

## De nieuwe kleren van de dictator

### Toerisme in de Franco-tijd

**Spanje is sinds de jaren zestig een populaire vakantiebestemming. Hoewel in de ogen van Franco het buitenland barbaars was, heette het land de toerist voortaan welkom. Dat hielp om, na Franco's dood, een soepele overgang mogelijk te maken naar een moderne democratie. Twee nieuwe publicaties belichten de achtergronden van het Spaanse toerismebeleid onder de dictatuur.**

Na de dood van Franco in 1975 kreeg Spanje een stuk meer zelfvertrouwen. Na eeuwenlang weggezet te zijn als een sneu land dat tussen West-Europa en Afrika in bungelde, kreeg het dankzij de voortvarend ingevoerde staatkundige, economische en politieke hervormingen eindelijk het aanzien van een volwaardig modern Europees land.

De laatste jaren heeft dit opgeruimde zelfbeeld een enorme dreun gekregen door de economische crisis. Spanje is nu, samen met Griekenland, Ierland, Portugal en Italië, een van de zorgenkindjes van de Europese Unie. De werkloosheid is er inmiddels gestegen tot vijftienvijftig procent, onder de jongeren is zij zelfs opgelopen tot zo'n vijftig procent. Het land dat na de dood van de dictator in korte tijd was veranderd van een emigratieland in een immigratieland biedt nu voor de nieuwe generaties nauwelijks nog toekomstperspectieven. Voor het eerst sinds decennia is de emigratie in Spanje nu groter dan de immigratie.

Niet alleen het vertrouwen in de economie, maar ook de geloofwaardigheid van de politiek is tot ver onder het vriespunt gedaald. De grootschaligheid van de Spaanse Occupy-beweging is er een van de vele tekenen van. Toch is het niet een en al somberheid in Spanje. De bouwsector, die in hoge mate het succes van de Spaanse economie droeg, stortte weliswaar in als een kaartenhuis en het bankwezen kreeg een dikke onvoldoende, maar het toerisme is tot nu toe buiten schot gebleven. Sterker nog: deze sector blijft ook in deze tijden van crisis groeien. In 2011 namen de inkomsten toe met maar liefst negen procent. Dit is deels een kwestie van conjuncturele mazzel. Spanje profiteerde van de politieke onrust in Tunesië, Egypte en Turkije, die als gevolg had dat veel West-Europese toeristen een vakantiebestemming dichterbij huis zochten. En natuurlijk is het nog maar de vraag of de toeristenbranche overeind zal blijven in het zware weer dat de westerse economieën de komende jaren nog te wachten staat. Maar dat geldt voor veel meer economische sectoren en voor veel meer landen. Vooralsnog mag de Spaanse toeristensector worden aangemerkt als opmerkelijk stabiel.

Erg fier lijkt men daar in Spanje niet op te zijn. Schaamt men zich misschien voor het *turismo barato* (goedkope toerisme) dat al decennialang de toon aangeeft? Of ligt de associatie van het toerisme met het Franco-regime nog te vers in het geheugen? Feit is in elk geval dat het toerisme in Spanje in de jaren zestig van de vorige eeuw uit zijn sluimerende bestaan werd gewekt en een spectaculaire groei beleefde. Spanje was toen een nieuwkomer op de internationale reismarkt. In de jaren vijftig had het land veel nadelen ten opzichte van een populaire vakantiebestemming als Frankrijk. Het lag een stuk verder weg van Noord-Europa, wat in een tijd waarin vooral met de auto en nauwelijks met het vliegtuig werd gereisd een niet onbelangrijke handicap was. Daarnaast wierp de Spaanse overheid nogal wat bureaucratische hindernissen op voor buitenlanders, die niet alleen een buitensporig bedrag per dag dienden te besteden in het land, maar bij binnenkomst ook over een document moesten beschikken dat aantoonde dat ze geen strafblad hadden, dat hun reisdoel legitiem was en waarin van dag tot dag hun verblijfplaats stond aangegeven. Problematisch was ook de gebrekkige infrastructuur van het land en de notoir slechte voorzieningen in de horeca.

Om concurrerend te worden op de internationale markt zette Spanje in op massatoerisme. Het land had verschillende troeven in handen om succesvol in te spelen op de explosief gegroeide vraag naar goedkope toeristenbestemmingen die was ontstaan na de naoorlogse wederopbouw van West-Europa: veel zon, veel zee, veel strand en veel goedkope arbeidskrachten. De gevolgen waren ingrijpend. Grote delen van de Spaanse kust veranderden van een eindeloze sliert schilderachtige vissersdorpjes in een deprimerende reeks agglomeraten volgepropt met goedkope, lelijke hoogbouw. De laatste jaren is bovendien in volle omvang duidelijk geworden wat ingewijden al lang wisten: dat de Spaanse bouwsector, die als geen ander had geprofiteerd van de toerisme-*boom*, een tijdbom onder de economie was die op een gegeven moment wel tot ontploffing moest komen. Een andere smet op het blazoen van de toeristensector houdt verband met de hordes buitenlanders die voor een habbekrats een reis naar Spanje boeken om daar niet alleen te genieten van de zon, de stranden en de gastvrijheid, maar vooral ook om zich boordevol alcohol te gieten en zich liederlijk uit te leven zonder ook maar een greintje respect voor de lokale bevolking te tonen.

'VOOR HET EERST SINDS DECENNIA IS DE EMIGRATIE IN SPANJE NU GROTER DAN DE IMMIGRATIE.'

Het barbaarse buitenland: dat was precies het beeld dat Franco in de eerste decennia van zijn dictatuur

propageerde om zijn autarkische politiek te rechtvaardigen. Spanje was, aldus de dictator, een door God uitverkoren land en vormde met zijn nationaal-katholieke normen en waarden een 'spiritueel bolwerk' in het vervallen Westen. Veel moeite om de buitenlandse toeristen buiten de deur te houden hoefde Franco niet te doen, want naast de hierboven genoemde obstakels maakte het protectionistische monetaire beleid Spanje een duur en dus onaantrekkelijk land voor de buitenlandse toerist.

Maar nood breekt wet. Het Spanje van Franco werd geplaagd door een slecht georganiseerd, corrupt en sterk verdeeld overheidsapparaat. Achter de retoriek van slogans als *España, una y grande* (Spanje, één en groot) leverden groepen van diverse plumeau (monarchisten, falangisten, katholieken, militairen, conservatieven) slag met elkaar. Franco's isolatiepolitiek bleek mede daarom niet vol te houden. In 1953 sloot het land, dat niet in aanmerking was gekomen voor Marshallhulp, een verdrag met de Verenigde Staten. De Amerikanen boden economische hulp in ruil voor de strategische militaire bases die ze nodig hadden in verband met de Koude Oorlog. In 1955 werd Spanje lid van de Verenigde Naties.

De toenadering tot de westerse wereld kon echter niet verhinderen dat het land in 1956 vanwege desastreuze inflatieproblemen bankroet dreigde te gaan. Het roer moest derhalve om. Er werd een kabinet gevormd van technocraten, gerekruteerd uit de machtige, streng katholieke lekenorganisatie Opus Dei. Onder hun leiding werd het *Plan Nacional de Estabilización* (Nationaal Stabilisatieplan) ingevoerd, dat de genadeslag zou zijn voor het door Franco zo gekoesterde autarkische beleid. Spanje moest geïntegreerd worden in het internationale kapitalisme. Om de gierende inflatie te beteugelen en de economie te stimuleren werd de waarde van de peseta ten opzichte van de dollar met zo'n vijftig procent verminderd, gingen de rente en de belastingen omhoog, werden de overheidsuitgaven verlaagd, werden de salarissen bevroren en kwamen er nieuwe wetten die buitenlandse bedrijven ertoe moesten verleiden te investeren in Spaanse bedrijven.

Deze maatregelen bleken een solide basis te leggen voor de opzienbarende ontwikkeling van de toeristenbranche in de jaren zestig. Maar daar waren ze niet in de eerste plaats voor bedoeld. Voor Franco's technocraten had het toerisme veel minder prioriteit dan de mijnbouw en de ijzer- en staalindustrie, de traditionele economische pijlers van het land. Dat kwam niet alleen doordat zij in die sectoren persoonlijke contacten en belangen hadden, maar ook doordat ze, net als Franco, niet zoveel ophadden met het toerisme. Dat was volgens de kopstukken van Opus Dei een weinig stabiele economische factor, die alleen op de korte termijn profijt zou brengen en daarom werd gezien als een welkome, maar onbetrouwbare steun in de rug van de traditionele economische sectoren.

'VOORALSNOG MAG DE SPAANSE TOERISTENSECTOR WORDEN AANGEMERKT ALS OPMERKELIJK STABIEL.'

Een deerlijke vergissing, zo bleek al snel. Terwijl het kwakkelen bleef met de Spaanse industrie - pas na de dood van Franco zou deze grondig worden gemoderniseerd - stootte het toerisme de Spaanse economie op in de vaart der volkeren. In 1960 was het inkomen per hoofd van de bevolking nog maar 300 dollar, in 1970 was dit gestegen tot 1500 dollar. Een nauwelijks te overschatten rol in dit proces werd gespeeld door Manuel Fraga, een van de belangrijkste en taaiste Spaanse politici van de twintigste eeuw, die begin dit jaar op hoge leeftijd overleed. Hij werd zowel in de linkse als in de rechtse pers herinnerd als een even autoritaire als intelligente en eigenzinnige wervelwind, die niet alleen tijdens de Franco-periode maar ook daarna een sleutelrol speelde in de Spaanse politiek. In tegenstelling tot de behoudzuchtige technocraten van Opus Dei zag Fraga de enorme potentie van het toerisme. Niet alleen in commercieel opzicht, maar ook in ideologische zin. En dat is hoogst opmerkelijk, want zoals Sasha D. Pack schrijft in *Tourism and Dictatorship. Europe's Peaceful Invasion of Franco's Spain*, verhouden toerisme en een autoritair regime als dat van Franco zich op een ongemakkelijke manier tot elkaar. Het ideeëngoed van de dictatuur bestond uit een anachronistische mengeling van behoudzucht, nationalisme, katholicisme, fascisme en autarkisme, terwijl toerisme staat voor mobiliteit, moderniteit, hedonisme en vrije moraal.

Deze tegenstelling ligt aan de basis van een idee dat gemeengoed is onder historici: dat de opmerkelijk vreedzame overgang van dictatuur naar democratie rond 1975 in hoge mate schatplichtig is aan het toerisme. Dankzij het toerisme en dankzij de massale aanschaf van televisies en auto's die het nieuwe geld mogelijk maakte, kwamen de Spanjaarden in contact met de bikini, de Beatles en al die andere manifestaties van moderniteit die Franco een doorn in het oog waren maar die de Spanjaarden een begerenswaardig idee gaven van de vrije wereld ten noorden van de Pyreneeën.

In *Destination Dictatorship. The Spectacle of Spain's Tourist Boom and the Reinvention of Difference* verdedigt Justin Crumbaugh een heel andere visie: het toerisme ondermijnde de fundamenten van de Franco-dictatuur niet, maar restaureerde die juist. Niet alleen in economisch opzicht, maar ook in ideologische zin. De rol van Manuel Fraga in dit proces was van doorslaggevende betekenis. In 1962 werd hij minister van Informatie en Toerisme. Uitgangspunt van zijn beleid was dat het toerisme niet alleen op de korte termijn goed was voor de Spaanse economie, maar ook op de lange duur heilzaam zou zijn. Het zou de lokale economieën een enorme impuls geven en de sociale en regionale mobiliteit bevorderen, zodat ook het arme binnenland kon profiteren van de werkgelegenheid in de horecagelegenheden die aan de kusten als paddestoelen uit de grond schoten. Bovendien zou het toerisme het aanzien van Spanje in het buitenland, dat bepaald niet overhield, veel goed doen. In dit laatste opzicht sloot zijn beleid wél aan bij dat van de technocraten van Opus Dei. Ook zij waren er diep

van doordrongen dat Spanje het buitenland nodig had om de economie op orde te krijgen en dat een imagoverbetering daarbij onontbeerlijk was.

‘SPANJE WAS, ALDUS DE DICTATOR, EEN DOOR GOD UITVERKOREN LAND EN VORMDE MET ZIJN NATIONAAL-KATHOLIEKE NORMEN EN WAARDEN EEN “SPIRITUEEL BOLWERK” IN HET VERVALLEN WESTEN.’

Fraga afficheerde zichzelf graag als een liberaal. Maar als hij dat al was, dan was hij dat *binnen* de grenzen van het Franco-regime. Dat hij zijn toerismebeleid karakteriseerde als een *crusada* (kruistocht) – een term die tot het basisvocabulaire van Franco behoorde – spreekt boekdelen, net als zijn enthousiasme voor de ideeën van nazi-ideoloog Carl Schmitt, die in 1962 en 1963 diverse malen in Spanje verbleef en daar lezingen gaf en verschillende officiële onderscheidingen ontving. Fraga was een charismatische persoonlijkheid met liberale ideeën die op autoritaire leest waren geschoeid. Een wolf in schaapskleren, zoals Crumbaugh hem omschrijft. De nieuwe perswet die hij in 1966 invoerde, laat dat goed zien. Censuur vooraf maakte plaats voor censuur achteraf. Uitgeverijen konden hun teksten voortaan publiceren zonder ze eerst ter beoordeling voor te hoeven leggen aan de censor. Toch keken ze wel uit om teksten op de markt te brengen die het regime onwelgevallig zouden kunnen zijn, want die liepen het risico uit de handel genomen te worden als ze de censuur in het verkeerde keelgat zouden schieten, met alle rampzalige financiële gevolgen van dien.

Deze verandering was representatief voor een fundamentele strategiewijziging van het Franco-regime. Niet de staat, maar de burger was nu als eerste aan zet. Top-down werd bottom-up. Tot ongeveer 1960 voerde de dictatuur een repressief beleid dat zij legitimeerde door voortdurend van de daken te schreeuwen dat Franco Spanje in de Burgeroorlog uit de klauwen van het rode gevaar had gered en het land zijn katholiek-nationale ‘essentie’ terug had gegeven. Na 1960 veranderde het indoctrinatiebeleid van koers. Het regime sloeg zich toen in de bioscoopjournaals, op de televisie en in de kranten vooral op de borst vanwege de grote verdiensten op economisch gebied. Het Franco-regime had ‘het Spaanse wonder’ tot stand gebracht: stabiliteit en welvaart. Opvallend genoeg werd het toerisme, dat vanwege zijn associatie met buitenlandse normen en waarden een potentiële bedreiging was, daarbij niet weggemoffeld als een noodzakelijk kwaad, maar gepromoveerd tot een nieuw symbool van nationale trots en identiteit. Oude slogans als *España, una y grande* hoefden niet bij het oud vuil te worden gezet, maar beleefden een retorische doorstart. Van een door God uitverkoren land werd Spanje een door de toerist uitverkoren land. Zo gaf de explosief groeiende buitenlandse belangstelling voor Spanje de oude retoriek een nieuwe glans.

‘VOOR FRANCO’S TECHNOCRATEN HAD HET TOERISME VEEL MINDER PRIORITEIT DAN DE MIJNBOUW EN DE IJZER- EN STAALINDUSTRIE, DE TRADITIONELE ECONOMISCHE PIJLERS VAN HET LAND.’

Het idee van uitverkorenheid zat ook in de bekende slogan *Spain Is Different*, die het ministerie van Informatie en Toerisme onder leiding van Manuel Fraga vanaf 1964 centraal stelde in zijn propagandabeleid voor de toeristensector. Deze slagzin was in eerste instantie bedoeld voor de promotie in het buitenland van Spanje als toeristenbestemming, maar was ook van nauwelijks te onderschatten betekenis voor de *nation building* in Spanje zelf. Juist in een tijd waarin Spanje steeds welvarender werd en er steeds meer vaten kwamen die met het buitenland communiceerden, was het benadrukken van het verschil noodzakelijk voor de legitimering van een autoritair regime dat probeerde te overleven in een tijd waarin vrijheid en democratie steeds zichtbaarder werden voor de bevolking.

Het toerisme was dus enerzijds een potentiële bedreiging voor het Franco-regime, maar stelde het anderzijds in de gelegenheid om in een nieuw retorisch jasje een succesvolle doorstart te maken. Niet minder paradoxaal waren succesvolle, door de staat gefinancierde films als *Bahía de Palma* (1962), de eerste Spaanse film waarin een vrouw in bikini was te zien. Op het eerste gezicht maken dit soort kaskrakers de indruk een breuk met het verleden te markeren, maar in werkelijkheid zijn ze daar een continuering van, aldus Crumbaugh. De escapades van Spaanse macho’s met buitenlandse vrouwen, het centrale thema in het nieuwe genre van de *comedia sexy celtibérica* (Keltisch-Iberische sexy komedie), lijken haaks te staan op de traditionele huwelijksmoraal, de alom gepropageerde Spaanse superioriteit en andere moreel-retorische pijlers van de dictatuur. Maar in werkelijkheid, zo laat Crumbaugh in enkele fijnmazige analyses zien, bevestigen de nieuwe films deze waarden juist. De Spaanse man – symbool van Spanje – is daarin uiteindelijk superieur, niet alleen ten opzichte van de buitenlandse vrouw met wie hij een verhouding krijgt, maar ook ten opzichte van de Spaanse vrouw bij wie hij ten slotte stevast terugkeert en die zich, geheel conform het oude patroon, altijd schikt in haar ondergeschikte rol van veilige, nimmer verzakende thuishaven.

Net als het toerisme, gepropageerd als nieuwe bron van nationale trots, pasten de succesvolle toerisriefilms dus in het paradigma van de autoritaire staat. Beide maken deel uit van een ideologisch discours dat nu niet meer opzichtig van staatswege werd opgelegd, zoals in de eerste periode van de dictatuur nadrukkelijk gebeurde, maar dat geïnternaliseerd was door de bevolking. Maar dat het regime de tering naar de nering had gezet door het oude, ‘eigen’ symbolische kapitaal (de Burgeroorlog als kruistocht tegen het rode gevaar; *España, una y grande*; et cetera) te vervangen door het nieuwe, moderne symbolische kapitaal van het toerisme was natuurlijk in flagrante tegenspraak met de ‘eeuwige Spaanse waarden’ die de dictatuur propageerde en waarmee zij zich legitimeerde. Waren het toerisme

en alle symbolische satellieten daaromheen niet de nieuwe kleren van de dictator? Had het regime, in tegenstelling tot wat Crumbaugh stelt, inderdaad zijn eigen graf gegraven door het toerisme te omarmen als het economische panacee voor Spanje? Deze veronderstelling lijkt bevestigd te worden als je bedenkt dat het toerisme in het democratische Spanje zijn rol als zinnebeeld van nationale identiteit verloor. Na de dood van Franco werd het toerisme al snel 'het exclusieve domein van projectontwikkelaars en bedrijfsbelangen', zoals Pack het aan het einde van *Tourism and Dictatorship* formuleert.

'VAN EEN DOOR GOD UITVERKOREN LAND WERD SPANJE EEN DOOR DE TOERIST UITVERKOREN LAND.'

Hoe het ook zij, het ideeëngoed waarin de dictatuur kon gedijen is nog geen voorgoed verleden tijd. Franco's oude wijn heeft nieuwe zakken gekregen in het moderne Spanje. Zo zou je op het eerste gezicht denken dat er na de dood van Franco haast werd gemaakt met de seksuele revolutie. Alles leek ineens te mogen: kiosken veranderden van de ene op de andere dag in een uitstalkast van blote-borstentijdschriften en er was geen Spaanse film of toneelstuk of de actrices gingen uit de kleren. Maar dit blootbombardeement stond veel meer in functie van het traditionele idee van de ondergeschikte, dienstbare vrouw dan van een werkelijke seksuele liberalisering. Een ander voorbeeld is het Baskische nationalisme, dat de onhebbelijke gewoonte heeft om de inwoners van Baskenland in twee groepen te verdelen: de mensen wier families uit Baskenland komen en de rest van de bevolking. Alleen de eerstgenoemden worden als 'echte' Basken beschouwd. Dit etnische onderscheid heeft veel weg van het ideologische onderscheid dat Franco niet moe werd de Spanjaarden in te peperen: de overwinnaars van de Burgeroorlog (conservatieven, falangisten, militairen, monarchisten) waren echte Spanjaarden, de verliezers (republikeinen, socialisten, communisten, anarchisten, separatisten) waren dat niet. Het zou dus heel goed kunnen dat ook de toerismesector niet zo gedepolitizeerd is als Pack ons wil doen geloven.

Voor de mobiele versie klik hier.

Maarten Steenmeijer is hoogleraar Spaanse letterkunde en cultuur aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

#### **Besproken boeken:**

*DESTINATION DICTATORSHIP - THE SPECTACLE OF SPAIN'S TOURIST BOOM AND THE REINVENTION OF DIFFERENCE*

door **Justin Crumbaugh**

SUNY Press. Albany, NY 2009.

165 pag.

€ 26,50

*TOURISM AND DICTATORSHIP - EUROPE'S PEACEFUL INVASION OF FRANCO'S SPAIN*

door **Sasha D. Pack**

Palgrave MacMillan. New York 2006.

288 pag.

€ 76,50

#### **Literatuur:**

##### **Externe links**

Sasha Pack schreef eerder een stuk over de geschiedenis van het toerisme in Spanje:

[www.ucm.es/info/historia/ortega/3-07.pdf](http://www.ucm.es/info/historia/ortega/3-07.pdf)

De World Tourism Organization van de Verenigde Naties is gevestigd in Madrid en heeft allerlei interessante facts & figures over de sector wereldwijd:

[www2.unwto.org/](http://www2.unwto.org/)

Beelden van de classic Bahía de Palma uit 1962 zijn te vinden op een Catalaanse fansite:

<http://tdcamp.xiptv.cat/fanzivid/capitol/classic-bahia-de-palma-1962>

Een Australische video over de moeizame verwerking in Spanje van het franquistische verleden:

[www.youtube.com/watch?v=FKOfzMa-NOU](http://www.youtube.com/watch?v=FKOfzMa-NOU)

De meest recente Spaanse promotiecampagne heet 'I need Spain':

<http://www.youtube.com/watch?v=GJ68EQSaU4E>