

¿Turismo? Acelerar el movimiento, consumir el mundo. Entrevista a Josep Burgaya

Por: Salvador López Arnal. 26/09/2024

Este mes, como siempre, publicamos en abierto un texto de la [revista El Viejo Topo](#). Hoy compartimos con vosotros una entrevista con Josep Burgaya a propósito de la turistificación en la actualidad.

Doctor en Historia Contemporánea por la UAB, Josep Burgaya es ensayista y articulista, además de profesor de la Universidad de Vic. Ha participado en numerosos congresos y habitualmente realiza estancias en universidades extranjeras. Entre sus obras cabe citar *Populismo y relato independentista en Cataluña. ¿Un peronismo de clases medias?* (2020), *La máquina digital. Feudalismo hipertecnológico en una democracia sin ciudadanos* (2021) y *Tiempos de confusión. De la clase adscriptiva a la identidad electiva* (2023). Centramos esta conversación en su reciente publicación: [Homo movens. El imperativo de la movilidad y la turistificación del mundo](#).

—¿Qué es el Homo movens? ¿Quiénes son (somos) Homo movens?

—Es todo ciudadano, cualquiera de nosotros, al que se le ha impuesto una movilidad constante tanto como imperativo económico, como social o cultural. Esta pulsión al movimiento no tiene nada que ver con la ancestral tendencia a querer conocer los contornos, en ir más allá del territorio de confort. Tiene poco que ver con el conocimiento o el disfrute cultural. Se genera toda una economía del movimiento. Esta tendencia inducida al desplazamiento se erige como un gran negocio con el que retornamos gran parte de nuestras rentas. Por el camino padecemos de ansiedad para estar a la altura, frustración porque nada era lo que se nos prometió. Y todo ello, aparte de insostenible, en poco contribuye a nuestro bienestar y a nuestra búsqueda de la felicidad.

—Pero si no contribuye a nuestro bienestar y a nuestra búsqueda de la felicidad, ¿por qué caemos en la trampa del fluir permanente?

—Porque es la cultura imperante. Los valores de nuestra sociedad los genera el márketing y la publicidad. Moverse es una aspiración y a la vez una finalidad. Nos domina la ansiedad y esto nos lleva a intentar surfear el mundo, nuestra frustración laboral y personal, creyendo en la ficción que formamos parte de un mundo global y cosmopolita. En realidad, quemamos el tiempo y en nuestra vida activada, no hay tiempo para la reflexión, el pensamiento o la poesía.

—*Aunque has contestado en parte: ¿en qué consiste el imperativo de la movilidad al que hace referencia en el subtítulo del ensayo? ¿Está instalado en el ADN, en los memes del humano contemporáneo?*

—Durante la mayor parte de la historia de la humanidad, más allá de las sociedades de cazadores-recolectores que tenían que ser nómadas por obligación, las sociedades se han establecido de manera sedentaria y su ocupación principal no ha sido conocer mundos ignotos sino defender su “territorio”. La vida de la mayor parte de la gente que ha habitado este mundo, como mínimo hasta la industrialización, se ha desarrollado en un espacio de pocas leguas. Más allá habitaba lo desconocido, el temor y la inseguridad. El viaje fue siempre algo de minorías acomodadas y un poco dadas a la busca de las emociones de lo distinto. El número de viajeros, más allá de fenómenos colonizadores, fue siempre ínfimo. Es a finales del siglo XX que, de la mano de la globalización, internet y los vuelos baratos, se produce un crecimiento exponencial del desplazamiento y se impone la cultura del movimiento. Una especie de huida constante de nosotros mismos sobre la que se construye uno de los sectores industriales más importantes del mundo.

—*¿A qué alude con la ‘turistificación del mundo’? ¿Mundo es mundo en este caso?*

—A un fenómeno de transformación de grandes partes del planeta, y especialmente de las ciudades, que al ponerse al servicio de esta industria se ven modificados y pierden su autenticidad, convirtiéndose en parques temáticos que ya no están al servicio del bienestar de sus pobladores, sino de sus visitantes. La economía, el espacio público, los servicios y el bienestar mudan. Las ciudades se encarecen, se gentrifican y expulsan a sus ciudadanos, los cuales tienen que hacer frente a precios mucho más elevados en vivienda, hostelería y alimentación, y no les queda más remedio que huir hacia las periferias. Se sienten desposeídos, expulsados de un entorno que generaron y les pertenecía. No es solamente la masificación y la pérdida de la tranquilidad lo que provocan las grandes hordas viajeras. Cambian el

“lugar”, lo plastifican y lo envuelven para convertirlo en un producto de consumo que nada tienen que ver con la realidad que podía resultar atractiva.

— *¿Hacer turismo es viajar?*

—No, ni mucho menos. El viaje era algo relevante para conocer, en su normalidad, otra realidad y el que la preparación y el proceso de traslado (el itinerario) resultaba tan fundamental como el destino. Turismo es ir a un lugar prefabricado porque nos lo imponen las pautas de consumo del capitalismo actual, donde el proceso para “llegar” debe ser mínimo. Consumimos destinos en forma de fotografías. Viajar era conocer, hacer el turista es disponer de una foto más en nuestro currículum consumidor con tal de adquirir, al menos aparentemente, un halo de cosmopolitismo y conocimiento que en realidad no adquirimos. Podríamos comprar unas postales y quedarnos en casa. El medio ambiente, como mínimo, lo agradecería. El problema, es que ya no es posible el viaje. Todos somos turistas, lo queramos o no. El nicho de mercado del “viaje auténtico” es lo mismo, pero pagando más. Turistas los hay en todas partes y, a menudo, quienes nos atienden son trabajadores migrantes extremadamente mal pagados.

— *Le pregunto más tarde por esos bajos salarios. ¿Turismo es progreso (en algunos de sus sentidos positivos) o más bien es todo lo contrario?*

—La masificación turística, la turistificación, no es progreso sino un signo de debilidad. Un cierto grado de recepción turística, que no sobrepase el 2% del PIB, es compatible con modelos de desarrollo avanzados. La dependencia de este sector por encima del 10% (en España es de un 13% y en Barcelona del 14%) resulta una apuesta perdedora. Es un sector muy frágil y cambiante, sensible a las sensaciones de seguridad/inseguridad, que depende de mano de obra barata, que destruye los destinos, encarece vivienda y servicios y que gran parte del movimiento de riqueza que promueve va a parar a grandes compañías internacionales y no a los destinos. La función de España y de Barcelona como gran centro de acogida turística resulta de país pobre y, en realidad, empobrece. Va en detrimento de apuestas más estratégicas, con mayor productividad y más valor añadido.

— *Pero, en el caso de Barcelona por ejemplo, ¿quiénes, qué sectores sociales apostaron por convertirla en “la millor botiga del món”?*

—La burguesía actual es de mirada más bien corta. Se comporta como los

personajes de Santiago Rusiñol. Mentalidad de tenderos y de “*peix al cove*”. Jordi Pujol los representaba muy bien. Una idea de país y de ciudad meramente provinciana, faltada de toda grandeza. Se conforman con ser empleados de las grandes multinacionales o bien acoger las franquicias de las marcas o de los hoteles internacionales. Que Joan Gaspart haya representado, durante años, al empresariado turístico explica muchas cosas. Lo realmente curioso es que la política, especialmente la de izquierdas, haya comprado a estos personajes e intereses.

—*Le pido un comentario de texto sobre una de las citas (de Gerhard Nebel) con las que abre el libro: “Un país que se abre al turismo se cierra metafísicamente. A partir de entonces ofrece un decorado, pero ya no su potencia mágica. El turismo es uno de los grandes movimientos nihilistas, una de las grandes epidemias de occidente”.*

—Lo que se llama apertura turística es, en realidad, una entrega. El turismo no genera nada nuevo y empequeñece y deforma lo que ocupa. Y, es cierto, incluso el patrimonio artístico que poseemos pasa a ser un decorado de cartón-piedra. La pregunta básica continúa siendo: ¿a quién deben servir los territorios o las ciudades, a sus habitantes o bien ser el espacio en que construir un negocio que los destruye? La intensidad del movimiento imposibilita la vida sobre el territorio, a la vez que el destino turístico pierde el encanto que algún día tuvo. Es un fenómeno imposible a la escala hacia la que vamos y no tiene nada de creativo. En realidad, a los que lo practicamos como si no hubiera un mañana, no nos aporta nada más que la práctica de un pasatiempo. Es un ocio, una distracción, con muchos efectos colaterales, de muchas externalidades negativas.

—*¿Qué importancia tiene en un país medio como España la industria del turismo?*

—Tiene mucha importancia, demasiada. Fue una apuesta franquista para captar ahorro europeo que, desarrollado sin planes ni sistemas de contención, arrasó con todo. El turismo de “sol y playa” ha destruido gran parte de la zona costera mediterránea en forma de un continuum urbano sin criterio, consumidor de territorio y escasamente sostenible. El sol y los precios baratos seducían a los europeos ávidos de playa y de la “falsa autenticidad” del sur del continente. Se recalificó todo lo susceptible de serlo y mucho más. Nació una industria local formada por grandes hoteleros y constructores a los cuales se plegaban los ayuntamientos. España depende, de manera escandalosa, del turismo, lo que implica, además, una enorme dependencia de los grandes touroperadores y de las plataformas de internet.

Accedemos, mayoritariamente, a un turismo de bajo coste y poca capacidad adquisitiva. Hay que forzar mucho las cosas para mantener bajos precios, papel que le corresponde a los bajos salarios que se paga a la mano de obra inmigrante del sector de la hostelería. Si no, las hordas se desviarán hacia Croacia, Grecia, Túnez o Marruecos. Es una apuesta perdedora, muy adictiva, de la que resulta difícil salirse. Nadie, políticamente, quiere poner coto a un sector tan influyente.

—*De acuerdo, pero imaginemos que alguien nos dice: sus críticas son interesantes, razonables, pero no hay otra. España debe jugar ese papel en la economía internacional. No hay más, no puede ocupar otras posiciones, somos lo que somos: sol, turismo y poca cosa más. Pensar en otra situación es utopía, una bonita utopía irrealizable.*

—Sí, pero esto no es cierto. España puede desarrollar, y de hecho lo hace, otras actividades. Disponemos de recursos naturales, de capital humano, de tecnología y una gran tradición industrial. No estamos condenados a encadenarnos a la industria turística, la cual, se quiera o no, debe ir disminuyendo paulatinamente su papel. En el *low cost*, no podemos competir a no ser que demos por bueno el “nuevo esclavismo” instaurado en el sector abusando de la mano de obra migrante. Cierto que en la distribución internacional de la producción se nos quiera atribuir esta función, pero debemos resistirnos. Hace 50 años Finlandia debía de proveer de madera y bacalao a Europa Occidental. Hoy lo es de tecnología y conocimiento.

—*¿Qué opinión le merecen los movimientos de oposición a la llegada de más turistas a sus ciudades, a sus comunidades? Pienso en Canarias o en Amsterdam, por ejemplo, aunque también ha habido protestas en ciudades como Barcelona, Madrid, Venecia o Nápoles. ¿Es simple y pasajera turismofobia indocumentada?*

—Los movimientos críticos con el turismo resultan lógicos y han tardado mucho en hacerse patentes. Hay ciudades y territorios como las Islas, que ya no tienen más capacidad de carga. Ya no se puede vivir y pagar unos costes desorbitados. La dinámica arrolladora del fenómeno turístico hace morir de éxito los principales destinos. Y el problema es que vamos a más. Si no crecen las cifras se considera inapropiado para el sector, pero también para buena parte de los gobernantes. Ámsterdam o Venecia ya realizan márketing inverso para hacer desistir a los visitantes. Con 600.000 habitantes, Ámsterdam recibe 20 millones de visitantes, los cuales se concentran en unos pocos espacios. En Venecia ya solamente quedan 50.000 habitantes, no se puede vivir allí si no tienes un negocio turístico. Hay tornos

de entrada, es aberrante. Algo similar se puede decir de Barcelona, con 30 millones de visitantes. El concepto de “turismofobia”, que el periodismo ha comprado, me resulta inaceptable. No es desprecio al visitante o a lo nuevo como si fuéramos unos provincianos, es la necesidad de recuperar el carácter vivible de la ciudad. No es repudio a lo extranjero, sino a la falta de planificación y pacificación del fenómeno turístico.

—*Pero ¿cómo se podía regular, si se trata de eso, el número de visitantes a España? ¿Encareciendo los costes turísticos, por ejemplo?*

—Creo que el *low cost* ha sido y es una apuesta nefasta. Hay que ir a otro tipo de turismo que, con otros precios, se autorregulará disminuyendo el número de viajes per cápita, que es de lo que se trata. Solamente encarecer implica hacer una apuesta clasista. De todas maneras, el freno y pacificación del turismo debe ser algo global que requiere que internalice los costes ambientales reales, que se dé primacía en las ciudades a sus habitantes, de proteger los espacios naturales, de desalojar una parte importante de la primera línea de costa, que cualquier nuevo equipamiento deba demostrar su “neutralidad” de carbono...

—*Mirando con luces medias y largas, el turismo, tal como lo estamos viviendo estos últimos años, ¿es sostenible? Si no es, ¿por qué?*

—No, el concepto de “turismo sostenible” es un oxímoron. Sacamos el mago de la botella al difundir que todos podríamos viajar constantemente, de manera barata y sin efectos secundarios. Resulta una idiotez. En el último año, hicieron turismo al extranjero unos 1.500 millones de personas. Cada año hay más clases medias emergentes que se lo pueden permitir, especialmente en países asiáticos. Si no hacemos nada, en 2030 se desplazarán más de 2.200 millones. Los aeropuertos y sistemas de comunicación están saturados. El impacto medioambiental resulta enorme. Nada como la aviación contribuye más al cambio climático. Ya sé que es una mala noticia y que puede inducir a creer que practicamos un cierto elitismo, pero el turismo actual no es generalizable a 7.000 millones de personas. Si la contención se hace con el precio, volverán a viajar especialmente las clases pudientes. Hay que racionalizarlo y, esto, significa un decrecimiento viajero per cápita. El aeropuerto de Barcelona, o el de Madrid, no dan para más. ¿Seguro que resulta racional doblarlos?

—¿Quiénes sacan tajada de todo esto? ¿Quiénes se benefician más de una industria que algunos críticos llaman el quinto o sexto jinete de la Apocalipsis?

—Fundamentalmente es una industria de la que se aprovechan las grandes plataformas de internet (Booking, e-Dreams, Airbnb...), los grandes grupos hoteleros transnacionales y las compañías aéreas, especialmente las especializadas en *low cost*. Ahí se queda el 80% del gasto turístico. A partir de ahí, a nivel local, son hoteleros y el sector de la restauración, además de los que controlan los apartamentos y alquileres turísticos. En estos últimos, también hay grandes grupos de tenedores nacionales e internacionales, además de los locales que explotan unas pocas plazas. El sector local de la industria se nutre básicamente de los 100 euros de promedio que gastan diariamente los visitantes. El gran negocio no está en la destinación. En cambio, el lugar tiene que hacer frente a todos los efectos colaterales.

Estamos ante la privatización y degradación de un bien colectivo.

—Se habla en ocasiones de que Barcelona-2024 más que una ciudad es, esencialmente, un “parque temático”, sobre todo en determinados nudos de la ciudad. ¿Es así, no es algo exagerada la afirmación?

—Barcelona fue una ciudad con muchos atractivos reales, pero también simbólicos relacionados con la cultura y la modernidad. Ahora es un parque de atracciones con algunos vestigios de reclamo cultural y patrimonial. La afirmación no es para nada exagerada. La desmesura del crecimiento de esta actividad incluso puede llevar a perder esta condición. Cuando se visita masivamente la Sagrada Familia, en realidad se siente el atractivo de una “rareza”, más que un goce arquitectónico. La fijación en Gaudí es una desmesura que, en el caso del templo expiatorio, aún resulta más increíble dado que no deja de ser una recreación faraónica de su proyecto. Barcelona ya no es lo que fue, ni tampoco puede volver a serlo. Las características atractivas de una ciudad se pierden para siempre cuando ésta se turistifica.

—¿Qué hay de cierto en que los trabajadores vinculados a la industria turística son uno de los sectores peor remunerados, con salarios más bajos, con peores condiciones laborales, con menos posibilidades de conciliar vida laboral y vida familiar?

—Los costes bajos que exige la industria turística se sostienen sobre bajos salarios. El salario medio del sector no supera los 18.000 euros anuales. Por comparar, en la industria supera los 40.000 euros. Un mundo de salarios mínimos cuando se hacen contratos dentro de la ley. Resulta evidente que es un sector en el que aún hay mucho trabajo en negro y cargas horarias desorbitadas y fuera de convenio colectivo. Trabajos duros y jornadas de sobreexplotación. Es el caso de “las kellys” que limpian y arreglan las habitaciones hoteleras. Estas condiciones resultan poco aceptables para los trabajadores locales, y es por ello que el sector se sostiene sobre la “adaptabilidad laboral” de los contingentes migratorios. Extranjeros atendiendo extranjeros. Situaciones sociales y económicas diferentes que se encuentran en “otro lugar”.

—¿Cuáles son los principales efectos (positivos y negativos) de los pisos turísticos? ¿Es un sector convenientemente regulado? ¿Podría haber más control?

—Los apartamentos de uso turístico tienen un impacto muy negativo sobre el acceso a la vivienda de la ciudadanía. Al sacar de la oferta de alquiler convencional tal cantidad de viviendas, el impacto sobre los precios de alquiler resulta muy grande. También impacta en el mercado de compraventa. Grandes tenedores se hacen con nuevos o viejos edificios para uso turístico. Un fenómeno especulativo que condiciona, y mucho, el mercado de la vivienda teniendo en cuenta que, a la vez, no hay políticas públicas sólidas y eficientes para promover vivienda de carácter público. El sector de alquileres turísticos tiene que estar férreamente regulado y controlado. Hacerlo sobre las plataformas como Airbnb resulta crucial. Aunque técnicamente pueda resultar difícil y que la perspectiva de negocio convierte a los especuladores en muy imaginativos, se puede y se debe hacer mucho más.

—¿Mucho más? Por ejemplo...

—La turistificación presiona el mercado de la vivienda, por lo que se requieren políticas públicas que hagan posible que la consecución de una vivienda digna y accesible económicamente no sea imposible. Hay que penalizar a los grandes

tenedores, expropiar las viviendas “cautivas” en manos de los bancos, impedir la especulación extranjera, establecer ayudas, créditos suaves, aumentar las promociones de vivienda protegida, obligar a la construcción de vivienda social a los grandes promotores, tasar precios máximos, proteger a los inquilinos, impedir los desalojos con efectos sociales nocivos... Airbnb debería estar literalmente prohibido, mientras que las posibilidades de uso turístico de viviendas privadas, muy restringido.

—*Habla en el libro de un turismo básicamente sexual. ¿Qué tipo de turismo es ese? ¿Quiénes lo practican? ¿Cuáles son los principales lugares de destino?*

—Sexo y turismo siempre han tenido relación. Todo período vacacional va ligado a un imaginario de aventura sexual. Será luego cierto o no, pero las ofertas de destinos turísticos nos inducen a pensar en ello. Los “amores de verano” forman parte de nuestro imaginario romántico. Pero aparte de esto, hay un turismo declaradamente de tipo sexual, que tiene que ver, se disimule más o menos, en poder acceder a prostitución barata e idealizada en territorios lejanos. Cuba, Tailandia, Brasil, países del Este de Europa... tienen, entre otros, este predominio en el inconsciente colectivo como destino. El carácter de comercio sexual organizado se maquilla aduciendo que son lugares de “mente más abierta” y mayor liberalidad. Engaño o autoengaño. Una forma de alargar el carácter colonial de algunos territorios.

—*Asocia el turismo con la crítica marxiana al fetichismo de la mercancía. ¿Nos puede hacer una síntesis? ¿Qué es eso de la alienación mercantilizada?*

—El imperativo del movimiento sobre el que se sostiene la práctica del turismo es claramente un caso de alienación. Viajamos de manera encorsetada, fomentada y mercantilizada. El resultado es una extracción de rentas sin que haya satisfacción de necesidad alguna y que, a veces, contribuye a profundizar nuestra frustración. Es la cara B del trabajo, una forma de “felicidad paradójica” según el concepto de Gilles Lipovetsky. La finalidad del turismo no es nuestro bienestar, felicidad o descanso. Es un negocio que descansa sobre una cultura que nos impone este movimiento como parte de nuestra cultura aspiracional. En el sentido marxista, la mercancía tiene una función que va mucho más allá de su función o necesidad. Poseerla, nos induce a creer que formamos parte de un imaginario de élite del que, en realidad, estamos lejos de pertenecer.

—*Cuando se habla de gentrificación, ¿de qué se habla exactamente?*

—De procesos de especulación en determinados barrios urbanos, especialmente en el centro histórico de las ciudades, que pasa por desplazar a sus habitantes hacia los márgenes de la ciudad para construir viviendas de alto *standing*, hoteles y zonas de consumo de lujo. En general, previo a este, se impone un proceso de degradación del barrio para “justificar” una intervención pública de saneamiento, monumentalización y entrega de las posibilidades de negocio a grupos inmobiliarios. Un proceso clave en Barcelona, en Madrid o Nueva York. La gente sencilla que habitaba unos decadentes centros mientras los pudientes se iban a las ciudades-jardín de los extrarradios, ahora son expulsados porque los turistas y los sectores sociales acomodados quieren volver al centro y gozar de la ciudad-servicio después de décadas de aburrimiento con el cortacésped de las urbanizaciones. En este proceso hay grandes ganadores, pocos, y muchos perdedores que ven encarecerlo todo y se ven inducidos a marchar. Un proceso de desposesión. El centro y algunos barrios ya no es lugar para pobres.

—*Habla en algún momento de una “clase nómada” de trabajadores del mundo de Internet. ¿Qué tipo de clase es esa? ¿Por qué nómada?*

—Internet ha posibilitado que algunas profesiones no tengan nada que ver en dónde se reside. Solamente se necesita una buena conexión a internet y que la ciudad sea atractiva. Son los nómadas digitales, hípsters que participan de manera extrema de la cultura de la movilidad. Son los auténticos *homo movens*. No son de ninguna parte y se instalan, siempre provisionalmente, en las ciudades globales con un cierto caché de modernidad. Tienen buena capacidad adquisitiva y pretenden vivir intensamente el ocio de donde paran. Pueden vivir en Barcelona —en este momento hay más de 100.000 con estas características—, pero también en Lisboa, Ámsterdam, Londres, Rio o Bali. No crean estructuras tecnológicas en donde se ubican y no dejan nada. Solamente han contribuido a la gentrificación, al aumento de precios y a la turistificación. No buscan conocer la ciudad “auténtica” sino encontrar la idea que se han hecho de ella.

—*Suponga que un trabajador/a, muy poco viajado hasta el momento, argumenta / protesta en los siguientes términos: “¡Mecachis en la mar salada! Hasta hace muy poco han viajado básicamente las “clases propietarias” y, desde hace unas décadas, un amplísimo sector de las clases medias. Y ahora que nosotros, los menos pudientes, los currantes de toda la vida, sobre todo cuando nos jubilamos, podemos hacer algún viaje, nada que ver con viajes de lujo, nos vienen unos teóricos o*

filósofos del “ser y su incesante fluir” y nos dicen que es necesario parar, que no queda otra, que hay que viajar mucho menos (y lo dicen pese a que muchos de ellos no paran de viajar para aquí y para allá). ¿Dónde está la justicia? ¿Por qué no dejan de viajar ellos? ¡Qué se han creído estos nuevos déspotas eco-ilustrados!”. ¿Qué le parece esta posición? ¿Qué podríamos decirle?

—Las pulsiones o intereses personales, que pueden estar bien justificados, en muchos casos resultan imposibles cuando lo valoramos y analizamos de manera agregada. Todo el mundo tiene el “derecho” de viajar a Venecia, por poner un ejemplo, pero de manera agregada no es posible que miles de millones de personas se trasladen, a la vez, a este mismo destino. Resulta imposible. La actividad turística, como tantas otras cosas, hay que analizarla y valorarla por su impacto agregado, por lo que puede conllevar la suma de voluntades. Es aquí donde se imponen restricciones que son inevitables. Lo mismo pasa con todo lo que induce al impacto sobre el clima. Yo, individualmente, no genero el calentamiento global, pero mis hábitos de consumo y comportamiento, una vez generalizados, son imposibles de sostener. Y es cierto que uno de los sectores que más impacta sobre la imposibilidad del turismo, aparte de los jóvenes, son los jubilados. Salud y poder adquisitivo se lo permiten. Hacen lo que quizás no pudieron hacer de jóvenes, pero no resulta posible mantenerlo y aún generalizarlo mucho más. Quizás, todos deberíamos plantearnos si necesitamos viajar tanto, y que buscamos en esta especie de huida hacia ninguna parte.

—*En los compases finales del libro, habla usted de exigir “planteamientos políticos sólidos destinados a priorizar desarrollos económicos sostenibles y que creen estructuras con recorrido, en lugar de la filosofía del “toma el dinero y corre”, que es esta y no otra la estrategia que subyace en este sector y en el estado actual del capitalismo”. ¿Quiénes defienden esos planteamientos críticos? ¿Observa usted en el panorama político actual fuerzas que razonen y actúen en los términos que usted señala? ¿No es esa, en definitiva, la naturaleza del capitalismo? ¿No es pedir peras al rosal razonar y pensar en esos términos?*

—Estoy de acuerdo que esto entra en la lógica del capitalismo actual. Siempre crecer, siempre correr, aunque sea hasta el abismo. Yo me quedo con la idea de Keynes de que, mientras no podamos superar el sistema económico actual, al menos hay que protegerlo de sí mismo. Porque tiende a la autodestrucción y, por el camino, a la trituración de la sociedad. Nos guste, o no, el turismo es una industria que debe decrecer, especialmente en los países que, como España, se han

hipotecado con él. Quizás es un poco tarde, y de las adicciones cuesta curarse. Políticamente, hasta para la izquierda, resulta más cómodo jugar a ser *business friendly* que a desarrollar análisis críticos sobre sectores y actividades. Pero, habrá que hacerlo. Cuanto más tardemos más difícil será afrontarlo. Quizás, cuando se haga, ya se habrá destruido por parte del turismo todo el capital económico, social y cultural sobre el que se estableció. El entorno de Chernóbil como metáfora.

—¿Quiere añadir algo más?

—Deberíamos controlar algunas pulsiones inducidas, como la del movimiento continuado y la aceleración, porque son poco más que la mercantilización absoluta de nuestro tiempo. Abandonar caminos trillados, que no son más que túneles, y construir una vida a nuestra medida. Un modo *slow* (lento) en el que la tecnología y el movimiento tuvieran un lugar mucho más modesto. Las ciudades y territorios *Smart* (inteligentes) van a ser en realidad los que se desarrollen al servicio de sus ciudadanos. Desmercantilizemos nuestras vidas.

—Adelante con la desmercantilización. Gracias por el libro y por la entrevista.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: El viejo topo

Fecha de creación

2024/09/26