las favelas brasileñas pueden ser vendidas como un lugar de alto interés cultural y potencialmente rentable. Ciertamente, lejos del centro de la ciudad, se puede conocer la verdadera cultura local de los nativos brasileños y también las miserias que genera la pobreza. Es por ello que muchos turoperadores turísticos están empezando a ofrecer tours turísticos por las favelas de Rio de Janeiro o Sao Paulo. En estos, la experiencia de la pobreza y sus consecuencias sociales son una configuración cultural potencialmente rentable. En la incesante búsqueda por ofrecer experiencias únicas todo vale.

Estrechamente relacionado está la carrera de distintas ciudades o Estados por convertirse en su propia «marca» y venderla. Esta construcción de la «marca» consiste en acumular un capital simbólico y cultural diferenciado de otros lugares. Seguramente, la Barcelona posterior a las Olimpiadas de 1992 sea un buen ejemplo. En aquel momento, los dirigentes políticos de la ciudad se aprovecharon del legado cultural de la Ciudad Condal para atraer cada vez más eventos turísticos, comerciales, deportivos o incluso políticos. La contraparte de este éxito, como toda renta de monopolio turístico, es que es temporal. Barcelona sufre hoy una trepidante gentrificación de la mayoría de sus barrios y calles cercanas al puerto, que ya no se diferencian demasiado a las de otras ciudades turísticas, ya que se encuentran copadas por las mismas multinacionales.



**Los Estados no eligen especializarse en el turismo. Más bien es consecuencia de la división internacional del trabajo y el desarrollo geográfico desigual lo que vuelca a cierta economía-nacional a volcarse en el turismo**

**LA APUESTA POR EL TURISMO**

El turismo podría compararse con el *fast food* en lo que respecta a la economía de un Estado. Aporta un dinero rápido y fácil de obtener, pero a la larga genera problemas de saturación. Además, al igual que se es un destino turístico, de la noche a la mañana se puede dejar de serlo, ya sea por la sobresaturación vivida o por motivos imprevistos como una pandemia que paraliza la movilidad. Por tanto, es una apuesta arriesgada para un Estado volcar su economía al turismo.

Pero, la mayoría de veces, los Estados no eligen especializarse en el turismo. Más bien es consecuencia de la división internacional del trabajo y el desarrollo geográfico desigual lo que vuelca a cierta economía-nacional a volcarse en el turismo. Este es el caso de los Estados del sur de Europa o mediterráneos tras su desindustrialización.

Hay dos Estados paradigmáticos que ejemplifican la apuesta por la turistificación en Europa: Grecia y España. Ambos casos son parecidos, pese a que Grecia no viviese una industrialización a niveles de la española, ya que se tratan de países mediterráneos que acogieron unos Juegos Olímpicos que los catapultó en el escaparate de la acogida de flujos de personas y capitales turísticos.

Los datos del caso griego son paradigmáticos. Antes de la pandemia de la COVID-19, Grecia acogía ya a casi 35 millones de visitantes anuales, mientras su población apenas excede los 11 millones de habitantes. Las cifras hablan por sí solas si se ven en perspectiva histórica: 6,2 millones de visitantes llegaron a Grecia en 1998 y 15 millones en 2010. Es decir, en el lapso de 20 años Grecia casi ha sextuplicado su nivel de visitantes <sup>[4]</sup>.

Grecia se lo jugó todo en la entrada del siglo XX a mantener su industria naviera, primera industria del país, y captar flujos de capitales financieros y turísticos aprovechándose de la entrada al euro y la organización de los Juegos Olímpicos de Atenas en el 2004. Sin embargo, el modelo financiero y de crecimiento económico griego quebró en el 2010, al ser insostenible un modelo basado en la deuda externa y su refinanciación constante. Desde entonces, Grecia se ha volcado si cabe más en el turismo, a base de que los trabajadores de este sector hayan vivido una de las mayores devaluaciones de condiciones de vida registradas en un país occidental.

Desde el 2010 en adelante, la cifra de nuevos empleos ligados al turismo pasó a suponer ocho de cada diez nuevos empleos creados en el país heleno, empleando a casi el 20% de su fuerza de trabajo. El peso del turismo en su economía es cercano al 25%, registrando la mayor dependencia turística en el seno de la Unión Europea. Según la organización sindical griega Lantza, los asalariados del sector vieron descender sus salarios de 5.300 euros anuales en el 2012 a 3.000 euros en el 2017, una de las mayores devaluaciones salariales registradas durante la crisis del euro <sup>[5]</sup>.

En el 2015, el diario *Proto Thema*, bajo el titular *Las favelas de Mykonos*, desvelaba las inhumanas condiciones a las que se somete a los trabajadores en las islas turísticas griegas. Los camareros de los establecimientos se ven obligados cada verano a vivir en contenedores prefabricados y pintados para camuflarlos con el terreno, hacinados con hasta ocho compañeros y sin aire acondicionado. Un fenómeno parecido se está produciendo en Ibiza, donde los trabajadores hosteleros de verano son alojados en contenedores prefabricados, al no poder pagar un alquiler residencial por el elevado coste de este en plena temporada alta.





Por su parte, el caso español es también paradigmático para entender la relación que crea el turismo en base a el empleo devaluado. El Estado español, que fue el primer destino vacacional europeo en el 2022, genera la mayor cantidad de sus empleos anuales ligados al sector servicios, muy dependiente del turismo. Durante la década del 2010 al 2020, casi el 13% de los nuevos contratos anuales eran para trabajar de camarero, el doble que una década atrás. Casi la mitad de estos contratos eran estacionales y de duración menor a un mes, y el sueldo un 42% por debajo del sueldo medio español.

La «marca España» turística es conocida internacionalmente por ser un destino de fiesta, sol y, sobre todo, barato. Pero este escaparate turístico de bajo coste se basa en la devaluación total de los trabajadores ligados al sector. El informe *The Travel and Tourism Competitiveness Report* del Foro Económico Mundial en su edición de 2019, volvía a situar al Estado español en el primer puesto en cuanto a competitividad turística, por delante de Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Italia, Canadá y Suiza. El estudio atribuye el éxito del modelo español a la oferta cultural y natural, a la infraestructura turística, la conectividad aérea y el apoyo del gobierno y administraciones, pero se olvida de mencionar el componente secreto: mano de obra y suelos urbanizables baratos, un imán para masas y empresas turísticas mundiales.

Los principales partidos políticos españoles se han dado cuenta del problema de un sector enormemente depredador y generador de precariedad. Es por ello, que los últimos años hablan de atraer turismo de calidad, eufemismo mediante el que se quiere decir que se quiere atraer a visitantes con mayor capacidad adquisitiva. Sin embargo, la particularidad turística española reside en su precio barato y oferta de fiesta. Sin esta oferta de «desfase», gran parte de la atracción turística se desvanece. Mientras tanto, casi un 25% de los trabajadores del Estado español, unas 4,6 millones de personas, no puede permitirse afrontar el gasto de una semana de vacaciones al año. Es la cara opuesta de la España del sol y playa.



## **Los últimos años hablan de atraer turismo de calidad, eufemismo mediante el que se quiere decir que se quiere atraer a visitantes con mayor capacidad adquisitiva**

### **LAS CONSECUENCIAS URBANAS DEL TURISMO**

En un ámbito más local, el principal problema que genera el turismo es el de la gentrificación de los centros de las ciudades. Al convertir el centro de la ciudad en un gran *museo* que atrae negocios turísticos, el precio medio de la vivienda sube al ritmo de la mayor afluencia de visitantes. En esta situación, tiene una especial incidencia el fenómeno de los pisos turísticos y la empresa líder que los gestiona: Airbnb.

El objetivo en origen de la empresa surgida en San Francisco era facilitar el contacto entre las personas usuarias que ofrecían un piso o habitación y otras que buscaban alojamiento. Pero esa razón de ser pronto se diluyó. A la vista de la fácil rentabilidad, los propietarios vieron la fórmula para unos ingresos extra, y las consecuencias que eso podría acarrear, incluso en su propio entorno, quedaron en un segundo plano. Según el estudio realizado por el que fue teniente alcalde de la ciudad de París en el área de vivienda, Ian Brosat, las ganancias obtenidas por dedicar una vivienda al alquiler turístico de corta duración son 3,5 veces mayores que si se dedica al alquiler tradicional de larga duración.

El fenómeno Airbnb se ha globalizado y tiene una especial incidencia en sociedades propietaristas, en las cuales la vivienda es usada como uno de los principales bienes de captación de ingresos de muchas familias. Actualmente, en las tres provincias de la Comunidad Autónoma Vasca hay 6.708 viviendas que se ofrecen en este portal. Pero Donostia, la gran ciudad turística por antonomasia del territorio, concentra a 1.659 de ellas. Mientras tanto, según datos de Estadística del Mercado de Alquiler del Gobierno Vasco, en 2022 el precio medio del alquiler en Donostia se situó en casi los 950 euros mensuales, una media 18% mayor al alquiler promedio del resto de la CAV <sup>[6]</sup>.

Sin embargo, no es Donostia la única ciudad que está viviendo este proceso de gentrificación. Por ejemplo, si comparamos el primer trimestre del 2023 con el del año anterior, en Bilbao hay un 45% más de viviendas turísticas, la mayor subida solo superada por Ibiza, con un 47%. Sin embargo, Donostia aún destaca por ser la capital que mayor rentabilidad diaria ofrece por piso turístico, una media de 212 euros diarios por el alquiler de un piso de estas características <sup>[7]</sup>.

Es evidente que la rentabilidad es muy superior en las viviendas de uso turístico que en las de alquiler residencial, a pesar de que las primeras no estén ocupadas todo el año. Es por ello, que además del pequeño propietario, numerosos fondos buitre y empresas están adquiriendo bloques de viviendas enteros para derivarlos a un fin turístico. Entre estas empresas destaca Staykeepers, que ya tiene más de 250 pisos en propiedad solamente entre Donostia y Bilbao. Esta empresa promete de un 20 a 80% más de ingresos a aquellos propietarios que quieran usar sus servicios para dirigir sus inmuebles al alquiler de corta duración.

Esto está llevando a un fenómeno curioso, y es que las grandes urbes turísticas ya no ganan población estable, sino que la expulsan. En el caso más extremo, Venecia es el ejemplo paradigmático de *ciudad museo* en la que la vida de barrio local ya es inexistente. Actualmente, Venecia cuenta con unos 50.000 habitantes; es decir, un tercio de la población que tenía en el siglo XVIII, habiendo perdido la ciudad italiana a más de 120.000 residentes desde principios de los años 50 del siglo pasado.

La misma tendencia está sufriendo Barcelona. En el barrio más turístico de la capital catalana, el barrio Gótico, la población no deja de disminuir bajo el efecto de las segundas residencias y la invasión de Airbnb: en el 2007, la población de este barrio era de 27.946 habitantes, mientras que 15 años después, ha caído hasta los 2.478 habitantes empadronados.

Donostia, como capital vasca del turismo, está aún lejos de estas tendencias, pero ya ha comenzado a replicarlas. De hecho, muchos de los jóvenes trabajadores nacidos en Donostia están teniendo que abandonar la ciudad al no poder permitirse pagar una vivienda en ella. Según un estudio de la Diputación de Gipuzkoa, al menos 3.375 jóvenes (de entre 18 y 34 años) se han ido de Donostia a vivir a las localidades adyacentes de las comarcas de Buruntzaldea y Oarsoaldea entre 2010 y 2020 <sup>[8]</sup>.



## CONCLUSIONES

El turismo, entendido como las ganas de conocer nuevas culturas y gentes, no es algo de por sí negativo. El problema reside en la forma que adquiere bajo las relaciones sociales capitalistas. El turismo se ha convertido así en una industria depredadora de personas y ecosistemas, pues todo el flujo de turismo tiene un impacto en la naturaleza y ecosistemas de los lugares masificados.

Viajar y conocer es parte de la riqueza cultural humana; por lo tanto, debería ser gestionado de una manera democrática y racional que dé acceso a este bien a la mayoría de la población. Ciertamente, en estos tiempos se quiere dar solución al problema del turismo restringiendo este solamente a las capas más pudientes de la sociedad, a las clases medias-altas. Así, buena parte de la clase obrera quedaría excluida del fenómeno vacacional, mientras es empleada en esta industria de manera precaria.

Esta tendencia, además, corre el riesgo de hacer implosionar las particularidades culturales de muchos territorios, debido a que cuando una ciudad o región se masifica en exceso, al estilo Venecia, termina por perder a su gente y cultura, lo que finalmente la terminará expulsando del mercado turístico. Así, la industria turística actúa como bomba de relojería sobre los territorios que opera para acumular riqueza.

En definitiva, cuando un territorio se masifica turísticamente hablando, bajo el modelo actual de gestión turística, no hace más que preparar las condiciones para su propia depredación y expulsión posterior del mercado turístico. Una ciudad o región no puede mantenerse turística infinitamente, ya que la industria turística capitalista tiende a saturar y homogenizar su propia particularidad que la convirtió años atrás en turística. ●

***Viajar y conocer es parte de la riqueza cultural humana; por lo tanto, debería ser gestionado de una manera democrática y racional que dé acceso a este bien a la mayoría de la población***



## NOTAS

**[1]** La mayoría de datos estadísticos ofrecidos en este reportaje de análisis se refieren a los años inmediatamente anteriores al estallido de la pandemia de la COVID-19, ya que con la pandemia se paralizó en gran medida la movilidad turística. Pese a que se encuentra en proceso de recuperación, para entender las tendencias de este fenómeno, son más fiables los datos anteriores a esta. El estudio aquí citado es el «Travel and Tourism. Global Economic Impacts and Trends» del año 2020, publicado por el World Travel & Tourism Council (WTTC).

**[2]** Esta tendencia de pérdida de peso industrial europea se visualiza en todos los informes anuales publicados por esta agencia. Aquí hemos consultado el último disponible: «Informe sobre el desarrollo industrial. El futuro de la industrialización en un mundo post-pandémico», ONUDI, 2022.

**[3]** El término *disneyficación* ha sido usado por diversos críticos culturales después de que el arquitecto y escritor estadounidense Michael Sorkin se refiriera así a la construcción y plan urbano de las nuevas ciudades en Estados Unidos a finales del siglo XX.

**[4]** Datos disponibles en la base de datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

**[5]** Un estudio respecto a las condiciones generales de los trabajadores turísticos griegos puede leerse en el artículo de los economistas Orestis Papadopoulos y Dave Lyddon (2020): «Deregulation and institutional conversion in the Greek hotel industry: an employment relations model in transition», *Industrial Relations Journal*, 51 (1-2). pp. 92-109.

**[6]** El nombre concreto del informe es «Análisis estadístico de los contratos de alquiler habitual de viviendas libres colectivas (a precio de mercado)», en su edición de 2022 publicado por el Departamento de Planificación Territorial, Vivienda y Transportes del Gobierno Vasco.

**[7]** Un mayor análisis sobre la coyuntura inmobiliaria de Euskal Herria puede leerse en el estudio publicado en junio de este año por la fundación de estudios Manu Robles-Arangiz perteneciente al sindicato ELA: «La vivienda en Hego Euskal Herria: un derecho en manos del mercado».

**[8]** El estudio en cuestión se titula «Movilidad residencial de la juventud en Gipuzkoa (2010-2020)» publicado a finales de 2022 por el Departamento de Cultura, Cooperación, Juventud y Deportes de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

## BIBLIOGRAFÍA

**Bravo, Pedro** (2018): *Exceso de equipaje. Por qué el turismo es un gran invento hasta que deja de serlo*, Madrid, Debate.

**Brossat, Ian** (2018): *Airbnb: la ciudad uberizada*, Iruñea, Katakarak Liburuak.

**Cañada, Ernest y Murray, Ivan** (2019): *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*, Barcelona, Icaria Editorial.

**Carmona, Pablo** (2022): *La democracia de propietarios. Fondos de inversión, rentismo popular y la lucha por la vivienda*, Madrid, Traficantes de Sueños.

**Dioni, Jorge** (2023): *El malestar de las ciudades*, Barcelona, Arpa.

**Duterme, Bernard** (2019): *La dominación turística: turismo insostenible*, Madrid, Editorial Popular.

**Harvey, David** (2013): *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*, Madrid, Akal.

HISTORIA  
REPORTAJE

Una ciudad  
sin futuro:  
*la tough city*  
postmoderna



**Julen Cambra**

Imágenes de  
Postales antiguas  
de Bilbo

**E**l arquitecto Gehry, quien se convertiría en el diseñador del museo Guggenheim, denominó *tough city* la ciudad de Bilbao.

La capital vizcaína era una ciudad dura, desahuciable y contaminada en la década de los 80. En palabras de Eskorbuto:



*Mirarás al cielo y verás  
una gran nube sucia.  
No lo pienses, no lo dudes.  
Altos hornos de nuestra ciudad.  
Mirarás las fachadas  
Llenas de mierda, llenas de mierda.  
Desde Santurce a Bilbao,  
vengo por toda la orilla.  
Somos ratas en Vizcaya,  
somos ratas contaminadas.*

En la década de los 80 la situación de la ciudad era lamentable. La industrialización transformó el Gran Bilbao, porque el florecimiento económico construyó astilleros, puertos, muchas fábricas y extensas minas. Pero ese florecimiento dejó una huella gris, oscura y contaminada. En los años que siguieron, el Gran Bilbao, y especialmente Bilbao, sufrió un cambio urbanístico impresionante. El punto de partida de esa transformación fue la crisis del petróleo de 1973, que golpeó duramente al Gran Bilbao.

## LA CIUDAD SIN FUTURO

**L**a Segunda Guerra Mundial fue sucedida en los países occidentales por una dinámica de crecimiento; no obstante, las guerras, entendidas como crisis, son fuerzas destructoras del capital que resultan un gran freno. Así, fueron muy grandes las dificultades para impulsar la recuperación económica en la posguerra, y eso, junto con la integración del Estado y de la economía que ya se había dado en tiempo de guerra, «motivó» la necesidad de los Estados de intervenir en la economía. Pero más allá de la injerencia de los Estados, en las próximas dos décadas, «fueron los elevados beneficios los que permitieron el lujo de una producción para el despilfarro y a partir de ella la transformación aparente del capitalismo en una “sociedad de la abundancia” o en una “sociedad de consumo”» en Occidente<sup>[1]</sup>. El ciclo económico posterior a la Segunda Guerra Mundial se caracterizó por la tasa creciente de la ganancia, la subida del gasto estatal y el aumento de la emisión de crédito, entre otros.

Esa fue la edad de oro del capitalismo, que duró hasta que se agotaron los motivos de la política económica keynesiana. De esta manera, durante años los economistas propusieron controlar la tasa de desempleo y la inflación mediante el gasto público del Estado, es decir, defendían que era posible equilibrar el número de parados y la subida de precios. De hecho, según el economista A.W. Philips, cuando los precios y los sueldos aumentan el desempleo disminuye, y, a la inversa, los sueldos y precios descendentes generan el aumento del desempleo. Por lo tanto, a través de la intervención del Estado, aumentando o disminuyendo la inflación, podía mantenerse el equilibrio entre los dos elementos, siempre que se hiciera con el objetivo de mantener el «crecimiento económico».

La crisis del 1973 no sólo demostró que esas teorías sobre la relación entre el sueldo, la subida de precios y el desempleo «falsean la función real» de la inflación, sino también que éstas no se adecuaban a la realidad: la subida del precio del petróleo impulsó la inflación, y, asimismo, aumentó la tasa de desempleo. En ese contexto, establecer políticas inflacionistas para reducir la tasa de desempleo sólo empeoraría la situación, y, por eso, eran inútiles las medidas intervencionistas respecto a la inflación. Esa situación se denominó *estanflación*, que consiste en el intento de «intentar obtener a la fuerza incrementos del beneficio en condiciones desfavorables para la producción de plusvalía»<sup>[2]</sup> y, de ese modo, el estancamiento económico no puede detenerse mediante la subida de la inflación. Así pues, la crisis era estructural, y las políticas intervencionistas derivadas de la teoría keynesiana habían fallado. Además, se demostró que esas medidas están subordinadas a las contradicciones del sistema económico, luego no tenían capacidad para evitar la crisis económica. Al contrario, no hicieron más que retrasar la recesión económica.

**La crisis era estructural, y las políticas intervencionistas derivadas de la teoría keynesiana habían fallado. Además, se demostró que esas medidas están subordinadas a las contradicciones del sistema económico, luego no tenían capacidad para evitar la crisis económica**

## HISTORIA

La crisis del petróleo de 1973 llegó al Gran Bilbao y lo golpeó fuertemente. La ciudad había vivido un gran crecimiento económico a lo largo de las décadas de los 50 y 60, y la tasa de ganancia de las empresas había aumentado significativamente entre los años 1960 y 1973 <sup>[3]</sup>. Pero la subida del precio del



petróleo tuvo consecuencias terribles en la industria de la capital vizcaína y, al igual que en la economía internacional, la crisis era estructural. Ciertamente, la violenta subida del precio del petróleo redujo el margen de ganancia de las inversiones y las empresas impulsaron el aumento de precios para hacer frente a la pérdida de beneficios. Eso supuso una serie de consecuencias interrelacionadas, expuestas aquí brevemente <sup>[4]</sup>: al bajar las tasas de ganancia, las empresas redujeron las inversiones y la industria decreció, y, por tanto, también descendió la actividad de las empresas de transporte, pues el movimiento de mercancías y bienes se redujo; así, sucedió una bajada de los sueldos reales que redujo la demanda, que a su vez supuso la pérdida de la industria de los productos de consumo.

La crisis fue el comienzo del declive del Bilbao industrial. Grandes zonas industriales habían sido construidas a orillas del Nervión, que se extendían desde Abandoibarra de Bilbao hasta la Margen Izquierda y Erandio. Esas ocupaban amplias hectáreas, que moldearon y distorsionaron el tejido urbano: la burguesía creó un espacio a su medida, construyendo extensos núcleos industriales. Los astilleros, las fábricas de siderurgia y los talleres químicos ocupaban esas zonas industriales, y, en consecuencia, la producción de la ciudad estaba muy especializada. Respecto a la industria de Hego Euskal Herria, los sectores principales eran la industria siderúrgica y la química -en 1969 el 59 % de la producción de Bizkaia eran productos de metal, y el 13 %, en cambio, químicos <sup>[5]</sup>. La producción tenía un bajo nivel de diversificación, y, por consiguiente, las ciudades como Bilbao -Hamburgo, Glasgow o Rotterdam- fueron muy sensibles tanto a la subida del precio del petróleo como a la competencia externa.



## **Se estaba imponiendo la nueva división internacional del trabajo, en la que los países desarrollados eran impulsores de una industria basada en la tecnología punta o la máquina herramienta. Sin embargo, el Gran Bilbao tuvo grandes dificultades para adecuarse a la nueva división del trabajo**

Así, desde el golpe de la crisis y a partir de 1974, la tasa de ganancia disminuyó sin cesar hasta el año 1985. A lo largo de ese tiempo la demanda se redujo, y, por si fuera poco, la competitividad –que con la apertura de la economía del Estado se convirtió en global– aumentó. Además, mientras que en los países desarrollados que en la década de los 70 no se había extendido la competitividad se daba la «aceleración de los cambios tecnológicos»<sup>[6]</sup>; la economía vizcaína se basaba en una tecnología bastante estandarizada, y sumada la dificultad para impulsar la inversión y las innovaciones en tiempos de crisis –debido a los bajos beneficios– no tuvo capacidad para generar nuevas actividades productivas. Se estaba imponiendo la nueva división internacional del trabajo, en la que los países desarrollados eran impulsores de una industria basada en la tecnología punta o la máquina herramienta. Sin embargo, el Gran Bilbao tuvo grandes dificultades para adecuarse a la nueva división del trabajo. Por un lado, porque no podía hacerle frente a la competencia del este y, por otro lado, porque la falta de inversión y la tasa decreciente de ganancia ahogaron los intentos de remodelar la industria.

En ese sentido, es necesario remarcar la influencia que tuvieron los Pactos de la Moncloa de 1977 en la economía y en el rumbo del Gran Bilbao, así como en la normativa del mercado laboral. El principal objetivo económico a corto plazo que tenían los acuerdos era hacer frente a la inflación y aumentar la tasa de ganancia, impulsando la bajada de los sueldos reales. Además, esos acuerdos buscaban la apertura del Estado español, para dar fin al cierre internacional de la era franquista y, por otro lado, para adaptarse a la nueva división internacional del trabajo que hemos mencionado. Además de eso, el turismo tomaría un gran volumen en la economía española, respondiendo a la división del trabajo a nivel europeo. Por si fuera poco, cambiaron las condiciones del mercado de trabajo –se abarataron los despidos, los contratos parciales fueron permitidos... en pocas palabras, se redujo el coste de la mano de obra–, y a partir de 1982 se impulsaron políticas para la reconversión industrial, que fueron aplicadas a trabajadores como los del astillero Euskalduna –indemnizaciones, jubilaciones anticipadas, reducción de la cantidad de trabajadores, despidos, etcétera–.

En ese contexto, durante los próximos años se activaron las conocidas luchas sindicales, como las protestas contra el cierre de las fábricas Euskalduna, Altos Hornos de Vizcaya o Explosivos Río Tinto. Además de esas movilizaciones, en la década de los 70 se llevaron a cabo muchas otras huelgas y protestas: el 5 de noviembre de 1977 ocho sindicatos se manifestaron contra el desempleo, así como contra los Pactos de la Moncloa; los trabajadores de Bizkaia organizaron una huelga general en apoyo a los trabajadores de Babcock Wilcox, y el 11 de diciembre de 1979, contra el Estatuto de los Trabajadores. Se sumaron la crisis y el cambio de régimen; el Gran Bilbao industrial y el final del franquismo coincidieron, y las luchas de los trabajadores llenaron las calles.

Pero, aunque las luchas de los trabajadores hicieran frente a los despidos y al cierre de fábricas, en la década de los 80 se vaciaron y abandonaron diversas zonas industriales. El proceso de desindustrialización avanzó y, por lo tanto, la vieja industria dejó una ciudad gris, sucia, estropeada y marginada. Las fábricas, minas y astilleros sólo dejaron residuos y contaminación a orillas del Nervión, como cantó Eskorbuto: de Santurce a Bilbao, había una gran nube sucia y se veían las fachadas llenas de mierda. El paisaje decadente y sombrío era el reflejo de la realidad que vivían los punkis de Santurtzi, la expresión de la crudeza de las vidas de los jóvenes de la época. La cifra de jóvenes desempleados en la década de los 80 era impresionante. En la Comunidad Autónoma Vasca (CAV) [7], la tasa de desempleo de los menores de 20 años subió del 18,6 % al 71 % entre 1976 y 1982, y la cifra de aquellos entre los 20-24 años, subió del 6,6 % al 43,7 % en el mismo periodo de tiempo [5]. Así, pese a no haber datos específicos de la tasa de desempleo de los jóvenes de la Margen Izquierda, podemos creer que la tasa sería aún mayor. Las zonas industriales y los puertos más grandes estaban en la Margen Izquierda y el nivel de diversificación económica era muy bajo en esos barrios obreros, es decir, la mayoría de los jóvenes de la comarca trabajaban en la industria. La frustración se establecía sobre la juventud. La crisis era profunda y el futuro en la ciudad industrial era más oscuro que el cielo. El estribillo del lema «No future» de los Sex Pistols se hacía eco en el Gran Bilbao: «¿dónde está el porvenir que forjaron nuestros viejos?» [8].



El paisaje urbanístico del Gran Bilbao estaba dominado por las zonas industriales: en 1991, 158 zonas degradadas ocupaban 150 hectáreas en la capital y otras 300 hectáreas eran fábricas que estaban en proceso de cierre, la mayoría propiedad de la empresa siderúrgica Altos Hornos de Vizcaya. Además, amplias zonas alrededor de la ciudad –3.500 hectáreas– habían quedado afectadas por las explotaciones mineras. La situación no varió demasiado en los próximos años y a finales de la década de los 90 las fábricas y puertos al borde del derrumbe tomaban 330 hectáreas del Gran Bilbao. Esas zonas representaban el 72 % de las zonas industriales abandonadas de la CAV. La situación de la Margen Izquierda era deplorable: dos tercios de todo el terreno calificado de la comarca eran puertos, minas y zonas industriales deterioradas [9].



## Aunque las luchas de los trabajadores hicieran frente a los despidos y al cierre de fábricas, en la década de los 80 se vaciaron y abandonaron diversas zonas industriales





**Un urbanismo basado en proyectos: «el tratamiento fraccionario, por partes de ciudad, que había sucedido a las visiones holísticas, se extrema en tratamiento por elementos cada vez menores» y, por tanto, se toma una tendencia que «rechaza la visión holística», es decir, que no pretende llevar a cabo planes globales o totalmente integrados**

### TOUGH CITY: CAPRICHOS DEL POSTMODERNISMO

Esa ciudad estropeada fue denominada *tough city* por el arquitecto Gehry, quien diseñaría el proyecto más importante del cambio urbanístico de Bilbao: el museo Guggenheim. El edificio representó el modelo, símbolo y punto de inflexión de la transformación urbanística en 1977, año de su apertura. Sin embargo, los planes de renovación de la ciudad habían empezado antes. Las instituciones comenzaron a diseñar planes de renovación a finales de la década de los 80, de forma tardía en comparación con otras ciudades desindustrializadas (como Glasgow o Rotterdam). En 1988 se puso en marcha *Perspectivas 2005*, con el objetivo de impulsar la «revitalización económica» del Bilbao metropolitano <sup>[10]</sup>. El proyecto consideró especialmente necesaria la revitalización del espacio metropolitano para impulsar el crecimiento económico local y, para ello, a nivel institucional se puso en marcha el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU), así como la plataforma público-privada Metropoli-30. Entre los miembros de la asociación podemos encontrar a las instituciones públicas, Petronor, Iberdrola, la UPV o El Correo. Además, la sociedad anónima Bilbao Ría 2000 se encargó de la nueva urbanización del entorno de la ría, poniendo en marcha diferentes proyectos: el tranvía, la Alhóndiga Bilbao, el Hotel Meliá, las nuevas urbanizaciones de Abandoibarra, los puentes de la ría...

El plan PGOU estableció tres funciones: la producción, la vivienda y «la mejora de la calidad urbana y la capitalidad regional de la ciudad» <sup>[11]</sup>. Para ello, el primer paso fue renovar la infraestructura de transporte y en esa dirección comenzaron a construir el metro, en 1989. Fue el ejemplo de la nueva orientación urbanística y arquitectónica: un urbanismo basado en proyectos singulares, que tiene por objetivo cambiar la imagen de la ciudad y que está patrocinado por firmas famosas. La imagen hipertecnológica y futurista del proyecto, transparente y totalmente desarraigada, fue la huella del Bilbao del futuro. Junto con el metro, en el año 1995 comenzaron las obras del nuevo aeropuerto de Calatrava, que siguieron un patrón similar, pues el diseño priorizó la forma a la practicidad y la calidad, como todas las obras del arquitecto valenciano. El aeropuerto buscaba la apariencia de «higiene, sostenibilidad, ciencia y tecnología del siglo XXI» <sup>[12]</sup>. Del mismo modo, se derruyeron los puertos de Bilbao y se trasladaron a la Margen Izquierda, ya que resultaba importante liberar terreno. Con ese objetivo las instituciones públicas invirtieron 630 millones de euros entre 1989 y 2005 y vaciaron 10 hectáreas en total. A finales del milenio se dotó a la ciudad de nueva infraestructura y se establecieron las condiciones que permitirían la renovación urbanística de la zona de Abandoibarra.

De esa manera, los proyectos de infraestructura anunciaron en los últimos años de la década de los 80 qué tendencia adoptaría el urbanismo que se generalizaría en Bilbao a partir de la década de los 90. Un urbanismo basado en proyectos: «el tratamiento fraccionario, por partes de ciudad, que había sucedido a las visiones holísticas, se extrema en tratamiento por elementos cada vez menores» <sup>[13]</sup> y, por tanto, se toma una tendencia que «rechaza la visión holística», es decir, que no pretende llevar a cabo planes globales o totalmente integrados <sup>[14]</sup>.

El proyecto principal de ese nuevo urbanismo fue el museo Guggenheim, símbolo internacional de la ciudad. El proyecto del museo que *lo puso en el mapa* fue impulsado por el gobierno de la CAV en 1991, junto con la fundación Guggenheim y la Diputación Foral de Bizkaia. El Gobierno Vasco estaba en busca del macroproyecto que fuera capaz de convertirse en la marca de la transformación de la ciudad y de atraer al turismo. Así, el director de la fundación, Thomans Krens, encontró las instituciones que estarían dispuestas a financiar todo un nuevo museo; en total, se realizó una inversión de 144 millones de euros. Los trabajos empezaron en 1993 y el museo del arquitecto Gehry abrió en 1997. El gigante de titanio sigue los principios de la arquitectura *blob* y biomórfica: es un tipo de arquitectura caracterizado por formas orgánicas, círculos y curvas, formas florales –desde la vista cenital el museo tiene forma de rosa–, mosaicos, uso de metal y cristal y, en general, la imitación de la naturaleza.

A pesar de distanciarse mucho de los objetivos de Gehry, el museo Guggenheim sigue esos principios de imitación de la naturaleza o de las formas orgánicas. Sin embargo, según el arquitecto, las curvas y los materiales del museo quieren imitar la forma de los astilleros y las fábricas. El titanio y la piedra caliza pretendían representar la imagen de *tough city* de Bilbao. Es decir, su objetivo era reflejar la dureza y la fealdad de la ciudad, junto con las consecuencias de la desindustrialización. Ese es el rasgo distintivo de la praxis de la arquitectura postmoderna: aunque se trata de dos edificios casi indistinguibles entre sí, en el Walt Disney Concert Hall de Los Ángeles la arquitectura de Gehry imita la naturaleza, mientras que en Bilbao parece representar las consecuencias de la desindustrialización. Los vínculos con la realidad y la historia de la ciudad se generan posteriormente a la creación de la obra, vendiendo sin ningún tipo de vergüenza el estilo hipertecnológico y desarraigado como arquitectura local modernizadora.

De todas maneras, el museo Guggenheim es una de las expresiones principales de la arquitectura deconstructivista. Ese estilo, caracterizado por la oposición a la racionalidad y la simetría, tomó fuerza en la década de 1980. Pero más allá de la forma y el estilo, Gehry representa una de las principales corrientes postmodernistas, que desarrollarían los arquitectos Zaha Hadid o Eisenman a partir del 1988 <sup>[15]</sup>. Son los arquitectos que realizaron la «proyección espacial» <sup>[16]</sup> de la sociedad postindustrial y de las teorías del fin de la historia. Rompen por completo con los objetivos urbanísticos modernos y funcionalistas: la arquitectura funcionalista es racional, eficaz, carece de ornamentos y lujos y pretende organizar la vida. El arquitecto modernista se consideraba a sí mismo «reformador social», la vanguardia del desarrollo. Sin embargo, el arquitecto Venturi –el primer impulsor de la arquitectura postmodernista, autor del libro *Aprendiendo de Las Vegas* (*Learning from Las Vegas*)– rechazó esa idea y declaró que «como actividad artística, la tarea de la arquitectura era la de representar aquello que veía y no empeñarse en transformarlo». En efecto, para Venturi la arquitectura es un lenguaje artístico y, para él, la esfera del arte se sitúa fuera de los procesos sociales. Es decir, era partidario del arte sin objetivo, de hacer arte por hacer arte.



**Este estilo busca ser el reflejo de la realidad, no como metáfora crítica, sino como pura imitación de lo existente**

Por lo tanto, el deconstructivismo pretendía dejar de lado el proyecto moderno y deshacer las certezas e identidades de la modernidad. Para eso, negaba los conceptos universales y el pensamiento racional, constituyendo con esas críticas el reflejo del capitalismo fraccionador y polarizador, así como el de una época marcada por la ausencia de referentes. En consecuencia, la arquitectura deconstructivista pretendía reflejar la fragmentación y la incoherencia, ya que las categorías y verdades del pensamiento occidental se habían desvanecido. Es decir, este estilo busca ser el reflejo de la realidad, no como metáfora crítica, sino como pura imitación de lo existente.

En los tiempos de la victoria del capitalismo y las teorías sobre el fin de la historia, el posmodernismo enterraba los proyectos que pretendían transformar la realidad. Así, la arquitectura no debía discutir «lo que la rodeaba»<sup>[17]</sup>, es decir, la realidad social no era su responsabilidad. Y como el único objetivo era el desarrollo de la forma artística de la arquitectura, «era mejor entregarse a la forma artística de la arquitectura y encauzarla hacia los fines comerciales que la sociedad posindustrial perseguía. El consumo, y no la producción, debía ser el centro sobre el que se expresase la forma de la ciudad». De este modo, las obras monumentalistas de los mencionados arquitectos deconstructivistas suelen constituir espacios especiales que han sido construidos para la cultura o el consumo. Más que la utilidad o la belleza de los espacios de los deconstructivistas, para los políticos, instituciones, arquitectos y urbanistas lo subrayable es la imagen, la marca que introducen los edificios. Lo que se valora es la capacidad de «poner en el mapa» la ciudad, es decir, la capacidad de atraer turistas y abrir oportunidades para la especulación. Como ha admitido el propio Eisenman, los arquitectos deconstructivistas «han convertido la arquitectura en una superficie decorativa» y este estilo «adquiere una importancia creciente en la medida en que la arquitectura se presenta cada vez más a través de imágenes fáciles de consumir por parte de un público pasivo».

**Mientras las orillas del Nervión se convierten en un parque temático –con el astillero, el puente, incluso la grúa Carola–, la transformación milagrosa de la ciudad al principio no se extendió a los barrios industriales de la clase trabajadora**

Pero la aplicación de la arquitectura deconstructivista no debería sorprender a los arquitectos estadounidenses. Las ciudades que tuvieron que adaptarse a la nueva división internacional del trabajo y hacer frente a la desindustrialización recurrieron a esos arquitectos y, en general, el objetivo principal fue el cambio de imagen de la ciudad. La transformación urbanística de Bilbao no es una excepción, donde la construcción del museo Guggenheim y la red de metro marcaron un punto de inflexión. En los próximos años serían muchas las zonas transformadas y reconstruidas, siempre sostenidas por firmas famosas: el metro y el Museo de Bellas Artes de Norman Foster, el museo Guggenheim de Frank Gehry, el aeropuerto y el puente blanco de Calatrava, la nueva Ribera de Deusto de Zaha Hadid, ahora la isla...

Mientras las orillas del Nervión se convierten en un parque temático –con el astillero, el puente, incluso la grúa Carola–, la transformación *milagrosa* de la ciudad al principio no se extendió a los barrios industriales de la clase trabajadora. En general, aunque en la década de los 90 se construyeran diversos macroproyectos, estos se caracterizaron por un modelo fragmentado –según las tendencias urbanísticas de la década de los 80–, pero también eran fraccionadores o polarizadores: en los lugares donde podía llevarse a cabo el proceso de revalorización –Abandoibarra, por ejemplo– la inversión era enorme, pero los barrios no céntricos –Otxarkoaga, San Ignacio, Errekalde...– o la Margen Izquierda no recibieron ningún cambio significativo en esos años. En pocas palabras, la polarización de la ciudad aumentó, porque por mucho que la crisis golpeará más fuertemente los barrios industriales de la Margen Izquierda que la capital, fue la segunda quien recibió la mayor inversión. En los barrios obreros, el brillo del *milagro* quedó cubierta por la oscura tormenta de la crisis. ●

REPORTAJE



## BIBLIOGRAFÍA

**[1,2]** Mattick, Paul (2012).  
*Crisis & Teoría de la crisis.*

**[3,4,5,6]** Arizkun, Alejandro;  
Franco, Helena eta Etxebarria,  
Goio (2002). *Euskal Herriko  
ekonomia eraldaketa  
sozioekonomikoa Europako  
batasuneko integrazio-prozesuan.*

**[7]** Expansión (2023).  
Datosmacro.com

**[8]** Eskorbuto (1986).  
Cerebros Destruídos.

**[9,10,11,13]** Rodriguez, Arantxa  
(2002). *Reinventar la ciudad:  
milagros y espejismos de la  
revitalización urbana en Bilbao.*

**[12]** Larrea, Andeka eta Gamarra,  
Garikoitz (2008). *Bilbao y su doble.*

**[14]** Terán, Fernando (1996).  
Evolución del Planteamiento  
Urbanístico (1846-1996).

**[15]** La exposición sobre la  
arquitectura deconstructivista  
se hizo en el museo de Arte  
Moderno de New York, en  
1988. Fue el comienzo de la  
elaboración del estilo.

**[16,17]** Agulles, Juanma (2014).  
*La tentación del vacío. Ciudad  
y arquitectura posmoderna.*

---

**Publicación**

**JULIO DE 2023**

EUSKAL HERRIA

---

**Coordinación,  
redacción y diseño  
GEDAR LANGILE  
KAZETA**

---

**Web  
GEDAR.EUS**

---

**Redes sociales  
TWITTER E  
INSTAGRAM  
@ARTEKA\_GEDAR**

---

**Contacto  
HARREMANAK@  
GEDAR.EUS**

**Suscripción  
GEDAR.EUS/  
SUSCRIPCION**

---

**Edición  
ZIRRINTA  
KOMUNIKAZIO  
ELKARTEA  
AZPEITIA**

---

**Depósito legal  
D-00398-2021**

---

**ISSN  
2792-453X**

---

**Licencia**







arteka