
El turismo de masas como sistema de producción: la revolución turística en el Mediterráneo, 1949-2014*

- CARLES MANERA
- RAMON MOLINA
- JOSÉ PÉREZ MONTIEL
- MARIA MANERA-SALOM

Universitat de les Illes Balears

Introducción

El turismo ha sido considerado como un factor económico poco importante para las ciencias sociales en general. Estas disciplinas —desde la geografía hasta la sociología, pasando por la economía y la historia— han omitido de manera recurrente las aportaciones —escasas y poco reconocidas— que se han hecho, toda vez que las lecturas preeminentes eran los análisis sobre sectores muy consolidados (agricultura, minería, industria, finanzas, comercio) y en los que eran más visibles y detectables cambios técnicos y transformaciones relevantes. En este panorama, pocas voces han reclamado una atención que es cada vez más necesaria, a tenor de los grandes cambios que se han operado en las estructuras económicas de los países avanzados —y también de los más atrasados—. Dos autores pioneros advirtieron sobre la importan-

* Este trabajo forma parte del proyecto de investigación: *¿Capitalismo mediterráneo?: éxitos y fracasos del desarrollo industrial en España, 1720-2020*, PGC2018 093896-B-100, dirigido por Jordi Catalán. Se agradece el apoyo del Ministerio de Economía. Primeras versiones de este estudio son los *working papers* «The Recent Evolution and Impact of Tourism in the Mediterranean: The Case of Island Regions, 1990-2002» (Carles Manera y Jaume Garau), Fondazione Enrico Mattei, NRM, 108-2006 (2006) y «The Tourism Revolution in the Mediterranean, 1950-2005» (Carles Manera, Jaume Garau y Ramon Molina), Asociación Española de Historia Económica, DT-AEHE n.º 1014 (2010). Otra versión de esta investigación se discutió en el XIII Congreso de la Asociación Española de Historia Económica (Salamanca, 2017): «El turismo como sistema de producción. Enmarcando el turismo en la Historia Económica» (Carles Manera). El texto se ha beneficiado de los comentarios críticos a las versiones citadas; asimismo de la aportación del trabajo de fin de grado de Àngel Lluïl Rivero, *Turisme a la Mediterrània*, curso 2016-2017, a quien agradecemos la proporción de algunos de los datos que complementan los recogidos por los autores.

Fecha de recepción: septiembre 2019

Versión definitiva: enero 2020

Revista de Historia Industrial

N.º 78. Año XXIX. 2020

cia del turismo como sector determinante en las ciencias sociales: J. Jafari y M. Crick.¹ Ambos destacaron las dificultades metodológicas para abordar el análisis del turismo, toda vez que su estudio acaba por ser transversal, interdisciplinar, con la integración de diferentes campos de especialización que, muchas veces, complica los trabajos de equipo. Además, el hecho de ser una actividad de servicios relativamente nueva —puede sostenerse que el turismo de masas arranca en sus formas actuales a partir de los años cincuenta— ejerce un bloqueo de entrada, avalado por esa disparidad de criterios y métodos que acertadamente señalaba Crick.

Desde esta constatación inicial, este trabajo tiene un objetivo esencial: reivindicar la importancia de analizar los procesos de desarrollo turístico desde perspectivas holísticas, con el concepto de sostenibilidad como elemento central,² de manera que se permita explicar, de forma convincente, las transiciones económicas desde el sector industrial al sector servicios, con la contribución central de la historia económica del turismo de masas. Este objetivo no es meramente teórico: tiene resultados empíricos que se presentan a su vez en el desarrollo del trabajo. En efecto, este objetivo principal se desgrega en tres componentes más concretos, que obedecen a la ordenación del texto en tres bloques, de la siguiente manera. En primer lugar, se enfatiza el inhibición de las ciencias sociales en general ante el fenómeno turístico. En segundo término, se incardina el turismo en el proceso de globalización económica. Un tercer apartado aborda el estudio empírico de investigación sobre la cuenca del mar Mediterráneo, que constituye un ejemplo esencial para el análisis mundial del turismo de masas. Finalmente, el trabajo se cierra con unas conclusiones derivadas de la investigación.

1. Jafari (1979), Crick (1989).

2. El concepto de sostenibilidad se ha pervertido en muchos sentidos, hasta el punto de que proyectos que son claramente agresivos con el entorno pueden presentarse como «sostenibles». Como contraste, el criterio científico para abordar este tema, relacionado con una economía turística, se vertebra en cinco líneas de indicadores, magnitudes que permitan medir una evolución no crematística de la economía turística. El vector temporal es crucial en este análisis: la reconstrucción, en definitiva, de series históricas en función de la disponibilidad y calidad de las fuentes. Estos indicadores que se proponen se agrupan en la contabilidad de los flujos materiales (es decir, la cantidad y la tipología de los recursos materiales que consumimos); la contabilidad de los flujos físicos de energía; las cuentas de emisiones de gases de efecto invernadero; las cuentas del agua, y, finalmente, las cuentas territoriales. Un objetivo metodológico, ya enunciado en otros trabajos, es agrupar toda esta información en un solo indicador medioambiental. Remitimos a Manera *et al.* (2019) para un mayor detalle.

El enmarque teórico

El olvido de las ciencias sociales hacia el estudio del turismo

El turismo de masas como actividad importante en la economía y en la sociedad se genera desde la posguerra, a partir de 1945-1950. La expansión de políticas públicas y la configuración del Estado del Bienestar en Europa, suponen aspectos cruciales que explican la existencia de una demanda potencial de servicios de ocio. El turismo se vislumbra entonces como positivo para los países que empiezan a explotarlo: la entrada de divisas infería una inyección poderosa de dinero hacia sociedades que lo necesitaban y, a su vez, esto promovía la creación de empleos y paz social, lo que podía ser muy beneficioso para sociedades periféricas.³ Por su parte, la evolución turística en un país dado debería transitar —como en el análisis de la industrialización teorizado por W. Rostow— por diferentes etapas hasta llegar a una fase de maduración, en la que las decisiones tomadas van a condicionar su futuro.⁴ Sin embargo, estas tesis de Christaller, Rostow y Butler, dominantes durante mucho tiempo, se han enfrentado a críticas desde nuevas contribuciones en las investigaciones sociales. Christaller había enfatizado, desde la geografía económica y con bastante acierto, una visión que dejaba de lado otros aspectos que también incidían en el turismo (impactos sociales y culturales). Las tesis de Rostow —en el ámbito industrial— y Butler —en el turístico— parten de premisas similares: el crecimiento sostenido es posible si se mantienen unas constantes y características en las diferentes fases. Aquí no cuentan nada —como en la aportación de Christaller— las relaciones sociales de producción, ni los contextos cambiantes, que parecen ser vectores estáticos. Los principios de *caeteris paribus* dominan el análisis, de manera que la incursión de factores aleatorios —una guerra, el aumento del precio de la energía, atentados, la aparición de nuevos competidores, decisiones de deslocalización empresarial— rompe con las previsiones establecidas.⁵

El turismo se ha observado desde perspectivas distintas, tanto desde los puntos de vista metodológico como teórico.⁶ Por un lado, como un conjunto de actividades, derivadas de decisiones de inversión, que han provocado cambios radicales en los territorios afectados, y nuevos escenarios sociales con la aparición de otros actores y relaciones de poder; economistas, politólogos y

3. Christaller (1963).

4. Butler (1980).

5. Hovinen (2002).

6. Cohen (1972), Butler (1980), Britton (1982), Krippendorf (1987), Pearce (1989), Urry (1990), Poon (1993), Görmsen (1997), Ioannides-Debbage (1998), Mowforth-Munt (1998), Aguiló *et al.* (2003), Murray (2012). Un estado de la cuestión en Morley (1992), Apostolopoulos *et al.* (2002).

geógrafos son sus primordiales estudiosos. Por otro, como una fuente importante de externalidades ambientales, lo cual ha motivado la preocupación por establecer nuevas formas de medición —de carácter biofísico— al margen de las crematísticas; aquí destacan los economistas, los geógrafos, los ambientalistas y los biólogos. Un tercer bloque de análisis observa el turismo desde la esfera cultural: los diferentes impactos que ha provocado sobre estructuras históricamente más estables, de forma que esto supone distintos tipos de adaptación y respuesta al fenómeno turístico; el trabajo de historiadores, sociólogos y antropólogos ha sido clave en este campo. En cuarto término, un conjunto de investigaciones trata de ordenar, desde preceptos ideológicos distintos, el análisis económico del turismo. Se trata de aportaciones que se enmarcan en los postulados convencionales de la teoría económica ortodoxa, de manera que esta se aplica, con sus métodos y herramientas, a la investigación turística (fases de desarrollo económico, estudios de demanda y de mercados, análisis microeconómico). En paralelo, otras escuelas económicas han estudiado el turismo bajo ópticas dispares, que van desde aportaciones neochumpeterianas (la destrucción-creadora hacia un nuevo sector), hasta la teoría de la regulación y la adopción de la lógica centro-periferia-colonialismo de los teóricos de la dependencia (con la idea latente de la economía-mundo wallersteniana).

En este amplio panorama, los trabajos de historia económica han sido escasos y también mediatizados por las características enunciadas antes: la dificultad de establecer una metodología conjunta, integradora de todas las piezas distintas en este complejo mosaico. Historiadores y geógrafos se han visto influenciados por las teorías deterministas, que pudieron ser explicativas para analizar un sector como el industrial: la existencia de materias primas, de rentas de localización, de una climatología determinada, condicionaban el desarrollo manufacturero.⁷ Una visión más amplia del proceso de desarrollo industrial permitió analizar con más precisión estudios de caso. En efecto, la industria podía aparecer, también, en espacios sin materias esenciales ni con condiciones edafológicas apropiadas: eran otros los factores que espoleaban el crecimiento. El análisis del turismo se ha visto condicionado en muchas ocasiones por esa visión mecánica: el paisaje, el clima, constituían elementos centrales que justificaban los despegues —tras una trayectoria por fases— que, como ya se ha dicho, ahora identificaba R. Butler, siguiendo la estela industrialista de W. Rostow.

El desarrollo económico turístico es un proceso histórico, es decir, debe explicarse en función de sus condiciones previas. Estas facilitan e inciden en las nuevas inversiones, en los cambios en las estructuras productivas y laborales, de manera que estamos ante una nueva vía de formación bruta de capi-

7. Gerschenkron (1975), Acemoglu-Robinson (2012).

tal y de acumulación. Ambas van dependiendo cada vez más de actividades en las que el concepto de «mercancía» física va desapareciendo y es sustituido por la noción de mercancía como servicio, o de «servicio industrializado», con nuevas interpretaciones del valor económico.⁸ En segundo término, urgen estudios de oferta en un sentido amplio, que deben incluir el análisis microeconómico y su corolario macroeconómico: la concreción de una suma de trayectorias individuales, endógenas, que hace posible un cambio profundo que no solo es exógeno.⁹ Este planteamiento no es diferente al que se ha identificado en otros debates históricos —sobre las transiciones económicas o en cuanto a las causas del crecimiento de las naciones—. ¹⁰ En el estudio del turismo han dominado sobre todo las explicaciones de mercado —las llamamos netamente comerciales—, las causas externas como espoleta del desarrollo turístico, de forma que incluso aquellas aportaciones ideológicamente alejadas de la visión más convencional en economía (como, por ejemplo, el marxismo circulacionista) se han imbuido de esa tesis. Se han focalizado aspectos de carácter más macroestructural —vinculados a las evoluciones del turismo internacional— y se han olvidado los condicionantes internos.¹¹ Al mismo tiempo, esta idea más mercantil, definida por relaciones de intercambio desigual —provenientes de la teoría de la dependencia, como se ha dicho—, hacía ver el turismo, desde la óptica de la antropología económica, como una nueva forma de neocolonialismo:¹² la destrucción cultural de las regiones receptoras de turistas quienes, de hecho, actuaban como agentes de dicha aculturación. Una reedición, por tanto, de los debates centro-periferia que se producían en ese contexto y que abrazaban tanto la confección de la economía-mundo, como la tesis del desarrollo del subdesarrollo y los procesos de expoliación de recursos de las naciones atrasadas por las avanzadas. El comercio, los intercambios —de mercancías, de personas, de capitales— eran ejes centrales explicativos.

La acuñación de todo esto tuvo una expresión feliz: periferias del placer.¹³ Según esto, esas periferias son guetos turísticos emplazados en regiones atrasadas que, desde los años setenta, proliferaban bajo dos condiciones esenciales: la buena conectividad aérea y la disponibilidad de muchas horas de sol. Estos espacios, próximos a las costas y, de alguna forma, blindados, rodeaban unos centros que generalmente eran pobres y poco conectados con otros más privilegiados.¹⁴ Ahora bien, estas llamadas periferias no tienen evoluciones pa-

8. Rodrik (2015), Mazzucato (2019).

9. Agarwall *et al.* (2000), Manera (2014).

10. Landes (2008), Helpman (2007), Acemoglu-Robinson (2012).

11. Agarwall *et al.* (2000), Bianchi (2002).

12. Nash (1978), Turner-Ash (1991).

13. Turner-Ash (1991).

14. Ejemplos que pueden citarse son: Puerto Príncipe, Nassau, San Juan de Puerto Rico, Acapulco, Cancún, Hawái como espacios periféricos frecuentados por turistas norteamericanos; Mallorca, Ibiza, Benidorm, Canarias, Torremolinos, más visitados por europeos, sin elu-

recidas —porque sus trayectorias históricas son heterogéneas—, ni pueden arbitrarse modelos turísticos de carácter generalista que satisfagan a todas ellas en sus diferentes cronologías.¹⁵ Ello no ha de impedir trabajar en una línea metodológica que articule disciplinas distintas y, a su vez, que se haga eco de los importantes debates que han sacudido las ciencias sociales en los últimos cincuenta años.

El turismo como globalización: el enlace de disciplinas

La globalización del turismo de masas ha introducido nuevos parámetros de estudio, relacionados con las nuevas relaciones de poder que emanan del desarrollo turístico.¹⁶ Esto ha motivado la inquietud investigadora en analizar un aspecto que ha sido poco explorado en los análisis turísticos: la función empresarial, el papel del capital en definitiva, tanto el que se afianza como un conglomerado transnacional, como el que se aferra a la vertebración de pequeñas y medianas empresas. Esta historia empresarial es, además, de gran interés, toda vez que en algunos ejemplos ya analizados se advierten importantes acumulaciones de capital que van de lo local a lo global,¹⁷ y que inciden en cambios económicos endógenos en las sociedades de procedencia y, a la vez, se insertan en estrategias más amplias que tienen en cuenta las posiciones en los mercados internacionales. Esto significa una visión más compleja —y puede decirse que realista— en relación con la tesis inspirada por la teoría de la dependencia: estamos ante relaciones en escalas diferentes, locales y mundiales, con actores que pueden ser distintos en cada una de ellas, pero que, en cualquier caso, tienen la virtud de vincular la producción y el consumo, la oferta y la demanda.¹⁸

En esta visión integradora, los análisis sobre el turismo se centran en aspectos clave, como los efectos ambientales y la desigualdad, escrutados con

dir en estos casos otros destinos como Niza, Montecarlo, Cannes, Venecia y Florencia; Filipinas, Hong-Kong, Bangkok y Bali, como preferencias de los japoneses. Sobre esto, véase Turner-Ash (1991).

15. E. Gormsen (1997) pretende fijar unas coordenadas comunes a esas periferias, a partir de la teoría de la dependencia y relacionando sus trayectorias turísticas a la dinámica general del capitalismo. Existe en esta aportación un interés claro en codificar los comportamientos de los espacios turísticos considerados, desde la matriz estructuralista de la teoría citada.

16. Desde este punto de vista, la sociología y la filosofía han aportado lecturas que se han podido adoptar por los estudiosos del turismo, desde el momento en que esta actividad se ubica en el contexto del posfordismo y los cambios —demográficos, políticos, sociológicos— que estimulan las nuevas sociedades de servicios. Cf. Crick (1989) y, sobre todo, Urry (1990).

17. Manera (2014).

18. Esta idea de multiescalas, aplicada a las sociedades industriales, se ha denominado «cadenas globales de mercancías» (o GCC, por sus siglas en inglés), para estudiar fases distintas en el desarrollo capitalista contemporáneo relacionadas con nuevos procesos de localización y, a su vez, nuevos cambios en las relaciones de poder (Hopkins-Wallerstein, 1986; Clancy, 1998; Peluquessy, 2001).

una mirada distinta, de forma que se cuestiona la adopción del concepto de externalidad negativa como si se tratara de un factor ajeno a la actividad turística, y no una parte intrínseca a la misma.¹⁹ Sin embargo, incluso en estos trabajos que persiguen la complicitad teórica y metodológica de las ciencias sociales, la ausencia de los recorridos históricos y, en particular, las historias económicas, siguen siendo cuerpos extraños. Las nuevas agendas de investigación²⁰ son importantes, toda vez que abrazan factores como los flujos geográficos, la implicación intersectorial en las economías turísticas, los cambios laborales y demográficos, las transformaciones territoriales, la función del capital —el más poderoso, pero también el más modesto—, las reconversiones del espacio, los movimientos de capital vinculados al fenómeno turístico —lo cual amplía el radio de trabajo hacia la globalización— y los procesos de dislocación económica sectorial, que suponen las transiciones de economías agrario-industriales a otras de servicios dominadas por el turismo de masas. No obstante, en tales paneles de trabajo no parecen figurar, como objetivo declarado y estratégico, la profundidad histórica, la búsqueda remota o más próxima de determinadas decisiones que han facilitado, sin lugar a dudas, tales evoluciones.

Las economías occidentales presentan una nueva naturaleza en los servicios. Estos tienen una función capital en la transición de estructuras industriales avanzadas hacia sectores sustentados en el conocimiento. De hecho, los servicios son actividades que más contribuyen a la creación de empleos intensivos en conocimiento, con la globalización económica como acicate primordial, que estimula los mercados financieros, técnicos, de alto valor añadido y, también, turísticos. Estas actividades ya no se caracterizan por una baja productividad, según se ha documentado en la literatura sobre el crecimiento de las economías desarrolladas. Así, la investigación sobre una muestra de treinta países miembros de la OCDE demostró el avance constante de los servicios de alto valor añadido, mientras que los tradicionales (servicios sociales y personales y hoteles y restaurantes) registraron aumentos de la productividad y los servicios modernos (transporte, intermediación financiera y telecomunicaciones) subrayaron cifras comparables a algunas actividades de alto crecimiento en el sector industrial.²¹ La característica central de esta terciarización es su heterogeneidad, tanto en la Unión Europea, en Estados Unidos y en Japón. Al mismo tiempo, se aprecian diferencias importantes en cuanto a niveles de productividad y rendimiento en las comunicaciones y el transporte en países de Europa y servicios financieros en Estados Unidos, que muestran

19. Mowforth-Munt (1998), Agarwal *et al.* (2000), Bianchi (2002), Ateljevic *et al.* (2007).

20. Agarwal *et al.* (2000), Rodrik (2015, 2019).

21. *El trabajo estadístico de la OCDE, 2013-2014*. Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/laocde/EI%20trabajo%20estad%C3%ADstico%20de%20la%20OCDE%20EBOOK.pdf>

mejoras comparables a las de la fabricación estricta.²² En cualquier caso, la interconexión entre actividades terciarias e industriales rubrica que el contenido de cualificación de los sectores de transformación y los de servicios ha aumentado con el tiempo.²³ En tal aspecto, el análisis de la historia económica facilita la comprensión de esas trayectorias, globalmente descritas y contribuye a forjar una senda de investigación integradora: la que estudia el turismo como un sistema de producción en alza en la mayor parte de las naciones, al que debe prestarse una atención científica y política similar a la que han reclamado y reclaman, de forma justificada, las actividades agrarias y las industriales.

Ahora bien, unas características esenciales perfilan los productos turísticos, lo que supone dificultades metodológicas y nuevos interrogantes:²⁴

- a) La aplicabilidad del concepto «industria turística» al turismo de masas.²⁵ Esto no es trivial, habida cuenta que su adopción significa entender la actividad turística como un «todo» no desagregado, es decir, con una perspectiva muy parecida a la del sector industrial estricto, cuando en realidad estamos, como ya se ha dicho, ante una economía más compleja desde el momento en que es consumidora final y, a la vez, productora de bienes intermedios, y en la que —como también se ha expuesto— la idea de mercancía física desaparece y es sustituida por los servicios industrializados.
- b) En relación con el punto anterior, son sectores heterogéneos los que intervienen en la confección de los productos turísticos: estos los forman diferentes aportaciones que a la vez cubren actividades que no son turísticas. En efecto, se aprecian dos diferencias sustanciales entre los servicios y la manufactura:

22. Maroto Sánchez-Cuadrado Roura (2009).

23. Eichengreen-Gupta (2011).

24. Cosgrove-Jackson (1972), Wilkinson (1989), Britton (1991), Mullins (1991), Tremblay (1998), Hall (2006), Rodrik (2015), Manera-Navinés (2018).

25. Los elementos básicos y descriptivos de esta industria son: los recursos turísticos (naturales y humanos), las instalaciones receptoras (hoteles, hostales, segundas residencias, residencias para trabajadores, almacenes de alimentos), los servicios directos (agencias de viaje, alquileres de vehículos, guías, oficinas de información), las infraestructuras básicas y culturales (medios de transporte, de comunicación, complejos deportivos y recreativos) (Sessa, 1983). Desde la geografía, y a partir de preceptos de la ecología industrial, se ha propuesto que a esa noción de industria turística se incorpore el análisis del *Complex Adaptive Tourism Systems*, un concepto que parte de los postulados de la ecología y de la economía ecológica y que persigue trabajar el turismo en unas coordenadas de sistema abierto y cambiante —en el que el componente biológico y las leyes de la termodinámica actúan siempre—, de forma que se confronta con la teoría económica neoclásica de sistema económico cerrado y más influenciado por la física newtoniana (cf. Farrell-Twining, 2004).

- Algunos servicios son comercializables, de manera que son cada vez más determinantes en el comercio mundial: actividades muy intensivas en conocimiento, pero que generan pocos puestos de trabajo.
 - En países avanzados, los servicios absorben los excesos de mano de obra, en actividades con productividades bajas e intensivas en fuerza laboral. Esto constituye una importante restricción, ya que estas ocupaciones no pueden ampliarse sin ejercer una relación real de intercambio muy desfavorable contra sí mismas: se reducen los precios de los servicios lo que, en definitiva, equivale a contraer los salarios. Esta autolimitación limita las capacidades de desarrollo en economías de servicios con calificaciones medias-bajas —menos intensivas en conocimiento—, si no se exploran nuevas perspectivas de inversión y, por tanto, de empleo en otras actividades.
- c) Estos productos finales se consumen en el lugar de origen; por consiguiente, es determinante el componente territorial. Y el «producto» es, a su vez, dispar: el paisaje, el espacio, el conjunto de la oferta, pero también el propio turista se convierte en un «producto» del sistema de producción turística.
- d) Esta realidad hace que otros factores sean cada vez más importantes en los análisis de la economía turística, hasta el punto de abrir líneas de investigación no solo en la economía heterodoxa, sino también en la ortodoxa y más académica amparada por la teoría económica convencional:
- Las externalidades ambientales, entendidas como parte del sistema económico y, por tanto, analizables para superar los problemas que puedan generar en el destino turístico. Aquí, las nociones de «capacidad de carga» o la utilización de indicadores metabólicos del sistema productivo, aparecen como nuevos retos para identificar con mayor precisión los impactos del turismo.²⁶
 - El problema ambiental no se reduce a la evolución del crecimiento económico, toda vez que el PIB no representa una medida efectiva de control del medio ambiente.²⁷ Esto afecta tanto al sector industrial como al

26. La asunción de las tesis del desarrollo sostenible ha provocado, también en el análisis turístico, las magias verbales que acompañan a veces a este concepto, como ya se ha dicho. Se ha hablado de «turismo sostenible» a partir de la curva ambiental de Kuznets. En tal sentido, se ha expuesto que debe promoverse un turismo de calidad, que se asimila a alto poder adquisitivo y, por tanto, con menor impacto ecológico. La ecuación radicaría en la venida de menos turistas al territorio receptor, pero con más dinero, de forma que la rentabilidad se mantendría. Esta idea ha sido refutada en estudios de caso como el de las Seychelles, en donde se ha demostrado que los hoteles de mayor categoría son los que acaban siendo más agresivos con el medio ambiente (cf. Gössling *et al.*, 2002).

27. Pilling (2019).

de servicios. En tal aspecto, los mercados, la tecnología y las políticas ambientales tienen un papel fundamental. Ahora bien, las regulaciones ambientales son más severas en un contexto social más consciente, y con formas claras de defensa y de compensación de las externalidades. Así pues, esas regulaciones deben ser efectivas tanto en etapas de fuerte crecimiento económico —y turístico— como en fases de contracción, en las que pueden generarse laxitudes a la hora de enfrentar las externalidades ambientales. Por otro lado, los países con alto ingreso per cápita muestran una reducción de los niveles de emisiones con una estructura de la economía apoyada en los servicios, mejor eficiencia energética y mayor preocupación por los temas ambientales. Sin embargo, la estimación muestra que la curva de Kuznets tiene forma de N, es decir, en los países con altos niveles de ingreso la reducción de externalidades se acaba por bloquear, porque las oportunidades de acotarlas son cada vez menores, con elevados costes.

- Las finanzas y la circulación dinámica de los capitales relacionados con el turismo, hechos que facilitan las inversiones hacia territorios en fases iniciales en la actividad turística (en los segmentos de sol y playa); o diversificar activos en zonas más maduras (en los hoteles urbanos).
 - La incorporación al proceso de globalización de áreas menos integradas a causa de la estrategia de desarrollo turístico.
- e) La estacionalidad del turismo de masas constituye un debate permanente. ¿Cómo superar esa estacionalidad? Este interrogante es frecuente para políticos y expertos. Pero conviene considerar que la estacionalidad es un factor definitorio del turismo de masas, sobre todo si este se vincula a ofertas de invierno (nieve) o de primavera-verano (sol y playa). En esa misma línea, las características de los mercados laborales —tiempos de vacaciones en determinadas fechas— convierten en «estacionales» muchos flujos turísticos. Los factores climáticos también inciden en la superación o mantenimiento de la estacionalidad: espacios con climas más estables (como destinos del Caribe o, en España, las islas Canarias) permiten una oferta más homogénea, que en cualquier caso, depende de que los clientes ajusten a ella su tiempo de ocio. Ahora bien, este aspecto mantiene una relación directa con otro que a veces se ignora: romper con la estacionalidad supone extender las externalidades del modelo turístico a todos los meses del año. Conocer tal impacto presupone, por un lado, ser conscientes de que la actividad turística produce externalidades que son distintas a la actividad industrial, pero que igualmente son detectables; por otro, elaborar los indicadores concretos de medición.

A partir de aquí, el trabajo debe orientarse, de entrada, en las siguientes direcciones, como un futuro programa de investigación que puede englobar, siguiendo el punto de partida de esta investigación, el conjunto de los destinos mediterráneos:

1. Demostrar con indicadores precisos las afirmaciones que se han ido desgranando: mayor crecimiento del turismo en relación al crecimiento económico general, avance de la «terciarización», entre otras.
2. Apurar el material estadístico disponible, con unos ejes clave:
 - La diversificación de las estructuras económicas europeas desde 1945.
 - El gasto turístico.
 - La interrelación de mercados entre los *first comers* y los *late comers*.
3. La desagregación regional de las cifras nacionales, toda vez que el fenómeno turístico plantea análisis más localizados en el ámbito espacial. Aquí la profundización en las bases de datos de Eurostat será determinante, si bien los límites cronológicos de estos materiales son severos.
4. La inserción de los procesos de innovación que son inherentes al turismo de masas en el marco de la cuarta revolución industrial. Aquí interviene de forma determinante la función empresarial, tanto la formación de grupos hoteleros o turísticos que puedan aportar más valor añadido en el contexto de un espacio altamente competitivo como es el Mediterráneo.
5. La urgente necesidad de medir con indicadores no crematísticos el impacto de la actividad turística. Esto es lo que puede facilitar, a los agentes económicos y sociales y a las administraciones públicas, un contexto claro hacia políticas públicas de gobernanza económica y social, que incidan en procesos de sostenibilidad económica, ambiental y social.

Los cinco factores enunciados, con sus derivadas descritas, suponen un reto para los historiadores económicos: tal vez sean estos, juntos a los geógrafos y los economistas ecológicos, los que pueden proporcionar claves explicativas más potentes y completas —en un sentido holístico— sobre la evolución de una economía turística considerada, que supere las aportaciones —importantes, sin duda— de las corrientes más ortodoxas de estudio de la economía turística. El Mediterráneo es un buen ejemplo metodológico al respecto.

Análisis empírico: el Mediterráneo como «atrayente» turístico

En el panorama de la historia económica, es ya lugar común hablar de la Revolución Industrial como fenómeno fundamental que transformó la evolución de la Humanidad desde el siglo XVIII. El proceso, entendido aquí como una larga trayectoria que en absoluto obedece a factores drásticos de ruptura —según las investigaciones más recientes de los historiadores económicos—, ha enfatizado, sin embargo, la relevancia de cambios transcendentales en los planos tecnológico, demográfico, económico, sociológico y cultural. A pesar de las diferentes interpretaciones sobre el tema, un nexo común a todas ellas sería, sin duda, el giro que supuso, si bien de manera paulatina, la emergencia de esa «Gran Transformación» —según la acepción de K. Polanyi— en la composición del mercado laboral y de la estructura económica de las naciones desde 1770. El avance, en suma, de los activos —de personal y de generación de renta— asignados al sector secundario. Esta idea se bifurca en dos direcciones concretas. Por un lado, la irrupción del turismo de masas desde el final de la Segunda Guerra Mundial ha inferido, de manera tangible, trasvases cruciales de mano de obra, de inversión y de estrategia productiva hacia la economía del ocio en gran parte del mundo, con cambios que retrotraen a lo acontecido doscientos años antes al calor de la revolución industrial. Pero, y he aquí el segundo elemento que considerar, tal vez sea en espacios determinados —igual que sucedió en el empuje industrializador—, como la cuenca mediterránea, donde esa visión pueda ser auscultada de forma más precisa. Ambos planteamientos se traducen en objetivos medulares del trabajo. La investigación se sustenta sobre las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) existentes con lagunas desde los años cuarenta hasta la actualidad, del Banco Mundial (BM), del Fondo Monetario Internacional (FMI) y con los materiales de los institutos nacionales de estadística de los países analizados. Todo este corpus documental —auxiliado por la bibliografía específica correspondiente—²⁸ ha permitido la reconstrucción y sistematización de los datos necesarios para responder a los dos objetivos fundamentales ya expresados.

28. A título indicativo, véase Aron (1999) en relación con las pautas vacacionales en Estados Unidos hasta la primera mitad del siglo XX; Richardson (1999), en cuanto a la importancia de la economía turística en Australia desde fines del ochocientos; Baranowski-Furlough (eds.) (2001) sobre el desarrollo turístico en Estados Unidos y Europa Occidental en los siglos XIX y XX; Battilani (2001), que analiza la evolución del turismo europeo, no olvida las experiencias de países pobres y, en fin, manifiesta la óptica regional italiana en el turismo de masas; Tissot (dir.) (2003), que adopta la visión del turismo como industria y no solo como servicio; So-shiroda (2005), en lo que atañe a las políticas turísticas impulsadas en Japón entre 1859 y 2002; Girelli (2006), que profundiza en la evolución turística y los cambios urbanos en la ciudad de Roma; Segreto-Manera-Pohl (eds.) (2009), donde se trabajan diferentes casos relevantes en el turismo de masas mediterráneo desde los años cuarenta, y Vallejo-Larrinaga (eds.) (2019), que enfatizan la formación de España como país turístico en el primer tercio del siglo XX.

El turismo es una de las actividades económicas más importantes y dinámicas de nuestros días, con un crecimiento notable desde la inmediata posguerra, tal como se desprende de la tabla 1 y del gráfico 1. Su lectura rubrica lo siguiente:

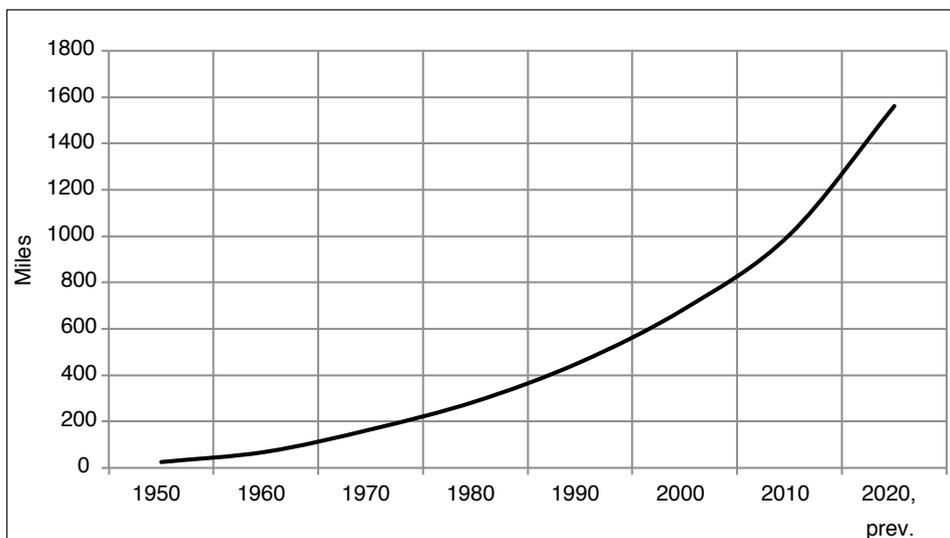
TABLA 1 • *Llegadas internacionales de turistas, 1950-2020, en miles.*

Grandes regiones	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020, previsión
África	0,5	0,8	2,4	7,4	15	27,4	47	77,3
América	7,5	16,7	42,3	61,4	93	128	190,4	282,3
Asia-Pacífico	0,2	0,9	6,2	24,3	57,7	115,3	205,8	416
Europa	16,8	50,4	113	186	280,6	392,7	527,3	717
Oriente Medio	0,2	0,6	1,9	7,5	9,7	24	35,9	68,5
TOTAL MUNDIAL	25,2	69,4	165,8	286,6	456	687,4	1006	1561
% SOBRE TOTAL								
Grandes regiones	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020
África	1.98	1.15	1.45	2.58	3.29	3.99	4.67	4.95
América	29.77	24.06	25.51	21.42	20.39	18.62	18.92	18.08
Asia-Pacífico	0.79	1.30	3.74	8.48	12.65	16.77	20.45	26.65
Europa	66.67	72.62	68.15	64.90	61.54	57.13	52.39	45.93
Oriente Medio	0.79	0.86	1.15	2.62	2.13	3.49	3.57	4.39
TOTAL MUNDIAL	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de las estadísticas de la OMT. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404766>

En primer lugar, la progresión impresionante del número de turistas entre 1950 y 2000: de 25 millones a 687, con claro predominio europeo. Este —y he aquí un segundo elemento—, junto al avance americano, compila siempre un porcentaje superior al 75% en la captación mundial de turistas, un dato señero. En tercer término, los destinos rezagados, Asia-Pacífico, África y Oriente Medio, patentizan desarrollos tardíos, pero con una evidente fortaleza en el primero de ellos: de 0,79% en 1950 se pasa al 16,77% en 2000, de manera que puede afirmarse que, en el largo plazo, es este el espacio que está copando, en términos relativos, una mayor cuota turística en los mercados internacionales.²⁹ Este hecho infiere reorientaciones en la geografía turística del planeta, sobre todo en años próximos. En 2002, los diez principales destinos turísticos recibían la mitad de las llegadas internacionales de visitantes, que aglutinaban más del 50% del gasto turístico mundial. De esa decena, nueve corres-

29. Wu-Manera-Salom (2019).

GRÁFICO 1 • Llegadas internacionales de turistas, 1940-2020

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la OMT: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404766>

ponden a países de Europa y a Estados Unidos. Sin embargo, la perspectiva de la historia económica arroja la pérdida de fuerza de Europa y América como destinos. En 1950, el 97% del turismo mundial se escoraba hacia aquellos continentes. En 2000, la proporción ha descendido hasta el 78% y, según las previsiones de la OMT, en 2020 ese dato se reducirá al 64%. En el otro extremo, se sitúan las zonas de Asia y Pacífico que, como se ha dicho, han asumido mayor protagonismo de manera espectacular, con un horizonte del 27% en 2020. Se llegan a conclusiones similares para Oriente Medio y África, que han redoblado —y se cree que incrementarán— su función como destino turístico mundial. Se aprecia, por tanto, un adelgazamiento en la cuota de mercado de Europa y América y una cierta «periferización» de la expansión turística.

Este espectacular avance, observado desde el lado de la demanda, solo es explicable por el incremento en las rentas y la consolidación de semanas vacacionales en los países más desarrollados. Las políticas económicas de corte keynesiano, impulsadas desde los años cuarenta del siglo XX —con todas sus variaciones y particularidades—, comportaron un conjunto de actuaciones tendentes a estimular la demanda agregada. En tal sentido, la mayoría de estudios de la demanda turística determinan que esta viene condicionada por la renta y por los precios.³⁰ En lo que refiere a la elasticidad-renta, está por enci-

30. Rosselló (2003).

ma de la unidad, o, dicho de otro modo, el turismo tiene carácter de bien de lujo. La elasticidad-precio, en cambio, muestra un comportamiento más irregular: el precio es una variable menos relevante en el consumo de los viajes de larga duración, mientras que para los destinos de corta distancia dicha elasticidad es mayor. No obstante, la perspectiva histórica constata que la evolución del volumen de turistas internacionales es superior al desarrollo de la economía global: en los últimos cincuenta años, por cada incremento de un punto porcentual en la renta per cápita de los habitantes del mundo, el aumento del número de viajeros ha crecido en más de tres puntos.³¹

La previsión del volumen mundial de turistas hecha por la OMT, que estima unas tasas de crecimiento cercanas al 4% —lo que significa pasar de 702 millones en 2002 a 1.561 millones para 2020—, se sustenta, por un lado, en el incremento de renta disponible para los ciudadanos y, por otro, en determinados cambios sociodemográficos que se suceden en los países más avanzados (ascenso de parejas sin hijos y de hogares unifamiliares, mejores niveles educativos, proporción de gente de más edad y expansión del número de jubilados).³²

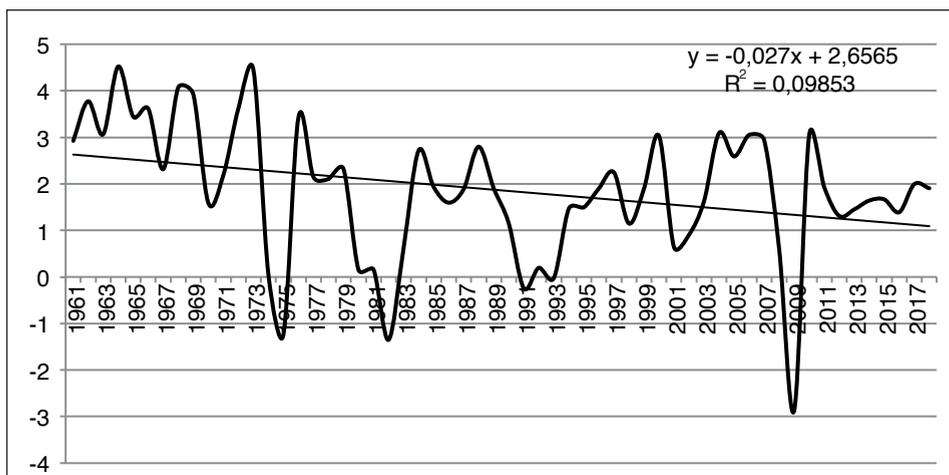
31. En el período 1950-2001, la expansión del PIB per cápita mundial se ha aproximado al 2,1%, y el del número de turistas al 7%, con comportamientos divergentes en función de la cronología. Así, mientras en 1950-1973 el crecimiento de la renta per cápita fue del 2,9%, con un aumento del volumen de turistas cercano al 10%, la etapa 1973-2001 ha significado un avance del PIB per cápita anual del 1,4%. Esto ha supuesto la contracción de los viajes turísticos, que se han reducido a la mitad, toda vez que los incrementos anuales han sido del orden del 5% (Maddison, 2003; Anisi, 2005).

32. Tres objeciones concretas pueden formularse ante esas perspectivas optimistas. En primer lugar, la disminución del gasto turístico en el destino. La variable gasto turístico es un concepto de difícil interpretación, toda vez que se ve sesgado por las fluctuaciones del tipo de cambio y por el aumento de precios de los productos turísticos. Sin embargo, la tendencia que se apunta en la última década parece clara: la reducción del tiempo de estancia en el lugar de destino (Alegre-Pou, 2003a, 2003b). De esta manera, y entendido el gasto turístico total como el producto entre el gasto turístico per cápita diario, la estancia media y el número de turistas, en los últimos años se aprecia que el hecho de que haya más visitantes no es sinónimo de que sus gastos se incrementen en la misma proporción. Entre las causas de esa disminución de las estancias, conviene destacar la mayor frecuencia de viajes internacionales, que se asocia a una reducción de cada uno de ellos; la predilección de los turistas por unas vacaciones de mayor calidad, lo que supone renunciar a una estancia más larga; la existencia de un efecto-precio, que podría alimentar un recorte del tiempo de alojamiento en el destino.

En segundo lugar, síntomas de maduración de la demanda turística en determinados países. La observación del comportamiento del turismo emisor y recientes estudios (Alegre-Pou, 2003a) apuntan hacia un posible estancamiento —en mercados emisores de los países desarrollados— del porcentaje de población que realiza desplazamientos al extranjero. Los casos de Francia y Gran Bretaña son ilustrativos: el aumento de la demanda turística se debe a una mayor frecuencia de salidas al año por parte de viajeros habituales. En este aspecto, entre 1990-2002 las regiones mundiales que más han agrandado la emisión de turistas han sido Asia y Pacífico, con un 118% (de 60 millones a más de 131) y Oriente Medio, con un 100% (de 8 a 16 millones de turistas). Europa y América, con datos respectivos del 53% y el 21%, han incrementado más lentamente sus guarismos, ya que han pasado de 363 a 525 millones. Finalmente, los nuevos gustos del consumidor (Poon, 1993). Este cliente —calificado de «posfordista»— tiene intereses diferentes a los congestionados espacios de sol y playa y significa, por tanto, una seria amenaza para los destinos turísticos de masas.

Las cifras de crecimiento contrastan con las expresadas sobre el PIB per cápita, en clara caída desde los años sesenta y sujetas a fuertes altibajos, tal como se recoge en el gráfico 2. La actividad turística resiste a esos embates.

GRÁFICO 2 - Crecimiento del PIB per cápita en el mundo, 1961-2018



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Banco Mundial.

Las cifras expuestas en la tabla 1 denotan el avance de una actividad económica cuyas experiencias previas —lo que pudiéramos calificar como los antecedentes directos del turismo de masas, hasta los años treinta del siglo XIX— contrastan de forma nítida con los datos disponibles —más ricos y profusos— a partir de la década de los años cuarenta, a pesar de recientes aportaciones que demuestran la significación innegable del proceso de formación turística previo a 1945.³³ El crecimiento turístico, medido por un indicador tan ilustrativo como el número de visitantes en un área determinada, ha conocido la expansión más palmaria en el conjunto de la actividad económica global con el inicio de la postguerra.³⁴ E igual que acaeció en la industrialización, también se observa aquí un *atrayente* visible, una geografía plagada

33. Véase especialmente Vallejo-Larrinaga (2019).

34. El concepto de «turista» se adopta como aquel extranjero provisto de documentación oficial —con la exclusión de los nacionales en cada país aunque residan en el exterior— y que pernocta al menos una vez en su lugar de destino. En cuanto a los otros sectores económicos, es bien sabido que a partir de 1945 se asiste a un arranque potente de la industrialización —con el embate de la cuarta revolución tecnológica—, pero que ya tenía muestras eloquentes de su fortaleza en el curso de las tres revoluciones tecnológicas previas (1771, 1829 y 1875), que supusieron la consecución de nuevos productos, otras formas de producir y de organizar los procesos y la determinación de un grupo de países que lideraron —e indujeron— toda la transformación (Pérez, 2004).

de recursos naturales para ser disfrutados y no solo «aprehendidos», que ejemplifica todo un potencial de desarrollo y, en paralelo, es capaz de agilizar la innovación y el cambio entre los pioneros que contribuyen a destapar y apuntalar el proceso. Este se hace imitativo en el momento en que cuajan los primeros éxitos: el talento inconsciente fluye, la emulación se expande y los inicios caóticos y desordenados ceden paso a la sumisión de unas reglas prácticas de funcionamiento de la nueva actividad. El giro se evidencia: economías nacionales o regionales patentizan signos elocuentes en las estructuras de sus mercados laborales y en la aportación gradual de la actividad emergente en la generación de renta.

Tal vez estemos ante una «revolución tecnológica» —en el sentido del paradigma tecnoeconómico expuesto por C. Pérez—,³⁵ que supone un conjunto de tecnologías, de productos, de nuevas industrias —muy dinámicas— que impulsan un desarrollo distinto en el largo plazo. En esa línea interpretativa, la quinta revolución tecnológica o cuarta revolución industrial (era de la informática, de las telecomunicaciones, de la robótica y de la inteligencia artificial) estimula una serie de factores con clara aplicabilidad al mundo de un turismo de masas ya consolidado: el uso intensivo de la información —con sólidos fundamentos en la microelectrónica—, la organización en red, la importancia del conocimiento aplicado a la nueva actividad, la proliferación de nichos de mercado que obedecen a cambios en la demanda, la comunicación global e instantánea —a través de internet— y la adaptabilidad y cooperación interior y exterior —en forma de clústeres—.³⁶ La constelación de innovaciones inherente a ese cambio complejo infiere, a su vez, otras infraestructuras, otros productos y procesos. La orientación para rejuvenecer industrias ya maduras, las diferentes orientaciones en la organización productiva, una mayor capacidad derivada —que comporta incrementos en la productividad en los primeros estadios del fenómeno— y, en definitiva, los cambios estructurales que, en su conjunto, significa este trasiego económico, conduce a un corolario esencial: la adopción de nuevos motores de crecimiento, en unas coordenadas expansivas de desarrollo económico.³⁷

35. Pérez (2004).

36. La idea, potente, de cooperación interempresarial es la que se pretende subrayar. Las formas pueden variar en función de los casos analizados: ya sean clústeres en el sentido estricto expuesto por M. Porter —con sólida participación de las universidades en la configuración de «triples hélices»—, ya se adviertan ejemplos que encajan mejor con los planteamientos marshallianos de «distrito», la actividad turística no es ajena a escenarios reconocidos en la economía industrial. Véase también Mazzucato (2019).

37. Sobre todo esto, véase Pérez (2004). Este planteamiento no elude la clasificación de las grandes revoluciones tecnológicas planteada por Kuznets —con influencias claras de Kondratieff y la idea, potente, de ciclo económico auspiciada por Schumpeter— ni, por supuesto, es ajeno a las tesis clásicas de Kuhn en relación al núcleo central del cambio técnico. La visión que aquí se defiende —y que parece aceptable para analizar el turismo de masas en su trayectoria histórica— se inscribe en el pensamiento de que la revolución tecnológica supone una ex-

¿Qué ha cambiado en la economía mediterránea desde 1945? ¿Y qué papel relevante ha tenido —y tiene— el turismo de masas en esa transformación? Estas dos cuestiones son esenciales. Se es consciente de la complejidad de la respuesta, toda vez que resulta comprometido establecer unos parámetros genéricos para una realidad geográfica y económica muy dispar, con evoluciones distintas. De entrada, estamos hablando de una veintena de situaciones genuinas, con marcos históricos de gran relevancia y con cambios políticos sustanciales reconocidos en los últimos años. Pero una primera constatación parece evidente: en este entretejido «planeta» —en palabras del gran historiador F. Braudel— uno de los grandes avances ha sido la consolidación de una economía de servicios (véase gráfico 3, a partir de los datos de la tabla 2).

TABLA 2 • Estructura productiva de los países del Mediterráneo, en porcentajes, 2005-2015: hacia la terciarización económica.

Países	Agricultura			Industria			Servicios		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Albania	21,23	20,66	22,13	25,22	28,69	25,42	53,55	50,65	52,44
Argelia	8,23	9,03	12,67	61,34	53,85	38,89	30,43	37,12	48,44
Bosnia-Herzegovina	10,10	8,27	7,56	25,98	27,27	27,32	63,92	64,45	65,12
Croacia	5,00	4,87	4,29	29,04	27,06	26,21	65,95	68,07	69,50
Egipto	14,88	13,99	11,18	36,33	37,53	36,32	48,79	48,48	52,50
Eslovenia	2,60	1,98	2,38	34,08	30,61	32,75	63,32	67,41	64,87
España	3,03	2,55	2,56	30,43	26,01	23,64	66,54	71,44	73,80
Francia	1,87	1,78	1,74	21,51	19,60	19,50	76,62	78,62	78,76
Grecia	4,77	3,27	4,12	19,84	15,66	15,69	75,39	81,08	80,19
Italia	2,25	1,97	2,25	25,83	24,37	23,53	71,92	73,66	74,22
Libano	3,96	4,29	4,82	16,10	14,94	16,59	79,94	80,78	78,60
Libia	2,34			75,47			22,19		
Macedonia	11,34	11,73	11,16	23,71	24,40	26,14	64,95	63,87	62,70
Malta	2,23	1,66	1,39	23,50	20,10	15,80	74,27	78,24	82,82

(Continúa en la página siguiente)

plosión de nuevos productos (ofertas turísticas), de nuevas actividades e infraestructuras (servicios derivados, hoteles, apartamentos, grandes resorts), que conducen hacia otro paradigma tecnoeconómico (la economía turística, con todos sus derivados hacia actividades cuaternarias y quinquarias). Este representa una guía novedosa para empresarios, técnicos, profesionales, trabajadores, consumidores, inversionistas, académicos, que afecta decisiones individuales y colectivas, con un intenso sentido de interacción. Y, como resultado final, de propagación del conjunto de tecnologías exploradas e incentivadas (Pérez, 2004).

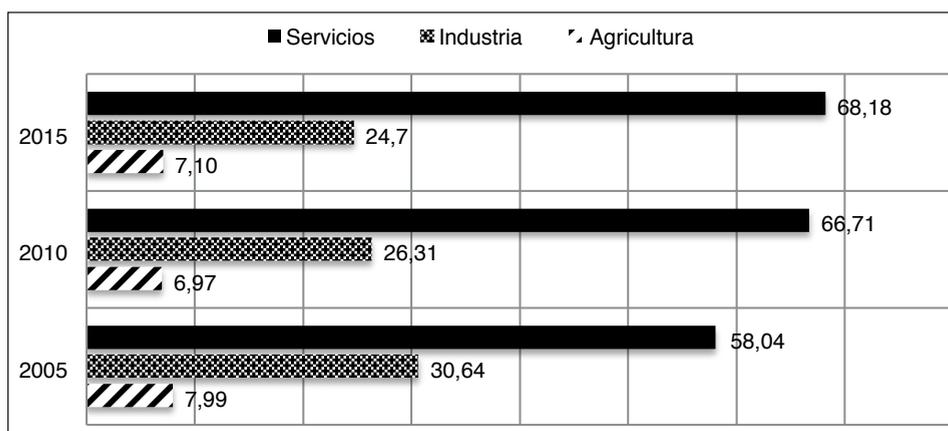
Países	Agricultura			Industria			Servicios		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Montenegro	10,46	9,20	10,20	20,71	20,54	20,30	68,84	70,26	69,50
Siria	19,49			36,21			44,31		
Serbia	11,96	10,23	8,18	29,30	28,40	31,36	58,74	61,37	60,45
Túnez	10,10	8,20	10,45	29,29	31,54	28,20	60,61	60,26	61,35
Turquía	10,80	9,46	8,53	28,46	26,39	26,51	60,74	64,15	64,96
Chipre	3,13	2,39	2,27	20,48	16,71	10,56	76,39	80,90	87,17
Totales	7,99	6,97	7,10	30,64	26,31	24,7	58,04	66,71	68,18

TOTALES AGREGADOS (%)

Sectores	2005	2010	2015
Agricultura	7,99	6,97	7,10
Industria	30,64	26,31	24,7
Servicios	58,04	66,71	68,18
	96,67	99,99	99,98

Fuente: No se han obtenido datos para Israel. Los vacíos informativos son falta de datos específicos. Elaboración propia a partir del Banco Mundial: <http://data.worldbank.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS>

GRÁFICO 3 - Estructura productiva de los países del Mediterráneo, 2005-2015



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Banco Mundial: <http://data.worldbank.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS>

En efecto: los datos que se han agrupado para el período más reciente de la cronología escogida (2005-2015, años en los que ha sido posible completar las variables requeridas en la mayor parte de los países, con la excepción de Israel y lagunas informativas correspondientes a Siria y Libia), indican el avance del sector servicios, en concreto diez puntos entre ambos años. La industria retrocede seis puntos, mientras la agricultura se mantiene en cotas que no llegan al 8%. El punto de partida para esta observación, el año 2005, ya subraya el peso del sector terciario en la estructura productiva (58%), de manera que las transformaciones en las estructuras económicas se han generado, en términos generales, a partir de la década de los cincuenta, con gradaciones dispares en función de los países, toda vez que la disparidad económica es notable en el Mediterráneo.³⁸

El espacio histórico y económico del Mediterráneo es un reclamo de primera magnitud en la economía del ocio.³⁹ Las cifras de llegadas de turistas a sus ciudades, recogidas en la tabla 3 y el gráfico 4, avalan este aserto. Los países de la cuenca comprenden un total de veintidós Estados que tienen, como característica común, ser limítrofes con el *Mare Nostrum*.⁴⁰ El conjunto de todos ellos constituye uno de los principales destinos mundiales. El Mediterráneo basa una parte importante de su actividad económica en esa prestación de servicios; su variedad se presta a pocas discusiones. Desde los emplazamientos de sol y playa tradicionales —como España, Turquía y Túnez—, hasta aquellos que se caracterizan por un alto componente cultural y patrimonial —en particular, los casos de Francia e Italia—, los litorales de este mar cerrado forman parte de una área visitada, mayoritariamente, por la búsqueda de ocio y de vacaciones, si bien de manera gradual perseveran —igual que acaece en los flujos turísticos mundiales— otras motivaciones, como la salud, los requerimientos profesionales o los compromisos de negocios, facetas que diversifican destinos y tipologías de clientes. Los europeos son los visitantes más asiduos —nueve de cada diez turistas—, mientras que a gran distancia se encuentran los americanos —menos de un 5% de viajeros— y, más recientemente, se detecta el auge de turistas procedentes de Oriente Medio y del sudeste asiático —colectivos que han doblado su participación en el mercado entre 1990 y 2002 (de 7 a 13 millones de llegadas).

38. Abulafia (2011).

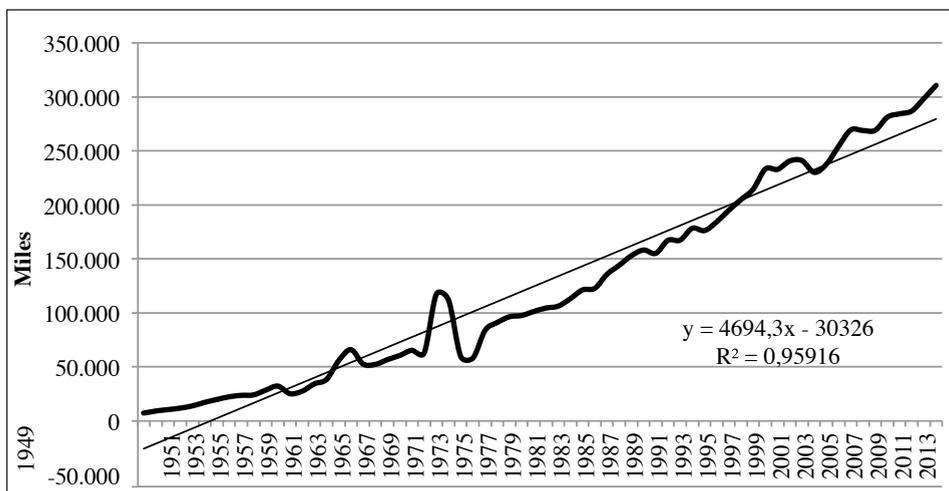
39. Un análisis del impacto del turismo en el Mediterráneo desde la óptica del desarrollo socioeconómico y cultural en Apostolopoulos, Loukissas, Leontidou (2001).

40. Los países considerados son: Albania, Argelia, Bosnia-Herzegovina, Chipre, Croacia, Egipto, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Israel, Italia, Líbano, Macedonia, Malta, Marruecos, Mónaco, Siria, Serbia-Montenegro, Túnez, Turquía y Yugoslavia. No se ha considerado Portugal.

TABLA 3 - *Llegadas de turistas al Mediterráneo, 1949-2014.*

Años	Núm. turistas (Miles)	Años	Núm. turistas (Miles)
1949	7.154	1982	104.540
1950	9.244	1983	106.303
1951	10.534	1984	113.266
1952	11.904	1985	121.335
1953	13.976	1986	122.787
1954	17.228	1987	135.777
1955	19.895	1988	144.082
1956	22.363	1989	152.979
1957	23.700	1990	158.223
1958	24.140	1991	155.184
1959	28.463	1992	167.225
1960	32.277	1993	167.388
1961	25.228	1994	178.379
1962	27.591	1995	176.218
1963	34.377	1996	184.275
1964	38.500	1997	195.096
1965	55.965	1998	204.960
1966	66.010	1999	214.628
1967	52.628	2000	233.207
1968	52.384	2001	232.906
1969	56.815	2002	240.662
1970	60.604	2003	240.959
1971	65.421	2004	230.101
1972	62.768	2005	237.629
1973	117.259	2006	254.203
1974	111.952	2007	269.382
1975	59.734	2008	268.829
1976	58.152	2009	268.982
1977	83.888	2010	281.178
1978	91.186	2011	284.280
1979	96.466	2012	286.849
1980	97.624	2013	298.479
1981	101.363	2014	310.607

GRÁFICO 4 • *Turistas en el Mediterráneo, 1949-2014*



Fuente tabla 3 y gráfico 4: Elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) existentes con lagunas desde los años cuarenta hasta la actualidad, del Banco Mundial (BM), del Fondo Monetario Internacional (FMI) y con los materiales de los institutos nacionales de estadística de los países analizados.

La observación de este más de medio siglo de movimiento turístico facilita comentarios puntuales, de carácter general:

1. Se advierten siete fases claras de desarrollo:
 - Una expansiva, entre 1949 y 1972, que es común al avance paralelo de la actividad económica en su conjunto.
 - La siguiente, de clara contracción, entre 1973 y 1978, motivada por la crisis económica y la inestabilidad política en un conjunto importante de países (Israel, Libia, Líbano, Siria, Túnez, Turquía).
 - Una tercera etapa que arranca con el nuevo despegue que va de 1979 a 1990, que contrasta con la situación económica mundial, todavía sacudida por el impacto de la guerra entre Irán e Irak y por las consecuencias de la segunda crisis del petróleo.
 - Un cuarto momento, más coyuntural, que obedece a la ligera y efímera contracción de 1991-1993, en la que la turbulencia política se traslada a la zona más oriental del Mediterráneo.⁴¹

41. No puede olvidarse que en esos convulsos años el déficit por cuenta corriente de Estados Unidos promovió la bajada del dólar y una pérdida del billete verde en los tipos de cambio en relación a las monedas europeas. La demanda interna norteamericana se resintió, lo cual penalizó las economías de Europa. Sobre esto, véase Crafts (2006), que analiza la ralentización de Estados Unidos desde la perspectiva de la globalización económica y de la importancia del desarrollo decisivo de las nuevas tecnologías para superar la crisis. Visiones comple-

- Un nuevo período de relanzamiento que arranca en 1994 y que se extiende a los inicios del nuevo siglo.
 - Los atentados en Estados Unidos impactan negativamente sobre el movimiento turístico, tal como se aprecia en 2001-2002, lo cual genera el miedo a volar que tendrá consecuencias relevantes en los destinos de sol y playa más maduros, dependientes sobre todo de las demandas alemana y británica.
 - La recuperación es, sin embargo, rápida a partir de 2003, con las ligeras contracciones motivadas por la Gran Recesión y por las crisis norteafricanas, que infieren una reorganización en la apetencia de los clientes, que se prodigan más en aquellos destinos más sólidos con tranquilidad institucional.
2. No se identifican en los datos agregados todos los tramos del ciclo de vida turística, preconizado por R. W. Butler.⁴² Este autor plantea seis etapas en la economía turística que se caracterizan por presentar distintas tasas de crecimiento de la demanda. En la primera, denominada de «descubrimiento», el número de turistas es bajo, de forma que apenas se producen cambios. En la segunda, de «participación», la cantidad de visitantes comienza a crecer a tasas cada vez más altas hasta el punto de alcanzar su máximo en la fase de pleno «desarrollo», es decir, la tercera etapa. Desde ese momento, el número de turistas se expande, si bien con menor intensidad para, poco después, terminar con un crecimiento nulo en el período que Butler bautiza como de «estancamiento». Por último, se patentizan dos posibilidades: el «rejuvenecimiento» o la «depresión». Las previsiones turísticas de la OMT —recogidas en la tabla 1— no inducen a pensar que, en el conjunto mediterráneo, se haya instalado ya la fase de maduración. Bien el contrario, el movimiento de turistas parece más ajeno a los avatares y los altibajos de la economía internacional que otros sectores productivos. No obstante, este es un terreno muy resbaladizo que no puede ser comentado con el rigor necesario, habida cuenta que se trata de augurios y predicciones que pueden ser objeto de revisión.
3. A pesar de esto, las realidades turísticas de cada uno de los países son distintas. En efecto, se podrían clasificar los destinos en tres grandes

mentarias y útiles, toda vez que analizan las sinergias y las contradicciones entre las «viejas» y las «nuevas» formas de producir, incluyéndose de manera convincente las actividades de servicios, en Brenner (2003) y Stiglitz (2003).

42. Butler (1980). El ciclo completo infiere enormes posibilidades explicativas para determinadas economías turísticas del Mediterráneo, particularmente aquellas que han llegado a altos niveles de madurez.

grupos. En primer lugar, y siguiendo con la terminología de la historia industrial, los *first comers*, los pioneros, es decir, España, Francia e Italia; estas tres naciones dominan el turismo mediterráneo, pues su cuota de mercado va del 75 al 95%. Este liderazgo es, a su vez, mundial, compartido con Estados Unidos y China. Se trata de destinos que tienen un largo ciclo de vida, ya que hace varias décadas que marcan una determinada pauta de desarrollo. En segundo término, los *late comers*, los recién llegados al proceso, Grecia, Egipto, Turquía, Túnez, Marruecos, naciones que avanzan en la consecución de sus objetivos turísticos, pero que no arañan cuotas de mercado significativas a los líderes por la expansión potente del sector en su conjunto, tal como se aprecia en las cifras aportadas. Estos cinco se diferencian de otros —que también han aumentado de manera importante el número de turistas en los últimos años— porque muestran una senda de crecimiento regular y constante, mantenida durante casi quince años. Ello induce a considerarlos como naciones emergentes, pero consolidadas en la economía turística, toda vez que su trayectoria no obedece a coyunturas puntuales. Un tercer grupo lo constituyen el resto de países, de dimensiones más modestas, que despiertan al fenómeno turístico en fechas relativamente recientes. Aquí se identifican destinos con comportamiento errático. Se trata de países (Albania, Argelia, Israel, Libia, Malta, Mónaco, entre otros) cuyas variables turísticas han aumentado de una manera sensiblemente inferior a la media mediterránea, o que han disminuido las llegadas, pernoctaciones y gasto turístico (como Israel). Tres son las causas esenciales del comportamiento desatinado de estos destinos. En primer lugar, la inestabilidad política, junto a la aparición de fenómenos violentos de índole político-religioso. En tal sentido, son ilustrativos los casos de Argelia (que entre 1992 y 1998 tiene más de cien mil muertos en atentados por integristas islámicos) e Israel (con el inicio de una nueva *intifada* en septiembre de 2000). En segundo término, a pesar del crecimiento turístico de algunos países (Albania), estos no lo mantienen con la misma intensidad o por un período prolongado de tiempo. Finalmente, hay Estados (Malta, Mónaco) que muestran características similares a los tradicionales mediterráneos: hace varias décadas que son referenciales y empiezan a mostrar síntomas de menor auge, con tasas de crecimiento de las variables turísticas a niveles inferiores de sus competidores mediterráneos.

No se aprecia un proceso de sustitución claro de *first comers* por *late comers*, tal como se patentizó en la Revolución Industrial. No existe un cambio de relevo; es más, los pioneros siguen avanzando, aunque puedan manifestar, en ejemplos concretos de economías regionales, signos plausibles de saturación.

Conclusiones y guía de investigación

¿Por qué el turismo de masas aparece en una geografía determinada y no en otra, con parecidos o idénticos factores deterministas de partida (buen clima, paisaje agradable, buenas conexiones)? ¿Qué explica, entonces, el inicio del turismo como fenómeno de masas? En tal sentido, la historia económica puede aportar respuestas solventes. El análisis de la economía retrospectiva conduce a hipótesis que abren vías a la investigación:

- Las experiencias previas cuentan para la adopción de nuevas decisiones de inversión, que comportan al mismo tiempo cambios culturales y otras relaciones de poder.
- La existencia de economías más abiertas a los mercados permite un mayor conocimiento de los mismos y mejores procesos de adaptabilidad.
- La flexibilidad de los factores de producción —sobre todo del trabajo—, reconocida históricamente, conforma un valor para encarar nuevos retos.
- El aprovechamiento positivo de las condiciones de la demanda.

La metodología de estudio del turismo de masas es débil.⁴³ La repercusión de otros planteamientos epistemológicos ha sido escasa en los análisis sociales y económicos sobre el turismo. La visión que se ha perfilado sobre la irrupción turística, desde 1950, ha sido de una gran simpleza: se ha desgajado esta nueva actividad del proceso histórico, económico y político, como si esa erupción se hubiera producido sin causas objetivas y explicables. Al ser una actividad sin mercancía física, esa pretendida abstracción ha alimentado discursos de carácter indiciario: el turismo como redentor de miserias, como nuevo Prometeo, como hacedor de sociedades modernas y avanzadas, todo frente a una profunda ignorancia sobre el pasado más inmediato. Las experiencias previas se ignoran; las capacidades económicas adaptativas se marginan. Frente a esto, los estudios de geografía económica y de historia económica tienen potencialidades explicativas, siempre con análisis de casos, a partir de un empirismo desde el que elaborar, si cabe, teorías más amplias. En esta línea, ver el turismo de masas como una parte esencial del capitalismo actual —como una vía más de acumulación, en suma— facilita una mejor comprensión: no estamos ante actividades que surjan de la nada y que, además, sean inocuas para su entorno. Aquí los principios de sostenibilidad tienen un papel relevante. Estamos ante la mercantilización de los territorios turísticos, desde el momento en que estos —espacios diversos— se convierten entonces en mercancía.⁴⁴ Y, por consiguiente, se generan procesos que dislocan la si-

43. Pearce (1989).

44. Harvey (1989), Britton (1991, 1992).

tuación de las regiones receptoras de turistas: se transforman sus territorios y sus capitales naturales, se reclaman capitales internacionales ante la ausencia de los propios, se concretan atracciones espectaculares (Juegos Olímpicos, parques temáticos) que pueden ser la excusa perfecta para otras inversiones territoriales. Aquí se observa que los detonantes no siempre están en la demanda, sino que es la oferta la que infiere otras posibilidades, y esta se encuentra a su vez mediatizada por las relaciones de poder que se están fraguando en las regiones en cuestión. Factores endógenos frente a los estrictamente exógenos: elementos de debate que han presidido otros en las ciencias sociales. La economía, la historia económica y la geografía económica, anudadas para enfocar estudios turísticos.⁴⁵

Bibliografía

- ABULAFIA, D. (2011). *El Gran Mar. Una historia humana del Mediterráneo*. Barcelona: Crítica.
- ACEMOGLU, D.; ROBINSON, J. (2012). *¿Por qué fracasan los países?* Barcelona: Deusto.
- AGARWAL, S.; BALL, R.; SHAW, G.; WILLIAMS, A. M. (2000). «The geography of tourism production: uneven disciplinary development». *Tourism Geographies*, vol. 2, n.º 3.
- AGUILÓ, E.; ALEGRE, J.; SARD, M. (2003). «The persistence of sun and sand tourism model». *Tourism Management*, n.º 26.
- ALCAIDE, J. (2003). *Evolución económica de las regiones y provincias españolas en el siglo XX*. Bilbao: Fundación BBVA.
- ALEGRE, J.; POU, L. (2002). «The determinants of the probability of tourism consumption: an analysis with a family expenditure survey». *Working Papers*, n.º 39, Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de les Illes Balears.
- (2003a). «La reducción del tiempo de estancia en los destinos vacacionales: implicaciones sobre el gasto turístico y la estacionalidad en las Islas Baleares». En: LÓPEZ CASASNOVAS, G. (dir.). *Islas Baleares. Serie Estudios Regionales*. Madrid: Fundación BBVA.
- (2003b). «El turismo de sol y playa desde la perspectiva de los consumidores europeos. Un nuevo desafío en el desarrollo turístico de Baleares». En: LÓPEZ CASASNOVAS, G. (dir.). *Islas Baleares. Serie Estudios Regionales*. Madrid: Fundación BBVA.
- ANISI, D. (2005). «La macroeconomía al comienzo del siglo XXI: una reflexión sobre el uso y posterior abandono del llamado keynesianismo». *Estudios de Economía Política*, n.º 1.
- APOSTOLOPOULOS, Y.; LOUKISSAS, P.; LEONTIDOU, L. (2001). *Mediterranean Tourism. Facets of socioeconomic development and cultural change*. Londres: Roudlege.

45. Shaw-Williams (1994), Ioannides (1995), Clancy (1998), Manera-Morey (2016), Manera-Navinés (2018).

- ARON, C. S. (1999), *Working at play: A history of vacations in the United States*, Oxford University Press, Oxford.
- ATELJEVIC, I.; PRITCHARD, A.; MORGAN, N. (eds.) (2007). *The critical turn in tourism studies*. Oxford: Elsevier.
- AZAR, C. *et al.* (1996). «Socio-ecological indicators for sustainability». *Ecological Economics*, n.º 18.
- BALAGUER, J.; CANTAVELLA, M. (2002). «Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case». *Applied Economics*, n.º 34.
- BARANOWSKI, S.; FURLOUGH, E. (2001), *Being elsewhere: Tourism, consumer culture and identity in Modern Europe and North America*, University of Michigan Press: Ann Arbor (Michigan).
- BATTILIANI, P. (2002), *Vacanze di pochi, vacanze di tutti: l'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna.
- BIANCHI, R. (2002). «Towards a new political economy of global tourism». En: SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. (eds.). *Tourism and development. Concepts and issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- BRENNER, R. (2003), *La expansión económica y la burbuja bursátil*, Akal, Madrid.
- BRITTON, S. (1982). «International tourism and multinational corporations in the Pacific: the case of Fiji». En: TAYLOR, M.; THRIFT, N. (eds.). *The geography of multinationals*. Londres: Croom Helm.
- (1991). «Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism». *Environmental and Planning D: Society and Space*, vol. 9, n.º 4.
- (1992). «La economía política del turismo en el Tercer Mundo». En: JURDAO, F. (ed.). *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.
- BUTLER, R. W. (1980). «The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources». *Canadian Geographer*, vol. 24, n.º 1.
- CHRISTALLER, W. (1963). «Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions-underdeveloped countries recreations areas». *Papers of the Regional Science Association*, n.º 12.
- CLANCY, M. (1998). «Commodity chains, services and development: theory and preliminary evidence from the tourism industry». *Review of Political Economy*, vol. 5 n.º 1.
- COHEN, E. (1972). «Toward a sociology of international tourism». *Social Research*, vol. 39, n.º 1.
- COSGROVE, I.; JACKSON, R. (1972). *Geography of recreation and leisure*. Londres: Hutchinson.
- CRAFTS, (2006), «The world economy in the 1990s: a long-run perspective», en P. RHODE; G. TONBIOLO (eds.), *The global economy in the 1990s. A long-run perspective*, Cambridge University Press, Cambridge.
- CRICK, M. (1989). «Representaciones del turismo internacional en las ciencias sociales: sol, sexo, paisajes, ahorros y servilismos». En: JURDAO, F. (ed.), *Los mitos del turismo*. Madrid: Endymion.

- DE KADT, E. (ed.) (1991). *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- DEBBAGE, K. (1992). «Tourism oligopoly is at work». *Annals of tourism research*, vol. 19 n.º 2.
- EICHENGREEN, B.; GUPTA, P. (2011). «The service sector as India's road to economic growth». *NBER Working Paper*, n.º 16757. Disponible en: <http://www.nber.org/papers/w16757>
- FARRELL, B. H.; TWINING-WARD, L. (2004). «Reconceptualizing tourism». *Annals of tourism research*, vol. 31, n.º 2.
- GERSCHENKRON, A. (1975). *Atraso económico e industrialización*. Barcelona: Ariel.
- GORMSEN, E. (1997). «The impact of tourism on coastal areas». *Geojournal*, vol. 42, n.º 1.
- GÖSSLING, S.; HANSSON, C. B.; HÖRSTMEIER, O.; SAGGE, S. (2002). «Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability». *Ecological Economics*, vol. 43, n.º 2-3.
- HALL, M. C. (2006). «Tourism urbanisation and global environmental change». En: GÖSSLING, S.; HALL, M. C. (eds.). *Tourism and global environmental change. Ecological, social, economic and political interrelationships*. Nueva York: Routledge.
- HANLEY, N. et al. (1999). «Measuring sustainability: a time series of alternative indicators for Scotland». *Ecological Economics*, n.º 28.
- HARVEY, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.
- HELPAM, E. (2007). *El misterio del crecimiento*. Barcelona: Antoni Bosch.
- HOPKINS, T. R.; WALLERSTEIN, I. (1986). «Commodity chains in the world economy prior to 1800». *Review*, vol. 10, n.º 1.
- HOVINEN, G. R. (2002). «Revisiting the destination lifecycle model». *Annals of tourism research*, vol. 29, n.º 1.
- IOANNIDES, D. (1995). «Strengthening the ties between tourism and economic geography: a theoretical agenda». *The professional geographer*, vol. 47 n.º 1.
- IOANNIDES, D.; DEBBAGE, K. G. (eds.). *The economic geography of the tourist industry: a supply side analysis*. Londres: Routledge.
- JACOBS, M. (1996). *La economía verde. Medio ambiente, desarrollo sostenible y la política del futuro*. Madrid: Icaria.
- JAFARI, J. (1979). «Tourism and the social sciences. A bibliography». *Annals of tourism research*, vol. 6 n.º 2.
- KRIPPENDORF, J. (1987). *The holidaymakers: understanding the impact of leisure and travel*. Londres: Heinemann.
- LANDES, D. (2008). *La riqueza y la pobreza de las naciones*. Barcelona: Crítica.
- MADDISON, A. (1995). *Monitoring the world economy*. París: OCDE.
- (1997). «The nature and functioning of European Capitalism: a historical and comparative perspective». *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, diciembre.
- (2003). *The world economy: Historical Statistics*. París: OCDE.

- MANERA, C. (2014). «La internacionalización de las cadenas hoteleras españolas: el caso de Baleares, 1980-2012». *Revista de la Historia de la Economía y de la Empresa*, n.º 7.
- MANERA, C.; GARAU, J. (2005). «El turismo de masas en el Mediterráneo (1987-2002): una oportunidad de crecimiento». En: NADAL, J.; PAREJO, A. (coords.). *Mediterráneo e historia económica. Monográfico de la revista Mediterráneo Económico*, n.º 7.
- MANERA, C.; NAVINÉS, F. (2018). *La industria invisible, 1950-2016. El desenvolupament del turisme a l'economia balear*. Palma: Lleonard Muntaner Editor.
- MANERA, C.; MOREY, A. (2016). «The growth of mass tourism in the Mediterranean, 1950-2010». *Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, vol. 7, n.º 4.
- MANERA, C.; PÉREZ MONTIEL, J.; MANERA-SALOM, M.; MOREY, A. (2019). «Non-chrematistic indicators and growth in the Balearic Islands (Spain), 2000-2015». *Journal of Sustainable Tourism* (pendiente de publicación).
- MAROTO SÁNCHEZ, A.; CUADRADO ROURA, J. (2009). «Is growth of services an obstacle to productivity growth? A comparative analysis». *Structural Change and Economic Dynamics*, n.º 20.
- MAZZUCATO, M. (2019). *El valor de las cosas*. Madrid: Taurus.
- MORLEY, C. L. (1992). «A microeconomic theory of international tourism demand». *Annals of Tourism Research*, n.º 19.
- MOWFORTH, M.; MUNT, I. (1998). *Tourism and sustainability: new tourism in the Third World*. Londres: Routledge.
- MULLINS, P. (1991). «Tourism urbanisation». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 15, n.º 3.
- MURRAY, I. (2012). *Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística* (tesis doctoral inédita). Palma: Departament de Ciències de la Terra, Universitat de les Illes Balears.
- (2013). «Algunes notes sobre el turisme i la forma en què les ciències socials l'han abordat críticament». *Geo-crítica*, vol. 18, n.º 1016.
- NASH, D. (1992). «El turismo considerado como una forma de imperialismo». En: SMITH, V. L. (ed.). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- O'REILLY, A. M. (1986). «Tourism carrying-capacity: concept and issues». *Tourism management*, vol. 7 n.º 4.
- PAPATHEODOROU, A.; SONG, H. (2005). «International tourism forecasts: time-series analysis of world and regional data». *Tourism Economics*, vol. 11, n.º 1.
- PEARCE, D. (1989). *Tourism Development*. Harlow: Longman.
- PELUPESSY, W. (2001). «El enfoque de la cadena global de mercancías como herramienta analítica en las economías en vías de desarrollo». *Economía y Sociedad*, enero-abril.
- PÉREZ, C. (2004). *Revoluciones tecnológicas y capital financiero. Las dinámicas de las grandes burbujas y las épocas de bonanza*. México: Siglo XXI.
- PILLING, D. (2019). *El delirio del crecimiento*. Barcelona: Taurus.

- POON, A. (1993). «Tourism, technology and competitive strategies». Wallingford: CAB International.
- RODRIK, D. (2015). «Premature Deindustrialization». *School of Social Science, IAS*, n.º 107.
- (2019). *Hablemos claro sobre el comercio mundial*. Bilbao: Deusto.
- ROMER, P. (1986). «Increasing returns and long-run growth». *Journal of Political Economy*, n.º 94.
- ROSSELLÓ, J. (2003). «Evolución y perspectivas de la demanda turística en Baleares». En: LÓPEZ CASASNOVAS, G. (dir.). *Islas Baleares. Serie Estudios Regionales*. Madrid: Fundación BBVA.
- SEGRETO, L.; MANERA, C.; POHL, M. (eds.) (2009). *Europe at the Seaside. The Economic History of Mass Tourism in the Mediterranean*. Nueva York-Oxford: Berghahn Books.
- SESSA, A. (1983). *Elements of Tourism Economics*. Roma: Catal.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A. M. (1994). *Critical issues in tourism. A geographical perspective*. Oxford: Blackwell.
- SINDINGA, I. (1999). «Alternative tourism and sustainable development in Kenya». *Journal of sustainable tourism*, vol. 7, n.º 2.
- SMITH, V. L. (eds.) (1991). *Anfitriones e invitados. Antropología del turismo*. Madrid: Endymion.
- STIGLITZ, J. (2003). *Los felices 90. La semilla de la destrucción*, Taurus, Madrid.
- TREMBLAY, P. (1998). «The economic organization of tourism». *Annals of tourism research*, n.º 25.
- TURNER, L.; ASH, J. (1991). *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.
- TWINING-WARD, L.; BUTLER, R. (2002). «Implementing sustainable tourism development on a small island: development and the use of sustainable tourism development indicators in Samoa». *Journal of sustainable tourism*, vol. 19, n.º 5.
- URRY, J. (1990). *The tourist gaze*. Londres: Sage.
- VALLEJO, R.; LARRINAGA, C. (2019). *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939*. Vigo: Sílex Universidad.
- VERA, F.; IVARS, J. A. (2003). «Measuring sustainability in a mass tourist destination: pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja. Spain». *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, n.º 2-3.
- WILKINSON, P. F. (1989). «Strategies for tourism in island microstates». *Annals of tourism research*, vol. 16, n.º 2.
- WILLIAMS, A.; SHAW, G. (1999). «Tourism and the environment: sustainability and economic restructuring». En: HALL, M.; LEW, A. A. (eds.). *Sustainable tourism. A geographical perspective*. Essex: Longman.
- WU, R.; MANERA-SALOM, M. (2019). *The importance of the growth of the service economy in China* (investigación en proceso de elaboración).

Bases de datos

Con la colaboración de Àngel Lluïa Rivero, *Turisme a la Mediterrània*,
Trabajo de fin de grado, curso 2016-2017

Banco Mundial

<http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>; <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>

Central Administration of Statistics of Lebanon

<http://www.cas.gov.lb/index.php/monthly-data-matrix>

Central Bureau of Statistics (CBS) of Israel http://www.cbs.gov.il/reader/?MIval=cw_usr_view_SHTML&ID=432

Central Bureau of Statistics (CBS) of Siria: <http://www.cbssyr.sy/index-EN.htm>

Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>

— <http://ec.europa.eu/eurostat/web/transport/data/database>

Frontur: <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/series/paginas/default.aspx>

Hellenic Statistical Authority: <http://www.statistics.gr/en/statistics/ind>

Instat: <http://www.instat.gov.al/en/themes/tourism.aspx>

Makstat: <http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/en/MakStat/?rxid=46ee0f64-2992-4b45-a2d9-cb4e5f7ec5ef>

Monstat: <http://www.monstat.org/eng/index.php>

National Statistics of Malta: <https://nso.gov.mt/en/Pages/NSO-Home.aspx>

Office National des Statistiques: <http://www.ons.dz/-Statistiques-Economique-.html>

OMT (2003). *Tourism Highlights. Edition 2003*, www.world-tourism.org

OMT (2004). *Compendium of Tourism Statistics. Data 1998-2002*, World Tourism Organization (Madrid).

OMT (2004). *Tourism Market Trends*, www.world-tourism.org

OMT (varios años). *Anuario de estadísticas del turismo*, World Tourism Organization (Madrid).

OMT (varios años). *Compendium of Tourism Statistics*, World Tourism Organization (Madrid).

Statistical Office of the Republic of Serbia: <http://www.stat.gov.rs/WebSite/Default.aspx>

Statistical Service of Cyprus:

http://www.pio.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=2

Statistiques Tunisie: <http://www.ins.tn/en/statistiques>

Turkstat: http://www.turkstat.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Belgrado Airport: <http://www.beg.aero/en/strana/11191/traffic-figures- archive>

World Bank. (2015). FYR Macedonia Public Expenditure Review: Fiscal Policy for Growth. World Bank Group. Report n.º 93913: <http://documents.worldbank.org/curated/en/895641468269982851/pdf/Macedonia-PER-2015-Revised-for-Submission-Final-clean.pdf>

World Travel & Tourism Council (WTTC) (2015). *Travel & Tourism Economic Impact 2015: Algeria*: <https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/algeria a2015.pdf>

Bosnia-Herzegovina: http://www.tourism-generis.com/_res/file/3629/49/0/BosniaHerzegovina2015.pdf

- Croacia*: <http://zh.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2015/croatia2015.pdf>
- Chipre*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/cyprus2015.pdf>
- Egipto*: <http://sp.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2015/egypt2015.pdf>
- Francia*: http://www.veilleinfotourisme.fr/medias/fichier/france2015_1433758106530-pdf
- Grecia*: <http://zh.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2015/greece2015.pdf>
- Israel*: http://www.tourism-generis.com/_res/file/3897/49/0/Israel2015.pdf
- Italia*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/italy2015.pdf>
- Libano*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/lebanon2015.pdf>
- Libia*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/libya2015.pdf>
- Macedonia*: http://www.tourism-generis.com/_res/file/3776/49/0/FYROM2015.pdf
- Malta*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/malta2015.pdf>
- Montenegro*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/montenegro2015.pdf>
- Marruecos*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/morocco2015.pdf>
- Serbia*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/serbia2015.pdf>
- Eslovenia*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/slovenia2015.pdf>
- España*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/spain2015.pdf>
- Túnez*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/tunisia2015.pdf>
- Turquía*: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/turkey2015.pdf>
- World Tourism Organization (WTO) (2004). *Economic Reform Agenda for Montenegro 2002-2007* (marzo 11, 2017): https://www.wto.org/english/thewto_e/acc_e/cgr_e/WTACCCGR11_LEG_8.pdf
- World Tourism Organization WTO. (s. f). *Economic Environment: Israel*: https://www.wto.org/english/tratop_e/tp_r_e/s157-1_e.doc



Mass tourism as a production system: the tourist revolution in the Mediterranean, 1949-2014

ABSTRACT

This work considers different aspects related to the tourist economy and the economic history of tourism. In the first place, the scarcity of study on this important economic sector in the academic world, much more inclined to analysis of agriculture and industry rather than services, activities increasingly essential in economic structures. Secondly, the vision of mass tourism as one more piece in the globalization process, which made a decisive start in the 1950s. And, finally, an empirical focus on the Mediterranean as the epicenter of world tourism development since the late 1940s until practically the present day, based on the study of concrete indicators on the 22 countries that compose, in essence, the coast of the *Mare Nostrum*.

KEYWORDS: techno-economic changes, Mediterranean area, tourism economics, economic history of tourism

JEL CODES: L83, N30, N74, N93



El turismo de masas como sistema de producción: la revolución turística en el Mediterráneo, 1949-2014

RESUMEN

El trabajo se plantea diferentes aspectos relacionados con la economía turística y la historia económica del turismo. En primer término, la escasa entidad que todavía tiene el estudio de este importante sector económico en el mundo académico, mucho más escorado a análisis sobre la agricultura y la industria, y mucho menos sobre los servicios, actividades cada vez más esenciales en las estructuras económicas. En segundo término, la visión del turismo de masas como una pieza más del proceso de globalización, con un arranque determinante desde los años 1950. Y, finalmente, la focalización empírica sobre el Mediterráneo como epicentro del desarrollo turístico mundial desde fines de los años 1940 hasta prácticamente el momento actual, a partir del estudio de indicadores concretos sobre los 22 países que componen, en esencia, la ribera del Mare Nostrum.

PALABRAS CLAVE: cambios tecnoeconómicos, Mediterráneo, economía turística, historia económica del turismo

CÓDIGOS JEL: L83, N30, N74, N93