

MARE NOSTRUM:

**LA GEOPOLÍTICA DE LA GUERRA FREDA,
LA MEDITERRÀNIA I LES GEOGRAFIES
DEL COMPLEX MILITAR - TURÍSTIC**

JOAN BUADES BELTRAN

Eivissa, abril de 2009

MACIÀ BLÀZQUEZ SALOM, Professor titular del Departament de Ciències de la Terra de la Universitat de les Illes Balears,

INFORMA:

Que **Joan Buades Beltran**, doctorand en Ciències de la Terra, va realitzar sota la seva direcció el treball titulat "*Mare nostrum: la geopolítica de la guerra freda, la mediterrània i les geografies del complex militar – turístic*" i que presenta per obtenir el Diploma d'Estudis Avançats.

Palma de Mallorca, 22 d'abril de 2009

Macià Blàzquez Salom

AGRAÏMENTS

Diu Arundhati Roy en una frase que mai no ens deixa d'inspirar: "no pensis mai. Limita't a fer preguntes". Precisament, la present investigació va néixer d'aquesta pulsio primigènia per comprendre allò que ens ha estat contat i que no ens convenç des del punt de vista intel·lectual respecte del "miracle turístic" balear i mediterrani. Edward W. Said va llegir-nos una responsabilitat honorable alternativa al reduccionisme, el cinisme o l'estèril "mantenir-se al marge": si "les forces deshumanitzadores de la globalització, els valors neoliberals, la cobdícia econòmica (qualificada mitjançant l'eufemisme de "lliure mercat"), a més de l'ambició imperialista, estan portant a terme actualment en la nostra societat un atac al pensament mateix, per no dir a la democràcia, la igualtat i a l'ambient, l'humanista ha d'oferir alternatives avui dia silenciades o no disponibles". L'aproximació metodològica que reclamava llueix més que mai en temps de crisi del pensament i de cruïlla de civilització com les ens ha tocat viure: cal percaçar la "universalitat [fet que] significa disponibilitat a córrer riscos per superar les certeses fàcils derivades de la formació, la llengua i la nacionalitat". Volem pensar que traces d'això podran ser reconegudes en aquest treball.

Aquests agraïments quedarien coixos si no féssim memòria de les persones que fan part del Grup d'Investigació sobre Sostenibilitat i Territori de la Universitat de les Illes Balears. En especial, dels professors Macià Blàzquez (el director de recerca d'aquest treball), Onofre Rullan i Ivan Murray. Gràcies a l'oportunitat que ens brindaren fa dos anys, venint com veníem de la recerca extramurs de l'acadèmia i recolzada solament en l'autodidactisme voluntariós, hem pogut gaudir d'un clima intel·lectual i amistós propici al contrast fructífer d'idees i reflexions així com al treball cooperatiu. Un autèntic regal en un context, dins i fora de la Universitat, on la investigació independent segueix sent una "rara avis". No cal dir que, malgrat el seu suport i aportacions crítiques, els errors i insuficiències que pugui contenir aquesta memòria corren, exclusivament, a càrrec de l'autor signant.

Í NDEX

1. OBJECTIUS.....	5
2. INTRODUCCIÓ.....	7
3. MARC TEÒRIC I INVESTIGADOR: ESTAT DE LA QÜESTIÓ.....	15
4. ESTRATÈGIA METODOLÒGICA.....	24
5. UN CAPÍTOL: “Mare nostrum: la geopolítica de la guerra freda, la mediterrània i les geografies del complex militar – turístic”	27
5.1 <i>Intervencionisme i Guerra Freda: el rastre econòmic.....</i>	<i>29</i>
5.2 <i>Turisme de masses per a major glòria de la civilització.....</i>	<i>36</i>
5.3 <i>Triar o ser triat? El diktat turístic.....</i>	<i>45</i>
5.4 <i>França: l'autopista gaullista a turisme i l'americanització.....</i>	<i>47</i>
5.5 <i>Els dòlars turístics nodreixen la dictadura espanyola.....</i>	<i>49</i>
5.6 <i>Iugoslàvia, ajuda turística al socialisme.....</i>	<i>55</i>
5.7 <i>Grècia i Turquia, colònies hoteleres a la frontera oriental.....</i>	<i>59</i>
5.8 <i>Conclusió: el turisme, un banc de proves per al “Règim” de la Globalització?.....</i>	<i>64</i>
6. CONCLUSIONS DE CARA A LA TESI.....	69
7. REFERÈNCIES.....	73

1 OBJECTIUS

El treball present pretén endegar les bases d'un projecte de recerca que permeti fer balanç del darrer mig segle d'industrialització turística a la Mediterrània des d'una aproximació regional, transfronterera, i atenta a les seves connexions amb la geografia i l'economia política internacionals que l'han condicionat, especialment des de l'exterior. La utilitat d'aquesta nova mirada de la Mediterrània moderna és evident, ja que, des de meitat dels anys 50 del segle passat, la conca s'ha erigit en la principal destinació turística del Planeta, protagonitzant una història econòmica d'èxit que dura fins avui. Malgrat això, i d'aquí l'objectiu primordial de la nostra aportació, no existeix encara una resposta convincent de per què el *Mare Nostrum* s'hauria convertit en el paradís vacacional per excel·lència del turisme mundial des de meitat del segle passat i tampoc no sabem quins factors han influït decisivament perquè 50 anys després segueixi sent la principal destinació turística global.

Endemés, l'àmbit d'estudi coincideix amb el d'una regió rica en història però que, aparentment, ha cessat d'interessar com a tal a les humanitats, coincidint, precisament, amb la primera onada turistitzadora de la Mediterrània després de la Segona Guerra Mundial. La radicalitat d'aquesta desaparició de la Mediterrània com a escala d'estudi va encara més enllà, car ni tan sols hi ha una explicació país a país de com s'ha originat i com ha anat evolucionant l'economia turística: sovint, la interpretació recolza, sempre des de la perspectiva local i entotsolada, en prejudicis naturalistes o de *destinació manifesta*, totalment allunyats del que ha de caracteritzar un enfocament científic.

Tercerament, caldrà parar atenció a la revisió del discretíssim paper jugat pels serveis i el turisme en particular dins la recerca econòmica puntera a nivell mundial. Una de les paradoxes més sorolloses que caracteritzen el turisme internacional la constitueix la seva irrellevància o marginalitat com a subjecte teòric mentre s'anava afirmant, cada cop més veloçment, com una economia emergent de primer ordre en amples regions del planeta, la primera de les quals la pròpia Mediterrània. Seguir les traces d'aquesta contradicció pot ajudar a entendre una part de l'atractiu del turisme per al capitalisme global, interessat sempre en la discreció i la rendibilitat sense traves.

Aquests objectius de fons, que requeriran una recerca que va molt més enllà del treball que ara presentem, tenen en el projecte present aquesta primera concreció:

- Recopilar les fonts primàries de coneixement de la història i la realitat dels fluxos i la indústria turística de cada un dels estats riberecs.
- Identificar els factors catalitzadors de la primera industrialització turística a la Conca (la dècada dels 50 fins a finals de la dels 60), posant l'èmfasi en els de caràcter extern relacionats amb l'economia i la geopolítica durant la Guerra Freda.
- Explorar les relacions entre el desplegament inicial de la indústria turística a la Mediterrània i el procés de globalització capitalista, especialment pel que fa a la creació d'oportunitats de negoci sostretes a la regulació estatal i democràtica.
- Reivindicar l'escala mediterrània com a àmbit d'estudi d'interès actual per a les ciències socials (per a la geografia, particularment), més enllà dels contorns difusos dels seus límits físics i la seva permanent diversitat interna.

2 INTRODUCCIÓ

La Mediterrània és una denominació geogràfica que ha fet fortuna al llarg de la història però que, aparentment, va deixar d'interessar les ciències socials a la segona meitat del segle XX, coincidint amb la publicació de les dues primeres edicions de la monumental obra de Braudel, *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II* (1949 i 1966) (Horden i Purcell, 2000, pp. 39-43). Al marge de l'antropologia social, semblaria com si la "Mediterrània" hagués quedat confinada a un estadi històric i geogràfic periclitat i que no pagués la pena de fer-ne recerca en termes de, per exemple, geografia econòmica contemporània. La consolidació de paradigmes geogràfics amb denominacions com "Europa", "Àfrica", el "Magrib" o el "Proper Orient" haurien esborrat tota traça d'estudis geogràfics de conjunt sobre la conca, en el benentès que les poblacions que hi viuen haurien deixat d'identificar-se amb les cultures i formes de vida secularment compartides per adscriure's a les noves identitats modernes citades.

De fet, el terme "Mediterrània" gaudeix de molt més espai a la recerca en l'àmbit de les ciències naturals, des de les quals, fins i tot se n'ha proposat recentment una tematització renovada, a partir del principi de la seva pluralitat biofísica en el Planeta. Així, Ramon Folch ha argumentat que entre els biomes terrestres més precaris, a part dels deserts i sabanes, hi ha el de les anomenades "mediterrànies" (1993, pp. 37-39). Les mediterrànies del món constitueixen un dels biomes més petits de la biosfera emergida: un 1,2% de la superfície del planeta. A més, estan repartides per tots els continents en zones disjunctes situades entre els 30 i 40° de latitud tant a l'hemisferi Nord com al Sud, a saber: bona part de la Califòrnia litoral, el Xile central, l'extrem meridional i occidental de Sud-Àfrica, el sud-oest i el sud d' Austràlia així com, òbviamment, la conca mediterrània que s'estén al voltant d'aquesta mar en terres africanes, asiàtiques i europees. La característica clau del bioma és gaudir d'un règim molt irregular de pluges, que atenyen valors anuals mitjans d'entre 500 i 700 l/m², enmig d'un règim tèrmic temperat (d'entre 15-20°, normalment), que permet un cicle anual de quatre estacions prou contrastades. Malgrat aquesta esquifidesa territorial, l'àrea objecte d'aquest treball, la Mediterrània *clàssica*, albergava el 2005 uns 485 milions d'habitants humans si comptem la població dels estats riberencs i uns 143

milions l'any 2000 si reduïm l'impacte demogràfic a les regions purament costaneres. Traduït, un considerable 7,8% de la població humana viu al hinterland mediterrani per antonomàsia (la tercera part del qual n'és habitant costaner). La progressió respecte al 1950, quan va deixar d'interessar com a conjunt geogràfic, es revela colossal: aleshores vivien a l'àrea a penes 250 milions de persones (Vanguardia Dossier, 2005, p. 14). La conca mediterrània clàssica presenta, a més, una creixent fragmentació política, ja que acull actualment 25 estats (Espanya, França, Mònaco, Itàlia, Malta, Eslovènia, Croàcia, Bòsnia-Herzegovina, Sèrbia, Montenegro, Albània, Macedònia, Grècia, Turquia, Xipre, Síria, el Líban, Palestina, Israel, Palestina, Egipte, Líbia, Tunísia, Algèria i el Marroc). Fa mig segle eren a penes 12, ja que el Magrib seguia en mans franceses, Xipre i Malta eren colònies britàniques i Iugoslàvia ajuntava encara un puzzle de pobles.

Un dels fenòmens que han marcat decisivament la fesomia actual de la regió el constitueix la seva turistització. De fet, la Mediterrània protagonitza la història d'èxit més notable d'aquesta jove indústria durant el segle XX. Tant és així, que des dels anys 50 la regió va convertir-se la regió vacacional preferida del Planeta i, encara avui, segueix sent el principal focus d'atracció turística. Malgrat que no hi ha estadístiques específiques fiables, el cert és que una part substancial dels 25 milions de turistes que el 1950 travessaren fronteres estatals van fer vacances a la conca, especialment a les costes franceses i italianes. El 2007, hom calculava que la regió seguia sent, de llarg, la primera àrea turística del món, ja que rebia més de la quarta part del turisme internacional, amb uns 250 milions de visitants sobre els 908 milions a escala global.

QUADRE DE SITUACIÓ DELS ESTATS MEDITERRANIS (2007)

	Turistes internacionals (en milions)	Població (en milions)	Ràtio turistes/habs.	Posició a l'IDH
França¹	76.1 (30.4)	61.0	1.24	10

¹ Donades les seves grans dimensions a diferents vessants d'Europa, considerem adient acotar les xifres al pes que representen els cinc departaments francesos (de 22) de clara orientació mediterrània, a saber i per ordre d'importància, Provence-Côte d'Azur-Alpes, Languedoc-Roussillon, Rhône-Alpes, Corse i els Midi-Pyrénées. El 2005 copaven el 29,5% de les estades en hotels de turistes internacionals a França (el 49,1% de tot el turisme estival). Ponderant la

Espanya	55.5	43.4	1.27	13
Itàlia	36.5	58.6	0.62	20
Turquia	20.2	73.0	0.27	84
Grècia	14.2	11.1	1.27	24
Croàcia	8.4	4.6	1.82	47
Egipte	8.2	72.9	0.11	112
Tunísia	6.3	10.1	0.62	91
Marroc	5.8	30.5	0.19	126
Síria	3.3	18.9	0.17	108
Xipre	2.4	0.8	3.00	28
Andorra	2.4	0.06	40.00	n.d.
Israel	1.9	6.2	0.30	23
Eslovènia	1.5	2.0	0.75	27
Algèria	1.4	32.9	0.04	104
Malta	1.1	0.4	2.75	34
Líban	1.1	4.0	0.27	88
Sèrbia/Montenegro	0.7	10.5	0.06	n.d.
Mònaco	0.2	0.03	6.66	n.d.
Bòsnia-Hercegovina	0.2	3.9	0.005	66
Macedònia	0.1	2.0	0.05	69
Palestina	0.08	3.8	0.02	106
Albània	0.04	3.2	0.01	68
Líbia	s.d.	5.9	n.d.	56
Total	247.6 (217.2)	459,4	0.53	-

Fonts: World Tourism Organization, 2005 ; Institut Europeu de la Mediterrània, 2008.

importància de l'allotjament extrahoteler situat al vessant mediterrani del país, podríem deduir que el seu pes relatiu deu suposar prop del 40% del turisme internacional total envers França, és a dir, uns 30 milions de visitants per al 2005 (Ministère du Tourisme, 2006).

Com veiem en el quadre, no hi ha una correlació evident entre el grau de turistització i l'índex de desenvolupament humà, sinó que ens trobem estats amb un fort nivell de visitants internacionals amb un IDH prou baix (com ara Turquia, Egipte, Croàcia o el Marroc) mentre que, d'altres, tenen una situació més favorable a pesar del poc pes del turisme en les seves economies (cas de Líbia, Albània o Macedònia).

Aquesta continuïtat de la conca mediterrània en el lideratge turístic internacional s'ha operat enmig de notables transformacions de la geografia econòmica regional. En començar el boom turístic després de la Segona Guerra Mundial, a meitat dels anys 50, el mapa de les destinacions turístiques era molt esquifit. A penes tres estats de la Mediterrània nord-occidental (Itàlia, França i Espanya) copaven més del 90% del turisme internacional que freqüentava la conca.

TURISTES INTERNACIONALS A LA MEDITERRÀNIA (1955)

	Visites internacionals (en milions)
Itàlia	10.78
França	4.01
Espanya	2.52
Iugoslàvia	0.48
Egipte	0.40
Líban	0.17
Marroc	0.15
Turquia	0.07
Tunísia	0.06
Israel	0.04
Xipre	0.03
Altres	0.02
Total	18.93

Font: (Fernández Fuster, 1991, p. 596).

A la dècada present, la seva quota s'ha vist remarcablement reduïda fins al 66% del total, malgrat l'important augment quantitatiu de turistes que han seguit experimentant aquests tres estats al llarg d'aquest mig segle. Al seu costat, han aparegut noves potències turístiques, com ara Turquia, Grècia, Croàcia, Egipte, Tunísia o el Marroc, amb una clara vocació de creixement en termes d'industrialització turística.

Existeix una abundant literatura sobre la instauració del turisme de masses a Europa i Espanya així com de la seva evolució regional i local, que ressenyem somerament a la bibliografia. En la majoria d'aquestes aportacions, és possible detectar tres etapes històriques que constitueixen un obligat punt de partida a l'hora d'endegar una avaluació de conjunt des de la perspectiva geogràfica:

1. El descobriment de la Mediterrània per a la indústria turística es va produir en el període d'entreguerres i, de fet, les primeres destinacions de moda de l'època (la riviera italiana, la costa blava francesa, la costa brava catalana, Mallorca,...) es posen de moda precisament entre el 1918 i el 1939. El seu zenit va produir-se just abans del crack del 1929 per a les dues primeres mentre que Mallorca apareix com a nova "perifèria del plaer" (Turner i Ash, 1991: pp. 87-166) durant el primer lustre dels 30. Aquesta prometedora embranzida quedarà estroncada d'arrel amb la guerra espanyola i, just després, amb la segona gran guerra. Som a l'època "pionera", exploratòria i amb un desenvolupament encara irregular, incipient i a petita escala.
2. La "represa" a partir dels anys 50, un cop superada la Segona Guerra Mundial, d'un important corrent turístic vers la regió, per bé que amb un caràcter i unes dimensions radicalment noves, i que tindrà a Itàlia, França i Espanya (ben destacadament a Mallorca i Eivissa) els seus jaciments més importants. Podem parlar-ne com de l'etapa de la "colonització turística" per part dels touoperadors nòrdics, que construeixen mercats vacacionals de manera industrial perfectament acoblats a les necessitats de la *Realpolitik* en cada moment, com esbossarem en el capítol que constitueix el nucli d'aquesta memòria (vegi's capítol 5).
3. La "globalització" de la indústria turística mediterrània, molt marcadament a partir dels anys 90, com a producte aparent de

la seva maduració. A resultes del seu “saber fer” experimentat a casa, les empreses transnacionals punteres amb origen en aquestes destinacions han adquirit un extraordinari pes en l’oferta mundial, com ara les franceses Accor, Groupe du Louvre² i Club Mediterranée³ (situades en els llocs 5, 19 i 34 del prestigiós rànquing de les primeres 300 corporacions turístiques mundials de la revista “Hotels Magazine”⁴) o les espanyoles Sol Meliá, NH, Barceló, Riu, Iberostar (nombre 15, 21, 24, 27 i 31 respectivament)⁵. Crida l’atenció la manca d’existència d’ETN turístiques italianes rellevants, malgrat el seu pes en el conjunt de l’oferta de la Conca⁶. La fase actual constitueix el revers de l’anterior: de la colonització es passa a un imperialisme sense fronteres.

Cal parar esment que aquest nou imperialisme turístic té una doble projecció, alhora exterior i interior. Cap a l’exterior, l’imperialisme de les ETN de matriu mediterrània (bàsicament espanyoles i franceses) té els seus principals focus de negoci en el Carib i Amèrica Llatina, Nord-amèrica i Àsia oriental-Pacífic. Per la intensitat de concentració, les regions més afectades són el Carib i Mèxic així com els EUA, localització especialment cobejada perquè comporta l’accés al principal mercat global. Altres regions del globus, com ara una Àfrica que pateix els pitjors índexs de desenvolupament humà del Planeta tenen una presència testimonial de les ETN hispanes i franceses, si n’exceptuem el front nord mediterrani, tant al Magrib (el Marroc i Tunísia) com Egipte. Precisament, és la pròpia conca una de les principals àrees d’expansió de les ETN mediterrànies. A part del

² Malgrat l’adreça gal·la, en realitat el Groupe du Louvre pertany des del 2005 a l’Starwood Capital Group, societat d’inversió nord-americana que controla la vuitena ETN turística mundial: l’Starwood Hotels i Resorts Worldwide [www.starwoodcapital.com/hotel.html].

³ El Club Mediterranée està participat per Accor des de l’any 2004, encara que el seu paquet d’accions ha anat reduint-se del 28.9% al 6% [www.reuters.com, 12 de març de 2008].

⁴ Vegi’s www.hotelsmag.com/article/CA6575623.html.

⁵ Noti’s l’origen destacadament balear de totes elles, tret d’NH, amb domicili fiscal oficial a Madrid.

⁶ Segons el rànquing esmentat, el primer grup turístic italià ocuparia el lloc 131 (Atahotels, amb seu a Milà) i només hi figuraria un altre (Starhotels, de Florència, en el lloc 206) entre les 300 primeres corporacions del ram.

Magrib i Egipte, hi destaquen el mercat turc així com els importantíssims interessos al litoral adriàtic (a Croàcia i Eslovènia, però també a la pròpia Itàlia), als estats insulars de Malta i Xipre a la part oriental així com l'oferta litoral al hinterland de la Mar Negra (a Bulgària i Romania). L'entrada, ben rellevant, en aquestes àrees ha tingut molt a veure amb el canvi de condicions polítiques i econòmiques als Balcans (relacionats amb la desaparició del comunisme soviètic i l'oportunitat que brindava l'allau de processos de privatitzacions en el sector) així com el recurs al turisme com a "passaport al desenvolupament" per part de bona part dels règims del litoral sud i del llevant mediterrani (des de les dictadures prooccidentals marroquina i tunisiana a la democràcia turca).

Aquest biaix cap a l'exterior de les ETN punteres mediterrànies pot emmirallar-se en el balanç de la distribució geogràfica de l'oferta espanyola en el món, a partir de les "Set Grans" existents a finals del 2006 (Sol Meliá, NH, Riu, Barceló, Iberostar, Occidental, Husa i Fiesta):

Oferta hotelera de les principals ETN espanyoles

Total hotels en el món	Hotels fora d'Espanya	
1.219	553	223 Carib, Mèxic i EUA
		140 Capitals europees
		100 Mediterrània

Font: (Buades, 2006, pp. 62-64).

No hi ha dubte que la industrialització turística constitueix un dels fils argumentals majors per explicar la geografia moderna de la Mediterrània. Al llarg del darrer mig segle, una part cada cop més important de les societats riberenques han sofert una metamorfosi radical a remolc de l'aposta pel turisme, mentre que hom pot dir que la resta (en àrees com Algèria, Líbia, el Líban o Israel) han intentat, amb sort diversa segons les vicissituds històriques, sumar-s'hi i constitueixen avui un important potencial de reserva per a l'expansió de la primera indústria del món en tota l'àrea. Ara bé, des del punt de vista de la recerca, resulta sorprenent la manca de coneixement i anàlisi de per què la Mediterrània ha pogut constituir

ininterropudament la primera platja del món, mancada com estava ahir i avui d'estats i xarxes supranacionals fortes. Més encara, tampoc no tenim respostes convincents sobre la interrelació entre turistització i benestar comunitari a la Conca. Sense oblidar l'ombra de la sospita que no pot explicar-se l'economia del turisme a la Mediterrània si no parem esment a les grans línies mestres que han conformat el món d'avui, com ara els canvis en l'estructura econòmica internacional, en la geopolítica i en el models de control social i de consum experimentats al llarg de la segona meitat del segle XX. Assajar de començar a respondre aquestes qüestions serà, precisament, el nostre propòsit.

3 EL MARC TEÒRIC I INVESTIGADOR: ESTAT DE LA QÜESTIÓ

A l'hora de contextualitzar la recerca, considerarem quatre dimensions prèvies, al nostre parer claus per copsar el buit que pretén cobrir la línia d'investigació que hem endegat. Anant de menys a més complexes, es tracta d'esbossar, a grans trets, les qüestions següents:

1. Què sabem de la història i la geografia del turisme, tant a nivell general com a escala mediterrània?
2. Quines són les principals fonts d'informació sobre la geohistòria turística dels estats mediterranis, considerats aïlladament?
3. Fins a on quin punt s'ha reflectit el pes del turisme dins la història econòmica, tant de serveis com industrial, tenint en compte el seu pes, sovint hegemònic, dins les economies mediterrànies?
4. Com han vist el turisme les diferents teories sobre el desenvolupament, tenint en compte l'èxit propagandístic de la fórmula "el turisme com a passaport al desenvolupament"?

D'entrada, resulta sorprenent la relativa escassetat d'històries generals sobre el turisme de masses. A pesar de l'allau d'articles, papers i revistes dedicades a analitzar el passat i present de la indústria, es tracta d'un sector econòmic que ha merescut una atenció molt migrada des del punt de vista global. A hores d'ara a penes disposem d'unes poques eines, les quals, endemés, supleixen amb síntesis que busquen la "narrativitat" o amb l'acumulació de dades la manca d'explicació en termes d'economia política internacional de per què del turisme de masses ha esdevingut la primera economia sectorial del món en un context d'hegemonia del capitalisme neoliberal (Mundt, 2004: pp. 1-15; Hazbun, 2008, pp. XVII-XX). En la primera orientació, podem destacar:

Boyer, M. (1999), *Histoire du tourisme de masse*. París: PUF.

Boyer, M. (2005), *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle*. París, L'Harmattan.

Krippendorf, J. (1986). *Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen*. Munic : DTV.

Löfgren, O. (1999), *On Holiday. A History of Vacationing*. Berkeley: University of California Press.

En el segon cas, destaquen encara les aportacions monumentals de

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

----- (1991b), *Geografía general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.

En un altre nivell, trobem diferents aportacions que pretenen enquadrar la història del turisme modern en el seu context de l'estructura política i econòmica internacionals. Dos assajos particularment incisius i escrits en dues dècades diferents en fan llum:

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

Turner, L. i Ash, J. (1991) [1975], *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.

Si parem esment a quina recerca de conjunt s'ha publicat sobre el fet turístic a la Mediterrània, el més destacat és la seva completa absència. Tan absoluta se'ns revela, que conspicus representants de la literatura acadèmica deslligats de qualsevol intenció de relacionar el turisme amb la perspectiva històrica, política o econòmica han parlat que, a diferències d'altres regions com el Carib, el Pacífic, el SE asiàtic o l'Europa occidental, la Mediterrània "as a separate and touristically substantial region, is rather under-represented". I que, precisament per aquest motiu, fornien un llibre que "as the first of this kind in the international literature, aims to introduce the largest, oldest, and most developed touristic region in the world as a coherent unit of analysis" (Apostolopoulos, Loukissas, i Leontidou, 2001, p. 10). A saber:

Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L. (2001), *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge.

Com a “paper” de conjunt, paga la pena afegir-hi el de

Battilani, P. (2005). *El turismo en el Mediterráneo. Una perspectiva comparativa*. Dins Nadal, J. i Parejo, A. (2005). *Mediterráneo e historia económica*. Almeria: Caja Rural Intermediterránea (Cajamar), pp. 374-389.

Aquesta migradesa d'històries generals i panmediterrànies reflecteixen un *nacionalisme epistemològic* criticat des de la sociologia crítica (Beck, 2004, pp. 39-54) i des de la nova “geografia de la mundialització”, els quals planyen la incapacitat de les ciències socials per entendre els nous espais interconnectats creats per la globalització més enllà de les fronteres nacionals, entre els quals ocupa un lloc destacadíssim el turisme (Lévy, 2008, pp. 42-49 i 144-158). En aplicació de la nova mirada “cosmopolita” que proposen aquests teòrics innovadors hem d'anar més avall i començar la recerca intentant destriar individualment els elements claus de la història turística dels estats que han protagonitzat la industrialització vacacional a la Mediterrània. Ens limitarem aquí a ressenyar alguns dels llibres i “papers” llegits que considerem suggerents per a la nostra línia de feina, sense cap ànim d'exhaustivitat i que s'han d'entendre relacionats amb la resta de la bibliografia que aportem en la present memòria. En aquesta aproximació referenciem només els que tenen a veure amb l'intent de donar compte de la història turística de l'estat afectat. Els ordenem per rellevància actual, amb l'important matís de la consideració individualitzada de l'antiga República Socialista Federal de Iugoslàvia, una autèntica potència turística durant la Guerra Freda, desapareguda per desmembrament a partir del 1991.

França

Boyer, M. (2001). *Tourism in the French Mediterranean. History and transformation*. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge.

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

Espanya

Bray, R. i Raitz, V. (2001). *Flight to the Sun*. Londres: Continuum.

Jurdao, F. (1990). *España en venta*. Madrid: Endymion.

Moreno Garrido, A. (2007). *Historia del turismo en España en el siglo XX*. Madrid: Síntesis.

Itàlia

Battilani, P. (2001). *Vacance di pochi, vacance di tutti*. Bolonya: Il Mulino.

Battilani, P. (2007). *The Rise of a Service-based Economy and its Transformation: the Case of Rimini*. Rimini: Rimini Centre for Economic Analysis.

RSF Iugoslàvia i antics estats socialistes

Allcock, J. (1983). "Tourism and Social Change in Dalmatia". A *The Journal of Development Studies*, 20, pp. 34–55.

Bracewell, W. (2006). *Adventures in the Marketplace. Yugoslav Travel Writing and Tourism in the 1950s-1960s*. Dins Gorsuch, A. E. i Koenker, D. P., *Turizm. The Russian and East European Tourist under Capitalism and Socialism*. Ithaca: Cornell University Press.

Grècia

Apostopoulos, Y. i Sonmez, S. (2001). *Greek Tourism on the Brink. Restructuring or Stagnation and decline?*. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge.

Buhalis, D. (2001). Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. *Current Issues on Tourism*, 4 (5), pp. 440-480.

Turquia i Proper Orient

Goldstone, P. (2001). *Making the World Safe for Tourism*. New Haven: Yale University Press, pp. 153-216.

Gray, M. (2001). Political Transformation, economic reform, and tourism in Syria. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge, pp. 129-145.

Hazbun, W. (2008). *Beaches, Ruins, Resorts. The Politics of Tourism in the Arab World*. Minneapolis, University of Minnesota Press, pp. 77-188.

Tosun, C., Timothy, D. J. i Ozturk, Y. (2003). Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2-3), pp. 133-161.

Var, T. (2001). The state, the private sector and tourism policies in Turkey. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge, pp. 91-111.

Var, T. i El Adli Iman, K. Z. (2001). Tourism, policies, and the state. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge, pp. 181-196.

Xipre

Andronicou, A. (1991) [1979]. El turismo en Chipre. Dins De Kadt, E., *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?*. Madrid: Endymion.

Sharpley, R. (2003). Tourism, Modernisation and Development on the Island of Cyprus: Challenges and Policy Responses. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2-3), pp. 246-265.

Malta

Boissevain, J. i Serracino Inglott, P. (1991) [1979]. El turismo en Malta. Dins De Kadt, E., *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?*. Madrid: Endymion.

Magrib

Gourija, S. (2007). *Tourisme et développement durable: quelles conjugaisons? Cas du Maroc*. Anvers, Université du Littoral Côte d'Opale. [www.memoireonline.com/11/07/669/tourisme-developpement-durable-cas-du-maroc.html] [Tesi doctoral inèdita].

Hazbun, W. (2008). *Beaches, Ruins, Resorts. The Politics of Tourism in the Arab World*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1-76.

Hillali, M. (2007). *La politique du tourisme au Maroc. Diagnostic, bilan et critique*. París, L'Harmattan.

Troin, J.-F. (dir.) (2006). *Le Grand Maghreb (Algérie, Lybie, Maroc, Mauritanie, Tunisie). Mondialisation et construction des territoires*. París : Armand Colin, pp. 307-329.

Zoubir, Y. H. (2001). The political economy of tourism in Algeria. Dins Apostopoulos, Y., Loukissas, P. i Leontidou, L., *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Routledge, 211-225.

Responent a la tercera qüestió que ens plantejàvem, cal dir que la majoria d'aquestes contribucions tenen el teló d'Aquil·les en el seu caràcter merament descriptiu, ignorant els nombrosos treballs que han explorat la relació del turisme amb l'economia, la geografia, la sociologia o l'antropologia. Entre els obstacles més grans hi hauria el prejudici de molts estudiosos, que veuen en el turisme un tema "frívol" davant els relacionats amb el "treball", com ara les indústries i manufactures. En realitat, l'error provindria de negar el caràcter industrial a la indústria turística: en lloc de definir-la com a proveïdora de béns i serveis o com un sistema de producció que facilita l'accés a valors fixos com platges, paisatges o museus, la major part de la literatura acadèmica defineix el sector basant-se en definicions del turista com a consumidor. És a dir, com si es definís la indústria de la salut a partir de la persona malalta (Ioannides i Debbage, 1998, pp. 1-52).

Aquesta infravaloració de la geografia econòmica del turisme recolza, a més, en el discretíssim lloc perifèric que ocupen els serveis dins l'anàlisi econòmica. La pròpia Conferència de les Nacions Unides sobre el Comerç i el Desenvolupament (UNCTAD) ha cridat l'atenció sobre aquest fenomen, ja que precisament l'economia de serveis "clàssica" (que inclou el turisme) ha esdevingut el sector que més ha crescut des de principis dels anys 90 pel que fa a la seva participació dins la Inversió Directa Estrangera (IDE) mundial. Si el 1970, a penes representaven una quarta part de l'IDE global, el 1990 ja constituïen la meitat i el 2002 atenyien el 60% del total (UNCTAD, 2004, pp. 97-98). Significativament, el pes del turisme dins els fluxos de l'IDE ha estat objecte de molts poques anàlisis, fet que no ha passat inadvertit als investigadors que n'han ressaltat la seva importància per al cas xinès, el país emergent més destacat del Planeta (Tang, Selvanathan, i Selvanathan, 2007). Aquest creixement és inexplicable

sense relacionar-lo amb l'hegemonia de les empreses transnacionals i del turbocapitalisme ultraliberal que caracteritzen el que s'ha anomenat "Règim del dòlar de Wall Street" (Gowan, 1999, pp. 19-38).

La marginalitat de la recerca sobre l'economia turística ha contribuït poderosament a la seva "invisibilitat" com a primera indústria de la globalització, amb un grau d'internacionalització realment d'avantguarda dins l'economia mundial (Buades, 2006, pp. 41-58). Entre les distorsions provocades en l'anàlisi acadèmica, destaquen la raresa de l'estudi de les trajectòries de les transnacionals hoteleres, l'origen i evolució dels touoperadors i tampoc sabem pràcticament res sobre l'estimació de les inversions ni la seva rendibilitat (Battilani, 2005, p. 374). En darrer extrem, aquest despropòsit ha conduït a la inexistència d'una "economia política internacional del turisme". Com ressalta Hazbun, els polítics gairebé no han començat a entendre les implicacions polítiques del turisme. De fet, l'explicació acadèmica del desenvolupament turístic, per exemple a l'Europa del sud durant la Guerra Freda, continua dominada per una aproximació estat a estat basada en dos factors clau: incrementar les fonts de divises i crear ocupació a curt termini. Sent cert, l'impacte del turisme resulta molt més poderós i decisiu pel que fa a la transformació de sistemes de vida, creació de noves xarxes espacials transfrontereres tant per a persones com per a capitals i serveis o afermar alineaments geopolítics (XVII-XX). Sensus contrario, la manca de percepció de la importància del turisme dins la globalització neoliberal, ha fet que nombrosos governs i moviments populars al Sud hagin negligit les traumàtiques conseqüències que tindria l'aplicació de l'Acord General sobre Comerç i Serveis (GATS, en les sigles angleses) per a la capacitat d'autogovern, la sobirania econòmica i el desenvolupament humà en els seus estats (Equations, 2007).

La darrera qüestió que volíem temptar de respondre remet a quina ha estat l'evolució de la teoria del desenvolupament respecte del fenomen turístic. De fet, la turístització s'ha promocionat en tota la segona mitad del segle XX com a "passaport al desenvolupament", un peatge ràpid i barat per a societats que no han protagonitzat una industrialització clàssica. Les pròpies Nacions Unides en van fer

bandera a partir dels anys 60 i el Grup del Banc Mundial⁷, una institució clau del sistema imperial de Bretton Woods, va assignar-hi un destacat programa des de principis dels 70 (De Kadt, 1991 [1979]; World Bank, 1972).

Hom assenyala quatre paradigmes que han anat marcant la « teoria del desenvolupament » després de la Segona Guerra Mundial: el de la *modernització*, el de la *dependència*, el *neoliberal* i l'*alternatiu* (Sharpley i Telfer, 2004, pp. 35-80). En la primera accepció, dominant durant els anys 50 i 60, prima el “desenvolupament” econòmic, que segueix un camí evolutiu des de la societat tradicional fins a la moderna, com els EUA o Europa occidental. En els 60, va fer fortuna la idea de “dependència”, de base neomarxista, la qual explicava el “subdesenvolupament” del Tercer Món com a resultat de l'existència d'unes estructures econòmiques, polítiques i institucionals tant externes com internes que els situaven en una posició de desigualtat respecte als estats “desenvolupats”. A mitjans 70 i fins avui, el paradigma neoliberal posava l'èmfasi macroeconòmic en l'oferta, la competitivitat pels mercats i la privatització de les empreses estatals. L'anomenat desenvolupament “alternatiu” sorgirà a la mateixa època a partir de la necessitat de corregir les externalitats comunitàries i ambientals menystingudes pel neoliberalisme.

En el cas del turisme, la seva relació amb la teoria del desenvolupament comença a ser decisiva en els anys 60, proclamada precisament la “Dècada del Desenvolupament” per les Nacions Unides. Es en aquest context que el 1967 va ser batejat com “l'Any Internacional del Turisme”. L'orientació era identificar pràcticament el turisme amb el desenvolupament, el qual formava part essencial del paradigma modernitzador. Aviat, la inadequació dels resultats va ser evident, ja que no hi havia evidències empíriques que la turistització portés a un desenvolupament modern similar a l'experimentat per Nord-Amèrica o l'Europa de l'Oest ni tampoc semblava una via practicable substituir unilateralment els valors socials i culturals tradicionals a favor d'un occidentalisme consumista cec.

⁷ Convencionalment conegut, simplement, com a Banc Mundial, en realitat és constituït pel Banc Internacional per a la Reconstrucció i el Desenvolupament, l'Associació per al Desenvolupament Internacional i la Corporació Financera Internacional.

Malgrat l'escepticisme i fins el rebuig creixent de les societats del Sud pel « turisme com a passaport al desenvolupament », el cert és que la teoria de la dependència es revelava com a anacrònica, al marge d'alguna aportació teòrica major en l'anàlisi dels fluxos turístics pel que fa a les relacions espacio-temporals entre centres i perifèries (Görmsen, 1981) . La dominació Nord-Sud no es podia explicar ja com una mera modernització dels vells imperis colonials perquè ja no hi havia estats, metròpolis, que dominessin territoris sinó que estaven sent substituïts (sovint lligades això sí a un passat colonial) per les empreses transnacionals, el nou vehicle privilegiat de dominació en la nova etapa neoliberal que s'encetava (Britton, 1982).

Aquest prometedor camí de recerca, que anirà donant lloc a un nou paradigma general a l'entorn del que s'ha convingut a denominar "teoria del desenvolupament geogràfic desigual" (Amin, 1994; Dicken, 1986). Malauradament, l'anàlisi dissident amb la industrialització turística s'eclipsarà durant l'apogeu del turbocapitalisme (des de principis dels 80 fins a meitat de la dècada present).

Des de finals de segle, mentre s'accelerava l'apoteosi del capitalisme financer, assistim a la confluència de teòrics crítics amb el neoliberalisme des d'escoles tradicions i especialitats prou diverses i que ens serviran de fonaments a l'hora d'assajar de revisitar què ha estat realment la industrialització turística de la Mediterrània en els dos decennis que precediren la ruptura del capitalisme de Bretton Woods el 1971-1973. Hi trobem geògrafs radicals com David Harvey (2006 i 2007), Richard Peet (2007) o Nigel Thrift (Thrift i Leyshon, 1997); economistes com Joseph Stiglitz (2002) i historiadors econòmics seguidors de Braudel, com Giovanni Arrighi (1999), o de la *New Left Review* (Gowan, 1999). Sense oblidar investigadors clau en la crítica ecològica del "desenvolupament" (Latouche, 2009; Rist, 2002; Sachs, 2002 [1992]; Shiva, 2008). Als efectes de la nostra recerca, ens interessar especialment la seva negació que el "creixement" i el "desenvolupament" de matriu neoliberal signifiquin millora de la qualitat de vida de les comunitats afectades. Perquè al marge de les bones intencions i el "wishful thinking", el marge per a una millora del benestar real de les societats turistitzades, especialment en zones que no han passat per la industrialització clàssica, és molt petit (Mundt, 2004, pp. 253-306).

4 ESTRATÈGIA METODOLÒGICA

En aquesta memòria de recerca pretenem, precisament, mostrar els primers resultats del que ha de ser la nostra futura tesi. A tal fi, ens hem proposat oferir un capítol en forma de síntesi interpretativa d'un dels períodes aparentment més conegut de la industrialització turística de la Mediterrània: les dues dècades que van des de meitat dels anys 50 fins al primer crac de l'economia del petroli, el 1973.

D'entrada, examinarem quin era el context de la segona postguerra mundial per entendre els reptes geopolítics de l'època, els quals van esquarterar com mai abans la conca mediterrània, dividida en àrees d'influència impermeables entre els imperis americà i soviètic.

L'aproximació geopolítica, relacionant els inicis del turisme de masses a la Mediterrània nord amb la Guerra Freda, és acompanyada per la revisió de la història econòmica de l'Europa d'aleshores, intentant identificar les zones grises que poden permetre elaborar una hipòtesi explicativa més convincent que els tòpics actuals sobre què hi havia darrere la "vocació manifesta" de la Mediterrània com a llac turístic per a les classes altes i mitjanes nòrdiques.

Les línies argumentals recolzen, primer, en el paper jugat per les Administracions i el món dels negocis nord-americans en l'impuls del turisme com a estratègia complementària al Pla Marshall per reconstruir la part d'Europa que consideraven "seva". Un dels seus avantatges era que els sortia més "barat" afavorir el turisme com a eina d'injectar liquidesa ràpida a les eixarreïdes economies populars de la immediata postguerra que no pas posar en marxa un "New Deal" potent amb dòlars EUA. Una altra de les fortaleses que oferia la turistització massiva era que es donaria en un quadre normatiu de caràcter internacional excepcionalment desregulat, situat en gran part al marge de les "rigideses" que imposaven les fronteres estatals. Entre les oportunitats que s'obrien apuntem a la sinèrgia perfecta entre els grans agents de la turistització, els incipients touroperadors nòrdics, i el mercat de capitals vinculats a l'afluència dels anomenats "eurodòlars", la nova posició de la City de Londres com a nou (i primer) paradís fiscal mundial, sense oblidar l'eficàcia amb què el sector podia reutilitzar l'abundant diner negre que circulava sense control des del 1945.

A més dels interessos geopolítics i les fabuloses perspectives de negoci financer que brindava, la industrialització turística té a veure amb la història cultural, ja que, per la naturalesa dels serveis que proveïa (els consumidors visiten el lloc de producció en lloc que els béns els siguin portats), esdevenia una arma de combat ideològic dins les societats afectades en trastocar els costums i valors quotidians.

A partir de fonts oblidades (com els arxius del Banc Mundial, la història de trajectòries empresarials o les memòries diplomàtiques) i de recents aportacions crítiques que tempten també d'assajar d'explicar la història d'èxit del turisme internacional en un context pluridisciplinar i transnacional (pensem ara en les de Goldstone, Endy o Wharton), el capítol ressegueix cinc casos rellevants de la història de la turistització de la regió (des de França a Turquia). S'esforça a mostrar tant la importància inicial de l'impuls nord-americà com la creació d'un sistema summament versàtil d'aliances entre el món dels negocis i la política internacionals que garantís la manca d'incerteses i els profits mutus en l'aposta per la turistització. En aquest marc, el cas iugoslau – avui ignorat del tot vista la nova geopolítica derivada de la fi de la Guerra Freda – pren tota la seva rellevància perquè exemplifica l'important paper jugat pel turisme en camps de joc (el geopolític, el financer, el cultural) que no solen ser considerats “propis” en la literatura acadèmica. Per contra, resten fora del treball l'important cas d'Itàlia, el dels nous estats insulars (Malta, Xipre) i el de les experiències al Llevant (especialment al Líban) i al Sud (a Tunísia i el Marroc). En el primer cas, la manca de fonts comparables a la resta d'estats i, en la resta, la necessitat d'abordar en un capítol singular “les segones fronteres” de l'expansió turística a la Mediterrània a partir dels anys 60, han aconsellat d'ajornar-ne la feina de cara a la futura tesi doctoral.

Finalment, el capítol acaba ressaltant com les condicions d'incubació i eclosió del primer turisme de masses a la Mediterrània constitueixen un exemple impensat fins ara de “globalització abans de la globalització”, d'economia neoliberal dècades prèvies a la revolució de Reagan, Thatcher i l'OMC. El pes decisiu dels touoperadors, la centralitat dels paradisos fiscals i els fluxos econòmics transnacionals, la implicació d'un sistema de transport (l'aviació xàrter) sòstreta al control de les autoritats públiques aèries així com el biaix polític i cultural de caràcter ultraliberal, anticipen de fet bona part dels trets

bàsics del turbocapitalisme actual. Dit d'una altra manera, interconnectant diferents disciplines de les ciències socials amb la geografia i història clàssiques del turisme creiem haver revisitat en clau de “nova geografia de la mundialització” (Lévy, 2008) o d'espai de “desterritorialització i, a l'ensem, de reterritorialització” (Hazbun, 2008) una Mediterrània que era a penes perifèria política, econòmica i humana en plena confrontació de blocs Oest-Est i que va passar a ser així una arma decisiva en l'ancorament pronord-americà de les societats de la riba nord.

5 MARE NOSTRUM: LA GEOPOLÍTICA DE LA GUERRA FREDA, LA MEDITERRÀNIA I LES GEOGRAFIES DEL COMPLEX MILITAR-TURÍSTIC (UN CAPÍTOL)

És un tòpic referir-se a la Mediterrània com la primera regió turística del món. Ultrapassat, però, mig segle de la primera gran onada turistitzadora de la conca, quan se sol qualificar aquesta ja com una destinació “madura”, manquem encara d’una explicació convincent de per què va esdevenir pocs anys després de la Segona Guerra Mundial un “paradís”.

No podem, però, ignorar el fet que “Mediterrània” és un concepte molt controvertit, sense una definició fàcil. Després de *La Méditerranée et le monde à l’époque de Philippe II* (1949), aquest espai ha cessat aparentment d’atreure l’atenció dels científics socials. Una part molt relevant de l’explicació rau en la imprecisió de la seva cartografia, ja que es distingeix a penes gradualment dels veïns segons l’època, la direcció geogràfica i el tema que examinem. De fet, les seves continuïtats poden ser més ben enteses com a continuïtats de forma i patró, la principal de les quals és la mutabilitat. Com veurem, la construcció moderna de la Mediterrània turística no ha estat tampoc un fenomen unitari, ni homogeni. Com en bona part del passat, la percepció panmediterrània resta entelada per tenir el centre de gravetat polític, econòmic i militar fora de la Conca (Horden i Purcell, 2000, pp. 22-25 i 523).

Aquest fet resulta més paradoxal quan constatem la marginalitat amb què el paper dels serveis ha estat tractat en la literatura econòmica. Normalment, ni paga la pena de mencionar el turisme com a factor explicatiu de l’avenç econòmic de l’Europa i d’alguns estats del Pròxim Orient com el Líban, Israel o Egipte, tot i que hi ha consens a ressaltar que la prioritat dels anys de la postguerra va ser fer front al dèficit de les balances exteriors (Aldcroft, 2003; Bossuat, 1992). Paral·lelament, proliferen les queixes de nombrosos autors davant l’aclaparador domini dels estudis descriptius sobre el turisme així com per l’escassetat de recerca sobre l’efectivitat de l’aposta turística per assolir la prosperitat i el desenvolupament (Gökovali i Bahar, 2006).

Comptat i debatut, no s'hauria avançat gaire des del temps del seminari auspiciat pel Banc Mundial i la UNESCO sobre el turisme com a "passaport al desenvolupament" i el manifest crític de Stephen G. Britton de fa més d'un quart de segle (Britton, 1982; Kadt, 1991 [1979]; Ioannides i Debagge, 1998; Sharpley i Telfer, 2004).

De fet, bona part de l'espai mediterrani ha restat al marge del debat sobre l'anomenat "desenvolupament", ja que sembla haver quedat *fora de lloc*. Així, la Mediterrània nord no va ser inclosa ni al Tercer Món durant la Primera Dècada del Desenvolupament (per seguir la nomenclatura adoptada per les Nacions Unides el desembre del 1961) ni tampoc no era assimilable a la categoria "Sud" que faria fortuna arran de l'Informe Brandt (publicat el 1980). L'ambigüitat del cas turc entre Orient i Occident ha cegat encara més aquesta porta. Com a resultat, no trobem cap aproximació de conjunt sobre els estadis de desenvolupament de la Mediterrània com a regió. És com si la riba nord i la sud, així com el pont turc mai no haguessin tingut relació. Per no parlar que la implantació del turisme de masses a França, Grècia, Itàlia o les Balears sembla explicar-se com un màgic procés paral·lel sense cap intersecció fins i tot en treballs que busquen precisament un nivell de perspectiva transfronterera (Apostopoulos, 2001). Emperò, hi ha una lectura diferent del boom turístic mediterrani a partir de la teoria del desenvolupament geogràfic desigual (Hadjimichalis i Hudson, 2007; Harvey, 2006; Rist, 2002, pp. 83-110; Sachs, 1992, pp. 6-25). En aquest sentit, aquest capítol entronca amb aquesta perspectiva d'aproximació a l'economia política de la indústria turística a la Mediterrània en el quart de segle que va del Pla Marshall a la primera crisi energètica, el 1973. Pretén relacionar l'aparició gairebé miraculosa del turisme de masses durant el redreçament econòmic de la postguerra al sud i sud-est d'Europa, així com amb la geopolítica bipolar que va condicionar-la decisivament. L'objectiu és mostrar el seu paper fonamental, central, en els processos d'industrialització consumista a l'Oest ocorreguts des dels anys 50 i com, per això, ha constituït un pilar clau en la modernització/americanització de la vida quotidiana a bona part de la Conca, més enllà del mer auge econòmic i monetari. Tractant-se del resum d'una recerca en marxa i per raons d'espai, centrarem aquest paper en l'estudi de cinc casos (França, Espanya, Iugoslàvia, Grècia i Turquia), sense voler ignorar la importància del que va esdevenir-se en indrets com Itàlia, Xipre, Malta, el Líban o Egipte (Fernández

Fúster, 1991 : pp. 583-620 ; Hildebrand, 1961; Mackun, 1998; Apostopoulos, 2001: pp. 154; Wharton, 2001: pp. 159-198). Filant prim, podríem dir que el turisme va ser una arma *invisible* en mans de l'industrialisme capitalista per ancorar bona part del sud i del la Mediterrània en el costat “bo” davant el perill de soviètzació. Aquesta funcionalitat del turisme com a factor d'ancoratge occidental de bona part del sud d'Europa i la Mediterrània oriental, és plenament complementària de la batalla per l'hegemonia cultural que va promoure la CIA i les corporacions nord-americanes encapçalades per la Fundació Rockefeller (Saunders, 1999; Scott-Smith i Krabbendam, 2003).

Cridarem l'atenció, a més, sobre com la manca de “prestigi” acadèmic de l'economia de serveis davant les industrials tradicionals (Debbage i Daniels, 1998) ha constituït un poderós aliat perquè el turisme i el seu full de ruta poguessin esdevenir una indústria puntera en el procés de globalització liberal després de la fallida del sistema de Bretton Woods, com ho testimonia la seva adopció com a recepta miraculosa per les grans institucions internacionals del desenvolupament (el Banc Mundial, l'FMI i les pròpies Nacions Unides) i el seu perfecte ajustament a l'hegemonia del capitalisme financer i els conglomerats empresarials de base transnacional. Hia ha dos elements clau que distingeixen la reconstrucció financera de la indústria turística en el període de postguerra: la completa desregulació dels fluxos de capital i la implantació de modalitats de transport no controlats pels estats. Vista des de la perspectiva d'avui, no hi ha dubte que la industrialització del turisme a la Mediterrània pot ser contemplada com un banc de proves de l'apoteosi neoliberal que ha marcat decisivament l'economia mundial els darrers 30 anys (Arrighi, 1999, pp. 322-390; Gowan, 1999). De cara a una “reterritorialització” democràtica de la globalització, necessitem parar molta més atenció a “un dels més aspectes més negligits en la recerca sobre la globalització, l'economia turística internacional” (Hazbun, 2004)

1 INTERVENCI ONISME EUA I GUERRA FREDA: EL RASTRE ECONÒMIC

Si el segle XX ha estat el “segle americà”, no hi ha dubte que aquest domini ha de ser explicat en forma històrica si volem entendre’n la fesomia actual, inclosa la seva interrelació amb l’eclosió sostinguda del turisme internacional des del 1950. L’empenta nord-americana comença a ser molt marcada sobre una Europa en ruïnes en acabar la Primera Gran Guerra. Així, l’intervencionisme de Woodrow Wilson pretindrà crear un nou ordre internacional mundial a la Conferència de París (de gener a juny del 1919). L’assaig del Tractat de Versalles, emperò, serà fallit perquè es basava en una pau humiliant, impagable també monetàriament, per als vençuts (Keynes, 1920). El disseny d’aquest nou ordre va estar molt marcat per criteris cridanerament geopolítics (ordenar els pobles en fronteres uninacionals, sovint tan artificioses com les anteriors, a recer del paper director del “principi de les nacionalitats” wilsonià) i va deixar de banda, entre moltes altres⁸, tota preocupació per l’estabilitat econòmica i monetària de l’Europa de postguerra (MacMillan, 2002).

Aquest *desenteniment* d’uns EUA en auge pel que fa a la sort d’Europa va afavorir el crac econòmic així com l’ascens del feixisme i el comunisme en les dues dècades següents en una successió de desastres que portaran a la Segona Guerra Mundial. Pel que interessa aquí, cal recordar que el març del 1941 (nou mesos abans de Pearl Harbour) l’Administració Roosevelt va aprovar la Lend Lease Act que convertia els EUA en els grans fornidors de material de guerra als aliats de l’època (l’imperi britànic i França, però també la URSS i la Xina) contra els estats feixistes (Bossuat, 1992: pp. 21-35). La decisió és clau perquè significa un canvi radical respecte a la tradicional política d’aïllament dels EUA i significa traslladar al plànol exterior l’exitosa estratègia domèstica d’impuls públic via New Deal per recuperar-se del crac del 1929: els EUA aposten per subministrar matèries primeres, màquines i armament als aliats perquè derrotin el feixisme a canvi d’un importantíssim préstec encara que ells no

⁸ Mai no s’ha d’oblidar el vist-i-plau tàcit donat per les grans potències occidentals a la política de transferència de poblacions als Balcans i a Anatòlia i als pogroms contra pobles com els armenis i els grecs així com a l’impuls al projecte sionista d’ocupació de Palestina com a únic projecte de judaisme possible.

estiguin en guerra. El volum de préstec és molt important: més de 50.000 milions de dòlars (uns 700.000 milions de dòlars equivalents el 2007), equivalent al 20% de tota la producció militar nord-americana i al 15% de la seva futura participació en la guerra. Els beneficiaris serien l'imperi britànic (amb el 61,2% del total), la URSS (amb el 22,3%), França (amb el 6,4%) i la Xina (amb el 3,1%).

Malgrat la seva finalització formal immediatament després de la fi de la guerra, el cert és que el nivell d'endeutament que va provocar a les exhaustes arquas de les economies d'Europa *occidental* gairebé triplicava el deute transatlàntic de la preguerra (superava els 5000 milions de dòlars entre el 1946-48 respecte als 2000 milions de dòlars del 1939). Cap estat, inclosa la fins fa poc poderosa Gran Bretanya, podia fer front als pagaments i alhora ser capaç de redreçar una economia malmesa per la llarga contesa i abundaven els estats en greu situació de col·lapse humanitari (Alemanya, Itàlia, Àustria, Polònia, Iugoslàvia, Xina i Grècia especialment). La resposta nord-americana va ser de base keynesiana, això és, incrementar l'intervencionisme en base a dues vies:

- L'impuls de l'ajut humanitari d'emergència a través de l'UNRRA (United Nation Relief and Rehabilitation Administration), que dedicarà 3.900 milions de dòlars extra (el 70% per compte dels EUA) a subministrar aliments i roba principalment a Europa (a Polònia, Itàlia, Iugoslàvia, Grècia, Txecoslovàquia, la URSS i Àustria, sobretot i en aquest ordre) i a la Xina. Complementàriament, els EUA forneixen directament 12.000 milions de dòlars més al Vell Continent (7.000 a les zones mediterrània i balcànica així com 3.300 milions de dòlars addicionals per a les zones ocupades d'Alemanya i Àustria).
- La concessió de nous préstecs bilaterals a l'imperi britànic (3.700 milions de dòlars), França (2.000) i Itàlia (prop de 800).

A pesar d'aquestes aportacions, l'estiu del 1947 Europa es troba enmig d'una crisi financera sense precedents (l'agost la convertibilitat de la lliura és suspesa) que esdevé de natura política, amb vagues a la conca del Ruhr i a Itàlia, protestes pel cost de la vida i falta d'aliments a la Gran Bretanya i França per no parlar de l'esfondrament general de la societat grega.

Mentrestant, la concreció del mapa de postguerra pactat entre Roosevelt, Stalin i Churchill el febrer del 1945 a l'alta generava creixent inquietud als EUA. Hi havia una guerra civil a Grècia a resultes de la insurrecció comunista, Hongria i Bulgària eren governades ja per forces molt minoritàries aliades de Moscou, a Itàlia i França hi havia governs amb participació comunista, Stalin reclamava territoris i bases als estrets turcs. Òbviament, la sort d'Alemanya i Àustria era ben incerta...

En aquest impasse s'obre camí ràpidament la doctrina del *containment*, de *contenció* de l'expansió soviètica al món, especialment a Europa, que va sortir a la llum pública el juliol del 1947 al "Foreign Affairs" a través de l'article "The Sources of Soviet Power" pel diplomàtic George Kennan (cap de la missió nord-americana a Moscou del 1944 al 1946), redactat en realitat l'any anterior (Kennan, 1946). L'eco ideològic d'aquesta presa de posició esdevé "doctrina Truman" en el famós discurs del President nord-americà del 12 de març del 1947 davant el Congrés per sol·licitar el seu vist-i-plau a la concessió d'importants crèdits per als règims aliats de Grècia i Turquia, amenaçats d'entrar dins l'esfera d'influència soviètica. Val la pena transcriure aquí un paràgraf clau:

"Crec que la política dels Estats Units ha de ser donar suport als pobles lliures que estan resistint l'intent de subjugació per minories armades o per forces externes. Crec que hem d'ajudar els pobles lliures a decidir el seu destí a la seva manera. *Crec que el nostre auxili hauria de ser primordialment⁹ a través d'ajut econòmic i financer*, el qual és essencial per a l'estabilitat econòmica i per als processos polítics pacífics" (Ó Tuathail, Dalby, i Routledge, 2001).

En aquest estat d'urgència, apareix l'European Recovery Programm (ERP) promogut pel secretari d'estat nord-americà, George Marshall, que ofereix un ajut massiu a la reconstrucció d'Europa per part dels EUA sempre que la iniciativa sigui fruit de la unió del Vell Continent i hi hagi una supervisió prèvia país per país de la seva situació econòmica. Stalin rebutjarà les condicions i impedirà la participació d'altres règims de base comunista a l'est que hi participin. El resultat

⁹ Els subratllats són sempre nostres.

serà la convocatòria dels Setze a París l'estiu del 1947, que donarà lloc a la creació l'abril següent del primer organisme de cooperació europea de la postguerra: l'Organització de Cooperació Econòmica Europea (OECE). És interessant observar que Turquia hi serà present des del primer moment i que les colònies britàniques, franceses, belgues, portugueses i fins i tot la Somàlia antigament italiana en feien part.

PRÉSTECES I DONACIONS D'ORIGEN PÚBLIC

DELS EUA A EUROPA

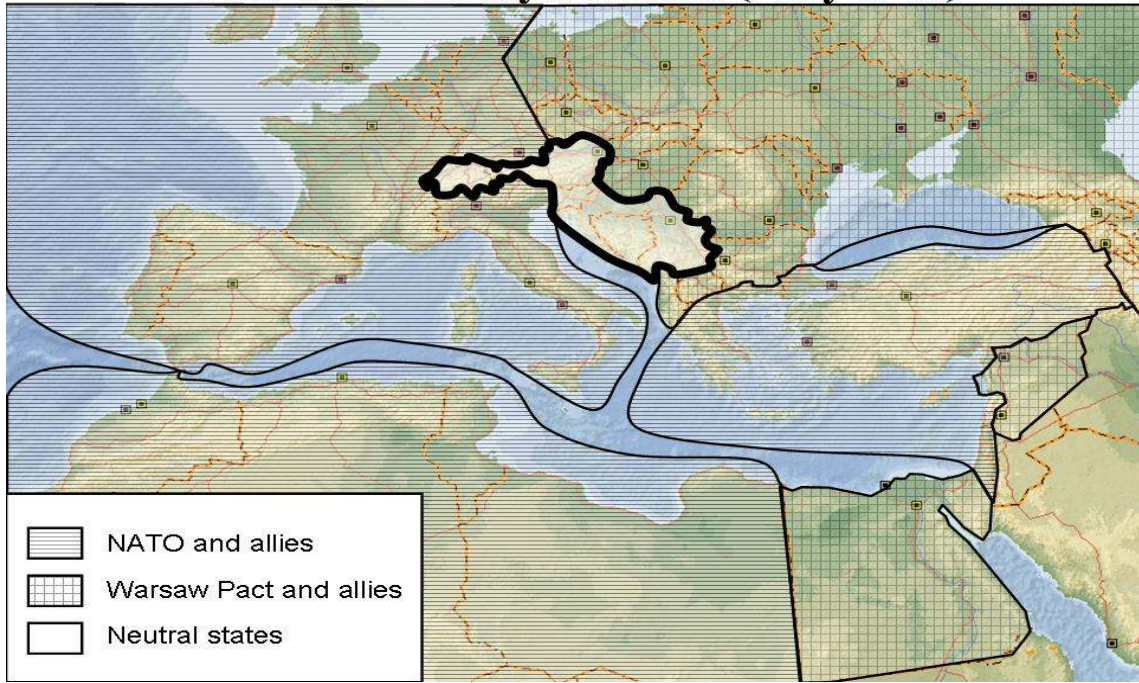
Durant la Segona Guerra Mundial	Lend Lease Act	48.000 m \$	48.000 m \$
Entre 1945 i 1947	Crèdits UNRRA	2.200 m \$	c. 14.750 m \$
	Ajut d'emergència civil	5.500 m \$	
	Crèdits especials a Grècia i Turquia	659 m \$	
	Préstec a la Gran Bretanya	3.706 M \$	
	Préstecs Export-Import Bank dels EUA	2.200 m \$	
	Ajuts alimentaris	522 m \$	
Entre 1948 i 1951	ERP	12.534 m \$	c. 14.000 m \$
	Ajuda civil Alemanya	1.500 m \$	

Font: Elaboració pròpia a partir de Bossuat, 1992.

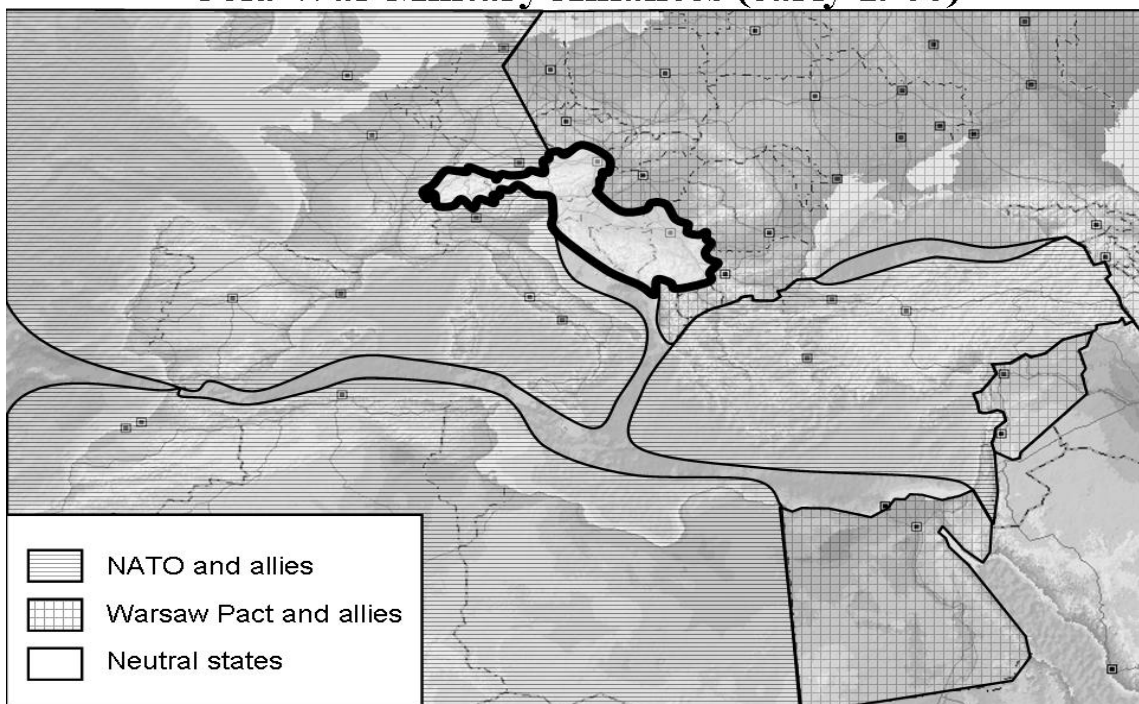
El mapa de l'OECE (sense una Espanya simpatitzant del nazisme tot i que sense perill de contagi comunista i amb una Turquia neutral a la guerra però a la frontera sud de la Unió Soviètica) constituirà la base

de la “iniciativa” europea per beneficiar-se dels fons del Pla Marshall. En total van ser uns 12.000 milions de dòlars més (dos terços dels quals anaren, per aquest ordre, a la Gran Bretanya, a França, a Itàlia i a Alemanya).

Cold War Military Alliances (early 1960)



Cold War Military Alliances (early 1960)



A diferència del que hom creu sovint, aquests ajuts i crèdits no van adreçats a la reconstrucció d'un teixit industrial destruït en gran mesura per la contesa bèl·lica. En el territori de la futura RFA, per exemple, el 1945 el capital industrial era superior al del 1936. Els colls de botella per al creixement estaven situats en el domini de les infraestructures d'energia i de transport així com en el finançament fresc per a les inversions, que dependrà més i més de les possibilitats d'accés a un dòlar sostingudament fort. De fet, la prioritat dels anys de la postguerra va ser la millora dels comptes exteriors, bàsicament un desequilibri de dòlars, ja que les tres quartes parts del dèficit acumulat a Europa occidental entre el 1946 i el 1950 era amb els EUA (Aldcroft, 2003).

Arribats aquí, cal destacar dos elements clau en l'increment de l'americanització d'Europa:

- A través dels mecanismes d'avaluació i planificació del Pla Marshall gestionats per la puixant Administració de Cooperació Europea (ECA), per primera vegada, els EUA aconsegueixen modificar segons els seus interessos el quadre econòmic i monetari de l'Europa occidental, creant un poderós precedent del que, dècades més tard, s'anomenarà *globalització*.
- El dèficit permanent de dòlars no va ser superat amb l'ajut del Pla Marshall. En acabar aquest, el 1951, s'apujava a 3.800 milions de dòlars i els dos estats més beneficiats pel Pla esmentat, la Gran Bretanya i França, patien una greu crisi de pagaments exteriors. L'ajut oficial, públic, nord-americà era tot menys innocent: alimentava l'ancoratge antisoviètic de molts estats europeus i de Turquia a base de modalitats de crèdit i decisions d'inversió que els feien vassalls del nou imperi. Fins ben entrats els anys 50 en el cas del Fons Monetari Internacional i els 60 en el de la Banca Mundial, aquest intervencionisme directe de l'Administració nord-americana en els afers econòmics i financers exteriors substitueix de facto les previsions del sistema de Bretton Woods de 1944, basat en la necessitat d'organismes internacionals supraestatsals adreçats a garantir l'estabilitat financera i eradicar la pobresa promovent el desenvolupament (Stiglitz, 2002).

El desplegament del Pla Marshall corre paral·lel als reordenament per blocs dels estats europeus: soviètzació forçada a Txecoslovàquia,

Polònia i la resta del nou “Est”, desallotjament dels poderosos partits comunistes de França i Itàlia de tota àrea de govern per prescripció nord-americana, disputa aferrissada pel control d’Alemanya arran del bloqueig comunista de Berlín,... A partir del 1950, amb la guerra amb Corea com a escenari, hi haurà una militarització força pronunciada de l’ajut nord-americà, la qual cosa provocarà una molt menor disponibilitat de préstec de dòlars per impulsar les economies europees de l’Oest”, especialment pel que fa a incentivar el consum corrent entre les classes populars i, sobretot, per afermar el benestar de les classes mitjanes emergents del conflicte bèl·lic.

Els anys 50 estaran marcats, doncs, per la inestabilitat i les crisis financeres a tots els estats de l’Oest i la preocupació essencial, també per a unes Administracions nord-americanes a les quals comença a faltar liquidesa, serà d’on treure dòlars a Europa per acontentar les necessitats de modernització industrial i de consum popular per tal d’evitar la temptació comunista. És aquí on val la pena explorar el paper de l’oportuna aparició del turisme com a una indústria de masses a la Mediterrània.

2 TURISME DE MASSES PER A MAJOR GLÒRIA DE LA CIVILITZACIÓ

L’aleshores ambaixador nord-americà a la URSS, Averrell Harriman, va ser l’encarregat d’explicar a Washington el 25 d’octubre del 1947 als estats europeus que volien beneficiar-se de l’ajut transatlàntic les condicions geopolítiques d’aquest: més enllà del socors financer, es tractava de defensar “una certa forma de civilització que ens és comuna” (Bossuat, 1992: 96). Harriman era fill d’un magnat dels ferrocarrils, havia promogut el desplegament de trens ràpids arreu dels EUA i havia creat un resort turístic d’esquí, l’esport de moda, a Sun Valley (Idaho). La seva trajectòria es creua amb la del jove Nelson Rockefeller, el nét de John D. Rockefeller, propietari del Chase Manhattan Bank i de l’American Express (des del 1929), és a dir, el segon banc dels EUA després de la pròpia Secretaria del Tresor... El jove Rockefeller reunia una doble condició que el fa clau per a entendre l’horitzó de l’aposta turística nord-americana de postguerra i

la seva relació amb la Guerra Freda. Primerament, Nelson Rockefeller tenia interessos hotelers a Veneçuela i, mentre la guerra a Europa focalitzava l'atenció de Roosevelt, ell s'afanyava a promoure una aposta massiva pel turisme a Amèrica Llatina com a alternativa a la dependència petrolera. L'estiu del 1940, quan es fa evident la potència de les ramificacions industrials i econòmiques nazis a Amèrica Llatina a través de la Germania Corporation, el president fa de Nelson Rockefeller cap d'una nova agència governamental, el Coordinator for Inter-American Affairs (CIAA) encarregat de combatre la influència nazi a Amèrica. Per als col·laboradors de l'agència hi havia premi: una lletra de crèdit del seu pare al Chase Manhattan Bank donava fe que "Junior" garantia els préstecs que el banc donés a persones que fessin negocis amb l'oficina directora de l'agència. Per primer cop en la història, un particular es feia avalador d'un organisme governamental. En segon lloc, des del CIAA, Rockefeller farà lobby per combatre el càrtel nazi amb un càrtel nord-americà: els EUA havien de comprar els excedents llatinoamericans, eliminar els aranzels sobre els béns del mateix origen, encoratjar les inversions interhemisfèriques, incrementar la presència diplomàtica a la regió, ajudar a la conversió del deute extern en obligacions monetàries domèstiques i encoratjar un ample programa de cooperació cultural, educativa i científica. Òbviament, els seus propis hotels estarien entre els grans beneficiats... Endemés, des del CIAA va impulsar una autèntica guerra de propaganda en favor d'una Amèrica Llatina aliada de Washington. Protegia les cinc grans *majors* (com Walt Disney o RKO) davant pèrdues potencials per produir pel·lícules que servien d'espot turístic per suscitar en l'espectador nord-americà les ganes de visitar una Amèrica Llatina exòtica, veïna, però desconeguda. D'aquella època data l'establiment de línies regulars de la Pan American Airways a L'Havana i Managua o l'inici de l'autopista Panamericana.

Aquesta proposta d'"Aliança Interamericana" (AIA) rockefelleriana és a la base de la importància que donarà al turisme el Pla Marshall i al conjunt de l'acció exterior nord-americana, almenys fins ben entrats els anys 60. Així, dos mesos després del desembarc de Normandia, l'exèrcit nord-americà atorga a American Express l'exclusiva dels serveis bancaris i d'organitzar els viatges per a la soldadesca i les seves dones. El sud de França va ser oportunament conegut com la "US Riviera Recreation Area". En acabar la contesa, American Express va llançar una campanya publicitària a tota pàgina als principals diaris

nord-americans venent el turisme com “un poderós instrument per ajudar les nacions estrangeres a aconseguir els dòlars que necessiten”. En papers interns, s’hi subratllava que “quan la manca de dòlars ofega les artèries del comerç internacional, el turista americà juga un paper vital en l’economia de les nacions lliures...Els diners deixats pels turistes nord-americans a Europa el 1949 equivalen a una vegada i mitja el valor de l’exportació de les mercaderies dels països de l’Europa occidental als EUA... Això indica clarament la gran importància del paper que els viatges a l’estranger juguen a l’hora d’alleujar el dèficit de dòlars a Europa i de facilitar el suport del contribuent nord-americà a l’ajut del Pla Marshall” (Goldstone, 2001: pp. 21-44).

Quan Clark Clifford, l’assistent personal de Truman, s’afanyava a buscar idees amb què donar força al discurs d’inauguració del nou i inesperat mandat presidencial, es creuarà amb Benjamin Hardy, un publicista que havia treballat per a Rockefeller al CIAA, el qual li va oferir la proposta AIA com a base per al que serà el “manifest democràtic per a tots els pobles del món”. Així, Truman, en el Punt Quart del seu discurs, proposa completar el Pla Marshall amb un pla d’ajut global “en cooperació amb l’economia, el capital privat, l’agricultura i els treballadors d’aquest país [ja que] aquest programa pot incrementar enormement l’activitat industrial en altres nacions i pot augmentar substancialment els seus nivells de vida... El vell imperialisme - l’explotació per al profit forani – no té lloc en els nostres plans. El que ens proposem és un programa basat en els conceptes del tracte comercial democràtic” (Truman, 1949).

La crida presidencial a la participació massiva del sector privat en la reconstrucció europea i mundial deixa clar que no podem reduir l’acció exterior nord-americana en la Guerra Freda a un mer ajut militar o econòmic públic. Però hi ha encara un altre element crucial per emmarcar l’atractiu de les inversions turístiques a la Mediterrània a partir dels anys 50: la transformació de la City de Londres en la plaça financera primordial del món, paradoxalment quan l’imperi britànic feia ranera de mort. En una decisió promoguda per Harold Wilson, president de l’Oficina de Comerç del govern laborista de Clement Atlee i futur primer ministre, el 1950 la City veia modificar-se el seu estatus legal per esdevenir un paradís fiscal (‘off-shore’) per a tot tipus d’operacions financeres privades d’àmbit internacionals. Aquesta plataforma de negocis sense fronteres, que no havia de retre

comptes davant cap administració, seria una eina formidable per vehicular quantioses transaccions i inversions d'origen opac també vers l'àrea mediterrània. El volum de les transaccions en el mercat d'eurobons (el 80% fetes via Londres) va créixer d'una manera fenomenal: 1.000 milions de dollars el 1960, 10.000 el 1965, 25.000 el 1968 i no menys de 46.000 el 1970 (Kynaston, 2000, pp. 396-397). Des de llavors, la City de Londres ha esdevingut la principal plaça financera del món, superant de molt a Nova York (Chavagneux i Palan, 2007: 27-54; Leyshon i Trift, 1997). Malgrat això, el paradís fiscal londinenc va ser i continua sent completament dependent de la política governamental dels EUA (la qual permet als bancs nord-americans operar al marge de la normativa bancària nacional, via Londres). (Gowan, 1999: pp. 19-33). Entre els set « merchants banks » més importants implicats en el negoci, hi havia el Kleinwort Benson i el Brown Shipley, que en reclamaven l'autoria de l'invent. A més, hi era Schrodgers, un banc amb base a Londres, el qual durant els 50 s'havia fet un nom oferint crèdits en lliures esterlines a bancs locals de Sud-Amèrica, invertint en propietats immobiliàries a l'Argentina i oferint crèdits a clients alemanys i japonesos, un circuit econòmic que resseguia la « ruta de les rates » que permeté escapar molts criminals nazis de la justícia (Kynaston, 2002: p. 122 ; Giefer i Giefer, 1992). El cas de Kleinwort resulta encara més significatiu per al nostre tema, ja que es tractava del banc que controlava Juan March, el businessman espanyol que havia finançat el cop militar de Franco el 1936 i que controlava tots els ressorts de poder a una Mallorca que començava a ser un colós turístic (Wake, 1997 : pp. 250-254 ; Ferrer Guasp, 2004: pp. 457-458 i 475-476; Buades, 2004).

Malgrat la manca d'estadístiques per raons ben òbvies, l'existència a Londres d'un paradís fiscal obria importants perspectives d'aflorament dels capitals necessaris per a nous negocis de caràcter industrial i escala transnacional. L'hoteleria, transformada ara en un imant per al proveïment de paquets de serveis turístics (transport i allotjament, en un primer estadi), era un excel·lent filó per al negoci de potents touroperadors que sabessin localitzar oportunament i massivament la seva oferta. Com veurem, la formació de touroperadors a escala continental arrenca en la mateixa dècada, té un important component britànic i la localització de la seva oferta afecta, molt selectivament, regions mediterrànies com el litoral català i espanyol, diferents arxipèlags grecs o la costa turca. Tenim dues evidències del lligam

entre aquest mercat financer opac i el boom turistic dels 60. Primer, hi ha el cas de l'emergència de Jersey, amb una economia dominada pel turisme, com a Offshore Finance Center (OFC) related al paradís fiscal londinenc. Entre el 1962 i el 1967 30 bancs internacionals obriren sucursals a l'illa, començant pel britànic Kleinwort Benson, amb evident connexions amb la totpoderosa Banca March i el Banco de Crédito Balear a les Balears. Paral·lelament, el nombre de companyies off-shore va passar de 17 a 470 entre el 1962 i el 1970. Algunes d'elles eren "offshore funds", una innovació financera de l'època. Aquests fons podien amortitzar accions si hi havia més accionistes que venguessin en lloc de comprar. Així, el fons de capital podia ser incrementat o reduït d'acord amb la demanda. Serà precisament aquesta ampla mancomunitat de dipòsits que subministrarà credits barats i anònims davant el Tresor britànic per tal que l'illa visqui un boom hotelier durant els 1960 (Hampton, 1996). Una segona prova té a veure amb la característica principal d'aquest mercat de bons en moneda estrangera (principalment eurodòlars però amb un pes significatiu d'*euromarcs* alemanys) : « operava sense el control de cap banc central i companyies força petites manejaven enormes sumes de diners » (Kynaston, 2002 : pp. 283 i 325). La fallida d'alguns touroperadors britànics arran de la crisi petroliera de 1973 va servir per fer evident, precisament, la seva opacitat fiscal i l'enorme desproporció entre el seu capital i la seva capacitat de negoci. Arran de la fallida del holding Court Line, es va saber que un dels seus operadors turístics (*Clarksons*) havia estat capaç durant el 1969 amb només 400.000£ de capital, assolir una xifra de negoci de 14 milions de £ i de fer préstecs per a nous hotels (bàsicament a Espanya) per 4,4 milions de £ més (Gaviria, 1975).

Tenint presents aquests dos vessants (la utilitat ideològica i l'expectativa de guanys sense controls governamentals), el boom del turisme nord-americà adquireix una nova dimensió. D'entrada, cal copsar el seu important creixement absolut fins al 1959 en una progressió que no s'aturaria fins a la depreciació del dòlar en vorejar els 70:

Turistes EUA a Europa 1937-1970

1937	248.000
1948	192.000

1949	251.000
1952	327.000
1953	400.000
1959	800.000
1965	1.400.000
1970	2.900.000

Fonts: Endy, 2004 i Schipper, 2005.

Durant la segona meitat dels 60, el 52% dels turistes nord-americans a l'exterior travessaren l'Atlàntic cap a Europa en lloc de visitar el proper Carib i la resta d'Amèrica. Malgrat que el pes relatiu del turisme transatlàntic sigui baix en el conjunt europeu (representa a penes una mitjana d'entre el 2 i el 3%), l'impacte per països serà molt rellevant. El 1952, per exemple, França acapararà el 40% del turisme nord-americà a Europa, seguit de la Iugoslàvia comunista díscola de Tito (28%), l'Alemanya d'Adenauer (25%), la Gran Bretanya (24%), Itàlia (22%), els Països Baixos i Dinamarca (21%), Suècia (17%), Bèlgica (15%) i Grècia (13%) (Fernández Fúster, 1991)¹⁰.

La importància real d'aquest tràfic rau en l'aportació de dòlars frescos per a una Europa aliada exsangüe en capitals per pagar deutes i emprendre el camí al consumisme de masses que ensenyava el model nord-americà. Tan aviat com el 1949, un quart de milió de turistes EUA generaven 272 milions de dòlars als estats beneficiaris del Pla Marshall, el doble que les fibres i els tèxtils, la primera categoria de béns europeus venuts als propis Estats Units. Dit d'una altra manera, gairebé una quarta part dels dòlars replegats per l'Europa occidental provenia del turisme nord-americà (Endy, 2004: p. 54). La despesa diària d'un turista transatlàntic equivalia grosso modo a la de quatre turistes mitjans.

Els espectaculars resultats eren el fruit d'una immediata disponibilitat dels nous règims europeus convenientment reorganitzats per plaure el dictat transatlàntic. Encoratjats per l'ECA (Economic Cooperation

¹⁰ Com que, normalment, els viatges transatlàntics dels nord-americans tenien com a destinació més d'un estat, el total supera el 100%.

Administration, és a dir, l'agència nord-americana que gestionava a Europa el Pla Marshall), el juny del 1948 naixia l'European Travel Commission (ETC), com a primera secció tècnica d'una OECE acabada d'estrenar. L'ETC estarà esponsoritzada de seguida des de l'ECA a través de la nova TDS (Travel Development Section), a fi que, per exemple, garanteixi l'existència de "programes de garantia de viatge" que protegeixin les inversions nord-americanes a Europa en cas de fallida del negoci. I es dedicarà preferentment a persuadir els governs i empreses a tots dos costats de l'Atlàntic de la conveniència de generar un "espai turístic lliure" a l'Europa aliada. L'ETC va donar gran importància a la propaganda, seguint el camí marcat per Nelson Rockefeller. Subvencionada en principi directament pel Pla Marshall, es va adreçar a generar una opinió pública favorable a la creació d'un vincle fonamental transatlàntic sota eslògans com "Entendre's... viatjant...és el passaport a la pau" (Endy, 2004: pp. 100-124).

De vegades, en territoris fronterers amb el comunisme soviètic, la correlació entre turisme i guerra freda és absolutament directa, malgrat que els estudis, pocs, són recents si no inexistents. El cas austríac (un estat reduït a la mínima expressió, repartit entre soviètics i nord-americans, *neutralitzat*) és esclaridor: malgrat que els fons d'ús directament turístic invertits via ERP a l'Àustria occidental administrada pels EUA van suposar només entre un 2-4% del total dels ajuts (molt menys que els dedicats a les inversions industrials o agràries), el cert és que van contribuir en un quinquenni a bastir la meitat de l'oferta turística d'aquella part d'Àustria (1.376 projectes d'hotels i 71 pistes d'esquí). Després del 1955, més del 50% dels turistes eren estrangers i les entrades de moneda estrangera havien substituït l'ajut nord-americà a l'hora de superar el risc de dèficit en la balança de pagaments (Bischof, 2000).

Aquest model d'inversió directa per l'Administració de dòlars nord-americans en les economies de l'Europa aliada es va obrir camí enmig de fortes tensions internes als EUA entre liberals i keynesians. Nombrosos líders republicans com el senador Robert A. Taft creien que l'ajut públic nord-americà era desproporcionat i hom corria el risc que s'haguessin d'apujar els impostos i es manifestessin pressions inflacionistes als propis EUA. A més, veien de mal grat que els diners tinguessin com a destinataris, a vegades, indústries europees nacionalitzades per governs de centreesquerra. Inesperadament, el descontent ultraliberal i dretà va constituir un poderós aliat dels plans

de creixement del turisme a Europa. Un altre senador ultradretà, Ralph Owen Brewster, va ser l'impulsor, el març del 1948, que la promoció del turisme nord-americà a Europa formés part dels objectius i pressupostos del Pla de reconstrucció Europea. Arran d'això, el Congrés va augmentar el marge de despesa turística exterior dels nord-americans en apujar de 100 a 500\$ (abans d'impostos) el valor de les mercaderies que podien portar a casa.

En realitat, aquesta serà aviat l'opció de l'establiment nord-americà: en un context dominat per la necessitat d'incrementar la despesa armamentista contra el *perill comunista*, la manera més barata i ràpida que les economies aliades a Europa es deixondissin, fessin front als dèficits de les balances de pagaments motivades pels propis préstecs i per les matèries primeres subministrades pels propis EUA i copiessin el model consumista de l'altre costat de l'Atlàntic era que aquests dòlars arribessin a través del consum i del lliure comerç privat, restant l'ajut públic directe com a recurs marginal. "Vacations, not donations" i "Foreign aid that's fun" eren eslògans de moda a les Administracions conservadores, desconfiades de tot el que fes olor a suport públic amb impostos ciutadans, tret que no fossin per al complex militar-industrial, paradoxalment denunciat a la mateixa època pel propi president Eisenhower... (Endy, 2004: pp. 43-44 i 128-129).

Les arques públiques nord-americanes a penes donaven ja per més. Entre el 1940 i el 1954, els EUA havien invertit 140.000 milions de dòlars a l'estranger. El propi Pla Marshall va tenir un paper més aviat catalitzador que no pas salvador de la represa de la postguerra: els 13.000 milions de dòlars de què es va nodrir no eren gran cosa en comparació amb els 90.000 milions que havia destinat a l'exterior el país entre 1945 i 1963. Tot i així, l'ajut Marshall equivalia a l'1,2% del PNB nord-americà en el període 1947-1951; dit altrament: superava de molt el nivell de transferència que les institucions internacionals recomanen actualment als països rics per cooperar solidàriament amb el Sud (0,7%) (Bossuat, 1992: pp. 306-307).

Dos seran els sectors més beneficiats per aquest intervencionisme amb diner públic en el món turístic: les companyies aèries i el sector hoteler. En el primer cas, és difícil sostreure's a la idea apuntada magistralment per algun autor (Endy, 2004: 35) que hi havia una mena de "complex militar-turístic" sense el qual el turisme de postguerra no hauria pres la volada que va adquirir. Hi havia tota una

generació de pilots de guerra a recol·locar, bona part de la força aèria podia ser reconvertida a usos civils, existia una clientela segura important (els ex-combatents a Europa i les seves famílies), sense oblidar un objectiu “patriòtic”: mostrar a la Vella Europa la imatge d’una nació democràtica, internacionalista, model per a les nacions lliures. L’element clau aquí era popularitzar els viatges transatlàntics: baixar preus, fer accessible el transport a les classes mitjanes nord-americanes. Aquest interès serà satisfet d’immediat per la Pan Am amb la introducció de la “classe turista”. Així, la Pan American World Airways fundada per Juan Trippe el 1927 per portar correu de Florida a Miami, esdevindrà el “chosen instrument” del govern nord-americà en l’aviació internacional per simbolitzar la comunitat de civilització transatlàntica. El 1945 controlava el 100% del trànsit al Pacífic, el 50% a l’Amèrica Llatina, el 90% al carib i el 32% a Europa. La Pan Am rebrà quantioses (i escandaloses!) subvencions de Washington fins al 1956, quan l’Administració decideix obrir els ajuts a la competència de companyies com TWA, Braniff i Northwest (Stern, 1991). Pel que fa a l’hoteleria, des de l’ECA s’havia contactat a finals del 1949 Conrad Hilton, l’amo dels luxosos Hilton Hotels, perquè “estaven molt ansiosos per incrementar els allotjaments [turístics] de primera classe en moltes capitals europees” i venien a oferir-li garanties de préstec i una petita subvenció perquè s’hi animés. El projecte va començar amb l’obertura de dos hotels (a Madrid el 1953 i a Istanbul el 1958), però la resta no van prosperar perquè els diners que havia promès l’ECA van ser destinats a partir del 1952 a despesa militar mitjançant una nova agència: la Mutual Security Agency (Rosendorf, 2006: p. 389). De fet, gairebé tots els hotels que va obrir Hilton fins al 1974 van ser finançats per governs locals (com el d’Istanbul, Tel Aviv o el Caire) o per socis pertanyents a les grans finances internacionals (com el Vaticà, a través de la Societat Generale Immobiliare a Rome i Lt. Col. John Furman, un banquer industrial, a Jerusalem) (Wharton, 2001).

Aquesta estratègia d’ajut dual (a la vegada públic directe i privat indirecte) amb el turisme com a catalitzador de la modernització consumista i facilitador de dòlars frescos per a societats “aliades” serà sostenible fins a la segona meitat dels 60. La crisi de la balança de pagaments nord-americana relacionada en gran mesura amb la incapacitat de sostenir un volum excessiu i creixent de subsidis dolaritzats permanent a estats estrangers vassalls així com al pou sense fons en què s’estava convertint la Guerra del Vietnam (Agnew i

Corbridge, 1995), va portar el President Kennedy a reduir de 500\$ a 100\$ les compres a l'estranger lliures d'impostos. El President Johnson va intentar anar més enllà per reduir les despeses dels turistes nord-americans a l'estranger. El dia d'any nou del 1968 Johnson va demanar als nord-americans, per exemple, que ajornessin "tot viatge no essencial fora de l'Hemisferi occidental". En la cultura nord-americana, aquest hemisferi "occidental" es referia al continent americà. Per tant, l'objectiu de les restriccions era l'Europa aliada on els turistes nord-americans despenien el 80% dels seus preuats dòlars. Johnson va proposar al Congrés, endebades, establir taxes personals per la sortida dels EUA i per cada dia d'estada a l'estranger. Però els temps havien canviat: l'any següent, les despeses turístiques nord-americanes a Europa occidental, majoritàriament mediterrània, superaren per primer cop els 1.000 milions de dòlars. Els consumidors, que havien incorporat la "llibertat de viatjar" al seu equipament de drets fonamentals, ja no feien cas a l'Administració. Tan significativa com l'actitud ciutadana va ser la protesta, unànime, de la indústria turística nacional, que defensava com si fos sagrat el seu nínxol de mercat i es desentenia de les necessitats de la política nord-americana, quan des de finals dels 40 presumia que la indústria turística era un complement de la política exterior del país (Endy, 2004: pp. 182-202).

3 TRIAR O SER TRIAT? EL DIKTAT TURÍSTIC

La traducció sobre el terreny de l'intervencionisme proturístic a Europa és molt desigual. La tendència de fons, la mediterranyització, resulta, però, abassegadora:

Recepció del turisme a Europa per regions (1949-1964)

Any	Europa Meridional [Eu Med]	Europa Septentrional [Eu Sept]	França	Total Europa	% Eu Med <i>sense França</i> ¹¹

¹¹ Aïllem França per la seva doble condició, continental i mediterrània. Ara bé, com més ens endinsem als 60, més pes adquirirà el vessant mediterrani, tant la Provença i Costa Blava com el corredor Llenguadoc-Rosselló. Les altres dues grans regions receptores eren París i els Alps.

1949	2,5 m.	3,9 m.	2,8	9,2	27,1%
1955	8,7	14,3	4,0	27,0	32,2%
1960	15,3	21,1	4,6	42,1	36,3%
1964	25,5	25,9	6,6	58,0	44%

Font: Elaboració pròpia a partir de Fernández Fúster, 1991.

La progressió per estats mostra un vigorós creixement a França (que més que duplica resultats), un espectacular boom a Itàlia i, sobretot, vers Espanya (que esdevé líder en recepció a tota la Mediterrània) així com un important pes a Iugoslàvia i el lent despertar del nord-est (Grècia i Turquia). A França, el creixement és important encara que molt menor que la resta, ja que fins ben entrada la dècada dels 1960, a la vista de la competència espanyola i italiana, l'estat francès no comença a apostar per l'oferta de sol i platja a la seva Mediterrània en lloc de centrar-se en París i el circuit monumental clàssic.

Recepció de turistes a l'Europa Mediterrània (1949-1964)

	França	Itàlia	Espanya	Altres	
1949	2,8	1,8	0,5	0,1	
1952	3,2	3,3	1,2	0,3	
1955	4,0	5,6	2,1	0,9	
1958	4,0	7,5	3,1	1,2	
1962	5,9	9,9	7,1	2,3	
1964	6,6	10,1	11,6	3,8	2,5 Iugoslàvia 0,8 Grècia 0,2 Turquia

Font: Fernández Fúster, 1991.

4 França: l'autopista gaullista al turisme i l'americanització

L'ancoratge atlàntic de França té molt a veure amb la col·laboració, per díscola que fos, del gaullisme amb les receptes prescrites pel complex militar-turístic nord-americà: prioritat per superar el *dollar gap* a la balança de pagaments, facilitació dels fluxos turístics, afavoriment del consum de masses a la nord-americana (Endy, 2004).

Així, els 264.000 turistes nord-americans del 1950 havien crescut fins als 792.000 una dècada després i assolirien el seu cim d'1,35 milions el 1970 abans de declinar amb les tensions internes a causa de l'extraordinari dèficit nord-americà provocat per les despeses de la guerra del Vietnam i amb la ruptura per part de l'Administració Nixon del sistema de Bretton Woods en encetar la dècada dels 70.

En acabar la Segona Guerra Mundial, hom calculava un potencial de dos milions de turistes nord-americans a França a partir del nombre de soldats que hi havia passat així com les seves parelles. París era el reclam per excel·lència, tot i que, des del principi des del propi exèrcit nord-americà, s'havien promogut les vacances a la Provença, coneguda ja profusament per la bohèmia transatlàntica des de feia dues dècades, així com els castells del Loira (Turner i Ash, 1991: pp. 105-142). L'aparell de propaganda transatlàntic (a través del cinema i la publicitat) bombardejava literalment la ciutadania nacional per tal que sortís a veure món i perquè donés la imatge d'un ciutadà nord-americà pacífic i internacionalista. Era una clientela enorme paral·lela a la magnitud del sector turístic francès (en un sentit ample, és a dir, més enllà de l'allotjament i la restauració) constituïa pràcticament la segona font d'ocupació del país: a principis dels 50 en vivien entre 500.000 i 700.000 persones... Un 20% de l'hoteleria havia estat destruïda o seriosament danyada durant la contesa.

Malgrat importants crítiques d'alguns sectors sindicals contra el servilisme nord-americà, significades plomes com André Siegfried, comentarista al conservador *Le Figaro* i membre de l'Académie Française, apostaven per aprofitar el turisme nord-americà, perquè portava diner com "les crescudes del Nil fertilitzen el delta". El sector turístic va fer lobby per identificar el turisme com una "indústria exportadora" a fi que el govern francès, amb important presència

esquerrana, li permetés fruir de les mateixes exaccions fiscals que altres indústries més tradicionals com l'automobilística. I va aconseguir, per exemple, que el 1949 ja no fes falta, venint dels EUA, tenir visat per entrar a França (Endy, 2004: pp. 55-80).

A partir del 1958, amb la cinquena república, la nacionalista França gaullista s'esforçarà a deixar enrere la manca de compromís pràctic dels seus antecessors amb els projectes d'expansió turística previstos al Pla Marshall. El govern de Gaulle va donar suport massiu a la creació de nous hotels, els va concedir préstecs a baix interès i els va exonerar de diverses taxes. Entre el 1960 i el 1963, per exemple, el crèdit hoteler estatal s'apujà de 70 a 161 milions de francs. Paral·lelament, va llençar importants iniciatives per generar una oferta massiva a les costes del Llenguadoc, un front de 180 km. de costa en una situació de "retard" econòmic en relació a altres regions, per tal de localitzar-hi, durant els 60, els Family Vacation Villages (FVV), l'alternativa conservadora de viatges familiars de preu assequible per a bona part de les classes populars, amb l'objectiu de combatre l'oferta vacacional de "Tourisme et Travail", l'organització de vacances més important del país, dominada per l'esquerra comunista (Furlough, 2001). Aquest impuls gaullista del turisme vacacional popular era absolutament complementari de la demanda de preus baixos per al turisme transatlàntic, aquell que volia viatjar per just 5\$ diaris i s'informava amb les guies de butxaca de Temple Fielding, un publicista turístic nord-americà, ex-espia i resident a Mallorca, que gaudia de tiratges milionaris (Buades, 2004: pp. 122 i Rosendorf, 2006: pp. 393-396). La mesura més efectiva, emperò, va ser la construcció de la nova "autopista del Sud" que connectava Niça i la Riviera amb la potent xarxa d'autopistes que naixien de París. Les ampliacions successives de l'aeroport de Niça al llarg dels 60 van ser crucials de cara a aconseguir atènyer l'objectiu de passar dels 86.000 passatgers de 1948 als 2.085.000 de 1973. Així, l'aeroport de Niça va esdevenir el segon més important de França després del de París. (Soane, 1993, pp. 263 i 271).

L'activisme proturístic gaullista, que frega la servilitat quan les relacions diplomàtiques amb Washington són famoses just pel contrari, tenia com a explicació el *realisme* econòmic: mentre que el turisme nord-americà durant els 60 representava a penes un 10%

dels visitants estrangers, el seu rendiment en divises era fabulós, ja que equivalia al 40% .

A pesar d'aquesta col·laboració entusiasta del govern, l'oferta francesa d'allotjament a penes va créixer entre el 1953 i el 1965 d'un 20%. El problema afectava, sobretot, els establiments mitjans i de luxe, els preferits pel turisme internacional. La raó principal raïa en la manca d'inversió privada en renovació i nous establiments. Aquesta manca d'interès va fer que Conrad Hilton, en inaugurar els seus primers hotels al país el 1966, acusés els hotelers francesos de tenir una "mentalitat medieval" i de ser incapaços de reduir costos, tant els de les habitacions com els laborals. De fet, a meitat dels 60, hi va haver un autèntic desembarcament d'hotelers nord-americans i britànics a París per fer seva bona part de la planta hotelera obsoleta. L'estat gaullista va reaccionar creant, el 1962, en joint-venture amb capital privat, va llançar Frantel , una nova cadena hotelera barata (de dues i tres estrelles) mentre col·laborava amb la Banque de Paris et des Pays-Bas a través d'Air France per obrir els primers Sofitel. Simultàniament, va esclatar la polèmica per la introducció del "tout compris", adreçat a garantir preus baixos per a turistes "populars", com exigien els amics nord-americans. La "competició" es jugava en la franja més popular de la clientela transatlàntica (Endy, 2004: pp. 169-177).

Lluny, doncs, de ser àmbits contradictoris, la Guerra Freda i la liberalització a través del turisme són dues cares d'un sola moneda que surt a compte perquè França guanya els dòlars que necessita a base d'oferir història, diversió i refinament, mentre que els EUA surten reforçats davant l'opinió pública amfitriona com a líders del consumisme i del sistema de vida "modern". Així es consolida l'atractiu i l'ancoratge a l'oest d'un estat a la UCI, amb un important moviment comunista interior i que podria haver estat seduït per Moscou.

5.5 Dòlars turístics reguen la Dictadura espanyola

L'Espanya franquista va experimentar una ascensió meteòrica en el rànquing turístic mundial entre finals dels 40 i principis dels 60, passant de ser una destinació petita i exòtica (d'a penes mig milió de

visitants foranis el 1950 a més d'onze milions el 1963 [Fernández Fúster, 1991: 600-601) a esdevenir el líder europeu i mediterrani desplaçant França i Itàlia. Normalment, s'ha vingut presentant aquest salt colossal en termes economicistes relacionats exclusivament amb variables d'oportunitat macroeconòmica, com ara el creixement o la productivitat (Capó Parrilla, Riera Font, i Rosselló Nadal, 2007).

El cert és que l'arrencada vertiginosa del turisme a l'Espanya dels anys 50 només pot entendre's a partir d'opcions geopolítiques i d'oportunitats de negoci fabuloses per a capitalistes estrangers i locals. A finals dels 40, la classe treballadora – aquella que havia estat la primera d'Europa a combatre el feixisme després del cop militar del 1936 – pagava ben cara la seva revolta: guanyava la meitat de salari que al principi de la Guerra Civil. Bona part del blat, la base alimentària de la dieta al país, es comercialitzava a través del mercat negre. A pesar de la retòrica “desenvolupista” i “autàrquica”, les autoritats reconeixien un dèficit de subministrament energètic del 30%. Mariano Navarro Rubio, ministre d'Hisenda, tan tard com el 1957 va haver de convèncer Franco amb paraules crues de la necessitat d'obrir definitivament Espanya al gran capitalisme internacional:

“Mi General, ¿qué pasará si tenemos que volver a la cartilla de racionamiento y se nos hiela la naranja?...En esos momentos la reserva de divisas... era dramática: ¡No teníamos un sólo dólar y debíamos diecisiete millones de dólares por compras de petróleo!” (Buades, 2004: pp. 115-143).

Aquesta situació es donava, per més inri, en una dècada (1953-1961) en què Espanya s'havia convertit en el quart estat receptor d'ajut econòmic i militar nord-americà de la regió euromediterrània, darrere França, l'RFA i Turquia i just davant Grècia, amb 1.400 milions de dòlars. La quantia revela la importància atorgada pels EUA a la posició geoestratègica d'Espanya, reforçada pel fet que aleshores detenia encara el control sobre el nord del Marroc, és a dir, que era la clau del control de la Mediterrània occidental (Calvo-González, 2006: p. 410). Tant o més significatiu és el fet que Espanya és l'únic estat beneficiat per l'ajut nord-americà a la regió que no va treure profit del Pla Marshall i que tampoc no va ser present al grup fundacional de l'OECE (a diferència de Turquia i Grècia, per exemple). El fet que es tractés d'una Dictadura ominosa condemnada per l'ONU, que fos una aliada ferma del nazisme i el feixisme entre el 1936 i el 1945

(continuada després com a via d'escapament daurada per a criminals de guerra desitjosos d'evitar ser jutjats per crims contra la Humanitat (Irujo, 2003) o que mantingués una ideologia oficial nacional-catòlica refractària frontalment al liberalisme econòmic i al consumisme per a les classes populars, reforça encara més, el valor de l'aposta nord-americana per ajudar Franco.

En un procés paral·lel al que hem descrit per al conjunt de l'Europa aliada, el règim local, en aquest cas una dictadura feixista, va ser temptat pels beneficis directes de deixar explotar el turisme com a font d'ingressos altament rendible. Mancat d'instruments com l'ECA o l'ETC, i mentre l'Administració Eisenhower es dedicava a consolidar facilitats d'ús militar del "portaavions espanyol" a la porta occidental de la Mediterrània¹², serà el món econòmic, lligat als interessos turístics i als de la indústria de l'entreteniment, el que portarà el pes.

Entre aquests interessos, hi ha hotelers com American Express, Conrad Hilton, la TransWorld Airlines (TWA, competidora de la Pan-AM), la indústria del cinema hollywoodenca al voltant de Samuel Bronson i publicistes turístics populars com l'esmentat Temple Fielding¹³, que fixarà la seva residència a Mallorca el 1951. Hilton obrirà amb el Castellana Hilton el seu primer hotel a Europa. La motivació anticomunista era palesa en seu parlament d'inauguració, el 14 de juliol del 1953:

"El món occidental té un gran deure de gratitud cap a Espanya i el seu poble per moltes coses al llarg dels segles. Però al meu parer, en aquest preciós estiu de 1953, és en un pedestal del segle XX per ser l'única nació en el món que ha derrotat el comunisme. Rússia estava ja engolida per aquesta cosa monstruosa ["this monstrous thing"], i després Txecoslovàquia, Hongria i Polònia. Bulgària, Romania i Iugoslàvia, totes caigueren amb facilitat... les tenalles eren a punt de tancar-se sobre tot Europa. El món hauria d'estar enormement agraït a Espanya pel gran sacrifici que va fer en reaccionar tan fermament que l'agenda comunista va quedar traspalsada des de llavors".

¹² Cal recordar que el Tractat de cooperació hispano-nord-americà del 1953 incloïa una clàusula secreta que deixava els EUA el poder de decidir usar des de territori espanyol el seu armament, inclòs el nuclear (Buades, 2004).

¹³ La revista *Time* li dedicarà la portada el 6 de juny del 1969 com a símbol d'"el guia" del turisme de masses per excel·lència.

Més prosaicament, Hilton entrava a Espanya perquè el negoci era fabulós. De fet, el primer any, el Castellana Hilton, convertit en base d'operacions de la pujant producció de Hollywood a Espanya, va generar més d'un milió de dòlars en divises i centenars de milers en lliures i francs. La torna era que Hilton no va acabar l'hotel fins que no va aconseguir el placet de Franco per poder repatriar els guanys sense control fiscal, un nòvum en favor d'empreses estrangeres que inquietava el dictador pel precedent que creava (Rosendorf, 2006: pp. 387-390).

Hi havia dos colls de botella que ofegaven l'intervencionisme dels capitals internacionals cap a Espanya: l'existència d'un desgavell monetari monumental i les extraordinàries limitacions a la creació i domini d'empreses per part d'inversors estrangers. La causa principal dels caos monetari era el canvi artificialment baix, dissuassori, pesseta-dòlar (el 1949 era d'a penes 12,59 PTA. per dòlar), va fer que la ciutat internacional de Tànger, sota control espanyol amb un mercat de divises *lliure*, esdevingués un autèntic paradís off-shore on el contraban de divises feia el seu ple en mans d'especuladors nacionals i foranis. El 1957, per exemple, es calcula que devien circular pels bancs de la ciutat més de 5.000 milions de PTA, uns nivells de capital que l'Espanya franquista com a règim no podia deixar perdre per sobreviure. L'estabilització monetària va venir de la mà d'acords de compensació canviària garantits per la firma nord-americana World Commerce Corporation (WCC) i per un consorci de bancs britànics. És significatiu que la seu de la WCC estigués radicada al paradís fiscal panameny i que entre els seus representants hi hagués personatges de la rellevància d'un antic secretari d'Estat (Edward R. Stettinius) o un ex-director de l'OSS, l'antecedent de la CIA (William J. Donovan). Entre els britànics, hi trobem noms com el Lloyds, el Barclay's, el Bank of London and South America així com el Kleinwort Sons i Co controlat pel mecenes de Franco durant la Guerra Civil, el financer mallorquí Juan March (Viñas, Viñuela, Eguidazu, Fernández Pulgar i Florensa, 1979: pp. 801-830; Wake, 1997: pp. 250-254). Aquest procés d'apadrinament liberal continuarà amb l'ingrés d'Espanya a l'OECE i l'FMI el 1958, al marge que restés fora de la fundació de la CEE (1957) i assolirà el seu punt àlgid l'estiu del 1959 amb l'aprovació del "Pla d'Estabilització". Assessorat pel Banc Mundial, aquest Pla farà del turisme i de l'atracció d'inversions estrangeres les seves prioritats. El resultat seran immediats: la taxa de canvi es va depreciar un 42% fins assolir el valor de 60 PTA per

dòlar¹⁴ i es van legalitzar i afavorir el control majoritari d'empreses a Espanya per agents exteriors. El camí cap al boom hotelier i la compra-venda de terrenys i xalets a les costes espanyoles tenia un futur aplanat.

Com a altres indrets, la localització de les inversions turístiques i immobiliàries tindrà relació directa amb la calidesa mediterrània: Mallorca i Eivissa, la costa malaguenya ("del Sol"), el litoral gironí, per aquest ordre, seran les tres grans mines d'or de l'economia espanyola, a part de les remeses d'uns quants milions d'emigrants a l'Europa nòrdica. Mallorca, un territori insular privilegiat conegut internacionalment ja abans de la Guerra Civil, va esdevenir la tarja de presentació d'un règim pària a la recerca de rehabilitació exterior. El vice-president Nixon hi serà el 1956 en tornar de Turquia i dinarà a Illetes, un espai a punt de ser sacrificat al Moloch turístico-immobiliari. Paul F. Craig, assessor del Banc Mundial, serà a Santa Ponça (Calvià) amb banquers i prohoms del règim franquista i, oportunament, l'entitat transnacional per a qui treballava va decidir finançar el 1963 la primera autopista entre Palma i l'aeroport convertint aquest projecte en un dels tres més importants subvencionats a Espanya....

La petjada física del turisme nord-americà serà també força rellevant. El 1970 visitaren Espanya 1,03 milions de nord-americans davant 2,6 milions de britànics i 2,07 milions d'alemanys de l'RFA. Només a Balears, el 1964 hi devia haver 1.500 residents amb passaport nord-americà, bàsicament lligats a l'estament militar (Buades, 2004: pp. 121-125).

C. Douglas Dillon, ex-ambaixador a França als 50 i secretari d'estat d'affers econòmics amb Eisenhower, veia en aquest doble intervencionisme (militar i turístico-financer) un triomf més ideològic:

"Les nostres polítiques a Espanya i per a Espanya han estat els catalitzadors de la seva evolució recent dins la societat de nacions moderna". (Calvo-González, 2006: p. 434)

¹⁴ Era una passa obligada ni que fos perquè els estats membres de la CEE havien aprovat el desembre anterior la convertibilitat de les seves monedes (inclòs el nou marc alemany) davant tercers.

Com en altres indrets, tot i que de manera molt més intensa i vertiginosa, la turistització de la Mediterrània espanyola va tenir un altre aliat en la conformació de poderosos touoperadors amb base a la Gran Bretanya i a una RFA que experimentava un boom consumista inèdit des del 1945. S'ha assenyalat que hi ha pràcticament una absoluta manca d'estadístiques específiques sobre el volum i composició d'aquest sector, el qual es confon amb el dels detallistes de viatge (Burkart, 1974; Ioannides, 1998). Operant des del paradís fiscal londinenc, companyies com Horizon, Eagle, Clarksons o Thomson fan créixer el mercat britànic xàrter de 295.000 turistes l'estiu del 1961 a 2,7 milions una dècada després. En el cas de l'RFA, el 1963 naixia Neckermann und Reisen com a secció de viatges del gegant de la paqueteria Neckermann, nascut a recer de l'expropiació d'una important firma tèxtil jueva i engreixada per ingents comandes militars nazis. El 1968 apareixeria TUI, companyia que es convertirà aviat en la primera transnacional europea de turisme. Així que avanci la dècada i les tensions nord-americanes pel dèficit impensat de sostenir la guerra al Vietnam, el marc alemany tendirà a substituir-lo com a moneda de referència. Estranyament, fins fa poc no s'ha parat atenció sobre el cridaner continuisme fins i tot personal de les élites econòmiques alemanyes entre el nazisme i l'època del "miracle" de l'opulència dels 50 i 60 (Grunenberg, 2006: pp. 214-217 i 299).

La britànica Sky Tours introduirà una innovació crucial: per assegurar-se la disponibilitat de places hoteleres davant la creixent competència tant domèstica com alemanya, avançava importants sumes de diners als hotelers perquè li garantissin l'allotjament. Al llarg dels 60 i en començar els 70, aquests capitals prestats pels TT.OO havien esdevingut l'incentiu financer principal per al creixement d'hotels i apartaments i per al domini colonial d'amples zones de la Mediterrània espanyola (però no només) sense cap mena de control ni planificació públics. Mentre l'hotelier quedava empresonat pels diners avançats per uns TT.OO que dictaran els preus, de retruc, l'impacte cultural i sòcioeconòmic d'una allau periòdica de milions de turistes farà que l'Espanya franquista esdevingui "moderna" (Bray i Raitz, 2001: p. 68). En el cas alemany, a part de l'evident delit consumista del nou ric que es pot permetre anar al Sud, resulta evident el lligam entre els sectors més ultradretans, liberals i proamericans de la gran coalició CDU-SPD i la promoció des de l'Estat de la inversió turística i immobiliària a

l'estranger. Franz Josef Strauss, simpatitzant nazi, ferotge anticomunista i admirador dels EUA de la Guerra Freda, com a ministre de finances va fer aprovar el març del 1968 una llei "d'ajut al desenvolupament" (Entwicklungshilfe Steuer-Gesetz, EHSZ) que permetia desgravar davant la hisenda alemanya l'equivalent a un terç del cost de l'adquisició d'habitatges turístics en estats considerats així. La mesura suposarà un extraordinari incentiu per a l'explosió de demanda de segones residències en estats mediterranis com Espanya, Turquia o Grècia (Fernández Fúster, 1991: p. 677) i comportarà una nova onada de consumisme *popular* perfectament assimilable a la modernitat amb marca de fàbrica nord-americana.

5.6 Iugoslàvia, l'ajut turístic al socialisme

El pes de la geopolítica en l'expansió turística mediterrània té una altra fita, molt rellevant, a Iugoslàvia. Les costes orientals de l'Adriàtic ja havien conegut, des de temps de la monarquia austrohongaresa, un important apogeu com a estació balneària. A partir del 1932, la república va conèixer un important flux turístic (superava el milió de turistes el 1938, l'any abans de la invasió nazi), especialment de la veïna i industrialitzada Txecoslovàquia, la qual aportava la quarta part dels turistes estrangers.

Els primers anys de la postguerra, la filiació comunista del règim va portar a donar prioritat a plans de creixement de base industrialista i estatalitzant, fortament centralitzats. La indústria turística d'avantguerra va ser profundament remodelada i s'intentava reciclar cap a objectius "socialistes": oferir descans i esbarjo a les classes treballadores i fer de l'obrer el nou turista prototípic fent-li accessibles els hotels que abans havien fruit les classes ocioses d'Europa. La propaganda oficial reflectia magníficament la nova ortodòxia:

"El turisme ja no és un privilegi, ni la propietat d'un petit nombre d'exploitadors burgesos, sinó que ha esdevingut la propietat del poble, de la gran massa de la nostra nació, això vol dir que s'ha democratitzat plenament... D'aquesta manera el nostre nou turisme serveix principalment al sosteniment i reforçament de l'home

treballador que dóna el seu propi esforç per a la construcció socialista del nostre país” (Allcock, 1983: p. 41).

La ruptura sorollosa entre el règim comunista de Belgrad i el de Moscou el juny del 1948 en plena eclosió de la Guerra Freda va capgirar de soca-rel aquest escenari. El trencament de Tito amb Stalin ve acompanyat del sobtat interès nord-americà per contribuir al renaixement de l'esplendor turístic de la costa dàlmata i per un gir proturístic oficial del règim heterodox de Belgrad. Pel seu caràcter d'estat socialista basat en una economia estatalitzant i “controlada” pels treballadors i treballadores en règim d'autogestió, crida molt l'atenció l'impressionant creixement del turisme internacional, molt majoritàriament nord-americà i occidental a partir del trencament amb Moscou, i que el va convertir en començar els 70 en la quarta destinació europea (després d'Espanya, França i Itàlia):

Turistes internacionals a Iugoslàvia (1948-1970)
(en milions)

1938	1,0
1948	0,9
1952	1,3
1964	2,5
1970	4,7

Fonts: Allcock, 1983 i World Bank, 1972.

Turisme internacional a Iugoslàvia per nacionalitat (1965)

Europa <i>Socialista</i>	16%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Txecoslovàquia 7% 2. Hongria 3% 3. Polònia 2% 4. Unió Soviètica 1%
Europa <i>Capitalista i EUA</i>	77%	<ol style="list-style-type: none"> 1. RFA 21% 2. Àustria 14%

		3. França 12% 4. Itàlia 11% 5. EUA 3%
Altres (sense detalls)	7%	

Font: Miller, 1967.

L'estat socialista va fer importants inversions en allotjament i serveis turístics, però també en infraestructures per a l'acolliment turístic, especialment aeroports i carreteres per al trànsit internacional. El 1962 s'obriren o modernitzaren els aeroports de Belgrad, Zagreb, Dubrovnik i Titograd (actual Podgorica, Montenegro), el 1963 li tocava al de Ljubljana i el 1966 el d'Split a l'adriàtic mitjà. La costa mediterrània quedava, així, accessible per aire per a les companyies aèries occidentals autoritzades (normalment associades a la Jugoeslav Air Transport, bàsicament la Sabena belga, Swissair, Austrian Air Lines i la BOAC britànica). La república socialista de Iugoslàvia, especialment des de l'àmbit estatal, un detall molt important tenint en compte el seu caràcter netament federal, va prendre mesures d'estímul ben significatives per tal d'atreure turisme més enllà d'ampliar molt la capacitat d'allotjament. Es va permetre a les empreses turístiques i de càtering que convertissin els seus guanys en moneda estrangera forta, la qual cosa els va suposar un guany addicional de 8.000-9.000 milions de dinars anuals entre el 1959 i el 1961. La necessitat de visat per entrar al país va ser pràcticament eliminada el 1961. Ara bé, com que el 70%, dels turistes arribaven per carretera, la principal revolució va ser, de llarg, la construcció de la nova "autopista de l'Adriàtic" amb fons nord-americans que posava en valor turístic la "Riviera" iugoslava, que discorria des de la frontera nord amb Àustria i Itàlia per la costa fins a Split. Des d'una font propagandística de la Guerra Freda, hom va calcular que entre el 1948 i el 1958, Iugoslàvia va rebre uns ajuts occidentals, primordialment nord-americans, quantiosos, de l'ordre de 4.500 milions de dòlars (Stankovic, 1971; Bank, 1979). Així, la principal aposta la va constituir l'assistència creditícia als projectes de noves autopistes, entesos com una eina de cooperació d'enorme transcendència per a l'ancoratge prooccidental de Iugoslàvia. Les dues

més ambiciosos van ser l'estratègica "autopista central" i l'"autopista de la costa adriàtica". Amb la primera, l'aïllada i disputada Grècia va quedar unida per terra amb Àustria. Amb l'altra, Iugoslàvia podria revifar l'atracció sobre el públic alemany per descansar a les platges de l'Adriàtic, que havia estat tallada en sec per la Segona Guerra Mundial. Entre 1963 i 1979 el Banc Mundial va atorgar 10 préstecs per a la construcció d'autopistes, començant amb 35 milions de dòlars per al primer any per a tots dos projectes esmentats. El resultat va ser espectacular: el 1963 ja hi havia tres milions de turistes internacionals, dos terços dels quals arribaven en cotxe privat i un 80% feien vacances al llarg de la costa adriàtica. Si el 1963 van creuar la frontera iugoslava un milió de cotxes estrangers, el 1970 (cinc anys després de la finalització de totes dues autopistes) s'havien apujat a 14 milions (Schipper F., 2007: pp. 7-13; World Bank, 1979: pp. 22-25). S'ha de tenir present que Iugoslàvia el 1965 era la primera destinació turística de l'"Est", amb 2.6 milions de turistes internacionals, just davant Txecoslovàquia (amb un volum similar), i Hongria, el tercer receptor amb la meitat de visitants. Això de banda, és encara més significatiu que Iugoslàvia era l'únic estat "socialista" amb majoria de visitants provinents del món "capitalista" (el 77% tenien el seu origen de l'"Oest" i només el 16% de l'"Est"). Per nacionalitats, l'Europa occidental (amb l'RFA al capdavant, amb una cinquena part dels visitants) i els EUA copaven quatre de les cinc primeres posicions. Els EUA, malgrat la distància geogràfica i la manca de vols directes, aportaven el 3% dels turistes internacionals, uns 80.000 visitants (Miller, 1967).

Paral·lelament, l'estat iugoslau modernitzava la principal via transiugoslava entre la frontera nord travessant Ljubljana, Zagreb, Belgrad, Nis i Skopje cap a Bulgària buscant la connexió terrestre amb Turquia. Endemés, Belgrad va devaluar el dinar diverses vegades entre el 1962 i el 1965, duplicant el valor del dòlar turístic de 600 a 1250 dinars. Gràcies a això, l'any 1970 les divises generades pel sector turístic internacional equivalien al 16,4% de les exportacions del país i dos anys més tard l'estat iugoslau guanyava prop de 500 milions de dòlars anuals gràcies a l'aposta turística.

L'ajut, crucial, nord-americà s'acompanyava aquesta vegada d'una intervenció d'avantguarda del Banc Mundial, una de les institucions claus del sistema de Bretton Woods, és a dir, del quadre d'institucions

financeres mundials d'obediència nord-americana. Si la pròpia autopista de l'Adriàtic ja va ser objecte de concessió de préstec del propi BM, el fet que aquest comencés a tenir una divisió de turisme a partir del 1967 va tenir una repercussió major a Iugoslàvia. Així, el 1971 el BM concedia el seu primer préstec turístic de la història a dos projectes ubicats a l'Adriàtic oriental: fer nou hotels amb una capacitat total de 5.000 llits vora Dubrovnik (Croàcia) i un hotel de luxe de 400 places a Portoroz (Eslovènia) (World Bank, 1972: p. 33).

Aquesta turistització galopant, assistida generosament des de Washington i els seus peons institucionals i operada en el si d'un règim oficialment comunista i autogestionari, va ser estroncada d'arrel per la crisi energètica del 1973, ja que l'any després comencen a declinar els fluxos turístics estrangers cap a la zona. Només dues dècades després, sortejant diferents guerres regionals i amb unes Eslovènia i Croàcia independents aliades d'Alemanya i els EUA, ha pogut reprendre l'aposta per la turistització massiva de les costes orientals de l'Adriàtic.

5.7 Grècia i Turquia, colònies hoteleres a la frontera est

Grècia i Turquia arribaran a la dècada dels 70 amb un pes turístic modest però no pas irrellevant: 1,4 milions de visitants estrangers en el primer cas i prop de mig milió en el segon. De fet, en pocs anys (els 70 els grecs i una dècada després els turcs) experimentaran una turistització molt intensa que els portarà a substituir, exitosament, l'oferta iugoslava i a poder competir directament amb destinacions mediterrànies de primera hora, com la costa catalana, la Provença o la Riviera italiana.

Noguesmenys, el punt de partida era diferent i molt més complicat per a una expansió a l'espanyola, francesa o italiana. D'antuvi, l'accessibilitat geogràfica, impossible per terra en tots dos casos, ja que constituïen illes aliades rodejades d'estats servils a l'estalinisme. Complementàriament, es tractava d'estats dèbils que, de manera persistent, apareixen en la literatura turística com a mers executors de les intencions de potències estrangeres (Buckley i Papadopoulos, 1988: pp. 370-372; Tosun, 2001: p. 302). Bona part de l'explicació

rau en la situació geopolítica emanada del final de la Segona Guerra Mundial i en la rivalitat soviètico-nord-americana per controlar els Dardanel·ls, la clau del domini de la Mediterrània oriental (Morison, 1965; Ulunian, 2003). Per si fos poc, a aquesta ubicació a la frontera est bipolar cal afegir-hi la rivalitat armada entre Turquia i Grècia a compte de les ferides deixades per la deportació de més d'un milió de grecs d'Anatòlia cap a la Grècia balcànica arran de la derrota davant els turcs laicistes de Mustafà Kemal, sancionat al Tractat de Lausana el 1923. Durant els 60, el conflicte per Xipre bloquejarà bona part del que hauria pogut ser l'altre gran boom regional del turisme...

El 1952 Grècia i Turquia, membres de la OECE, entren a formar part de l'OTAN, l'aliança militar occidental promoguda pels EUA, tres anys abans que ho faci l'RFA. L'assistència militar directa nord-americana serà massiva i sostinguda les pròximes tres dècades. De fet, fins al 1963 Turquia havia rebut ajuts econòmics nord-americans de l'ordre de 3.600 milions de dòlars, gairebé tants com l'RFA (3.900 milions) i Grècia venia després amb 3.100 milions més. Hom ha insistit que la intromissió nord-americana en la societat grega arran del Pla Marshall i l'enorme ajut financer va ser especialment pesada. Per mostra un botó: l'ECA hi era present, malgrat la petitesa del país, amb 18 caps de divisió administrativa, el doble que França (Bossuat, 1992: p. 177). Una de les manifestacions més evidents d'aquest vassallatge serà la devaluació del dracma i l'aprovació del Decret legislatiu 2687/1953 de protecció dels capitals estrangers i de repatriació avantatjosa dels guanys a l'exterior. Aquest és un instrument clau que permetrà una important localització de transnacionals, per exemple hoteleres i de touoperadors a Grècia en pocs anys (Buckley i Papadopoulos, 1988).

Turistes estrangers a Grècia (1950-1973)

1950	33.333
1954	157.618
1963	741.793
1970	1.609.210
1973	3.177.682

Font: Buhalis, 2001.

El tret més rellevant del despertar del turisme de masses a Grècia és la correlació entre la implantació massiva dels TT.OO britànics i alemanys en moltes illes de la mar Egea, tenint com a plataforma principal Creta, la cinquena illa més gran de la Mediterrània, i els anys de la Dictadura dels Coronels, instaurada sota el pretext del “perill comunista” (1967-1974). Mentre el país vivia sota el règim de terror de la Junta militar, els TT.OO nòrdics feien el seu agost en un espai únic per la seva diversitat insular i la seva petitesa sense que l'Estat s'hi immiscís. El control d'aquests Touroperadors s'estenia no només sobre els serveis turístics sinó que arribaven a controlar pràcticament l'accés sencer a aquestes destinacions remotes i perifèriques, on podien explotar sense intrusions d'una dictadura ultraconservadora nous productes com el turisme de discoteca i de sol i platja (Briassoulis, 2003). La torna eren les quantioses fortunes generades per a les élites dirigents locals, com ara Ioannis Ladas, ministre de turisme i antic cap de la policia militar d'Atenes quan el cop d'estat, que va posar en marxa uns préstecs de construcció turística a amortitzar en 20 anys sense cap mena de garantia financera per a les arques públiques i que són a la base del primer gran boom urbanitzador del país. L'inefable ministre presumia que el boom turístic duria la prosperitat al país, però és evident que la modernització turística no ha vingut acompanyada per un desenvolupament humà rellevant (Apostopoulos i Sonmez, 2001, p. 79; Battilani, 2005: 7-8; Wikipedia, Greek Military Junta of 1967-1974, 2008; Mikedakis, 2007, pp. 41 i 78-80). El que sí és cert és que els ingressos turístics atenyien el 1970 els 193,6 milions de dòlars, triplicant les xifres de principis de la dècada i fent just de fi la balança de pagaments de l'estat grec (Kottis, 1989: pp. 90-94).

A desgrat de la tradicional manca d'un sistema estadístic competent, un cop d'ull a l'evolució del turisme a l'illa de Rodes ens ajuda a entendre com va aterrar el turisme de masses a Grècia. El 1960 Rodes s'havia convertit en una de les destinacions principals del país i acollia el 7% de totes les vistes internacionals. Mentre que a tot Grècia el turisme havia crescut d'un 22% (fins assolir els 360.000 turistes) entre el 1950 i el 1960, a Rodes – una illa fronterera amb Turquia a la sortida de l'estret dels Dardanels – va tenir un increment del 925% des del 1952 (passant dels 2.890 als 26.739 turistes). La quota nord-americana era encara la dominant el 1960 (amb 6.943 turistes davant els 2.948 de cinc anys abans), mentre que l'RFA constituïa el segon mercat (amb 6.454 visitants). Totes dues

nacionalitats deixaven a llarga distància els britànics (2.640), els suïssos (1.777), els suecs (1.502) i els francesos (1,389). De tota manera, el turisme nord-americà va reduir el seu pes relatiu a Rodes entre el 1955 i el 1960, en passar d'una quota del 40% a una del 26%. Mentrestant, l'RFA veié créixer del 10% al 24% la seva proporció. En la dècada següent, la importància relativa del turisme nord-americà va minvar dràsticament davant l'allau de tràfic turístic provinent dels touroperqdors escandinaus i alemanys occidentals (Richter, 1992: pp. 2-3).

Ubicat a la mateixa frontera sud-oriental de la Rússia soviètica i amb un paper geoestratègic clau per tenir la clau tant de la sortida de la Mar Negra com del camí del Proper Orient i els camps de petroli de l'Iraq, **Turquia** presenta un desenvolupament menor del turisme internacional que Grècia, encara que hi ha un paral·lelisme de fons que cal retenir sempre:

“Els països en desenvolupament són receptors de decisions [“decision-takers”], més que no pas prenedors de decisions [“decision-makers”] pel que fa al desenvolupament turístic que ha tingut lloc en els seus territoris” (Tosun, 2001: p. 302).

Els quadres següents són força eloqüents:

Turistes internacionals a Turquia (1950-1973)

1950	29.000
1963	198.800
1970	724.200
1973	1.342.000

Fonts: Tosun, Timothy i Öztürk, 2003; World Bank, 1975.

Proporció de turistes nord-americans a Turquia (1963-1971)

			Posició en el rànquing d'estats emissors	2n estat per nombre de turistes
1963	72.700	36,5%	1	RFA

1969	108.200	15,5%	1	RFA
1971	148.100	16%	1	RFA

Font: World Bank, 1975.

A causa de l'extraordinari trànsit migratori cap a Alemanya, el saldo dels comptes de turisme i viatges només va començar a ser positiu a partir del 1970. El 1973 assolia els 79 milions de dòlars. El seu pes relatiu en el total de les exportacions del país va passar d'un 2,1% el 1963% a més del 10% a principis dels 70.

La modèstia de les xifres citades no ha d'enganyar sobre el paper de locomotora turística impulsat des dels EUA. El turisme nord-americà forneix fins pràcticament la meitat dels 60 més d'un terç dels turistes internacionals malgrat l'enorme distància de tots dos territoris. Aquest lideratge es mantindrà fins el 1972, quan pel continu augment del nombre de turistes europeus i enmig també d'un creixement absolut constant del seu propi nombre, passa el testimoni a una RFA en plena expansió i amb lligams migratoris directes fortíssims amb la societat turca. Dit d'una altra manera: sense els EUA, no hi hauria hagut pràcticament turisme internacional a Turquia rendible a efectes econòmics fins a meitat dels 60. Un dels elements clau d'aquest interès turístic nord-americà per un país tan remot és la seva extraordinària barator: el 1958 el govern d'Ankara va devaluar la lliura turca d'un impressionant 310% respecte del dòlar nord-americà!

Aquests fluxos de turisme internacional, a més, s'adreçaven només a tres regions, les mateixes que encara avui constitueixen quatre cinquenes parts de l'oferta d'allotjament turca: Màrmara/Istanbul, la costa Egea i la costa mediterrània d'Anatòlia (amb Antalya com a centre). L'oferta inicial, la més barata possible perquè es limitava a aprofitar els serveis ambientals naturals, era ja la de sol i platja; tenia una correlació exacta – com a la geografia turística grega – amb l'accessibilitat aèria i era veïna, bàsicament, de l'oferta grega principal, localitzada a la Mediterrània Egea. La decisió figurava ja al Primer Pla de Desenvolupament del Turisme (1963-67).

Durant el Segon Pla (1968-72), hi va haver una nova devaluació substancial (d'un 67%) l'any 1970. Poc després, entrava en vigor la Llei 6224, la qual s'adreça a facilitar l'atracció d'inversions estrangeres, garantint la transferència exterior de beneficis, capitals,

préstecs,... La radicalització de la liberalització econòmica va ser una “decisió presa per estrangers i per a estrangers”, que tenia en compte només el curt termini i que va comptar amb la ratificació entusiasta del govern estatal turc en un estat administrativament centralitzat (Tosun, 2001). Al rerefons, hi havia la realitat d’un estat generosament subvencionat des de Washington per interessos geoestratègics evidents. Des del Banc Mundial, es reconeixia que “Durant els seixanta, l’ajut oficial va provenir essencialment d’un consorci organitzat el 1962 per l’acabada de crear OCDE (l’Organització per a la Cooperació Econòmica i el Desenvolupament), el qual va desemborsar 2.500 milions de dòlars entre el 1963 i el 1972... Al final, el deute turc a mig i llarg termini ... era de 2.500 milions de dòlars, comparat amb els 730 milions de dòlars de finals del 1960” (World Bank, 1975: p. 21).

Apadrinada, doncs, pels dòlars i clients directes nord-americans i oferint un marc fiscal cada cop més atent a les “necessitats” de les empreses transnacionals, Turquia havia aconseguit generar a principis dels 70 un petit però essencial sector turístic veí del grec. Amb la crisi del dèficit nord-americà i les seves conseqüències de canvi de patró econòmic mundial, s’acabava l’època d’estat vassall sostingut des de l’exterior per motius geopolítics en l’àmbit de la Guerra Freda i començava l’era del domini del país per les transnacionals privades associades, sovint, a institucions públiques internacionals nascudes per gestionar la postguerra d’acord amb els interessos nord-americans, especialment el Banc Mundial. De fet, en el programa financer del BM Turquia era un dels set estats destinataris preferents, a part de tres destinacions mediterrànies més (Iugoslàvia, el Marroc i Tunísia¹⁵) i de Mèxic, el Brasil i l’Índia (Hawkins i Mann, 2007; World Bank, 1972: p. 23).

¹⁵ El 1966 el Marroc i Tunísia havien signat amb el BM acords de préstecs per finançar projectes turístics de companyies estrangeres que havien d’instrumentar-se a través d’intermediaris financers nacionals. A 31 de desembre del 1971, la société Nationale d’Investissement tunisiana havia canalitzat 14,5 milions de dòlars cap a 32 projectes turístics i els Crédit Immobilier et Hotelier i la Banque Nationale de Développement Economique marroquins havien atès 44 projectes amb un muntant d’uns 16 milions de dòlars més.

5.8 EL TURISME, BANC DE PROVES DEL “RÈGIM” DE LA GLOBALITZACIÓ?

Hom ha dit que l'acord de San Francisco de 1944 que va infantar les futures Nacions Unides (1945) és el tractat internacional que sanciona decisivament l'hegemonia nord-americana (Taylor, 1999). El tret distintiu d'aquesta hegemonia respecte a les anteriors ha estat l'intent d'usar el sistema internacional d'estats sobirans com a mecanisme de la dominància global. Un dels fils d'aquesta estratègia va ser bombejar massivament dòlars a l'Europa aliada els anys 50 i 60 per tal d'apuntalar uns sistemes polítics amics precaris i amb risc d'entrar en importants crisis socials. La generació d'un enorme mercat d'eurodòlars al paradís fiscal londinenc així com les tensions provocades pel continu augment de les despeses per sostenir la guerra al Vietnam va fer que l'economia nord-americana es trobés en una situació impensable el 1944, quan es va imposar el sistema de Bretton Woods, és a dir, que podia haver-hi un dèficit estructural en la seva balança de pagaments.

Fracassats tot els intents d'incidir en el comportament del consumidor domèstic (com hem vist en els intents de dissuadir-lo de sortir a l'exterior en les etapes Kennedy i Johnson), l'Administració Nixon va decidir substituir el sistema de Bretton Woods (basat en una paritat i convertibilitat fixa entre l'or i el dòlar així com en l'existència d'institucions financeres internacionals com l'FMI, el Banc Mundial o el GATT) per un nou “règim” econòmic i monetari més favorable a les necessitats immediates dels EUA. Quines eren aquestes? Bàsicament, acabar amb la competència que li començaven a presentar estats capitalistes rivals com Alemanya, França o el Japó i restaurar l'hegemonia dels capitals nord-americans en el marc d'un nou sistema internacional “dolaritzat”. En concret, l'agost del 1971 va decidir rompre la paritat dòlar-or i deixar “flotar” el dòlar. A més, va aprofitar la crisi de l'energia la tardor del 1973 per transferir, gràcies al seu influx sobre els estats productors, el cost de l'alça dels preus del petroli a una Europa occidental i un Japó que nedaven en uns alts nivells de reserves d'eurodòlars que amenaçaven la seva hegemonia. El resultat va ser que els EUA van acumular més poder que abans, ja que podien decidir sols el preu del dòlar i, a més, reforçaven el poder de la banca privada nord-americana com a eina de reciclatge d'aquest superàvit d'eurodòlars. La jugada era mestra, perquè donava un

poder decisiu i individual a un sol estat sobre els fluxos monetaris mundials i atorgava, de pas, estatus de paradís fiscal a Wall Street a imatge del que s'havia convertit la City londinenca en els anys 50 (Gowan 1999: pp. 19-38).

Es tracta d'un nou "*règim*" que desplaçava la base de l'hegemonia nord-americana del poder directe sobre altres estats cap a una altra forma de poder més estructural o de mercat. Perquè, de llavors ençà, l'estabilitat de la moneda d'altri dependrà de la credibilitat de l'estat en qüestió davant els mercats financers internacionals **privats** dominats des dels EUA.

Segons la definició clàssica de "règim", aquest estaria constituït pels principis, normes, regles i procediments de presa de decisions entorn dels quals les expectatives dels actors convergeixen en una àrea de decisió determinada. Gowan (1999: pp. 36-37) la creu una bona base, ja que reconeix tres elements claus normalment negligits en l'anàlisi geopolítica i econòmica: la política i l'economia són àmbits entrelaçats i no plànols de relacions paral·lels; qui participa en el règim ho fa per l'interès propi i no per un projecte comú i, finalment, el "règim" és imposat per un estat dominant. Ara bé, coincidim amb aquest autor que la noció de "règim" ha de ser modificada en el sentit que el que ell anomena el "règim del dòlar de Wall Street ['Dollar-Wall Street Regime']" no té un caràcter "quasi legal", oficial, ja que el DWSR no és una norma o regla pública sinó un fet, que, a més, es reproduïx i que no hi ha una separació clara entre "règim" i estats i mercats, sinó que el DWSR inclou estats i mercats com a parts integrals de les seves estructures.

Aquest terra-trèmol en el règim de poder internacional (el qual, per cert, serà operatiu en les relacions amb la majoria d'estats "socialistes") obrirà la porta a l'hegemonia total de les companyies transnacionals davant els estats i els mercats locals quant a la localització, dinàmica i tractament institucional de l'economia turística a escala global (Buades, 2006). L'hegemonia des del sector privat en les decisions sobre la dinàmica del primer sector de l'economia legal del món inclou importants "guanys" no monetaritzables (normalment, negligits) que reflecteixen el grau d'interiorització de la modernitat americana per part de nombroses societats: l'assumpció de la "racionalitat" pragmàtica occidental, el diktat del "mercat", l'entrada en el consumisme de masses i l'exigència de "comodat", de sofisticació tecnològica i material (Hashimoto, 2004).

Clar que, a la vista de la lectura de l'expansió turística de la indústria dels paradisos a la Mediterrània a l'ombra dels interessos geopolítics nord-americans que hem esbossat, val la pena cridar l'atenció sobre com aquesta emergència d'una economia turística com la que va tocar intensivament indrets dispersos al llarg de tota la riba nord va constituir, en realitat, un paradisiac camp de proves per a l'apoteosi liberal posterior. Un dels aspectes més rellevants és la "invisibilitat" d'aquest sector econòmic, com si no meresqués de ser-li reconegut el seu caràcter d'economia industrial productora de béns i serveis (Ioannides i Debbage, 1998: pp. 18-52). Aquest no lloc en la literatura econòmica va ser un formidable aliat per als interessos geopolítics nord-americans. De fet, és una de les marques d'aquesta "utilitat": l'expansió turística ha anat acompanyada com cap altre sector de l'economia legal d'un absolut buit de reglamentació, transparència, harmonització d'usos i procediments i de qualsevol mena de participació comunitària en l'adopció de decisions estratègiques. Així, resulta xocant com a l'ombra de la Guerra Freda anava creixent una poderosa economia transnacional sense que mai la Comunitat Econòmica Europea (i ara la Unió) s'hagin dotat de cap directiva ni reglamentació legal específica, ni que hi hagi hagut cap preocupació per donar transparència fiscal i financera a l'important tràfic de capitals que han alimentat i alimenten la conversió de la Conca Mediterrània en la regió del món més densament turistitzada. A això devia referir-se de Kadt quan parlava que "la tasca més formidable en el camí al desenvolupament sostenible i al desenvolupament turístic és la de construir les institucions que es necessiten per a la seva implementació política" (Burns P. M., 1999: p. 136). Només que les "institucions", en el cas del turisme, hi són per **absència** a fi de facilitar els interessos liberals transatlàntics.

L'aposta de Washington d'intervenir en l'estabilització d'un ordre internacional convenient als seus interessos va ser acordada no només a fòrums com el de l'alta sinó també a Bretton Woods i San Francisco i són indestriables. Per la seva manca de grans capitals per invertir i la immediatesa de beneficis en forma de dòlars frescos per a unes poblacions "aliades" inanes i uns governs àvids de gestionar poder a cop de talonari, el turisme va esdevenir una eina complementària de la Guerra Freda per consolidar l'hegemonia nord-americana en una Mediterrània contemplada com a teatre de guerra directa amb la URSS. Sense aquesta "ombra", la localització (indiferent al caràcter socialista, capitalista o feixista dels règims on

operava), la intensitat (extrema en àrees molt localitzades i sovint perifèriques dels centres dels països afectats) i les modalitats d'implantació (al marge de la participació de les poblacions locals i de tot control democràtic) de la indústria turística a la Mediterrània resten inexplicables. Les oportunitats de negoci transnacionals i a la carta que va obrir i la facilitat amb què operaven per la seva naturalesa postfordista a través de la City londinenca i altres paradisos fiscals, van ser com un camp de proves del que a partir del "regim de la globalització" esdevindrà l'hegemonia del capitalisme especulatiu.

Certerament, Gowan (1999: pp. VII-X) ha ressaltat que "els grans poders en el món modern, a pesar que semblin maldestres i ineptes en una perspectiva històrica llarga, actuen de manera professional, sofisticada, secreta i complexa en la tàctica i en el detall". De la mateixa manera, "les polítiques externes dels poders atlàntics no són ni han estat transparents i els seus objectius operacionals rarament són captats per l'opinió pública... Això implica que no ens podem refiar de la política i que ... hem de fer "backward mapping ": llegir cap endarrere per formular noves hipòtesis sobre els objectius polítics que són als fonaments dels fets polítics" de la "globalització". Revisar, en aquest sentit, el paper del turisme en el "règim" de la Guerra Freda modelat per Washington pot ajudar a entendre la teranyina de forces i interessos que obstaculitzen, d'una manera molt més intensa avui, la democratització, el desenvolupament humà i la sostenibilitat ambiental a la Mediterrània.

6 CONCLUSIONS

La recerca iniciada ens ha permès copsar la potencialitat d'una línia d'investigació centrada no tant en l'estudi endogen i compartimentat per estats del turisme com en la reconstrucció del marc operatiu general en què va poder quallar i fer eclosió el turisme a la Mediterrània.

La conclusió provisional que emergeix del treball suggereix que, al capdavant, els inicis i el desplegament primer del turisme de masses a la conca tenen molt a veure amb dos factors negligits fins ara, a saber, els interessos geopolítics i a la interacció amb un quadre financer lliure de tota supervisió pública en àmbits clau. Entre aquests, destaquen la desreglamentació institucional que encoratjava la formació i multiplicació de touroperadors transnacionals i les possibilitats d'operar financerament per canals opacs via paradisos fiscals o, simplement, en l'economia submergida. Les fonts primàries sobre les trajectòries de tots dos agents (touroperadors i paradisos fiscals) segueixen sent escasses per no dir gairebé inexistent i qualsevol aprofundiment en el balanç de mig segle d'industrialització a la regió haurà de dedicar força espai a reconstruir-les i analitzar en detall la seva sinèrgia amb altres elements fonamentals de la cadena de valors. En concret, tindria molt d'interès poder aportar informació sobre els principals inversors o grups d'inversors privats i bancs intermediadors en els projectes a la Mediterrània, intentant establir la presència o no de capitals d'origen també de la Conca. Així mateix, seria ben rellevant espigolar quina era la relació entre els touroperadors i paradisos fiscals com els de Jersey, Luxemburg, Liechtenstein o Andorra, aparentment els més actius a l'època.

En segon lloc, l'ajustament de la geografia turística al mapa estratègic dels EUA a la Mediterrània sembla acreditat. El fet que predomini aquest ajust enlloc del que hauria inclòs només els estats aliats en matèria econòmica a l'Europa de l'Oest (la CEE, és a dir, amb França i Itàlia però no amb Espanya, Grècia i Turquia), és del tot cridaner i obliga a plantejar-se seriosament la hipòtesi de l'existència aleshores d'un vertader "complex militar-turístic" destinat a "reterritorialitzar" la geografia europea i mediterrània de la postguerra a favor del model de vida i valors transatlàntics (Endy, 2004: p. 35). De cara a practicar aquest via de recerca, caldria fer

una immersió en el que van ser les relacions econòmiques no sols dels EUA (i, després, de l'RFA com a potència aliada continental de tutela) sinó del conjunt de les institucions internacionals que hi tingueren presència sota la cobertura de Bretton Woods, ben especialment les relacionades amb el grup del Banc Mundial.

Dels exemples contemplats, ressalta l'eficàcia proturística del cas espanyol. Possiblement enlloc altre es donaven les condicions per a la implantació radical de la indústria turística de masses com la que es va començar a produir des de mitjans dels anys 50. L'existència d'una duríssima Dictadura prooccidental garantia la "pau" absoluta per als inversors foranis o espanyols i l'Estat feixista va posar tota la seva maquinària (des d'infraestructures de transport fins a les de proveïment de serveis com l'aigua o l'electricitat) al servei d'aquest objectiu (Buades, 2004). Com en tots els altres casos, l'èxit va suposar que s'establissin aliances sòlides entre els grups promotors exteriors (amb una clara petjada nord-americana i britànica en aquesta etapa liminar) i bona part dels cercles de poder locals, tant en dictadures com en democràcies. Resulta sorprenent la coincidència del lideratge hispà del segon Franquisme com a principal platja de la Mediterrània per al període 1960-1975 i el recent lideratge de les ETN turístiques de matriu espanyola entre les europees a l'hora de transplantar el seu negoci en altres regions del món, com en vist en la introducció (pp. 11-12). Tenint en compte que les principals ETN actuals van iniciar les primeres passes precisament a l'ombra dels touroperadors que feren el seu agost a l'Espanya dictatorial, necessàriament haurem de parar-hi una atenció especial en el decurs de la tesi. Un dels interrogants que sorgeixen és per què les ETN turístiques espanyoles són plurals i fortes mentre que a França només hi ha el cas isolat d'Accor i tota una Itàlia no n'ha generat cap.

Iugoslàvia mereix també una consideració especial en representar un territori de frontera mediterrani que basculava entre l'Est i l'Oest a nivell geopolític. Allí, el turisme va jugar també un paper clau en l'intent d'atreure l'aleshores RFS de Iugoslàvia, amb un model comunista dissident, a l'òrbita d'influència capitalista. Per l'espectacularitat de les xifres de visitants internacionals, necessitarem examinar els canvis d'organització empresarial i els canals d'inversió exteriors, ja que pel caràcter socialista de la propietat les sinèrgies entre els agents promotors del turisme internacional occidentals i les autoritats locals degueren ser úniques.

Endemés, resultaria imprescindible documentar les relacions entre l'escaquer diplomàtic i l'obertura al turisme de masses occidental acudint a arxius i fonts diplomàtiques i financeres nord-americanes i alemanyes.

Finalment, el dibuix resultant d'aquesta revisió de la magnitud i formes de manifestació de la indústria turística de masses a la regió porta a qüestionar la seva història oficial, feta per simple juxtaposició de relats estatals i amb una perspectiva economicista. Lluny de ser una "vocació manifesta", el boom turístic ocorregut a la Mediterrània a partir de meitat dels 50 respon a la combinació de forces i estímuls complexos on la geopolítica, la construcció d'un espai econòmic transfronterer de base liberal i al marge del control públic així com el combat per l'hegemonia cultural amb voluntat imperial, comptaven decisivament.

Aquests dos decennis, fins a la caiguda del patró-or i l'inici del "règim del dòlar de Wall Street", poden ser vistos retrospectivament com un excepcional laboratori d'assaig d'eines que el turbocapitalisme radicalitzarà i farà centrals a partir dels anys 80: la desregulació massiva de capitals i del treball, la retirada de l'estat i el seu redimensionament envers la complementarietat de les necessitats estartègiques d'expansió del món dels negocis, la dominància dels interessos dels grans operadors de viatges i financers transnacionals, la preferència pel trànsit per paradisos offshore o el predomini absolut dels valors de consum i d'individualisme hedonista.

La consideració de la turistització radical del nord mediterrani en aquest període ja justificaria per si sola una tesi doctoral. Ara bé, la recerca feta fins ara ha reforçat el nostre interès a donar una perspectiva d'"onada llarga" al que ha estat la industrialització vacacional de la regió. Després d'haver publicat treballs sobre el període inicial del turisme de masses a les Balears, a propòsit del fenomen de l'exportació del model balear al Sud en temps recents i havent analitzat també, amb l'excusa de biografiar una transnacional balear puntera, el "saber fer" empresarial turístic propi de les firmes espanyoles més destacades (Buades, 2004, 2006, 2007 i 2009), el propòsit és donar una visió de conjunt de la revolució turística a tota la Conca.

Amb aquesta motivació científica, la memòria present necessita ser ampliada temporalment per donar compte de les metamorfosis que

van sofrir tant l'economia turística com les societats riberenques a l'etapa neoliberal, molt marcadament què va suposar en l'estructura i la dinàmica de la industrialització fins a principis dels 70 la revolució reaganiana i thatcheriana. Com va afectar aquesta i el seu corollari del "consens de Washington" amb institucions com l'Organització Mundial del Comerç l'escala i modalitats de negoci? Quins impactes socioambientals van comportar en les societats de la regió? I la fi de la Guerra Freda a partir del 1990, quines transformacions va induir en el complex militar-turístic? Quina podria ser la periodització d'aquests 50 anys de lideratge turístic mundial?

Paral·lelament, tindria molt d'interès estudiar la incorporació selectiva i intermitent d'estats de la riba sud, del Llevant així com els estats insulars (Xipre, Malta) al turisme de masses. Per bé que amb un pes tothora minoritari en la industrialització vacacional de la conca, paga la pena revisar la correlació de la seva aposta turísticitzadora amb l'intent d'aconseguir accedir al "desenvolupament" durant els anys 60 i 70, a través d'estratègies econòmiques ben diferenciades (d'inspiració estatalitzant o socialista però també liberals). Així mateix, la postguerra freda i l'hegemonia neoliberal han tingut un impacte presumiblement espectacular en les possibilitats i condicions d'èxit dels projectes de benestar mitjançant el turisme per als estats i les societats del Sud i del Llevant. Investigar a partir d'una perspectiva territorial transfronterera i amb eines i materials interdisciplinars la part més extensa, poblada i empobrida de la regió, donant espai propi a l'altra frontera interior, la nord-sud, permetria acostar a una visió de síntesi completa de mig segle de turísticització mediterrània.

7 REFERÈNCIES

- Agnew, J., i Corbridge, S. (1995). *Mastering Space. Hegemony, Territory and International Political Economy*. Londres : Routledge.
- Aldcroft, D. H. (2003). *Historia de la economía europea, 1914-2000*. Barcelona: Crítica.
- Allcock, J. B. (1983). Tourism and Social Change in Dalmatia. *Journal of Development Studies* , 20 (1), pp. 34-55.
- Amin, S. (1994). *Post-Fordism. A reader*. Oxford: Blackwell.
- Apostolopoulos, Y., Loukissas, P., i Leontidou, L. (2001). Tourism, development, and change in the Mediterranean. Dins Y. Apostolopoulos, P. Loukissas, i L. Leontidou, *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change (pp. 3-13)*. Londres: Routledge.
- Apostopoulos, Y. (2001). *Mediterranean Tourism. Facets of Socioeconomic Development and Cultural Change*. Londres: Routledge.
- Apostopoulos, Y., i Gayle, D. J. (2002). *Island Tourism and Sustainable Development. Caribbean, Pacific and Mediterranean Experiences*. Westport: Praeger.
- Apostopoulos, Y., i Sonmez, S. (2001). Greek Tourism on the brink. Restructuring or stagnation and decline? Dins Y. Apostopoulos, P. Loukissas, i L. Leontidou, *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change (pp. 73-88)*. Londres: Routledge.
- Arrighi, G. (1999). *El largo siglo XX. Dinero y poder en los orígenes de nuestra época*. Madrid: Akal.
- Bank, W. (1979). *Yugoslavia and the World Bank*. Washington: World Bank.
- Battilani, P. (2005). El turismo en el Mediterraneo. Una perspectiva comparativa. Dans J. Nadal, i A. Parejo, *Mediterráneo e historia económica (pp. 374-389)*. Almeria: Cajamar.

- Beck, U. (2004). *Der kosmopolitische Blick oder: Krieg ist Frieden*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bischof, G. (2000). "Conquering the Foreigner": The Marshall Plan and the Revival of Postwar Austrian Tourism. *The American Historical Review* , pp. 357-401.
- Bossuat, G. (1992). *L'Europe Occidentale à l'heure américaine. Le Plan Marshall et l'unité européenne (1948-1952)*. Brussel·les: Complexe.
- Bray, R., i Raitz, V. (2001). *Flight to the Sun. The Story of the Holiday Revolution*. Londres: Continuum.
- Briassoulis, H. (2003). Crete: Endowed by Nature, Privileged by Geography, Threatened by Tourism? *Journal of Sustainable Tourism* , 11 (2i3), pp. 97-115.
- Britton, S. (1982). The Political Economy of Tourism in the Third World. *Annals of Tourism Research* , 9 (3), pp. 331-358.
- Buades, J. (2004). *On brilla el sol. Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Publica.
- Buades, J. (2006). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna.
- Buades, J. (2007). Balears, paradís turístic: saqueig, aculturació, consens. Dins Font Agulló, J. (dir.), *Història i memòria: el franquisme i els seus efectes als Països Catalans*. València: Universitat de València i Cercle d'Estudis Comarcals de Banyoles.
- Buades, J. (2009). Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico. Barcelona: Icaria.
- Buckley, P. J., i Papadopoulos, S. I. (1988). Foreign Direct Investment in the Tourism Sector of the Greek Economy. *Service Industries Journal* , 8 (3), pp. 370-388.
- Buhalis, D. (2001). Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenges. *Current Issues in Tourism*, 4 (5), pp. 440-480.
- Buhalis, D. (1999). Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness and Development. *International Journal of Tourism Research* 1 (5), pp. 341-358.

Burkart, A. J. (1974, Setembre). The Regulation of Non-Scheduled Air Services in the United Kingdom 1960 to 1972. *The Journal of Industrial Economics* 23 (1), pp. 51-64.

Burns, P. M. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. Londres: Routledge.

Calvo-González, Ó. (2006). Neither a Carrot Nor a Stick: American Foreign Aid and Economic Policymaking in Spain during the 1950s. *Diplomatic History* (30:3), pp. 409-438.

Capó Parrilla, J., Riera Font, A., i Rosselló Nadal, J. (2007). Tourism and Long-Term Growth. A Spanish Perspective. *Annals of Tourism Research* , 34 (3), pp. 709-726.

Chavagneux, C., i Palan, R. (2007). *Les paradis fiscaux*. París: La Découverte.

De Kadt, E. (1991) [1979]. Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo. Madrid: Endymion.

Debbage, K. G., i Daniels, P. (1998). The tourist industry and economic geography: Missed opportunities? Dins D. Ioannides, i K. G. Debbage, *The economic geography of the tourist industry* (pp. 17-30). Londres: Routledge.

Dicken, P. (1986). Global shift. Industrial change in a turbular world. Londres: Harper and Row.

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

Equations. (2007). Expansion del turismo internacional y liberalizacion de los servicios. Dins C. Tricontinental, *Turismo de hoy: Ganadores y Perdedores. Alternativas meridionales* (pp. 27-61). Madrid: Popular.

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

Ferrer Guasp, P. (2004). *Joan March, la cara oculta del poder (1931-1945)*. Palma: Cort.

- Folch, R. (dir.) (1993). *Mediterrànies*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
- Furlough, E. (2001). Vacations and Citizenship in Post-War France. *Journal of the Twentieth-Century/Contemporary French Studies* , 5 (1), pp. 121-129.
- Gaviria, M. (1975). *El escandalo de la Court Line: bancarrota del turismo espanol*. Madrid: Cuadernos para el Dialogo.
- Giefer, R., i Giefer, T. (1992). *Die Rattenlinie. Fluchtwege der Nazis (Eine Dokumentation)*. Frankfurt am Main: Hain.
- Gökovali, U., i Bahar, O. (2006). Contribution of Tourism to Economic Growth: A Panel Data Approach. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* , pp. 155-167.
- Goldstone, P. (2001). *Making the World Safe for Tourism*. New Haven: Yale University Press.
- Görmsen, E. (1981). The spatio-temporal development of international tourism: Attempt at a centre-periphery model. *La consommation d'espace par les tourisme et sa preservation. Actes du colloque d 'Aix-en-Provence* (pp. 150-169). Aix-en-Provence: Centre de Hautes Etudes Touristiques.
- Gowan, P. (1999). *The Global Gamble. Washington's faustian Bid for World Dominance*. Nova York: Verso.
- Grunenberg, N. (2006). *Die Wundertäter. Netzwerke der deutschen Wirtschaft 1942 bis 1966*. Munic: Siedler.
- Hadjimichalis, C., i Hudson, R. (2007). Rethinking Local and Regional Development: Implications for a Radical Political Practice in Europe. *European Urban and Regional Studies* , 14 (2), pp. 99-113.
- Hampton, M. T. (1996). Sixties child? The emergence of Jersey as an offshore finance centre 1955-71. *Accounting, Business and Financial History* , 6 (1), pp. 55-71.
- Harvey, D. (2006). *Spaces of global capitalism. Towards a theory of uneven geographical development*. Londres: Verso.
- Hashimoto, A. (2004). Tourism and Sociocultural Development Issues. Dins R. Sharpley, i D. J. Telfer, *Tourism and Development*.

Concepts and Issues (pp. 215-219). Clevedon: Channel View Publications.

Hawkins, D. E., i Mann, S. (2007). The World Bank's role in tourism development. *Annals of Tourism Research* , 34 (2), pp. 348-363.

Hazbun, W. (2004). Globalisation, Reterritorialisation and the Political Economy of Tourism Development in the Middle East. *Geopolitics* , 310-341.

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

Hildebrand, G. H. (1961). Growth and stability in the postwar Italian economy. *American Economic Review* , 5 (2), pp. 300-399.

Horden, P., i Purcell, N. (2000). *The Corrupting Sea. A Study of Mediterranean History*. Oxford: Blackwell.

Institut Europeu de la Mediterrània. (2008). *Anuario 2008*. Barcelona: IEMED- Fundacio CIDOB.

Ioannides, D. (1998). Touroperators: The Gatekeepers of tourism. Dins D. Ioannides, i K. G. Debbage, *The Economic Geography of the Tourist Industry. A Supply-side Analysis* (pp. 139-158). Londres: Routledge.

Ioannides, D., i Debbage, K. (1998). *The Economic Geographic of the Tourism Industry. A supply-side analysis*. Londres: Routledge.

Irujo, J. M. (2003). *La lista negra. Los espías nazis protegidos por Franco y la Iglesia*. Madrid: Aguilar.

Kadt, E. d. (1991 [1979]). *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?. Perspectivas sobre los efectos sociales y culturales del turismo en los países en vías de desarrollo*. Madrid: Endymion.

Kennan, G. F. (1946, Febrer 22). *Wikisource: Historical Documents*. Consulté le Agost 29, 2007, sur http://en.wikipedia.org/wiki/Long_telegram

Keynes, J. M. (1920). *The Economic Consequences of the Peace*. Nova York: Harcourt, Brace and Howe.

Kottis, G. C. (1989). *Liberalizing Foreign Trade. The Experience of Greece*. World Bank. Washington: World Bank.

- Kynaston, D. (2000). *The City of London. A club no more, 1945-2000*. Londres: Pimlico.
- Latouche, S. (2009). *Petit tractat sobre el decreixement serè*. València: Institut del Territori i Tres i Quatre.
- Lévy, J. (. (2008). *L'Invention du Monde: une géographie de la mondialisation*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Leyshon, A., i Trift, N. (1997). *Money/Space. Geographies of monetary transformation*. Londres: Routledge.
- Mackun, P. (1998). Tourism in the Third Italy. Labour and social-business networks. Dins D. i. Ioannides, *The economic geography of the tourist industry. A supply-side analysis* (pp. 256-270). Londres: Routledge.
- MacMillan, M. (2002). *Peacemakers. The Paris Conference of 1919 and Its Attempt to End War*. Londres: John Murray.
- Mikedakis, E. (2007). *Renouncing the recent past, 'revolutionising the present' and 'resurrecting the distant past': lexical and figurative representations in the political speeches of Georgios Papadopoulos (1967-1973)*. Sidney: University of New South Wales.
- Miller, D. (1967, Agost 28). "Tourist Traffic in Eastern Europe". Consultat el 7 de Febrer de 2009, a Radio Free Europe: <http://files.osa.ceu.hu/holdings/300/8/3/text/110-3-182.shtml>
- Ministère de Tourisme (2006). *Chiffres-clé*. París: Gouvernement de France.
- Morison, S. E. (1965). *The Oxford History of the American People*. Nova York: Oxford University Press.
- Mundt, J. W. (2004). *Tourismspolitik*. Munich: Oldenburg.
- Ó Tuathail, G., Dalby, S., i Routledge, P. (2001). *The Geopolitics Reader*. London: Routledge.
- Peet, R. (2007). *Geography of power. The making of global economic policy*. Nova York: Zed Books.
- Richter, C. (1992). Tourist development in Rhodes. *Les Cahier du Tourisme* (67), pp. 1-36.

- Rist, G. (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Rosendorf, N. M. (2006, Juny). Be El Caudillo's Guest: The Franco Regime's Quest for Rehabilitation and Dollars after World War II via the Promotion of U.S. Tourism to Spain. *Diplomatic History*, 30 (3), pp. 367-407.
- Sachs, W. (1992). *The Development Dictionary*. Londres: Zed Books.
- Saunders, F. S. (1999). *The Cultural World War*. Nova York: The New Press.
- Schipper, F. (2007). *Was the Road to Europe Paved with Good Intentions: Building Highways in the Balkans?* Eindhoven: Transnational Infrastructures of Europe.
- Schipper, F. (2005, Octubre). 'You too can be like us': Americanising European (Road) Transport after WWII. (E. U. Technology, Éd.) Consultat el 30 d'agost de 2008, a Transnational Infrastructures of Europe [www.tie-project.nl].
- Scott-Smith, G., i Krabbendam, H. (2003). *The Cultural Cold War in Western Europe, 1945-1960*. Londres: Frank Cass Publishers.
- Sharpley, R., i Telfer, D. J. (2004). *Tourism and Development. Concepts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- Shiva, V. (2008). *Soil not Oil. Environmental Justice in an Age of Climate Crisis*. Cambridge, Massachusetts, South End Press.
- Soane, J. V. (1993). *Fashionable Resort Regions: Their Evolution and Transformation with particular reference to Bournemouth, Nice, Los Angeles and Wiesbaden*. Wallingford: Cab International.
- Stankovic, S. (1971, Octubre 26). Yugoslav-US Relations on the Eve of Tito's Visit to Washington. *Radio Free Europe* , p. 5. [www.osaarchivum.org/files/holdings/300/8/3/pdf/79-3-140.pdf].
- Stern, R. L. (1991, Febrer 4). The End of an Empire. *Forbes* , pp. 74-76.
- Stiglitz, J. E. (2002). *El malestar en la globalización*. Madrid: Taurus.

Tang, S., Selvanathan, E. A., i Selvanathan, S. (2007). The relationship between foreign direct investment and tourism: empirical evidence from China. *Tourism Economics*, 13 (1), pp. 25-39.

Taylor, P. J. (1999). *Modernities. A Geohistorical Interpretation*. Cambridge: Polity Press.

Thrift, N., i Leyshon, A. (1997). *Money/Space. Geographies of Monetary Transformation*. Londres: Routledge.

Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22 (3), pp. 289-303.

Tosun, C., Timothy, D. J., i Öztürk, Y. (2003). Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2 i 3), pp. 133-161.

Truman, H. S. (1949, Gener 20). Consultat el 30

d' agost de 2007, a: www.bartleby.com/124/pres53.html.

Turner, L., i Ash, J. (1991). *La horda dorada*. Madrid: Endymion.

Ulunian, A. A. (2003). Soviet Cold War Perceptions of turkey and Greece, 1945-58. *Cold War History*, 3 (2), pp. 35-52.

UNCTAD. (2004). *World Investment Report 2004. The Shift toward Services*. Nova York: Nacions Unides.

Vanguardia Dossier. (2005). *Mediterraneo, el mar que une y separa*. Barcelona: La Vanguardia.

Viñas, Á., Viñuela, J., Eguidazu, F., Fernández Pulgar, C., i Florensa, S. (1979). *Política comercial española (1931-1975)*. Madrid: Banco Exterior de España.

Wake, J. (1997). *Kleinwort Benson. The History of Two families in Banking*. Oxford: Oxford University Press.

Wharton, A. J. (2001). *Building the Cold War. Hilton International Hotels and Modern Architecture*. Chicago: University of Chicago Press.

Wikipedia. (2007). *Greek Military Junta of 1967-1974*. Consultat el 7 de desembre de 2008, a

[http://en.wikipedia.org/wiki/Greek_military_junta_of_1967-1974# American_influence_in_Greece](http://en.wikipedia.org/wiki/Greek_military_junta_of_1967-1974#American_influence_in_Greece).

World Bank. (1972). *Tourism*. Washington: World Bank.

World Bank. (1975). *Turkey: Prospects and Problems of an Expanding Economy*. International Bank of Reconstruction and Development. Washington: World Bank.

World Bank. (1979). *Yugoslavia and the World Bank*. Washington: World Bank.

World Tourism Organization. (2005). *Facts i Figures* . Consultat el 12 de Març de 2009, a <http://www.unwto.org/facts/eng/indicators.htm>.