

EL TURISMO EN SU DIMENSION ACTUAL. BALANCE Y PERSPECTIVAS

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL TURISMO A PARTIR DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

1. *Querer y poder*

Entre los muchos cambios que a la civilización ha aportado el siglo xx, el fenómeno del turismo pasará a la historia como uno de los más importantes.

Indudablemente el turismo es pura manifestación externa de dos esquemas, uno *económico* y otro *social*, que confluyen en el mismo proceso para formalizar el fenómeno. Convienen unos momentos de meditación sobre cada uno de estos dos componentes.

Dentro del *esquema económico*, el fenómeno turístico se produce como etapa final de un proceso de desarrollo a partir del cual se permite a grandes masas ahorrar anualmente, de los gastos destinados al consumo, unas determinadas cantidades para poder dedicarlas periódicamente a pagarse unos días de ocio en puntos, por lo general, alejados de sus lugares de residencia. Sobre la base económica de este *excedente* de renta se articula el deseo de abandonar temporal y periódicamente el lugar de residencia habitual.

Puede decirse que el siglo xx representa para los países occidentales el liberarse definitivamente de unas cifras de pobreza. Sus rentas per cápita de principios de siglo eran más bajas de las que hoy corresponden a países que se consideran como retrasados. Toda la revolución industrial, que ha visto crecer este siglo, desemboca a lo largo de la segunda mitad del mismo en la creación de unas economías individuales que, cada vez en mayor medida, son capaces de dedicar cantidades anuales al gasto superfluo de disfrutar vacaciones caras y realizar viajes costosos, lo que en los primeros años del siglo estuvo reservado solamente a unos pocos.

Pero junto al perfil puramente económico coexiste otro *aspecto social*, paralelo al primero, y que sirve también para cualificarlo espe-

cialmente. Porque no basta *poder*; hay que *querer*. Y el afán de viajar representa en el individuo el logro de una madurez social que tiene una clara cimentación cultural, ya que el salir fuera del país en el que se vive se monta sobre una capacidad individual a la que ya no cohibe el abandonar el medio familiar y entrar en otros ambientes que forzosamente le son, al menos en primera instancia, formalmente desconocidos.

El hecho de abandonar los propios círculos representa, comúnmente, para el individuo la voluntaria renuncia a facilidades sobre las que, por usuales, carece de conciencia, pero cuyo abandono supone el encuentro de indudables dificultades: idioma distinto, costumbres extrañas, leyes diferentes. Todo puede resultar «nuevo» y, forzosamente, se requiere una cierta dosis de madurez para enfrentarse con ello.

Así el turismo en los primeros años del siglo no solamente estuvo vedado por razones económicas a las grandes masas, sino que, además, aunque éstas hubieran podido disponer del dinero para viajar, no se hubieran sentido atraídas a ello por la razón principal de la falta de seguridad en sí mismas.

En síntesis, pues, el fenómeno turístico estriba en dos procesos: de maduración económica uno, y de maduración social otro, que, correlacionados entre sí, configuran la persona, desde el punto de vista de su poder económico y de su capacidad individual, con preparación suficiente para vivir y resolver problemas de subsistencia fuera del país de origen.

2. *Factor igualatorio*

Pero además el turismo de masas representa, en su puro aspecto social, un fenómeno de enorme importancia.

Toda la preocupación social que matiza, de manera bien peculiar, nuestra civilización occidental responde al hecho de la «igualación» de los hombres en lo que se refiere a sus derechos. Este estilo, que obedece a la impronta del cristianismo, y ha configurado toda la evolución filosófica y política de nuestra cultura, con ensayos más o menos fructuosos, pero que de hecho representan el buen deseo del mundo al que pertenecemos, se complementa con la respetable aspiración de políticos y sociólogos para lograr que estén cada vez más cerca, en cuanto a sus posibilidades materiales, todos los hombres del planeta.

En esta línea es indudable que, en los momentos de gran desarrollo económico, se delimitan en las clases más poderosas —pese a su paulatina reducción— unas diferencias «potenciales», de acuerdo con sus posibilidades económicas; pero junto a ello —y ese es ciertamente el gran resultado— se hallan ya prácticamente suturados para amplios sectores lo que pudiéramos considerar necesidades más imprescindibles. Se llega así, desde el punto de vista económico, a una especie de «proletarización» de consumos, ya que algunos que hasta hace no muchos años estaban reservados solamente para una minoría, hoy están al alcance de los más; y si bien es verdad que la diferencia en los momentos actuales, a efectos de balance contable, entre un pobre y un rico —por utilizar un lenguaje convencional— todavía puede seguir siendo muy acusada, en el aspecto práctico esa diferencia se acorta en mayor medida cada día.

En este sentido, el que los países lleguen a niveles de grandes «consumos turísticos» representa, como decíamos, que para su masa se han superado las simples necesidades biológicas y que se ha desembocado en una actividad en la cual, tanto los habitantes de alto nivel de renta como los de nivel más escaso tienen, al menos en muchos consumos, parecidas posibilidades. Es indudable, por otra parte, que de todos los consumos superfluos que puede realizar la humanidad, este de viajar y de estar unos días alejado de sus lugares de estancia habitual es el que tiene más características comunes. Porque de un lado el transporte y de otro la habitación establecen pocas diferencias. Porque viajar en un avión en clase turística o en clase primera ofrece unas ventajas diferenciales pero que, comparadas al propio hecho del transporte aéreo, resultan mínimas; y es indudable también que la estancia en un hotel de lujo o en un hotel de dos estrellas supone también algunas diferencias, pero siendo la meta del turismo el contacto geográfico, sentimental y humano con otros países, la estancia en el hotel, más que ser en sí el objetivo viene a ser una pura necesidad ante el hecho de tener que vivir en el lugar a donde se llega.

Que esto es así lo confirma el hecho de que tantos albergues de montaña estén muy por bajo de las posibilidades y aun de las exigencias que, en función de su nivel económico, pudieran pedir no pocos de los que practican este deporte. La presencia en poblados de vacaciones en *campings* o en caravanas representa también la sumisión voluntaria a un nivel, en cuanto a la estancia y al alojamiento, por bajo de lo que pudiera ser normal en su nivel de renta anual en muchos de los que practican este tipo de vacaciones.

3. *Cauce para el conocimiento*

El turismo es también en el orden sociológico, como cauce de conocimiento, un factor de entendimiento recíproco, y, por ende, de recíproca comprensión.

Se cuenta que hace siglo y medio paseaba Charles Lamb con un amigo por las calles de Londres. Al observar cómo a cierta distancia un individuo se encontraba contemplando la mercancía que se exhibía en el escaparate de un artesano, Lamb se detuvo y le espetó a su acompañante: «¿Ves a aquel hombre?» «Sí, le contestó.» «Pues le odio.» El amigo, sorprendido, le preguntó sonriendo: «¿Cómo puedes odiarle si ni siquiera le conoces?» La respuesta de Lamb fue rápida y contundente: «Por eso.»

Creo que la anécdota es bien explícita, y aun cuando nos parezca el planteamiento de una posición «límite», por excesivamente radical y exagerada, la experiencia demuestra que no resultaría prudente el echarla en saco roto. Porque, si no odio, pero, ¿cuántas deformaciones, incluso de buena fe, no son generadas por la falta de conocimiento? No creo que resulte exagerado afirmar en esta aula internacional que el turismo, especialmente a partir de su fantástico desarrollo en la década de los sesenta, ha contribuido en no escasa medida a generar a través del conocimiento, el entendimiento y la recíproca comprensión entre millones de hombres de todas las latitudes, de todas las razas, de todas las religiones, de todas las ideologías. Y no fue un gesto sin fundamento que a 1967 las Naciones Unidas le declararan Año Internacional del Turismo bajo el hermoso lema de «El turismo, pasaporte para la paz».

A. *Positivos.*

Aludíamos hace unos momentos a la «salud económica» que se requiere para que los habitantes de un país estén en condiciones, en una gran parte, para practicar el turismo. Entre los muchos estudios realizados en los últimos años quisiera destacar, por el rigor de sus planteamientos, formulados ya hace tiempo pero que siguen plenamente vigentes, el del profesor Frick Baade, proyectado sobre la presencia del turismo alemán en cuatro países mediterráneos de recepción turística clásica: Italia, España, Grecia y Turquía. Baade, entre otras conclusiones que confirman la gran correlación existente entre renta nacional y gastos turísticos, se refiere a la gran *elasticidad* de esa ecuación, especialmente en países desarrollados en el sentido de

que a un crecimiento de la renta en un 1 por 100 el gasto turístico se incrementa en un 2,41 por 100, es decir, casi dos veces y media.

A las conclusiones de Baade yo me permitiría añadir las siguientes reflexiones:

1. El carácter «irreversible» del proceso, por que así como en determinados períodos de tiempo es posible—y la lección la tenemos bien cercana en la reciente crisis económica de alcance mundial—el estancamiento, e incluso el retroceso en el nivel de renta, en el aspecto social el turismo tiene ya la consideración de «conquista» que difícilmente puede reducirse sin que se produzca un fuerte trauma.

2. Así lo demuestra el hecho de que en el apogeo de esa reciente crisis económica mundial, cuya detonante fue el petróleo aun cuando no haya sido su único ingrediente, las cifras de turismo en los países tradicionalmente «emisores» se han mantenido, habiendo, en compensación, descendido otros consumos—automóviles, televisores, electrodomésticos, etc.—, por supuesto todos ellos tampoco de primerísima necesidad, lo que demuestra que, para quien ya lo ha practicado, el turismo es como una «droga» que hace que sus «adictos», puestos a renunciar a algo, la sacrifiquen en último lugar.

3. El fenómeno es acumulativo. El turismo engendra un mayor nivel de educación—y no sólo en el que sale, sino también en quienes reciben—y éste genera a su vez una mayor demanda de turismo.

4. A todo ello hay que añadir otras dos poderosas palancas: la que representa el crecimiento anual de los días de vacación y la mayor facilidad para disfrutarlos en una o varias veces, y la costumbre, ya institucionalizada en países de alta renta, de las vacaciones pagadas por las empresas.

5. A semejantes atractivos turísticos el turismo llega y se extiende mucho antes en aquellos lugares a los que viene económicamente a «redimir» que en aquellos otros a los que viene simplemente a «complementar». No necesitamos para comprobarlo salir fuera, y como para muestra basta un botón, vamos a dar dos ejemplos palpables: de la España peninsular y de la España insular. La Costa del Sol malagueña situada al Oeste de la capital, con escasos recursos naturales, ha sido uno de los escenarios más espectaculares del gran *boom* turístico de los años sesenta. Entre Torremolinos y Estepona; mientras en el sector oriental, desde Málaga hacia Motril, dotado de grande y variada riqueza agrícola, el turismo se ha ido abriendo paso lentamente y entre no pocas dificultades. Algo parecido ocurrió con Ibiza; su desarrollo turístico ha obtenido cifras de auténtico *record*, frente

al mucho más tardío de Menorca, cuyo bienestar económico estaba asentado en pocas pero excelentes industrias.

6. Algo relacionado con todo esto, cuyo «poder» ya es importantísimo, pero cuyas posibilidades futuras, incluso a corto y medio plazo, resultan fáciles de intuir, lo constituye—«tirando» de toda esa conquista social a la que aludíamos—la que con deliberada vaguedad vamos a identificar como la Industria del Ocio, o si lo preferís del Tiempo Libre. Su nombre genérico habrá que escribirlo con mayúsculos, como mayúsculo será su *poder* y sus técnicas *suasorias* que ya repercuten, y han de hacerlo con más fuerza, sobre sus clientes potenciales. Es cierto que en ella participa buena parte de la industria turística, pero ni es ésta su único componente, ni siquiera puede afirmarse que sea su más importante socio.

No voy a entrar hoy—el tema podría y merecería llenar varias conferencias—en el examen de la que ya ha sido bautizada, por filósofos y sociólogos, como la «civilización o la cultura del ocio», conformándome con dejar constancia de su enorme interés para quien quiera profundizar en la propia esencia del mañana turístico.

Pero recordemos algo que, dentro de mi propósito de huir de cifras y estadísticas, conviene retener antes de seguir adelante y hasta para facilitar una toma de conciencia sobre lo que *ya tenemos*, sobre lo que podemos ganar y sobre lo que podemos *perder*.

En 1950 el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo fue, aproximadamente, de 25 millones. En 1973 ese total se elevó a 215 millones—casi diez veces más—y sus gastos representaron 27.600 millones de dólares (digamos, entre paréntesis, que casi el 13 por 100 de esa sustanciosa suma se quedó en España).

No resisto la tentación de referirme, siquiera telegráficamente, a un turista—el americano, ya «presente», pero todavía, mayoritariamente «potencial»—, que constituye algo así como la «niña bonita» a «enamorar» por todos los países receptores.

Los gastos turísticos de Norteamérica hace poco más de diez años eran notablemente inferiores a los que su nivel de renta y la distribución de la misma hubieran permitido suponer; porque en 1966 los norteamericanos que visitaron otros países gastaron, en conjunto, unos 4.300 millones de dólares, siendo en esa fecha el gasto turístico per cápita de los Estados Unidos equivalente a 1/3 del de Canadá o Escandinavia, a la mitad del de Alemania y 4/5 parte del de Inglaterra.

Pero la «máquina» se ha puesto en marcha. La propensión a emprender viajes internacionales aumenta decididamente en Norteamé-

rica cuando la renta neta familiar sobrepasa los 10.000 dólares anuales, y se calcula que en 1975 el número de familias que alcanzaron dicho límite sobrepasó los 28 millones. En ese año 1975 los 4.300 millones de dólares gastados en 1966 casi se duplicaron, rebasando los 8.000 que representaron el 30 por 100 del gasto turístico mundial. Y la máquina sólo está *empezando* a marchar. ¡Ojo a ese mercado!

La pregunta ahora ya no contempla ningún país en particular y abre un gran «suspense», por el que ciertamente hemos de pasar sin caer en la tentación de tocarlo. ¿Cómo serán y quiénes serán los turistas del futuro? ¿Cuáles serán sus gustos y el «fuerte» de su demanda? La contestación a estas y otras preguntas no es fácil, pero habrá que aprenderla o que intuir la, ya que quien o quienes acierten en la respuesta van a tener en su mano un talismán que, al comienzo de la década de los 80 —y bien cerca está— puede valer *40.000 millones de dólares*.

B. *Negativos.*

Pero también hay factores negativos y los enemigos presentes y potenciales del turismo, en cualquier latitud, y por supuesto en la nuestra que es, sin duda, la que más nos interesa, trabajan consciente o inconscientemente. Unos repercuten directamente contra él, otros constituyen secuelas que, sin especial «dedicación» lo condicionan... A veces de modo mucho más grave y perturbador que los enemigos «propios». No he tratado de completar el catálogo—variadísimo—sino de agrupar los más importantes en cuanto a resultados, e incluso los voy a enumerar por el orden de mayor a menos gravedad que en mi opinión personal merecen.

1. El terrorismo; esa lacra de nuestro tiempo, que viene a ser como el trasunto y el residuo «extractado» y quintaesenciado de la que fuera en otros tiempos, felizmente superados, la «revolución de masas». Reducido—como un cultivo superconcentrado de violencia—a unos centenares de personas en todo el mundo, radicalizado tremendamente en sus objetivos y en sus procedimientos; utilizando a su servicio las técnicas más perfectas y sofisticadas; practicado por gentes que se automitifican y que a veces, tristemente, llegan a ser mitificados hasta por quienes no puede suponerse que compartan sus métodos y a veces acaban engrosando la lista de sus víctimas. El terrorismo seguirá, en opinión de los expertos, golpeando sobre la Humanidad durante bastantes años, a menos que un sentido de solidaridad

internacional, *sin fisuras*, permita un cambio de panorama que, hoy por hoy, no se vislumbra.

Junto a él, operando en áreas más extendidas, con menor violencia pero con efectos antiturísticos no menos importantes, todo aquello que en menor o mayor grado atenta contra la pacífica habitabilidad de la calle y la seguridad de las personas y de las cosas. Pienso que sería posible descender a detalles y enunciar un largo repertorio, pero no es necesario. Está en el ánimo de todos.

2. Todo aquello que presente o potencialmente atente contra la salud y la higiene: problemas de infraestructura sanitaria, en general, abastecimientos de aguas, eliminación y vertido de residuos; tratamiento sanitario y presentación de artículos alimenticios, limpieza de ciudades y establecimientos; posibilidades razonables de asistencia médica. ¡Ojo a las enfermedades contagiosas! Un tifus y no digamos un cólera por bien que se traten, se aislen y se «maquillen» constituyen hoy una «mala nota» turística cuyas consecuencias pueden alcanzar a varias temporadas.

3. La destrucción o el deterioro de la naturaleza, y más todavía los «atentados» contra la auténtica personalidad y singularidad de un país o de una zona turística, en su paisaje sentimental y humano, en su arquitectura, su folklore, sus costumbres, su gastronomía, todo tantas veces realizado en aras de una lamentable «uniformidad», salpicada y aun bañada de papanatismo, que trasciende en tantos disparates y tantas grandes torres y edificaciones de cemento y vidrio, iguales a las de cualquier lugar del mundo. ¿Cómo no darnos cuenta de quien, tal vez desde muy lejos, viene, por ejemplo, a Andalucía, lo que realmente desea, a todos los efectos, es *estar* en Andalucía y *sentirse* en ella?

4. El deterioro de una excelsa virtud turística por excelencia que se llama *hospitalidad*, entendida, y de esto sabe mucho nuestro pueblo, no como algo que sólo consiste en *dar*, y que hasta puede ofender como algunas limosnas, sino en esa otra vertiente de *darse* a los que vienen, y que con tanta sencillez y naturalidad *todavía* aquí se practica. Y perdonadme el adverbio, que por algo lo puse, como un signo de alerta para que no nos olvidemos que la hospitalidad discurre en orden inverso al grado de bienestar y desarrollo de quien debe practicarla. La señal, en España, donde esa virtud hidalga es patrimonio de todos y tiene raíces seculares, no es todavía de alarma, pero aceptémosla como de simple alerta.

5. He dicho docenas de veces que el turismo es «camino» y «posada». En cuanto a lo segundo, disponemos en el conjunto de nuestra

oferta de la mejor planta de recepción del mundo, en la que cada vez resulta menor el peso de la vieja planta hotelera —prácticamente la única al comienzo de nuestro *boom*— que ha sido el núcleo capaz de engendrar empresarios e instalaciones ejemplares. En cuanto al «camino», comprendiendo en él la gran infraestructura que el turismo utiliza, con especial mención de la red viaria y de los servicios de comunicaciones —Postales, Telegráficos y Teléfonos—, la verdad es que se han dado pasos de gigante en los últimos años: nuestra oferta es más que aceptable pero todavía puede y ha de ser sensiblemente mejorada. No olvidemos que, especialmente para un turismo de calidad, el tranquilo disfrute y hasta la prolongación eventual de su estancia está muchas veces en función de sus posibilidades de rápido retorno, y de comunicaciones de calidad y sin demora que le permitan seguir al momento la marcha de sus negocios o de sus problemas.

Todavía dos enemigos más de fronteras para adentro.

6. La consideración para muchos del turismo —poco a poco se va superando—, sin excluir a algunos entes del sector público, como de «pariente pobre», incómodo, molesto y que no hay más remedio que «soportar» porque... algo deja.

Sólo se le apunta lo negativo; ha ocupado y estropeado aquellas deliciosas calas y playas que antes se reservaban para unos pocos, ha deteriorado nuestras «sanas» costumbres, ha encarecido la vida, etcétera. No se balancea tal pasivo con el correspondiente «haber»: ha hecho posible que nos abramos hacia fuera, que intercambiamos cultura, experiencias y opiniones, que nos conozcan como realmente somos y no como algunos nos venían pintando; ha hecho posible, también, y espero que esto ya no se discuta, con calificaciones de protagonista destacado no sólo su propio *boom*, sino el de la economía española a partir de la década de los sesenta. Y para quienes me quieran oír yo añadiría dos cosas: que el mejor tratamiento de cualquier secuela no deseable de un fenómeno que aporta tantas cosas buenas no es el suprimirlo, ni siquiera ignorarlo, sino el de tratar de neutralizar sus efectos negativos potenciando los positivos, aparte de que ¡cuántos desmanes se han cometido en su nombre!, de los que el propio turismo, sin tener culpa paga la cuenta. La otra consideración que quiero hacer la dirijo a quienes se sigan empeñando, aunque van siendo menos, en su carácter *coyuntural*; que recuerden lo del viñador que pensando en el peligro de la filoxera dejó de «cultivar» sus cepas limitándose a recoger los racimos que generosamente le daban. La filoxera no llegó, pero a no largo plazo la viña se perdió.

7. El ánimo de lucro, a veces injustificado de algunos empresarios turísticos, sean «emisores» o «receptores»; la presión de los más fuertes obligando, a cambio de problemáticas seguridades de ocupación, a aceptar precios que suponen cuando menos la degradación en la calidad de los servicios, con la correspondiente mala imagen —especialmente ante los sufridos pacientes— no sólo de *quien* la practica, sino de toda *la industria* y aun del *propio país*. Como maniobra de retorno y «defensa» se llega a la práctica de la contratación en exceso —el *overbooking*—, en la que no están lejanos, entre otros ejemplos descalificadores. Y no pocos de esos males traen su causa de una falta de *solidaridad* que por fortuna también entre nosotros se va superando, entre quienes, frente al poder y la unión de los grandes *Tour Operadores* mundiales, se empeñan en defenderse aisladamente, uno a uno, sucumbiendo, como es lógico, y obligando a sucumbir a muchos más.

PERSPECTIVAS

1. *En el terreno de los hechos*

El mundo camina inexorablemente hacia fórmulas más equitativas en cuanto a la distribución de sus riquezas. Las diferencias entre el nivel de vida de unos pueblos a otros se abren demasiado en un abanico que va desde la opulencia a la miseria, el hambre y la muerte, y no es previsible que, desde ningún punto de vista, puedan mantenerse en la década de los ochenta.

Por supuesto que, como decíamos en otro momento anterior, sobran argumentos de base religiosa, filosófica, sociológica y política que presionan, y han de hacerlo todavía mucho más hacia la búsqueda de soluciones, y naturalmente no entra en mi ánimo el menospreciar su esfuerzo.

Ahora bien, al mundo y a los pueblos les ocurre lo que a los hombres, que es más fácil movernos por atrición que por contrición, por necesidad o miedo antes que por generosidad o amor.

Y el mundo de los países ricos no digo que se haya tambaleado, pero sí que se ha visto seriamente conmovido y en su altivez humillado a partir del aldabonazo que media docena de países —en vías de desarrollo pero, eso sí, conteniendo en su subsuelo la mayor parte de los recursos de petróleo— hicieron sonar en el año 1973. Porque ese golpe de *gong*, cuando menos, ha marcado el fin de un capítulo y el

comienzo de otro en la Historia del siglo xx. *Pasemos* muy de prisa por los hechos:

— Una buena parte de las grandes reservas de materias primas de las que cada vez va a necesitar más la Humanidad —no sólo el petróleo— están en el territorio de países no desarrollados.

— Hasta hace relativamente poco tiempo los países ricos, que normalmente vienen a coincidir con los poderosos, estaban acostumbrados a *tomar* lo que necesitaban de donde quiera que estuviere y los, a estos efectos, países «sirvientes» no tenían, generalmente, otra alternativa que la de aguantarse y *recibir*, a cambio, lo que buena mente querían darles. Y en no pocas ocasiones servir de campo de batalla en el que dos o más poderosos luchaban por apoderarse de lo que no era propiedad de ninguno de los contendientes.

— A partir de ahora el control de esa reserva se va a ir desplazando hacia los verdaderos «titulares» y esto va a suponer un cambio importante en la distribución del producto bruto mundial. Una especie de reforma fiscal en la que... «tú que tienes la técnica y el dinero vas a recibir las materias primas que no tienes y me vas a dar a cambio aquello que a mí me falta».

Y todo esto, para no alejarnos de nuestro tema, va a generar nuevas áreas de desarrollo económico y cultural que se traducirán en un nuevo «poder» y «querer» hacer turismo, con muchas y, en general, muy positivas consecuencias. Examinemos rápidamente algunas de ellas jugando a un futurible cuyo riesgo «profético» naturalmente asumo:

A) Más turismo, especialmente el generado y recibido en países que hasta ahora se han caracterizado por una cierta inestabilidad económica y política, va a generar también más desarrollo, más bienestar y más... *seguridad*.

Para mí siguen estando vigentes las palabras de McNamara en su famoso discurso de Montreal, ya hace años, cuando era secretario de Defensa de los Estados Unidos:

«Desde 1958 —dijo textualmente— el 87 por 100 de los países muy pobres, el 69 por 100 de los pobres y el 48 por 100 de los de renta media ha sufrido serias conmociones... No puede existir duda acerca de la relación irrefutable existente entre la *violencia* y el *retraso económico*...

Desarrollo es seguridad y sin aquél no existirá ésta.»

B) La dirección Norte a Sur, hasta ahora dominante en los movimientos turísticos, no será en el futuro, prácticamente, la única, y hasta puede llegar a perder su carácter «dominante». Me explico.

Resulta obvio que han sido los pueblos del Norte los primeros que pudieron y quisieron hacer turismo y lógicamente buscaron el contraste: eligieron el Sur, el de las temperaturas suaves, el cielo azul, ese sol brillante ante el que han sucumbido tantas pieles demasiado blancas ansiosas de él, las playas templadas, y tantos otros atractivos no sólo físicos sino sentimentales y humanos.

No es menos lógico pensar en que llegado *su* momento, ese en cuyo umbral tal vez nos encontramos, los pueblos del Sur buscarán su «antípoda» turística marchando en dirección opuesta. Una clientela ésta que, de una parte, puede converger hacia zonas y áreas hoy marginadas en cuanto a explotación turística; puede ayudar a otras—España concretamente—a atenuar ese todavía importante problema de la «estacionalidad»; y, en todo caso, va a generar una demanda que, al menos en sus comienzos, tendrá matices diferenciales importantes que pueden conmover seriamente algunos de los «cimientos» actuales.

C) En los países industrializados de ya alto nivel de renta y gran desarrollo tecnológico, y en los que vayan alcanzando esas cotas, una vez superada o por lo menos «encajada» la crisis pasada, esa elasticidad de la renta «turística» a la que antes nos referimos junto a un crecimiento de la productividad, generará situaciones de desempleo, con niveles altos y permanentes y se tenderá, por razones que claramente se comprenden, a que trabajen *más* gentes aunque sean *menos* horas a la semana, con la consecuencia favorable de menos desocupados totales, pero *más* tiempo libre para *todos*. No puedo por menos de recordar a la «Industria del Ocio» y hasta formularía la esperanza de que sea capaz de contribuir al más digno empleo de ese tiempo libre.

D) En cualquier caso y aun cuando la cuestión diste mucho de poder resolverse, ni tan siquiera enunciarse en el marco de esta charla, sólo me interesa dejar constancia de algo que además de urgente, suscita un tema interesante y sugerente. Me refiero al replanteamiento que la industria turística en general y las empresas de alojamiento en particular han de hacer desde el presente, pero proyectado a un futuro que ya casi es presente, especialmente en dos direcciones: *dimensión* y *funcionalidad*; y repito algo que ya apunté y cuya necesidad sus propios protagonistas empiezan a ver clara: solidaridad; solidaridad, que ha de cubrir dos importantes frentes: el *activo* y comercialmente «agresivo», dentro de la más pura ortodoxia, para

disputarse, con sentido «nacional» las clientelas presentes y, sobre todo, potenciales; y el *defensivo*, formando una piña, sin fisuras, para defender, con ese mismo sentido, sus precios razonables, frente a quienes fuertes y unidos, intenten, sin más respaldo que el de su propio interés —a veces más allá que el de sus clientes— demolerlos. Y, por favor, que nadie vea en estas palabras una crítica y, mucho menos, *generalizada*, hacia los grandes Operadores Turísticos de Europa o América a los que, y esto lo se muy bien, el turismo en general y España en particular les debe no poco.

2. *En el de la cooperación internacional*

Hemos tratado de acotar, a base de grandes trazos —quizá demasiado grandes—, el «campo» realmente impresionante, por extenso y sugestivo, sobre el que debe operar la cooperación internacional en materia de turismo.

Deliberadamente, porque el tiempo nos impone una selección, vamos a soslayar algo que daría materia suficiente para una conferencia. Me refiero, en cuanto atañe a cooperación, al esfuerzo creciente en los últimos años y cada vez mejor coordinado de la *iniciativa privada* turística para encontrar nuevas fórmulas de relación internacional, de cuya importancia, amplitud y resultado he tenido la oportunidad de ser testigo desde un observatorio privilegiado. Era natural, a la vista de la importancia y de la extensión del turismo, que hoteleros, agentes de viajes y toda una pléyade de empresarios y organizaciones turísticas y paraturísticas hayan sentido la necesidad, tras de agruparse domésticamente, de salir afuera para conocerse, pactar, asociarse en ofertas supranacionales y hasta para defenderse de sus respectivas Administraciones. Sería larga la enumeración de ellas, pero cuesta trabajo dejar sin mención a algunas tan importantes como HO-RE-CA, La AIH, «Llave de Oro» entre las hosteleras, y la FIAV, la ASTA, y la FUAAV entre los agentes de viajes. A la Asociación Internacional de Skat Clubs que agrupa varios millares de profesionales de turismo de todo el mundo y también con notable prestigio y extensas ramificaciones nacionales a la AIEST, Asociación Internacional de Escritores de Turismo.

a) *La UIOOT, un valioso precedente.*

En 1925 se crea en La Haya la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Publicidad Turística con la asistencia de 14 países europeos, entre los que se encontraba España. Sus objetivos: el inter-

cambio de publicidad turística, la recíproca obtención de facilidades aduaneras para la circulación de materiales de propaganda turística y el aligeramiento de formalidades y trámites fronterizos con vistas a un más libre tráfico del turismo internacional. Esta fue la criatura que, con las limitaciones propias de una Europa «inestable», especialmente a partir de 1938, habría de quedar como aletargada hasta 1946, un año después de terminada la Segunda Guerra Mundial, en que en Londres se transformaba en la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT).

Hacer la historia de las distintas fases por las que ha ido pasando, en una continua y perfecta transformación, el Estatuto Jurídico de la Unión —especialmente a partir de su XIX Asamblea General celebrada en Méjico en 1965—, sería también un empeño largo de cumplir. Mencionando sólo los hitos más importantes desde esa fecha podrían acotarse —hasta noviembre de 1974— setenta y cinco hechos destacables de una historia plena de eficacia y buen servicio a la comunidad turística internacional.

— Así, pues, reconocida en la Asamblea a la que acabo de referirme la necesidad de una cooperación más estrecha entre la UIOOT y las Naciones Unidas, un Comité Especial encargado de estudiar las modalidades de una posible transformación de la Unión tras varias reuniones, se llegó el 9 de octubre de 1968 a la convocatoria de una Conferencia de Plenipotenciarios, que tuvo lugar en Sofía, en mayo de 1969, en la que se adoptó una resolución por la que se aprobaba la creación de una Organización Intergubernamental de Turismo.

— Se convoca una Asamblea General Extraordinaria de la UIOOT, que tuvo lugar en Méjico del 17 al 28 de septiembre de 1970, adoptándose, por aclamación, una resolución por la cual se aprobaban los Estatutos de la Organización Mundial del Turismo y unas Reglas de Financiación anexas a dichos Estatutos. El texto correspondiente fue depositado dos meses después ante el Departamento Político Federal Suizo, depositario provisional, y transmitido a los Gobiernos interesados y a las Naciones Unidas. Preveía en su artículo 36 la entrada en vigor ciento veinte días después de que 51 Estados hubieran comunicado oficialmente al Gobierno suizo la aprobación de los Estatutos y su aceptación de las obligaciones de Miembro.

b) *Nace la OMT.*

Por supuesto que no terminó con ello la tarea, porque todos los caminos, y también el de la cooperación internacional, tienen sus obstáculos. Pero, en fin, la política se fabrica a golpes de negociación

y de pactos, y pasando por alto otros varios contactos y episodios, llegamos al 4 de julio de 1974, en cuya fecha fue depositado ante el Gobierno suizo el 51 Instrumento de ratificación de los Estatutos de la OMT. Veinte días después dicho Gobierno notificaba a todos los Estados interesados la entrada en vigor de los mismos a partir del 1 de noviembre de dicho año. La OMT acababa de nacer...

Subrayamos ahora que esta apresurada película, a base de «instantáneas», tiene un grato epílogo español. Porque, ciertamente, y tras un laborioso y difícil parto, la Organización Mundial del Turismo acababa de nacer... en un domicilio provisional, el de la UIOOT, en Ginebra. Necesitaba oír su propia voz en un primer acto de real «afirmación» de su existencia y precisaba, al propio tiempo, elegir su domicilio permanente entre los varios que gentilmente se le ofrecían. Necesitaba, también, estructurarse eligiendo sus órganos rectores, y ordenar su vida económica y financiera. En mérito de todo ello.

— El 26 de febrero de 1975, en Ginebra, se consideraron las distintas ofertas para la celebración de la Primera Asamblea General de la OMT, siendo aceptada, por mayoría, la invitación del Gobierno español y la fecha del 12 de mayo de dicho año para su apertura en Madrid. Era nuestra primera victoria.

— Lo que siguió forma parte de una crónica muy cercana en el tiempo que, como ministro de Información y Turismo, viví, incluso en el plano afectivo, con la tensión, la intensidad y el interés que podéis imaginar. Será tan exagerado decir que la batalla por la «Sede Permanente» se ganó porque jugábamos en nuestro terreno como creer que ese factor no tuvo ninguna importancia. Ni tanto, ni tan poco. Fue una competición dura en la que todos los participantes jugaron «fuerte» aquí y habían preparado su batalla con la anticipación suficiente por la vía diplomática; porque, en definitiva, la decisión sobre la sede era, obviamente, una decisión política. De los nueve países que habían presentado su candidatura: Méjico, Yugoslavia, Grecia, Turquía, Suiza, India, Filipinas, Kenia y España, sólo llegaron a la cuarta votación los dos mejores clasificados—Méjico y España—sin que ninguno de ellos obtuviera los dos tercios de los votos que eran necesarios para alzarse con el triunfo. Fue en la quinta votación en la que sobre 89 Estados presentes y votantes, España obtenía 60 votos que convertían a Madrid en la capital del turismo mundial y elevaban a nuestra patria al rango de los seis países que, en todo el mundo, disfrutaban el privilegio de albergar organismos internacionales de carácter gubernamental. Esto ocurría en una fecha para mí inolvidable, el 22 de mayo de 1975, a las doce y media de la mañana.

La Asamblea designó los miembros de su Consejo Ejecutivo, aprobó el presupuesto de la Organización y eligió por aclamación como secretario general de ésta al señor Robert C. Lonati, hasta ese momento desempeñando el mismo cargo en la UIOTT. Junto al reconocimiento que esa organización, madre de la actual OMT, debe a quien como el señor Lonati la ha servido de un modo tan eficaz, la nueva organización nació ya en deuda con quien con tanto tesón como acierto contribuyó de un modo importante a hacerla posible y viable.

c) *¿Por qué la OMT?*

No voy a insistir en la valoración de cuanto la cooperación turística se ha beneficiado de la dilatada y no siempre fácil gestión de la UIOOT. Pero el camino recorrido quizá puede medirse por la comparación de dos textos:

— El artículo 3 de los Estatutos de la UIOOT define así los objetivos de la Unión:

«Favorecer los intercambios turísticos internacionales, con el fin de desarrollar la economía turística de los países miembros y acrecentar entre los pueblos las relaciones amistosas, sociales y culturales.»

— Los fines de la OMT son enunciados en el artículo 3 de sus Estatutos según términos de una amplitud enteramente distinta:

«El objetivo fundamental de la Organización será la promoción y desarrollo del turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad y el respeto universal, y la observancia de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión. La Organización tomará todas las medidas adecuadas para conseguir estos objetivos.

Al perseguir este objetivo, la Organización prestará particular atención a los intereses de los países en vías de desarrollo, en el campo del turismo.»

Son notables la progresión y diferencia de alcance entre estas dos declaraciones, separadas por un cuarto de siglo rico en aceleradas y profundas perturbaciones. Entre ambas, el mundo ha entrado en la era de las estrategias globales de desarrollo. Los Estados —y muchos de ellos acaban de aparecer en la escena internacional— extienden

sus intervenciones y sus responsabilidades nacionales; la sociedad mundial aspira a estrechar la coordinación internacional; los Estados, agrupados en un conjunto de mecanismos técnicos, políticos y normativos, alientan, guían y coordinan toda actividad que pueda contribuir al desarrollo.

No han sido pocas las dificultades detectadas a lo largo de ese cuarto de siglo bajo el sistema de organización privada de carácter semigubernamental. Subrayemos las más importantes:

— A nivel nacional el protagonista no ha sido siempre el Estado e incluso, en ocasiones, los distintos servicios públicos y semipúblicos no operan, dentro de un mismo país, de un modo coordinado.

— Ha venido manifestándose también una marcada tendencia a abordar problemas aislados sin establecer previamente una jerarquía de necesidades y se han desplegado considerables esfuerzos con recursos no despreciables, para obtener objetivos de alcance limitado.

— No ha sido infrecuente el que un gran número de organismos se ocupara aisladamente del mismo problema sin previa consulta entre sí ni delimitación de sus competencias.

Por último, y no la menos importante:

— La distinta representatividad y poderes de las organizaciones nacionales presentes en la UIOOT dejaba muchas veces en el aire, el valor de las decisiones adoptadas.

d) *Sus grandes líneas de acción.*

Con sus medios limitados la UIOOT ha logrado en la etapa que acaba de ser superada que los organismos de turismo de 115 países se ayuden mutuamente.

Ahora el plan de acción de la OMT, en cumplimiento de los objetivos que su propio Estatuto le marca, podría, entre otras muchas posibilidades, que el tiempo y la experiencia irán descubriendo y decantando, empezar a articularse, en mi opinión, del siguiente modo:

1. Estudio continuo de las tendencias del turismo y de los problemas que suscita la evolución de sus mercados, yo diría que esto último con imaginación y talante adivinador del futuro. Admito que es tema apasionante.

2. Constitución de un Centro, a escala mundial, para la recopilación y tratamiento de toda clase de datos que sean de interés —estadísticos, legislativos, facilidades ofrecidas, etc.

3. Facilitar servicios de asistencia al desarrollo de las actividades dedicadas al turismo y en especial a su organización en los niveles

nacional, regional e interregional, facilitando la solución de los problemas que puedan plantearse en estos ámbitos.

4. Deberán tratarse con la prioridad que su necesidad implica todos los problemas relacionados con la formación profesional turística en sus distintos niveles, homologando programas y prestando especial atención a los países en vías de desarrollo.

5. La OMT deberá estimular y, en su caso, participar con el concurso de los organismos competentes en la adopción de las medidas necesarias para augurar la libertad de movimientos de todos los seres humanos.

6. La OMT, finalmente, ha de constituir un Centro de reunión y de consultas cuya fuerza estará en su equilibrada composición y, obviamente, en los resultados de su propia ejecutoria como portavoz del turismo mundial.

Muchos peligros habrán de ser sorteados y lamento que el tiempo ya consumido no nos permita ensayar, a la vista de otras experiencias internacionales, el intento de relacionarlos. Quede para otra ocasión.

Y termino, amigos, consciente de dejar muchas cosas de interés en el tintero. Me excuso también, hasta donde vuestra generosidad me absuelva, de haber tocado el tema con más interés de político, que rigor de jurista.

Por eso quiero terminar con las palabras de un gran pensador y con las de un gran filósofo que darían mejor respuesta que las que yo intenté articular al ¿Por qué de la OMT? «Porque —como dijo Pascal— todo lo que no contribuye, directa o indirectamente, a unir a los hombres no merece un instante de esfuerzo...»

La otra idea la encontramos en la filosofía política de David Mitran: «Porque el arte de gobernar no consiste, en nuestra época, en mantener a las naciones pacíficamente, aparte las unas de las otras, sino en relacionarlas activamente.»

Pienso que la creación de la OMT marca una etapa muy importante en el camino de la solidaridad internacional que es un reto difícil, pero apasionante. Merece la pena hacer un gran esfuerzo, cada uno desde su sitio, para intentar darle respuesta.