

La urbanització turística com a materialització espacial de l'acumulació de capital hoteler: els casos de Platja de Palma (Mallorca) i Saïdia (Marroc)¹

Ismael Yrigoy

*Departament de Ciències de la Terra
Universitat de les Illes Balears
ismael.yrigoy@uib.es*

Resum

Una de les activitats econòmiques que provoquen grans canvis territorials és el turisme. En aquest article es quantifica la importància de la urbanització d'origen hoteler en el conjunt del desenvolupament urbanístic. En segon lloc s'analitzen les distintes *solucions espacials* de les empreses hoteleres. Aquestes *solucions espacials* han estat: la producció de l'espai turístic (Platja de Palma), la reestructuració de l'espai turístic cap a un de residencial (Platja de Palma) i la reproducció del model (Saïdia).

Paraules clau: urbanització turística, urbanització residencial, solució espacial, Platja de Palma, Saïdia.

1. L'article es basa en la tesi de màster "*La huella global de los espacios turísticos litorales: El caso de la Platja de Palma*" dirigida pel doctor Joan Carles Llundés i Coit del Departament de Geografia de la Universitat Autònoma de Barcelona. La recerca que dona lloc a aquest article s'ha finançat amb els projectes de recerca titulats: "Sistema d'Informació Geogràfica dels establiments turístics de les cadenes hoteleres balears al Magreb, el Carib i Centreamèrica" de la Convocatòria d'Acció Específica d'Investigació en Matèria de Cooperació al Desenvolupament o Aplicada al Desenvolupament dels Països del Sud de l'Oficina de Cooperació Universitària al Desenvolupament de la UIB i la Direcció General de Cooperació del Govern de les Illes Balears, i "La Geoeconomía y la Geopolítica turística. Análisis de la glocalización turística balear, implicaciones socioambientales" (CSO2009-08400) del Plan Nacional de I+D+I del Ministerio de Ciencia e Innovación.

Resumen: *La urbanización turística como materialización espacial de la acumulación de capital hotelero: los casos de Platja de Palma (Mallorca) y Saïdia (Marruecos)*

Una de las actividades económicas que provocan grandes cambios territoriales es el turismo. En este artículo se cuantifica la importancia de la urbanización de origen hotelero en el conjunto del desarrollo urbanístico. En segundo lugar se analizan las distintas *soluciones espaciales* de las empresas hoteleras. Estas *soluciones espaciales* han sido: la producción del espacio turístico (Platja de Palma), la reestructuración del espacio turístico hacia uno residencial (Platja de Palma) y la reproducción del modelo (Saïdia).

Palabras clave: urbanización turística, urbanización residencial, solución espacial, Platja de Palma, Saïdia.

Abstract: *Tourism urbanization as an spatial materialization of hotelier capital accumulation: the case studies of Platja de Palma (Majorca) and Saïdia (Morocco)*

One of the economic activities that cause large territorial changes is tourism. This paper quantifies the importance of hotelier urbanization in relation to the total urban development. Secondly, the different *spatial fixes* of the hotel chains are analyzed. Those *spatial fixes* have been: the production of the tourist space (Platja de Palma), the restructuring of the tourism space (Platja de Palma) the restructuring of the tourist space towards a residential one (Platja de Palma), and the reproduction of the model (Saïdia).

Keywords: tourism urbanization, residential urbanization, spatial fix, Platja de Palma, Saïdia.

* * *

1. Introducció. El procés d'urbanització turística com a solució espacial a l'acumulació de capital

1.1. Producció i articulació espacial del capital turístic

Segons l'OMT, el turisme va suposar 980 milions de arribades internacionals l'any 2011 i va generar 693.000 milions d'euros el 2010, cosa que representa un 30% de totes les exportacions mundials de serveis comercials, i suposa aproximadament el 5% del PIB mundial (OMT, 2012). La materialització espacial d'aquesta activitat econòmica es dona a partir del procés d'urbanització turística (Mullins, 1991; Anton, 1998) articulant l'anomenada "geografia dels resorts" (Pearce, 1979, p. 252).

Tal i com afirmà Britton (1991), la literatura turística no s'ha centrat en les estructures i les relacions inherents a la producció i la distribució turística, quan allò que dirigeix l'articulació de l'espai és l'organització del procés de producció en el conjunt de les seves operacions. Tot i així, des dels anys 90, els estudis referents a la geografia del turisme s'han anat decantant cada cop més cap a

l'anàlisi dels processos de producció i consum turístic. Autors com Ioannides i Debbagge (1997), Mowforth i Munt (1998), Milne i Ateljevic (2001), Agarwal (2002) i Shaw i Williams (2004), tot traslladant al turisme un debat cada vegada més present en la geografia humana a partir de les aportacions de l'escola de la regulació (Lipietz, 1979), van centrar el debat epistemològic en els processos de producció i consum del producte turístic i els canvis espacials inherents: l'anomenada *reestructuració* dels espais turístics. Segons Clancy (1998) les empreses hoteleres i les aerolínies estarien al centre de la cadena productiva (*commodity chain*) del turisme i per tant els canvis que en elles es produeixen comporten canvis a la seva manifestació espacial.

1.2. Hipòtesi, objectius i metodologia

1.2.1. Hipòtesi

La hipòtesi de partida principal és que la urbanització turística dels espais de sol i platja ha vingut donada per la construcció hotelera. Derivada d'aquesta hipòtesi principal, es considera que la urbanització turisticohotelera representa una *solució espaciotemporal* a les crisis de sobreacumulació que s'havien vingut donant en altres sectors econòmics i que, en un moment donant, s'han fixat al sòl mitjançant la construcció d'hotels.

El terme *solució espaciotemporal* es un concepte teòric elaborat per David Harvey. Segons l'autor, aquesta *solució* es dona en un doble sentit:

- a) quan una certa porció de capital ha estat literalment fixada al territori mitjançant la construcció,
- b) com a metàfora d'una solució conjuntural concreta a les crisis cícliques capitalistes a través de l'expansió geogràfica de l'entorn construït, produint així l'ajornament temporal de la crisi (Harvey, 2003, citat a Arrighi 2004, p. 527-528).

Per tant, es considera que la urbanització turística ha representat una solució espaciotemporal particular a l'acumulació de capital que es va donar a partir de la postguerra. Així doncs, aquesta solució espaciotemporal es va materialitzar amb la producció dels espais de sol i platja i es va articular a partir de la materialització de l'acumulació del capital hotelier.

D'una altra banda, en aquest treball es considera que el mateix sector hotelier balear ha tingut la seva pròpia *crisi de sobreacumulació* a partir de la dècada dels anys 80, i ha tingut la seva particular *solució espacial*, que ha consistit en l'expansió geogràfica cap a altres indrets del globus.

1.2.2. Objectius

Els objectius d'aquest article són els següents:

- a) explicar la connexió entre els processos d'acumulació del capital (a partir del turisme), la formació del capital hotelier i la transformació espacial (la urbanització massiva) de la Platja de Palma,

- b) analitzar i quantificar el paper de les cadenes hoteleres en la urbanització turística de l'espai de la Platja de Palma,
- c) explicar els processos de creació de noves perifèries turístiques com una continuació de les estratègies d'acumulació de capital que s'han vingut donant a la Platja de Palma, fent èmfasi en els nexes *glocals* dels espais turístics litorals, tot posant un exemple concret (Saïdia, Marroc) dels claroscurs socioambientals que es deriven d'aquestes transformacions.

1.2.3. Metodologia

La metodologia s'ha desenvolupat en primer lloc a partir d'una anàlisi qualitativa, a partir del recull bibliogràfic del marc teòric i d'informació addicional d'altres fonts indirectes sobre els casos d'estudi i el marc conceptual estudiat.

En segon lloc s'han emprat diverses fonts d'informació quantitativa en relació al procés urbanitzador de la Platja de Palma. Aquesta informació quantitativa ha estat obtinguda a partir del *Catàleg d'establiments hotelers* del 2010 de la Conselleria de Turisme del Govern de les Illes Balears. Addicionalment s'ha creuat la informació de la Conselleria amb les dades turístiques del Consorci de la Platja de Palma. La superfície dels hotels oberts a l'actualitat s'ha obtingut a partir de la base de dades del Consorci de la Platja de Palma. En canvi, per a aquells hotels clausurats i reconvertits a altres usos, s'ha calculat la seva superfície fent una mitjana de la superfície per plaça hotelera (14,68 m²) i multiplicant-la pel nombre de places dels hotels clausurats. Per obtenir la informació relativa a la urbanització residencial, s'ha usat la informació estadística facilitada pel Consorci de la Platja de Palma.

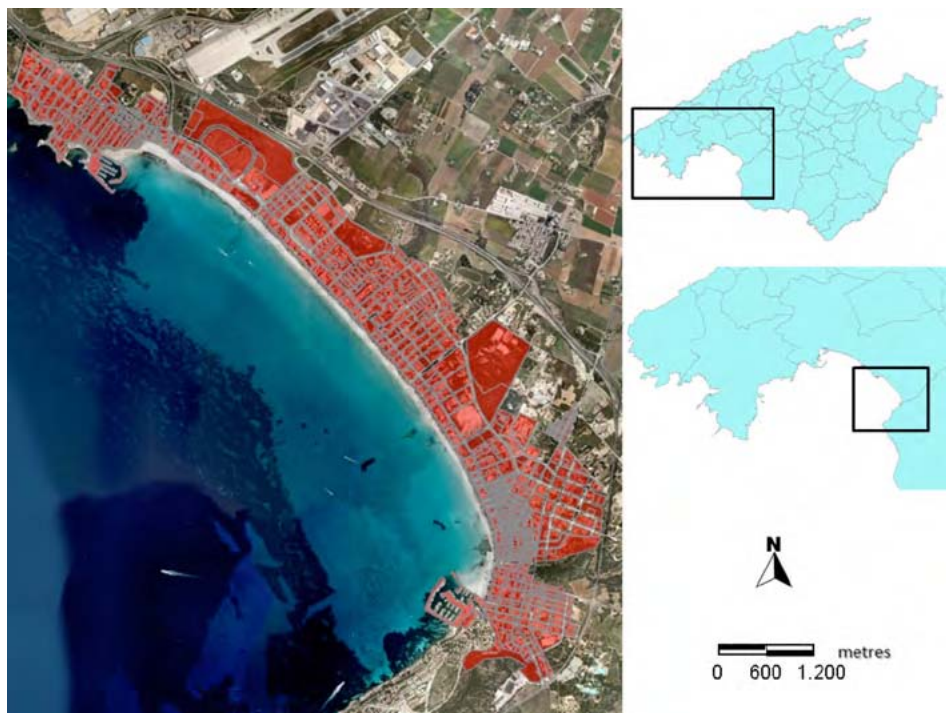
La informació referida a Saïdia s'ha obtingut a partir de fonts indirectes. Com que el procés urbanitzador de Saïdia s'està produint en l'actualitat, no hi ha cap tipus d'informació quantitativa directa, la qual cosa explica l'asimetria i complementarietat de la informació que es presenta als dos casos d'estudi.

En definitiva, es pretén explicar el paper de les cadenes hoteleres com a motor urbanitzador interrelacionat en el context més ampli dels processos d'acumulació de capital, i veure les transformacions espacials que es deriven d'aquests processos.

2. El paper del sector hotelier en la urbanització turística de la Platja de Palma durant el fordisme: l'articulació de la *solució espacial*

2.1. Caracterització de la Platja de Palma

La Platja de Palma és un enclavament de sol i platja ubicat a l'est de la ciutat de Palma (fig. 1) i que se situa entre els municipis de Palma i Lluçmajor. Aquesta zona està formada per diversos nuclis turisticoresidencials (Can Pas-

Figura 1. Localització de la Platja de Palma

Elaboració pròpia

tilla, Sometimes, les Meravelles, S'Arenal, Son Verí, Cala Blava i Bellavista) i ocupa una superfície de 1.000 hectàrees, té 30.099 habitants, 43.109 places turístiques i 1.248.420 turistes anuals (ConSORCI Platja de Palma, 2010).

2.2. 1956-1973: L'articulació de la urbanització turística de matriu hotelera dins el règim d'acumulació fordista

Després de la Segona Guerra Mundial, l'articulació del *règim d'acumulació fordista*² assentà les bases necessàries per al desenvolupament del model de turisme de masses (Ioannides i Debbage, 1997; Torres, 2002; Shaw i Williams, 2004).

Aquest desenvolupament turístic es produí gràcies a una conjuntura econòmica expansiva –els anomenats *trenta gloriosos*– (Barciela, 2005), a la implantació a nivell europeu de les polítiques keynesianes de l'estat del benestar que assegu-

2. El terme "fordisme" va ser encunyat per Antonio Gramsci i deriva de la producció en cadena de Henry Ford, com un reflex de la forma dominant de producció durant gran part del segle XX. El fordisme se centra en la producció en massa de béns estandaritzats elaborats en grans quantitats. La seva característica principal és que cada treballador realitza una única funció a la cadena de muntatge.

raven les vacances pagades a la classe treballadora, i també a la posada en escena de l'aviació comercial a reacció i un valor relativament baix dels costos energètics (Rullan, 2007),³ la qual cosa determinà un període establert de vacances pagades.

Aquesta articulació del turisme fordista (Ioannides i Debbage, 1997; Shaw i Williams, 2004) necessità de la construcció d'espais turístics també fordistes (preferentment litorals, però també d'altres tipus, com per exemple les estacions d'esquí). Així doncs, el concepte de turisme fordista es refereix tant al procés de producció de l'activitat turística com al procés de consum, un doble procés que modifica l'espai sobre el qual s'actua. Paral·lelament a aquest desenvolupament de la producció i consum turístic de masses es consolidà la producció la producció d'una perifèria turística fordista (la tercera perifèria turística d'acord amb Gormsen, 1997).

A l'àmbit espanyol, la industrialització va fracassar com a via de desenvolupament, i l'especialització turisticoinmobiliària es va constituir com a element vertebral del fordisme hispà (López i Rodríguez, 2010). En el marc de la consolidació del turisme de masses fordista, durant els seixanta el nombre de visitants a les Illes Balears augmentà dels 321.222 de l'any 1959 als 2.381.096 del 1969 (Seguí, 2006, p. 7-10), en el que s'ha anomenat primer boom turístic (Rullan, 2007).

La nova doctrina econòmica del franquisme permetrà l'entrada de capital d'organismes multilaterals per la construcció de les infraestructures necessàries per al desenvolupament de l'activitat turística. Així es construí el nou aeroport (Son Sant Joan) l'any 1960; després, la producció energètica necessària per a l'activitat turística arribà el 1963 amb la inauguració d'una central tèrmica, just davant de l'aeroport. A més, es posà en marxa un ambiciós pla d'autopistes que permeté connectar la zona de Palma amb l'aeroport, gràcies al finançament del Banc Mundial que va aportar el crèdit necessari (Buades, 2006, p. 35).

2.3. El procés d'urbanització turística a la Platja de Palma

El procés d'urbanització preturística a la Platja de Palma començà a finals del segle XIX i principis del XX als extrems occidental i oriental del territori, amb una funció principalment residencial. A causa d'aquesta incipient urbanització, es va passar de només 21 habitants el 1888 a 860 hab. l'any 1940 (Consorti Platja de Palma, 2009).

A partir de la postguerra, els incipients establiments turístics van començar a viure d'un turisme provinent de l'Estat i que visitava l'illa a través de campanyes com "Lluna de Mel a Mallorca", promogudes pel Foment de Turisme de Mallorca (Amer, 2005, p. 47). Ja durant la dècada dels cinquanta, les places hoteleres a la zona d'estudi van passar de 7 el 1950 a 1.727 el 1959, i es construïren en total de 15 hotels (1,25 hotels/any). En total es varen urbanitzar

3. Igualment, el règim franquista i més concretament el govern tecnòcrata, tingué un paper clau en la irrupció del turisme de masses a Espanya, amb el desenvolupament d'un corpus legislatiu que afavoria la construcció massiva, i amb el beneplàcit dels organismes multilaterals.

amb hotels 18.386 m². En canvi, el total residencial urbanitzat el 1959 totalitzava 264.130 m², dels quals 133.949 m² es varen produir en el període 1950-59 (la resta és de construcció anterior). Igualment cal tenir en compte que la població gairebé es va duplicar des dels 1.057 habitants el 1950 fins als 1.966 hab. el 1960, a causa del creixent desenvolupament turístic que va tenir lloc i que necessità d'espais per acollir els treballadors del turisme.

Però el gran creixement de l'activitat turística i hotelera i la corresponent urbanització es produí a la dècada dels seixanta. Aquesta serà una gran fase d'expansió, ja que el nombre total de places se sextuplicà en tan sols deu anys, passant de 1.767 el 1959 a 15.126 el 1969. Dels 18 establiments existents el 1959 es va passar a 98 només una dècada després: un ritme mitjà de construcció d'un hotel cada mes i mig. La construcció d'hotels va ser de 268.883,88 m² en aquesta dècada, mentre que el desenvolupament en forma de vivendes va ser de 502.950 m². Així doncs, en comparació amb els anys cinquanta hi hagué un major desenvolupament residencial, i sobretot hotelier, vinculat al *boom* turístic, que es materialitzà a partir de la producció d'un nou espai d'acumulació capitalista. En aquest sentit, cal destacar el fet que la relació de superfície de noves construccions hoteleres enfront a les construccions residencials fou, durant el primer boom, d'1 a 2.

2.4. El finançament de la urbanització turística i l'origen i articulació dels capitals hotelers

D'acord amb Ivan Murray (2012) per dur endavant tota aquesta construcció turística calien importants quantitats de diners. En aquest sentit, les autoritats franquistes mantenien el que s'anomenà com la "política dels terços". Aquesta consistia en què la inversió turística s'havia de realitzar en base a un terç de capital espanyol, un terç de capital estranger i un terç de crèdit oficial (Cals, 1974).

Segons Joan Cals (1974, p. 180) el terç oficial no s'assolí, motiu pel qual fou cobert en part per capital estranger. En aquest sentit, gran quantitat de capitals provinents d'altres sectors (hotelers, industrials, financers, contraban, etc.) acumulats amb anterioritat a la dècada dels 1960 foren invertits en el negoci hotelier (Murray, 2012). Així doncs, l'origen d'aquests capitals es poden sintetitzar en:

- a) la reinversió de capitals preexistents en la construcció d'hotels,
- b) l'ajuda oficial mitjançant el crèdit hotelier,
- c) les inversions estrangeres, principalment d'operadors turístics.

Pel que fa a la reinversió de capitals preexistents, a la Platja de Palma destaquen els casos de Joan Riu Masmitjà, provinent d'Olot i fundador del grup Riu, que va reinvertir els beneficis obtinguts a un hotel de Veneçuela en la compra de l'únic hotel existent a la Platja de Palma aleshores, el San Francisco. D'altra banda, la corporació hotelera Barceló havia sorgit a partir de la compra, per part de Simó Barceló, d'un hotel a partir de les plusvàlues obtingudes de l'explotació d'una línia rural d'autobusos (Buades, 2004, p. 72). Iberostar va sorgir a l'entorn

d'una agència de viatges propietat dels Fluxà, una família lligada a la indústria del calçat durant el segle XX (Buades, 2004; Murray, 2012).

Encara que no es pugui determinar la magnitud exacta, l'historiador David Ginard (1999, p. 42) també apuntava que en la dècada dels quaranta s'acumularen importants fortunes, "de tal manera que una part de les inversions turístiques del decenni dels seixanta tingueren el seu origen en la formació de capital creat gràcies a les pràctiques estraperlistes". Ferrer (2008, p. 38) afirma que molts dels capitals que s'invertiren per construir la primera planta hotelera a Mallorca provenien dels guanys del contraban. Segons Murray (2012), un exemple d'aquesta reinversió del contraban al sector hotelier és el cas d'Andreu Amengual, *Castellitxo*, qui invertí en la construcció i promoció immobiliària, construï habitatges barats i finançà la seva adquisició als treballadors de la part forana i de la Península que anaven a Palma, i promogué la construcció d'hotels a Can Pastilla (Platja de Palma), com els Hotels Linda i l'Hotel Leo. Uns altres capitals, provinents d'altres sectors, foren els del Grupo Isern S.L. (p. ex. Hotel Gran Fiesta, a la Platja de Palma), el capital original dels quals provenia de Minas Isern S.A. (mines de lignit).

Un segon element important fou l'ajuda financera del règim franquista a la inversió hotelera, donada a partir del Servei de Crèdit Hotelier. El crèdit hotelier no finançava ni tota la planta hotelera de les zones turístiques ni en la mateixa intensitat durant tot el temps, però el que sí fou significatiu és que aquell crèdit serví de brúixola per tal d'orientar els capitals turístics internacionals que aterraven als espais de *producció* turística un cop el règim havia establert els pilars de la seva industrialització turística (Murray, 2012).

Ha resultat impossible esbrinar la quantitat de capital provinent del Servei de Crèdit Hotelier a la Platja de Palma. A una escala general, es calcula que un 6% del total invertit en l'hoteleria provenia d'aquest servei (Buades, 2004, p. 159). Entre 1943 i 1963, el Servei del Crèdit Hipotecari va concedir 1979 milions de pessetes, de les quals les Illes Balears van copar el 13,03% (Buades, 2004, p. 160).

Tot i el paper rellevant que va tenir el crèdit hotelier (Buades, 2004; Murray, 2012) el principal element explicatiu de l'explosió urbanoturística (conjuntament amb les reinversions dels capitalistes locals) el trobem en els capitals internacionals, especialment els dels operadors turístics europeus. Els operadors són els principals protagonistes d'aquesta època en què es canalitzaren abundants capitals envers la construcció hotelera a les Illes (Murray, 2012), i són l'element imprescindible que explica la formació de grans cadenes hoteleres. D'acord amb Mario Gaviria (1974, p. 20) els *tour operators* "s'abocaren sobre Espanya perquè cap altre país va tenir ni l'agilitat empresarial ni la tolerància estatal que permetés un creixement tan accelerat del nombre de llits, sobretot entre els anys 68 i 72". La particularitat de la Platja de Palma (i de les Balears i l'Estat en general) va ser que els constructors d'hotels van ser els propis empresaris locals, en lloc dels grans operadors turístics alemanys i britànics, ja que aquests veien més avantatjós

l'avançament de préstecs a baix interès als empresaris locals, amb la condició que les habitacions estiguessin garantides per a aquests mateixos operadors turístics, a preus fixos per un període de cinc o deu anys (Barke *et al.*, 1996). Aquesta particularitat respon a l'arquitectura institucional del moment, amb un control sobre el règim de propietat a Espanya, que havia de ser espanyol. Això va fer que la majoria dels establiments hotelers de la Platja de Palma quedessin en mans locals, facilitant l'aparició d'uns hotelers que s'han anomenat "empresaris d'oportunitat", estretament vinculats des d'un principi als grans operadors turístics (Organización Sindical de Baleares, 1970; Amer, 2005).

En el cas de la Platja de Palma, les grans corporacions hoteleres han esdevingut a partir de la reinversió de capitals, però també en gran mesura per la integració vertical amb *tour operators*. Per exemple, des del 1993 Riu manté una aliança amb TUI (primer operador d'Europa) que posseeix un 50% de les accions de Riu. Per la seva banda, el 1972 Iberojet es va fer amb la representació a Balears de l'operador turístic alemany Neckermann.

En definitiva, la Platja de Palma destaca perquè va ser on van sorgir figures tan rellevants al món hoteler com Riu o Barceló. El que veiem en aquest període és la producció de l'espai turístic com un clar exemple de solució espacio-temporal del capital. La conjuntura econòmica pròspera d'Europa va generar una disponibilitat de capitals que es van invertir en la creació d'espais turístics al sud d'Europa: en un sentit metafòric, el capital va ser "fixat" al territori a través de la construcció d'hotels.

3. L'espai de sol i platja fordista en un règim d'acumulació flexible

3.1. El turisme i els seus espais davant el trànsit del règim d'acumulació fordista al flexible. Els canvis a les Balears

El règim d'acumulació fordista, així com el mode de regulació i el projecte social que hi és associat, es considera que entrà en crisi –segons els autors de l'escola de la regulació– a partir de la dècada dels setanta (les causes que condueixen a aquesta crisi s'expliquen als escrits d'Amin, 1994; Lipietz, 1994; Rustin, 1989; o Tickell i Peck, 1995).

Durant la dècada dels setanta, i sobretot després de l'anomenada crisi del petroli (1973) s'inicià un procés de reestructuració capitalista que en la dècada dels 90 desembocà en el que s'ha anomenat com a règim d'acumulació post-fordista o flexible.

Aquesta transició entre el fordisme i el postfordisme també es aplicable al turisme (Lash i Urry, 1994; Mowforth i Munt, 1998; Ioannides i Debbage, 1998; Shaw i Willams, 2004) i es reflecteix a nivell espacial en l'expansió geogràfica dels capitals turisticohotelers, el creixement de noves perifèries de sol i

platja, així com també en la reinvençió d'antics espais fordistes i la incorporació de tot l'espai geogràfic al negoci turístic.

Encara que l'oferta turística i l'afluència de turistes va seguir creixent, des dels setanta i vuitanta es van fer palesos els problemes estructurals de l'espai i del model turístic fordista, marcats per una acceleració de les lògiques competitives entre les diferents destinacions de sol i platja amb la incorporació de noves perifèries turístiques (com per exemple el sud del Mediterrani o el Carib). El creixement turístic a Balears va continuar fins al 1974, any en què l'afluència de turistes va baixar per primera vegada respecte als anys anteriors i es va trencar el ritme de creixement. A partir d'aquest any (crisi del petroli) s'accentua la crisi del turisme, i per tant del procés d'acumulació derivat del mateix, a les Balears. A partir d'aquest moment es parlarà d'una crisi estructural del model de sol i platja fordista a l'arc mediterrani espanyol (Gaviria, 1974) i a les Balears (Garrido, 1978), amb un debat entre l'aposta pel turisme de quantitat i el de qualitat que continuà els anys noranta (Morgan, 1991) i arriba fins a l'actualitat (Consorci Platja de Palma, 2010).

A la segona meitat dels setanta, l'empresariat començà a pensar en solucions per a neutralitzar la situació a què s'havia arribat, amb uns costos en augment i una minva dels ingressos, uns fets derivats tant de la competició entre companyies hoteleres i entre els espais turístics com de la millora de les condicions laborals i l'augment salarial que tingué lloc durant la transició política espanyola. L'hotelier es va plantejar la futura adaptació de l'oferta a la demanda mitjançant nous tipus d'unitat operativa, com ara la cadena hotelera, l'associació o la federació d'hotels, amb la qual cosa es va aconseguir una important racionalització dels costos (Amer, 2005).

Aquesta problemàtica estructural de l'estratègia d'acumulació del sector hotelier via turisme fordista va impulsar la internacionalització de les grans cadenes hoteleres que tenien la base del seu negoci a la Platja de Palma (Barceló, Iberostar i Riu), un fet al qual ens referirem més endavant. Efectivament, les empreses hoteleres sorgides en la Platja de Palma tenien un capital acumulat que ja no tenia possibilitats de fixar-se a les illes, on la taxa de benefici era inferior a les que s'obtidrien a altres emplaçaments. És per això, que la *solució espacial* per a aquest capital es donarà mitjançant l'expansió geogràfica amb la internacionalització de les hoteleres. Aquesta internacionalització es produeix a partir de 1985, any en què Barceló construeix el seu primer hotel a Playa Bávaro (República Dominicana).

3.2. La solució espacial per a la Platja de Palma: del creixement hotelier al residencial?

Durant la dècada dels setanta, el creixement de les places turístiques va ser de 11.826; la major part d'aquest nou creixement es va produir a la primera meitat de la dècada (1971-75). En aquest període hi va haver un creixement

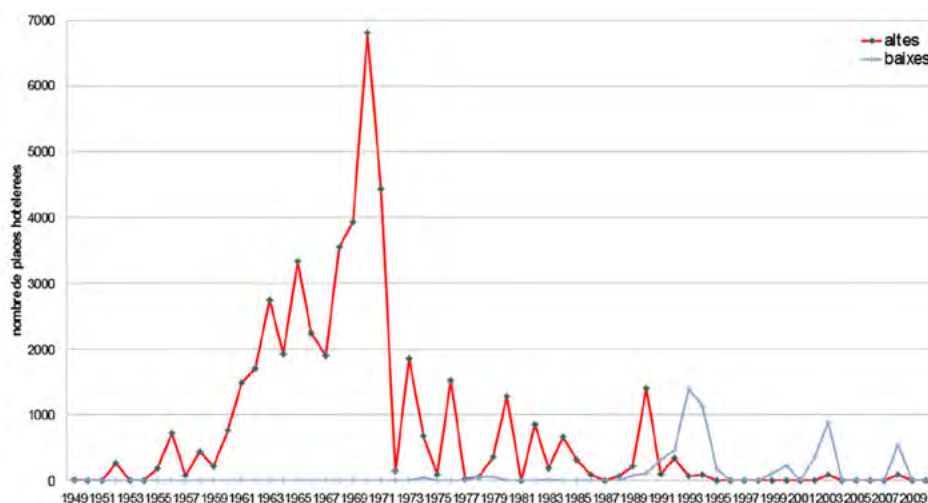
de 7.766 places repartides en 27 establiments, cosa que vol dir que de mitjana es construïa un hotel cada dos mesos, mentre que de 1976 a 1980 es va créixer en 4.010 places i 18 establiments (un hotel cada 4,5 mesos). Aquest menor ritme del segon quinquenni fonamentalment es deu a què es van començar a notar les conseqüències de la crisi del petroli de 1973. Sorprenentment, la superfície de nova construcció fou de 233.796,24 m²; una superfície quasi equivalent a les dels seixanta però amb menys hotels, la qual cosa indica un canvi creixent en els patrons de construcció hotelera: hotels més grans amb més places. D'altra banda, durant aquesta dècada es produí un creixement residencial de 432.631 m². Paral·lelament la població es va duplicar, passant dels 5.370 habitants el 1970 a 11.612 el 1981, un creixement absolut molt similar a la dècada anterior però molt menor en termes relatius.

A la dècada dels vuitanta, la superfície construïda per hotel va ser de 61.573,96 m², inferior a les taxes de la dècada dels seixanta i setanta, però superior a la dels cinquanta. Aquesta dècada s'obriren 26 nous hotels (un hotel cada 2,5 mesos, de mitjana), augmentant en 2.290 el nombre de places hoteleres. D'altra banda, els anys vuitanta la urbanització residencial va ser de 649.026 m². Novament, tal i com havia passat els anys cinquanta (abans del boom turístic), la ràtio d'urbanització hotelera/urbanització residencial fou d'1/10, fet que es pot atribuir a un progressiu desenvolupament residencial front al turisticohotel·ler.

A finals dels anys vuitanta, i sobretot a la dècada dels noranta, tot coincidint amb el procés de reestructuració capitalista i l'inici del procés d'internacionalització, es produïren pèrdues de places turístiques a l'illa. De fet els municipis amb major pèrdues de places turístiques entre el 1988 i el 1994 foren els de Palma i Lluçmajor, que experimentaren una disminució de places d'allotjament turístic del 24,11% (14.187 places) i del 7,34% (905 places) respectivament (Murray, 2012). Només a la Platja de Palma es varen tancar entre els anys 1993 i 1994 46 hotels i 2.536 places turístiques (fig. 2). Aquestes disminucions corresponen principalment al tancament d'establiments d'allotjament turístic considerats obsolets, la major part d'ells hostals, fondes o cases d'hostes, i la transformació d'establiments d'allotjament turístic en habitatges. En aquest sentit, cal destacar el rol que van tenir els decrets Cladera I i II. Aquestes disposicions normatives varen duplicar la ràtio mínima per a la construcció o ampliació de noves places turístiques. Segons Murray (2012), aquest fet afavorí un doble joc: d'una banda, a les zones turístiques madures es duia a terme una reconversió d'hotel a residencial que era profitosa econòmicament, i alhora, mitjançant un mecanisme de transferència de ràtios turístiques, aquestes es transferien a zones amb més potencial de desenvolupament turístic.

Amb aquesta conjuntura, a partir de la dècada dels noranta s'assisteix a la progressiva implantació d'usos residencials als antics hotels de les àrees consolidades de la Platja de Palma. Tot i així, en els darrers 20 anys s'han obert nous hotels que ocupen una superfície de 96.842 m². Als anys noranta s'obriren 9

Figura 2. Evolució de les places hoteleres (altes i baixes) a la Platja de Palma (1949-2010)



Font: Elaboració pròpia a partir de Conselleria de Turisme, 2010

hotels nous (menys d'un hotel l'any), amb 20.445 noves places hoteleres. Tot i així, en termes globals es passà de 46.111 places hoteleres a 43.119 (fig. 2), a causa que el tancament d'hotels fou superior a l'obertura de nous establiments.

A la dècada del 2000 s'han obert 6 hotels (un cada dos anys) amb 1.059 places hoteleres, però se n'han tancat 2.010. Així doncs, hi ha hagut una disminució, baixant de 42.911 places hoteleres el 2000 a 42.265 el 2012. Pel que fa a la urbanització de caràcter residencial, aquesta ha vingut marcada per una expansió vinculada a l'aprovació dels plans urbanístics de Palma i Lluçmajor a finals dels vuitanta, que han suposat 534.467 m² de noves construccions (al que s'hauria d'afegir els antics hotels reconvertits a ús residencial) en un context estatal de desenvolupament de la gran bombolla immobiliària (1995-2007).

3.3. La solució espacial per al capital hotelier: l'expansió dels capitals hotelers amb matriu a la Platja de Palma

Les empreses hoteleres van anar evolucionant de forma paral·lela als canvis que les dinàmiques del capital anaven produint a la Platja de Palma, i algunes d'aquestes cadenes (Iberostar, Riu i Barceló) han crescut fins al punt que avui dia es troben entre les cinc cadenes hoteleres més importants de l'Estat espanyol, en nombre d'hotels i d'habitacions.

Aquest creixement empresarial s'ha produït gràcies a un context econòmic favorable i a nivell espacial s'ha sustentat en una expansió geogràfica de les

hoteleres (fig. 3). Així, segons Seguí (1995), si observem l'evolució general dels capitalistes mallorquins i les seves cadenes hoteleres es constaten les següents etapes:

- Inicis a la Platja de Palma (anys cinquanta i seixanta): l'aventura comença amb un hotel a la Platja de Palma, ja sigui en propietat, de lloguer o amb dret d'explotació, i quan les coses van bé es van afegint més hotels.
- Expansió a altres illes de l'arxipèlag balear (anys seixanta): primer Eivissa i després Menorca, de forma paral·lela als booms turístics d'aquestes illes.
- Desembarcament a la Península (anys setanta): les prioritats varen ser la Costa del Sol i en menor mesura, Benidorm.
- Arribada a les illes Canàries (anys setanta): és la continuació lògica d'aquesta expansió, no només pel caràcter insular sinó perquè els mateixos operadors turístics alemanys i britànics, amb qui els hotelers mallorquins tenen relació comercial, controlen també el turisme a l'arxipèlag canari, on la temporada alta és a l'hivern, la qual cosa es complementa a la perfecció amb les Balears.
- L'expansió internacional de les cadenes (anys vuitanta). Amb la crisi de la segona meitat dels setanta ja s'havia constatat que el model turístic de les Balears –i del conjunt d'Espanya– no creixeria infinitament. A partir dels anys vuitanta, just quan la Platja de Palma donava símptomes d'esgotament (i es parla també de l'inici del turisme postfordista) els empresaris de més èxit i propietaris de grans cadenes internacionals donen el salt a altres llocs per continuar amb el negoci de sol i platja, amb el *know-how* ja adquirit sobre com explotar l'espai turístic.

Cal insistir en el fet que els canvis en l'estructura empresarial s'expliquen en funció dels que es produeixen en el règim d'acumulació del capital, que es reflecteixen en els processos cíclics d'expansió/crisi econòmica, així com en el procés d'expansió geogràfica (taula 1).

Aquesta darrera etapa d'expansió geogràfica i de noves solucions espacials per a les cadenes hoteleres –l'expansió internacional– començà arran dels canvis en la producció i en el consum turístic que es van reflectir en la crisi –conjuntural i estructural– del turisme a les Balears (Picornell i Picornell, 2002; Seguí, 2006), la qual cosa impedia cada cop més a les hoteleres reinvertir de manera rendible el capital acumulat durant els anys anteriors a les Illes. D'aquesta manera, ens trobem a finals dels vuitanta i principis dels noranta, davant d'una crisi de sobreproducció que s'ajornarà mitjançant la internacionalització, un procés que serà possible gràcies a l'onada neoliberal.

L'onada neoliberal permeté l'obertura als capitals turístics de nombrosos països del Sud global, mentre que les corporacions turístiques es van internacionalitzar cada cop més durant les dècades dels setanta i vuitanta (Lea, 1988); un procés d'internacionalització de les transnacionals turístiques espanyoles que es va donar a la dècada dels noranta i dos mil (Ramón, 2000; Verger, 2003). Paral·lelament, segons Papatheodorou (2004) el poder corporatiu de

Taula 1. Canvis econòmics generals, desenvolupament turístic i expansió geogràfica

Període	Cicle econòmic-règim d'acumulació	Evolució turístic Illes Balears	Urbanització hotelera a Platja de Palma	Canvis empresariat hotelier	Expansió geogràfica hoteleres
1945-59	Expansió del règim d'acumulació fordista	Societat preturística	Inicis urbanització i turisme (anys 50)	Empresariat tradicional	Platja de Palma
1959-73	Expansió del règim d'acumulació fordista a Espanya i Europa	1r boom turístic: de 321.222 turistes el 1959 a 4.310.000 el 1973	Un hotel nou cada mes i mig (1959-69)	Empresariat d'oportunitat	Illes Balears
1973-90	Recessió i posterior transició al règim d'acumulació flexible	1a crisi turística (1973-80) 2on boom turístic (anys 80)	Un hotel nou cada dos mesos (1970-75) i cada 4 mesos (75-80)	Empresariat financer	Estat espanyol (sobretot Llevant i Canàries)
1990-2010	Règim d'acumulació flexible / recessió econòmica des del 2007	3r boom turístic (anys 90: postfordista residencial)	Un hotel nou a l'any (1990-2000). Un hotel nou cada dos anys (2000-2010)	Empresariat internacional	Expansió internacional: Centreamèrica, Carib i Mediterrani

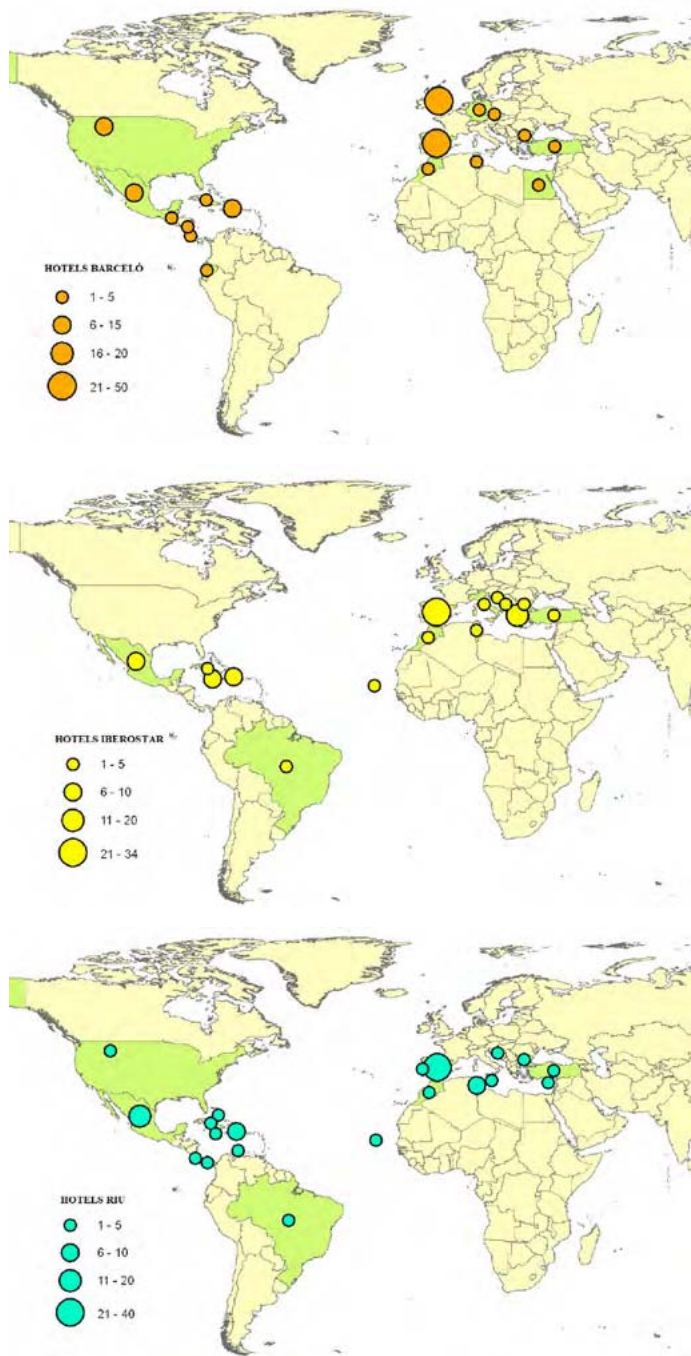
Font: elaboració pròpia a partir de dades d'Amer (2005), Seguí (1995) i Rullan (2007)

les empreses turístiques va augmentar gràcies a la desregulació i liberalització neoliberal dels anys vuitanta i noranta, quan es van produir una successió de fusions, adquisicions i aliances que crearen nous actors globals als sectors de les aerolínies, operadors turístics i hoteleres.

Aquesta estratègia de continuació (mitjançant la internacionalització) del negoci fordista, s'ha centrat a Amèrica Llatina –principalment al Carib–, en alguns espais del sud mediterrani –Marroc i Tunísia– i també a Europa de l'Est (fig. 3), expandint així l'urbanització turística de matriu hotelera (la quarta perifèria turística, d'acord amb Gormsen, 1997). A més, l'expansió internacional de la indústria hotelera presenta un espectacular potencial de creixement, perquè, encara que el turisme de vacances organitzat sigui un producte madur a les destinacions turístiques tradicionals, a les noves destinacions es troba en una etapa incipient de desenvolupament, caracteritzada per una notable manca de *know-how* empresarial (Ramón, 2000) i un ambient institucional molt favorable a aquestes entrades de capital. També cal tenir en compte els, sovint, baixos costos salarials, la menor conflictivitat laboral i la feble regulació ambiental i laboral dels països empobrits (Verger, 2003). Igualment, les companyies que s'internacionalitzen tenen un accés més fàcil als crèdits dels mercats financers. A més, amb la internacionalització es poden aconseguir més beneficis que als mercats nacionals, gaudint així d'un gran avantatge comparatiu en relació a altres empreses d'un mateix sector. En definitiva, les noves destinacions turístiques són llocs ideals per a les empreses hoteleres a on *fixar* el capital.

Els darrers anys, les empreses hoteleres amb matriu a la Platja de Palma han adoptat dues estratègies d'expansió. D'una banda, Barceló ha decidit obrir-se

Figura 3. Localització dels establiments de les empreses hoteleres de la Platja de Palma: Riu, Barceló i Iberostar (2010)



Elaboració pròpia

a diferents segments de turisme, la qual cosa es reflecteix en una major diversificació de la seva planta hotelera: tot i que mantenen l'expansió en destinacions de sol i platja, també s'estenen cap a destinacions culturals, urbanes, etc. Per la seva banda, les altres dues companyies (Riu i Iberostar) semblen haver optat clarament per continuar amb el turisme de sol i platja, i mantenen els mercats de sempre: costa mallorquina, Costa del Sol i Canàries. Això no exclou la creació de noves destinacions de sol i platja a Amèrica Llatina i al Carib (Mèxic, Cuba o Brasil) i també a la Mediterrània (Tunísia o Grècia). A més, amb els processos d'integració vertical han aconseguit alinear-se amb els operadors turístics més poderosos, amb la qual cosa reforcen la seva presència en el mercat turístic mundial.

4. La (re)producció de l'urbanització turística: implicacions territorials i ambientals. L'exemple de Saïdia (Marroc)

Des de la independència del Marroc el 1956, s'ha produït un desenvolupament considerable del turisme, però no ha estat fins a finals dels noranta quan el Marroc ha apostat per entrar de manera decidida en l'economia mundial: un dels pilars bàsics d'aquesta política és el sector turístic.

Per facilitar aquest procés es va impulsar, entre els anys 1999 i 2001, un potent cos legislatiu que potencia el desenvolupament del turisme de masses al país. La mesura més important que posà en marxa el govern és l'anomenat *Pla Vision 2010*, que preveu la construcció de sis grans complexos turístics de litoral a les localitats de Mazagan, Mogador-Essaouira, Port Lixus, Plage Blanche i Taghazout-Argana Bay (a la costa atlàntica) i Saïdia (a la costa mediterrània)

4.1. Localització i principals característiques de Saïdia

Saïdia és un petit poble costaner de 3.338 habitants del nord-est mediterrani del Marroc, a la província de Berkane (fig. 4). Aquest municipi es troba situat a una franja compresa entre la desembocadura del riu Mouloya i el Kiss, fronterer amb Algèria. Aquí s'ubica un dels sis *resorts* previstos en el *Pla Vision 2010* (Chahine, 2009), i es tracta del complex del Marroc amb més presència d'empreses hoteleres de la Platja de Palma.

Dins d'aquest projecte està prevista la construcció de 9 hotels amb una capacitat total de 17.000 places turístiques, a més de 3.000 habitatges i 13.000 places residencials: un total 30.000 places. A més a més, també estan en fase de construcció 3 camps de golf de 18 forats cada un, un port esportiu amb 800 amarradors, un heliport, diverses pistes esportives, un parc aquàtic, un palau de congressos, un centre comercial que imita una medina àrab i 8 km de platges *verges*.

Figura 4. Localització del resort de Saïdia

Font: elaboració pròpia d'imatges de Google Earth

4.2. La construcció de Mediterrània-Saïdia: aliança entre el sector hotelier i immobiliari

El complex turístic Mediterrània Saïdia es va iniciar el 2003 amb la concessió, per part del Govern marroquí, a la immobiliària espanyola Fadesa⁴ del projecte inicial de parcel·lació i pla general d'ordenació urbana de la zona. Ràpidament Fadesa va forjar aliances amb empreses hoteleres per dur a terme, a més del desenvolupament immobiliari previst, la construcció de la planta hotelera. Novament es va confiar en la capacitat dels hotelers mallorquins: Barceló ha estat l'encarregat de construir un hotel de 5 estrelles amb 615 habitacions (1.200 places), convertint-se així en el primer hotel del continent pel que fa a nombre de places; Iberostar també és present a Saïdia amb un hotel de 4 estrelles (484 habitacions i 970 places), i finalment, una altra empresa hotelera mallorquina, Oasis⁵, també té adjudicat un hotel amb una capacitat

4. Fadesa (i la seva filial marroquina) van fer fallida al 2008. Al moment de la fallida l'empresa Addoha (la primera constructora marroquina) va adquirir Fadesa Maroc (Reuters, 20/10/2008: <http://www.reuters.com/article/idUSLK29871820081020>). Malgrat el canvi de promotor, el projecte continuà endavant i s'inaugurà –si més no oficialment– el juny del 2009, tot i que s'espera que no estigui finalitzat fins a finals del 2012.

5. Oasis es una companyia hotelera filial del Grupo Globalia, empresa familiar que és propietària d'empreses com Air Europa, Viajes Halcón o Travelplan. Tot i ser fundada l'any 2000, el 2003 ja s'havia internacionalitzat.

de 500 places.⁶ La resta d'establiments hotelers, fins arribar a les 17.000 places, són d'altres conegudes empreses hoteleres, com ara la nord-americana Best Western o la mallorquina Riu.

L'aterratge d'Iberostar a Saïdia es va produir a través d'Inhova, una societat integrada, a més d'Iberostar, per Caja Madrid, Caixa Galicia i Caixa de Balears ("Sa Nostra"); Inhova va signar un acord amb Fadesa pel qual adquiria el 70% de la propietat d'un dels hotels del complex Mediterrània Saïdia construït per Fadesa, que va mantenir el 30% restant. La societat Inhova va cedir la gestió de l'establiment a Iberostar durant un període inicial de deu anys.⁷

Per la seva banda, l'arribada de Barceló al Marroc va tenir lloc l'any 2004, quan va formalitzar una aliança amb Fadesa: la constructora es feia càrrec de l'edificació d'hotels mentre que la gestió restava a mans de Barceló. La manera d'operar consistia a promoure societats patrimonials conjuntes en què Fadesa assumia el 83,5% del capital i Barceló la resta. Sota aquest paraigua, en un primer moment l'aliança va començar a construir hotels al llarg de la costa espanyola; el següent pas va ser fer el salt al Marroc, primer amb la construcció d'un hotel de luxe a Casablanca i després amb el complex de Saïdia. No obstant això, la constructora va fer fallida el 2008, fet que ha provocat la compra dels 8 hotels a Fadesa per part de Barceló, que ja abans els gestionava en virtut de l'aliança esmentada.⁸

Tot i que dissortadament no s'han pogut obtenir dades sobre els patrons de la construcció hotelera i residencial a Saïdia, el rol força important que han jugat les companyies immobiliàries fa pensar que la urbanització residencial serà central a l'hora de produir l'espai turístic, tal i com actualment succeeix a la Platja de Palma.

4.3. Conflictivitat socioambiental associada a la urbanització hoteleroresidencial a Saïdia

Oficialment, amb les obres de Mediterrània Saïdia s'han creat 1.700 llocs de treball directes i 8.500 indirectes; quan entri en ple funcionament es preveuen 8.000 llocs directes i 40.000 indirectes.⁹ A més, la construcció del complex turístic té en compte, en principi, la necessitat d'un "equilibri territorial" del país. Es preveu que l'activitat turística de l'estació generarà 5.500.000 per-

6. "El primer hotel de Globalia en Marruecos estará en Saïdia", *Hosteltur* (25/03/2010): http://www.hosteltur.com/noticias/67329_primer-hotel-globalia-marruecos-estara-saidia.html

7. "Iberostar Hotels & Resorts gestionará hotel en el resort Mediterrania Saïdia, promovido por Fadesa en Marruecos", *El Economista* (16/04/2007): <http://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/197894/04/07/Iberostar-Hotels-Resorts-gestionara-hotel-en-el-resort-Mediterrania-Sadia-promovido-por-Fadesa-en-Marruecos.html>

8. "Matinsa-Fadesa presenta concurso con una importante cartera de proyectos", *Alimarket* (16/07/2008): <http://www.alimarket.es/noticia/m3292011/MARTINSA-FADESA-PRESENTA-CONCURSO--CON-UNA-IMPORTANTE-CARTERA-DE-PROYECTOS>

9. "SM le Roi inaugure la station "Mediterrania Saïdia". *OujdaPortail* (19/06/2009). <http://oujda-portail.net/ar/content/view/2300/38/>

noctacions l'any, cosa que suposaria uns ingressos de 4.904.000 de dírhams anuals (aproximadament 435 milions d'euros); a més, per al període 2003-2017 s'estima una recaptació d'un total de 2.700 milions de dírhams (uns 240 milions d'euros) mitjançant taxes i impostos d'activitats relacionades amb la indústria turística (Chahine, 2009, p. 132).

No obstant això, front al discurs oficial del govern que veu el desenvolupament dels *resorts* en general i d'aquest en particular com una necessitat estratègica per al país, estan sorgint diverses veus que posen en dubte la viabilitat d'aquest projecte. Així, les ONG locals han denunciat sistemàticament la destrucció del medi ambient local. D'entre aquestes alteracions territorials i ambientals, caldria destacar en primer lloc que la recent construcció del port de Mediterrània-Saïdia, obra estrella del complex, ha alterat la deriva litoral dels sediments fins el punt que la majoria dels sediments s'acumulen a l'entrada del port i impedeixen l'entrada a iots de gran calat.

En segon lloc, s'estan destruint les dunes costaneres a causa dels projectes immobiliaris (les construccions han estat realitzades directament sobre les dunes davanteres) o bé a causa de l'extracció d'àrid (per a ús com a materials de construcció), que provoca la desaparició de la reserva de sediments necessaris per a l'equilibri del sistema dunar (Bouabdallah i Larue, 2009).

Tercer, deixant de banda la desaparició progressiva de la platja, la ubicació del resort és adjacent a la desembocadura del riu Moulouya, una important zona humida declarada RAMSAR¹⁰. A més, s'està bombejant aigua del riu i això provoca una ràpida desaparició de la zona humida de la desembocadura del Moulouya, i alhora també la salinització de pous agrícoles.

I quart, algunes previsions apunten que entre els anys 2050 i 2100 el complex de Saïdia podria quedar submergit sota les aigües, a causa de l'augment del nivell del mar i la destrucció del sistema dunar (Snoussi *et al.*, 2008), la qual cosa posa en dubte la viabilitat econòmica a llarg termini del projecte. Si deixem de banda aspectes ambientals i ens centrem una mica en els socials, cal dir que encara és aviat per valorar els possibles impactes que es derivin del *resort* de Saïdia, atès que encara és molt recent la seva posada en funcionament. De moment no hi ha hagut cap conflicte, però el model turístic de sol i platja acostuma a provocar un cert xoc cultural i social amb les societats locals (Wilson, 2008). I això potser sigui més cert si es tracta d'una societat com la marroquina –i especialment la rifenya– amb uns determinats valors morals i religiosos que, sens dubte, poden entrar en conflicte amb el fenomen turístic. A més, a la Platja de Palma ha aparegut, amb el pas dels anys, una sèrie de problemàtiques socials que estan estretament lligades al model, i que ens atrevim a preveure que també poden manifestar-se a Saïdia.

10. Tom PFEIFFER: "Development threatens Morocco's wild shoreline", *Reuters* (12/12/2007): <http://www.reuters.com/article/2007/12/12/idUSL20720168>

Si la sostenibilitat territorial i ambiental d'aquest projecte és bastant discutible, cada vegada es dubta més també de la seva sostenibilitat econòmica, no ja a llarg termini sinó fins i tot a curt. En primer lloc s'ha criticat la manca de determinats serveis. Per exemple, el complex encara no té una estació de servei al port esportiu, de manera que les embarcacions que amarren a Saïdia s'han d'aprovisionar a partir de bidons de benzina del servei de duanes. Segon, els compradors —atrapats per l'esclat de la bombolla immobiliària— s'han queixat del retard en el lliurament dels seus habitatges, fet que s'ha vist agreujat perquè una gran part dels clients britànics i espanyols han exigat la devolució de l'import pagat en comprovar que els seus habitatges ni tan sols s'havien construït. Per tant, s'està dibuixant un escenari molt semblant a tantes altres urbanitzacions litorals dels espais de la tercera i quarta perifèria turística, amb l'agreujant que en llocs com el nord-est marroquí, el govern del Marroc ha apostat decididament pel desenvolupament dels *resorts* com a única estratègia econòmica viable per al futur de la població.

En definitiva, podem retreure una frase que s'ha esgrimit per defensar la conveniència del resort de Saïdia: “parlem de desenvolupament sostenible quan les aportacions benèfiques d'un projecte són més importants que els impactes, és a dir, quan el balanç global és positiu que la població local és la principal beneficiària”.¹¹ En l'actualitat aquesta afirmació es pot emprar per posar en dubte la utilitat d'un macroprojecte com el de Saïdia.

5. Conclusions

Tot i que la urbanització hotelera ha estat força important en els casos d'estudi, la hipòtesi principal plantejada per a aquesta recerca no s'ha complert, ja que la producció dels espais turístics de sol i platja no només ha vingut donada per la urbanització hotelera, sinó que la urbanització residencial ha estat inclús més important (almanco en superfície construïda) que la urbanització hotelera. Tot i així, si bé la urbanització hotelera ha tingut un menor protagonisme del que s'havia pressuposat, aquesta ha exercit com a motor darrere el qual ha sorgit el desenvolupament residencial, més important quant a extensió que l'hotelier.

La segona hipòtesi plantejada en aquesta recerca s'ha demostrat, ja que el triple procés de producció, reestructuració i reproducció dels espais turístics de sol i platja aporta solucions a les dinàmiques d'acumulació d'aquests actors, que consisteixen a nivell geogràfic en una urbanització de l'espai.

La Platja de Palma ha estat un laboratori en el qual s'ha assajat un model turístic que posteriorment ha estat exportat a altres regions del planeta (princi-

11. “Station Saïdia: Le groupe Addoha rassure”. *L'Economiste* (2010): <http://www.leconomiste.com/article/station-saidia-le-groupe-addoha-rassurebrientretien-avec-jawad-ziyat-dg-du-groupe-en-charge->

palment al Carib i la Mediterrània). Si la Platja de Palma va sorgir —com altres espais turístics del llevant espanyol— com una forma rendible i segura d'invertir els beneficis dels *tour operators* britànics i germànics, l'exportació del model Platja de Palma a altres països ha estat el resultat de la *necessitat* de reinvertir els beneficis de les empreses hoteleres (que havien aflorat gràcies als operadors turístics); un capital que —donada la normativa cada vegada menys complaent amb el sector hoteler— no podia ser fixat en forma de construcció de nous hotels a les Balears, i d'aquí el salt cap a davant de l'exportació del model.

Malgrat les moltes similituds —a grans trets— entre l'espai originari (la Platja de Palma) i els espais *reproduïts* (en aquest article Saïdia), hi ha també nombroses diferències. Comparant el procés d'urbanització dels dos llocs, s'aprecia una transició d'una urbanització turística fordista clàssica, en què l'hotel era el vector guia (cas de la Platja de Palma), envers una nova urbanització turística en què cada vegada té més importància el sector immobiliari, que en el cas de Saïdia és el que presumiblement porta la batuta del procés d'urbanització i que, a més, aporta el 42% de la nova oferta turística. Sens dubte, als països de la perifèria global com el Marroc, l'entrada del país en els mercats globals és cada vegada més important, però paral·lelament hi ha clares amenaces a la dimensió ambiental i social del procés d'urbanització turística, com hem pogut veure en el cas de Saïdia.

Es podria discutir fins a quin punt els beneficis derivats d'aquests espais turístics han repercutit en la societat; és cert que hi ha hagut un procés de “degoteig” de riquesa del turisme cap a la societat, però també ho és que la majoria dels beneficis han repercutit a les empreses turístiques. Però, tot i que la majoria dels beneficis del turisme ha quedat dins dels cercles del sector, el cost que suposa reposicionar el territori després de mig segle d'explotació turística intensiva és assumit en la seva major part per les institucions públiques, de manera que ens trobem en bona mesura davant la privatització dels beneficis i la socialització de les pèrdues de l'activitat turística, la qual cosa ens fa dubtar de si aquesta activitat és l'eina de progrés social adequada, tal i com normalment s'afirma.

Bibliografia

- AGARWAL, Sheela (2002). “Restructuring Seaside Tourism: The Resort Lifecycle”. *Annals of Tourism Research*, vol. 29, núm. 1, p. 25-55.
- AMER, Joan (2005). *Turisme i política. L'empresari hotelier de Mallorca. El període autonòmic de 1983 a 2003*. Tesis doctoral inèdita, Universitat de les Illes Balears.
- AMIN, Ash (1994). *Post-fordism: A Reader*. Oxford: Blackwell Publishers.
- ANTON, Salvador (1998). “La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística”, *Documentos d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 32, p. 17-43.
- ARRIGHI, Giovanni (2004). “Spatial and other fixes of Historical capitalism”. *Journal of World Systems Research*, vol. 10, núm. 2, p. 527-539.

- BARCIELA, Carlos (2005). "La edad de Oro del capitalismo (1945-1973)", dins: Enrique LLOPIS AGELÁN; Mauro HERNÁNDEZ BENÍTEZ; Francisco COMÍN COMÍN. *Historia económica mundial: siglos X-XX*. Madrid: Crítica, p. 339-390.
- BARKE, Michael *et al.* (1996). *Tourism in Spain: Critical Issues*. Oxford: CAB International.
- BOUABDALLAH, Mostafa; Jean-Pierre LARUE (2009). "Évolution du littoral de la baie de Saïda: dynamique naturelle et impact des aménagements (Maroc Oriental)". *Physio-Géographie Physique et Environnement*, vol. III, p. 113-130.
- BRITTON, Stephen (1991). "Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism". *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 9, núm. 4, p. 451-478.
- BUADES, Joan (2004). *On brilla el sol. El turisme abans del boom*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- (2006). *Exportando paraísos: La colonización turística del planeta*. Palma: La Lucerna.
- CALS, Joan (1974). *Turismo y política turística en España. Una aproximación*. Madrid: Ariel.
- CHAHINE, Samia (2009). *Desarrollo turístico del litoral mediterráneo de Marruecos. Saidia como destino*. Treball de Màster inèdit, Universidad de Màlaga.
- CLANCY, Michael (1998). "Tourism and Development: Evidence from Mexico". *Annals of Tourism Research*, vol. 26, núm. 1, p. 1-20.
- CONSELLERIA DE TURISME (2010). *Catàleg d'establiments turístics*. Govern de les Illes Balears (CD).
- CONSORCI PLATJA DE PALMA (2009). *Memoria de información urbanística: Evolución histórica y antecedentes de planeamiento*. Palma: Consorci Platja de Palma.
- (2010). *Plan de reconversión integral: Memoria de ordenación*. Palma: Consorci Platja de Palma.
- FERRER, Pere (2008). *Contraban, república i guerra*. Palma: Documenta Balear.
- GARRIDO, Carlos (1978). "Mallorca busca la calidad". *La Vanguardia*, 07/12/1978, p. 20.
- GAVIRIA, Mario (1974). *España a go-go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Madrid: Turner.
- GINARD, David (1999). *L'economia balear (1929-1959)*. Palma: Documenta Balear.
- GORMSEN, Erdmann (1997). "The impact of tourism on coastal areas". *Geojournal*, vol. 42, núm. 1, p. 39-54.
- IOANNIDES, Dimitri; Keith DEBBAGE (1997). "Post-Fordism and flexibility: the travel industry polyglot", *Tourism Management*, vol. 18, núm. 4, p. 229-241.
- LASH, Scott; John URRY (1994). *Economies of Signs and Space*. Londres: SAGE Publications.
- LEA, John (1988). *Tourism and Development in the Thirld World*. Londres: Routledge.
- LIPIETZ, Alain (1979). *El capital y su espacio*. México: Siglo XXI.
- (1994). "El posfordismo y sus espacios: Las relaciones capital-trabajo en el mundo". México: Piete.
- LÓPEZ, Isidro; Emmanuel RODRÍGUEZ (2010). *Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- MILNE, Simon; Irene ATELJEVIC (2001). "Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity". *Tourism Geographies*, núm. 3 (4), p. 367-388.
- MORGAN, Michael (1991). "Dressing up to survive: Marketing Majorca anew". *Tourism Management*, vol. 12, núm. 1, p. 15-20.
- MOWFORTH, Martin; Ian MUNT (1998). *Tourism and sustainability: new tourism in the thirld world*. Londres: Routledge.
- MULLINS, Patrick (1991). "Tourism Urbanization". *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 15, núm. 3, p. 326-342.
- MURRAY, Ivan (2012). *Geografies del capitalisme balear: poder, metabolisme socioeconòmic i petjada ecològica d'una superpotència turística*. Tesi doctoral inèdita, Universitat de les Illes Balears.
- OMT (2012). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2011*. http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11splr_2.pdf (consultat 02/2012).

- ORGANIZACIÓN SINDICAL DE BALEARES (1970). *Análisis socioeconómico de la hostelería en Baleares*. Palma: Organización Sindical de Baleares.
- PAPATHEODOROU, Andreas (2004). "Exploring the Evolution of Tourism Resorts". *Annals of Tourism Research*, vol. 31, núm. 1, p. 219-237.
- PEARCE, Douglas (1979). Towards a Geography of Tourism. *Annals of Tourism Research*, núm. 6(3), p. 245- 272.
- PICORNELL, Climent; Mateu PICORNELL (2002). "L'espai turístic de les Illes Balears. Un cicle de vida d'un àrea turística? Evolució i planificació a la darrera dècada", dins: Mateu PICORNELL; Àngel Maria POMAR. *L'espai turístic*. Palma: INESE, p. 31-96.
- RAMÓN RODRÍGUEZ, Ana Belén (2000). "*La internacionalización de la industria hotelera española*". Tesi doctoral inèdita, Universitat d'Alacant.
- RULLAN, Onofre (2007). *L'ordenació territorial a les Balears (segles XIX-XX)*. Palma: Documenta Balear (Quaderns d'Història Contemporània de les Balears, núm. 53).
- RUSTIN, Mike (1989). "The politics of post-fordism, or the troubles with *new times*". *New Left Review*, núm. 175, p. 4-18.
- SEGUÍ, Miquel (1995). *Les nouvelles Baléares: La rénovation d'un espace touristique mythique*. París. L'Harmattan.
- (2006). *El turisme a les Balears (1950-2005)*. Palma: Documenta Balear (Quaderns d'Història Contemporània de les Balears, núm. 51).
- SHAW, Gareth; Alan WILLIAMS (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. Londres: SAGE Publications.
- SNOUSSI, Maria *et al.* (2008). "Vulnerability assesment of the impact of sea-level rise and flooding on the Moroccan coast: The case of the Mediterranean Eastern zone". *Estuarine, Coastal and Shelf Science*, vol. 77, núm. 2, p. 206-213.
- TICKELL, Adam; Jamie PECK (1995). "The social regulation of uneven development: 'regulatory deficit', England's South East, and the collapse of Thatcherism". *Environment and Planning A*, vol. 27, núm. 1, p. 15-40.
- TORRES, Rebeca (2002). "Cancun's tourism development from a fordist spectrum of analysis". *Tourist Studies*, vol. 2, núm. 1, p. 87-116.
- VERGER, Antoni (2003). *El sutil poder de las transnacionales: Lógica, funcionamiento e impacto de las grandes empresas en un mundo globalizado*. Barcelona: Icaria.
- WILSON, Tamara Diana (2008). "Introduction: The Impacts of Tourism in Latin America". *Latin American Perspectives*, vol. 35, núm. 3, p. 3-20.