

N

338.479

C212 Cañada, Ernest

Turismo y desarrollo : herramientas para
una mirada crítica / Ernest Cañada, Jordi

Gascón. -- 1a ed. -- Managua : Enlace, 2007

182 p.

ISBN: 978-99924-49-37-0

1. TURISMO-ASPECTO SOCIOECONOMICOS
2. DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL

© Fundación Luciérnaga - Acción por un Turismo Responsable
2006, Managua, Nicaragua

Autores: Ernest Cañada & Jordi Gascón

Diseño y diagramación: Juan Ramón López

Corrección ortográfica: Juan Chow

Fotografías de portada y contraportada: Inti Ocón

Impresión: EDISA

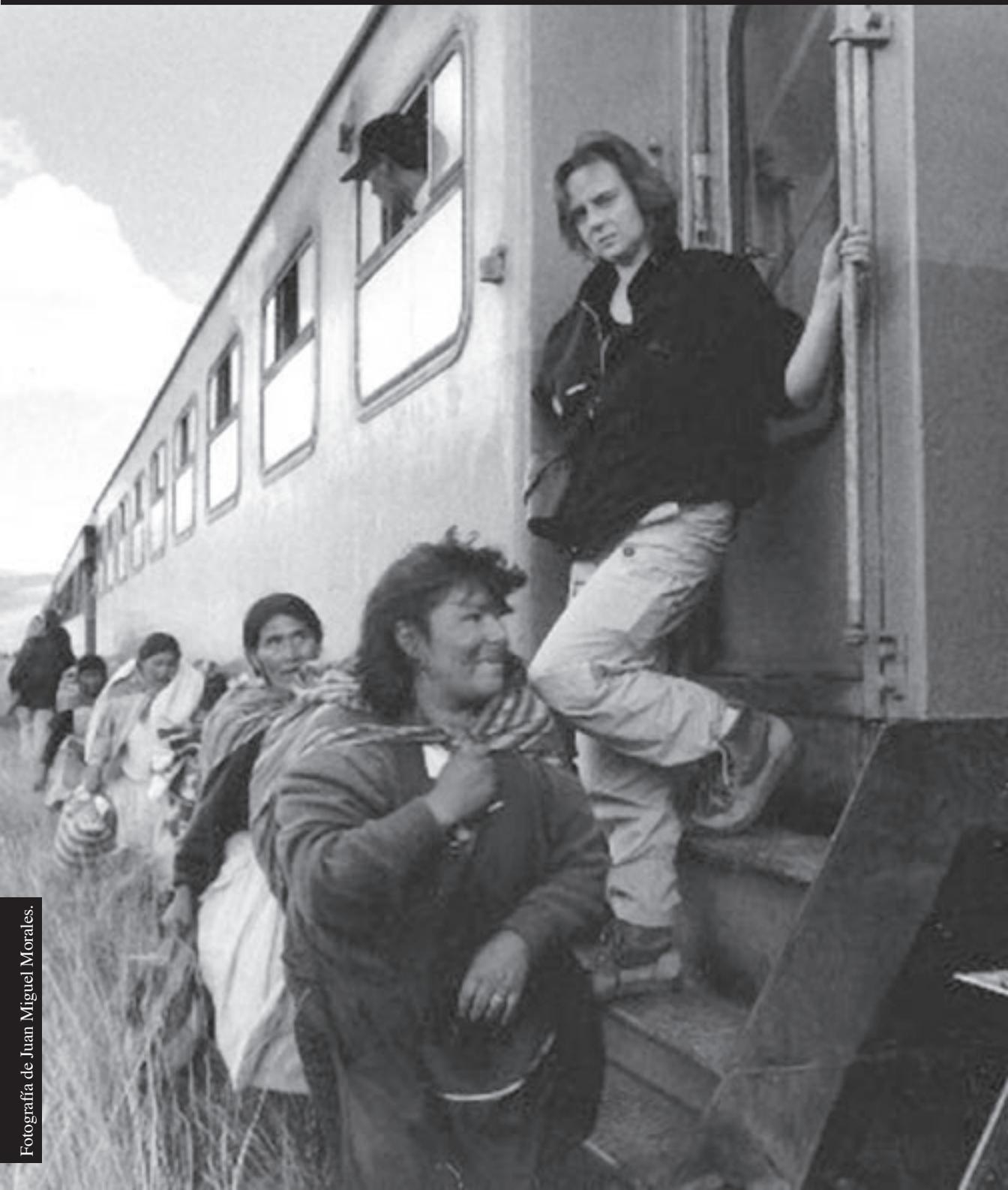
Editorial: Enlace

Tiraje: 1000 ejemplares

El presente libro forma parte de un proyecto de comunicación sobre el turismo en Nicaragua desarrollado por Fundación Luciérnaga con el apoyo de ACASC, Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo y Progressio.

Turismo y Desarrollo

Herramientas para una mirada crítica



Fundación Luciérnaga:

Fundación Luciérnaga es una organización nicaragüense especializada en Comunicación para el Desarrollo. Fue fundada en 1993. La principal preocupación que motivó su creación fue la ausencia de medios y estrategias de comunicación de los actores sociales comprometidos con los procesos de desarrollo en Nicaragua. En la actualidad su trabajo está centrado fundamentalmente en el acompañamiento a las organizaciones de la sociedad civil en la defensa de sus derechos económicos, sociales y culturales (especialmente en cuestiones relacionadas con el desarrollo rural, el medio ambiente, la salud y los derechos sexuales y reproductivos, entre otros). Esta propuesta se concreta básicamente a través de Estrategia de Pedagogía Audiovisual difundiendo y produciendo materiales educativos, realizados local e internacionalmente, a favor de los procesos de desarrollo social.

4

Desde el año 2005 Fundación Luciérnaga desarrolla una campaña de comunicación para el fortalecimiento del turismo rural comunitario, y sobre los impactos del turismo en general. Esta campaña ha recibido el apoyo de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo, ACASC y Acción por un Turismo Responsable, de Cataluña, y Progressio, de Gran Bretaña.

Dirección: Costado Oeste Parque El Carmen, Managua, Nicaragua.
Tel. 00 505 268 78 02. Email: lucierna@ibw.com.ni

Acción por un Turismo Responsable (ATR):

Acción por un Turismo Responsable es una organización no gubernamental catalana fundada el año 2005, dedicada a sensibilizar y educar a los ámbitos profesionales especializados, a las instituciones públicas y a la sociedad en general, en los efectos que genera o bote generar el desarrollo del sector turístico; denunciar las políticas y modelos de desarrollo turístico que atentan contra la calidad de vida de la población, sus características culturales y su entorno ecológico; incidir en las políticas públicas a favor de un turismo social, cultural, medioambiental y económicamente sostenible; realizar y dar apoyo a acciones y propuestas de desarrollo turístico sostenible en países del Sur a través de la cooperación internacional; realizar y dar apoyo a acciones y propuestas de desarrollo turístico sostenible en países del Norte; formar a técnicos y especialistas de cooperación internacional en el ámbito del turismo; formar en el ámbito de la cooperación internacional, con especial dedicación a profesionales y especialistas del sector turístico; realizar estudios e investigaciones en el ámbito del turismo; prestar y realizar asesoramiento, evaluaciones, servicios e informes en el ámbito del turismo sostenible por encargo de terceros.

Dirección: Email: info@turismo-responsable.org
Página Web: www.turismo-responsable.org

Índice

Introducción: objetivos, destinatarios y metodología 7

Primera parte: una perspectiva crítica del turismo: 9

- Introducción 11
- Impacto socio-económico a nivel “macro”: los mitos del turismo 13
- Impacto socio-económico a nivel “micro”: la comunidad
y el grupo doméstico 27
- Impacto medioambiental 41
- Impacto cultural 53
- Un ejemplo de Turismo Sostenible: el Turismo Rural Comunitario 67
- La cooperación en el ámbito turístico 81
- Conclusiones: el Turismo Responsable como movimiento social 97

Segunda parte: propuestas didácticas: 103

- Análisis de textos 107
- Debate a partir de películas de ficción 133
- Debate a partir de documentales 153

Bibliografía 179

Introducción: objetivos, destinatarios y metodología



El turismo muchas veces es presentado como una de las principales vías para generar crecimiento económico. Pero la experiencia nos indica que este sector no siempre ni necesariamente comporta desarrollo, y que los impactos de su crecimiento pueden resultar desfavorables para determinados sectores de población, especialmente la más desfavorecida, o para el medio ambiente. Como cualquier otro sector que genera beneficios económicos, el turismo está sujeto a múltiples contradicciones entre los diferentes grupos sociales implicados. De este modo, la relación entre turismo y desarrollo resulta más compleja de lo que habitualmente se sostiene. Para analizarlo es necesario tener en cuenta la dimensión de conflicto social que supone. Existen muchos tipos de conflictos asociados al turismo: por el acceso y uso de los recursos, por la distribución de los beneficios, por las condiciones laborales o por quién controla este crecimiento, entre otros.

El reconocimiento de esta dimensión de conflicto que implica el crecimiento de la actividad turística es imprescindible. Entendemos que es necesario incorporar en las propuestas políticas que se realizan en torno a este sector el análisis de los impactos que conlleva en sus múltiples facetas (económicas, sociales, culturales, medioambientales, etc.).

El libro que ahora presentamos, resultado de una alianza entre Fundación Luciérnaga y Acción por un Turismo Responsable, pretende contribuir a abrir el debate público sobre qué consecuencias pueden comportar determinados modelos de desarrollo turístico, basados en los intereses de las grandes multinacionales del sector y de los grupos oligárquicos locales. El libro está dividido en dos partes. En la primera, de carácter teórico, se propone un análisis crítico del fenómeno turístico, poniendo el acento en los impactos socio-económicos a nivel “macro” y a nivel “micro”, en el ámbito de las comunidades y los grupos familiares. También se abordan los impactos medioambientales y culturales. Finalmente proponemos un análisis del Turismo Comunitario como un ejemplo posible de Turismo Sostenible. Esta parte se cierra con una reflexión sobre el papel de la Cooperación al Desarrollo en el ámbito turístico. La segunda parte del libro está compuesta por varias propuestas didácticas relacionadas con los contenidos previamente expuestos. En primer lugar se presentan una serie de textos sobre experiencias concretas, acompañados de un cuestionario que permite entender y debatir sobre las cuestiones que el ejemplo plantea. En segundo lugar se proponen una serie de películas de ficción de distribución comercial normal que, acompañadas de una serie de pistas y cuestiones para el debate, pueden ayudar a reflexionar sobre el fenómeno turístico. Finalmente se proponen una serie de documentales que muestran distintas experiencias de América Latina y España. Con estos materiales, en definitiva, pretendemos ayudar a mejorar los recursos docentes sobre el análisis de los impactos del turismo.

Primera parte: una perspectiva crítica del turismo*



* *Esta primera parte reproduce parcialmente el libro: GASCON, J. & CAÑADA, E. Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Barcelona: Icaria. 2005*

Introducción:



En un documental sobre el turismo en Nicaragua, la que fuera presidenta del Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), Lucía Salazar, afirmaba:

“Los países tercermundistas obviamente somos ineficaces en la parte de nuestras producciones. Tenemos que buscar otros medios donde sabemos que podemos ser competitivos. Y el turismo es una de las respuestas. Y como tal, el gobierno de Don Enrique Bolaños ha decidido que es prioridad nacional el desarrollo de la industria turística en este país.”

En el mismo documental, el presidente de Nicaragua, Enrique Bolaños, dirigiéndose a un grupo de inversionistas norteamericanos en la inauguración de un complejo hotelero, en la laguna de Apoyo, en el municipio de Catarina, y refiriéndose a la presidenta de INTUR, les decía:

“Les invito a ver Nicaragua como un buen lugar para la atracción turística. Tenemos a Lucía para vender el país al turismo. ¿Qué más decirles? Estamos tratando de hacer lo mejor para el país.”¹

12

Este tipo de discurso es frecuente en los gobiernos de muchos países del Sur, donde el turismo se presenta como una vía rápida para el desarrollo y el crecimiento económico, dentro del actual contexto de predominio del modelo neoliberal. Las expectativas generadas en torno a esta actividad son enormes: creación de empleo, equilibrio de la balanza de pagos, atracción de inversiones, etc.

Sin embargo, la realidad es mucho más compleja. El turismo es un ejemplo de cómo el crecimiento económico no significa necesariamente desarrollo. Por ejemplo, en países donde se ha producido un exitoso “boom” turístico de sol y playa, contribuyendo al incremento del Producto Interior Bruto, este proceso ha generado también graves impactos negativos en el medioambiente o en el crecimiento de la inflación, impactos que no siempre se reflejan en los cálculos macroeconómicos pero que padecen especialmente los sectores más desfavorecidos. Por otra parte, este crecimiento económico rara vez va parejo a una redistribución de los beneficios generados.

En el documental referido, y a la salida de la inauguración con los inversionistas extranjeros, se ve cómo el automóvil del presidente Bolaños tiene que abrirse paso entre una manifestación de pobladores que protestan contra la degradación ambiental que suponía la instalación del complejo. El problema, por tanto, reside en la relación entre Turismo y Desarrollo. ¿Puede ser el turismo un motor de desarrollo? ¿Bajo qué circunstancias? ¿En qué condiciones?

1 Turismos, de Félix Zurita. Producción de Alba Films y Alba Sur para Fundación Luciérnaga. Managua: 2004.

Impacto socio-económico a nivel “macro”: los mitos del turismo



Por parte de la literatura más proclive y por aquella que tiende a basar sus discursos en estadísticas e indicadores macroeconómicos, el turismo internacional tradicionalmente se ha presentado como un eficiente motor de desarrollo. Así, alrededor del turismo ha surgido una serie de mitos que hacen referencia a su capacidad para generar ocupación, impulsar otras actividades productivas, modernizar las infraestructuras, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas como ciertas y con el turismo internacional de masas recién inaugurado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costos económicos y sociales que suponían para las poblaciones anfitrionas esta actividad. Pero en poco tiempo empezaron a ser evidentes.

El turismo se considera un gran generador de ocupación (mito 1), y no sólo por el número de puestos de trabajo directo que requieren las instalaciones turísticas (hoteles, apartamentos, restaurantes), sino también por los que se originan de forma indirecta (los que cubren el suministro de turistas: construcción, transporte, agencias de viaje, casas de cambio, seguridad) e inducida (los que surgen de la demanda por parte de los empleados directos e indirectos del turismo: comercio, bancos, espectáculos).

La otra cara de turismo como generador de empleo se descubre al observar las características y la calidad de este empleo generado, así como sus consecuencias en la ocupación de otros sectores económicos.

Buena parte de la ocupación que crea el turismo requiere poca calificación, lo que permite absorber fácilmente y sin inversión en formación a trabajadores de la región procedentes de sectores productivos tradicionales (agricultura, pesca, minería,...). No obstante, a medida que el lugar se desarrolla como foco de atracción turística, se necesita un mayor grado de profesionalización: sólo así puede mantener su prestigio y no sucumbir frente a la competencia de otros focos mejor preparados, o atraer un mayor número de turistas y/o de mayor capacidad adquisitiva. De esta manera se empieza a requerir los servicios de cocineros y camareros cualificados, de gerentes y administradores con un alto nivel de titulación, de guías que dominan diversos idiomas, etc.

En ocasiones, esta necesidad se cubre mediante agentes foráneos de la región, e incluso del país. El resultado es el aumento de la complejidad y la polarización de la estructura social de la región con la aparición y consolidación de un contingente de población inmigrante social, educativa y económicamente superior a la mayoría de la población autóctona.

Otras veces, sin embargo, esta necesidad de personal cualificado se cubre invirtiendo en la formación de la población local. Surgen escuelas de restauración, facultades de turismo y de empresariales, academias de idiomas. No obstante, la mayor parte del capital invertido en formación no procede de las principales beneficiarias de la actividad turística, las empresas, sino del Estado (en el caso de universidades y academias públicas) y de los propios usuarios de la formación (en el caso de las academias y escuelas privadas). Curiosamente muchas veces esta inversión que recibe el turismo no se considera como tal en la contabilidad tradicional, ya que suele estar introducida en la partida de educación; un sector que, de esta manera, siempre sale deficitario. La formación actúa como una externalidad para el sector turístico; es decir, se trata de una partida no valorada en los cálculos económicos del sector y, por tanto, no considerada como “gasto de operación” o “costo de inversión”.

Cuando esto sucede, cuando la población autóctona accede a cubrir empleos cualificados, son emigrantes de regiones y países más pobres los que tienden a asumir los trabajos no cualificados, de manera que también en este caso se hace más compleja la estructura social local, ahora con la aparición de un contingente de población inmigrante muchas veces marginalizado.

Por lo general, la segunda manera de resolver la necesidad de trabajadores cualificados, que requiere de Estados redistributivos y sociedades con mayor capacidad económica, es característica de los países del Norte, mientras que la primera es más propia de los países del Sur.

Las condiciones de trabajo en el sector turístico, especialmente de aquellos empleos menos cualificados y que son cubiertos por población local, o por contingentes de emigrantes procedentes de países y regiones más empobrecidos, es otro ámbito en el que se ponen a prueba las bondades del turismo: el trabajo no cualificado en el turismo se caracteriza por los salarios bajos, la abundancia de contratos temporales (no olvidemos que el turismo es una actividad estacional), cuando los hay (el turismo parece ser un buen caldo de cultivo para la economía sumergida), las largas jornadas de trabajo y las escasas condiciones de seguridad. El tema de las escasas condiciones de seguridad se observa especialmente en dos tipos de empleos indirectos muy característicos del desarrollo turístico. Uno es la construcción, una de las actividades laborables más riesgosas, incluso en países desarrollados donde existen normativas al respecto.

El otro es la prostitución, ocupación eminentemente femenina (aunque no en exclusividad) y que entraña para la trabajadora riesgos sanitarios (enfermedades de transmisión sexual) y los físicos, propios de una actividad marginada social y legalmente.

**Véase la siguiente propuesta didáctica:
- Película 4: Un lugar llamado Milagro**

16

El tema del turismo sexual es un apartado importante cuando se habla de turismo. La prostitución, en sus diversas variantes (como acompañante o como relación puntual) es el principal papel público de las mujeres en la industria turística en amplias regiones de Asia, África y América Latina. Más allá del debate sobre la valoración de esta actividad con respecto a las relaciones de subordinación de la mujer al hombre, existente en el movimiento de mujeres, y aparte del impacto que tiene en los preceptos culturales, en los sistemas de valores o los problemas sanitarios que conlleva, la prostitución tiene consecuencias similares a las de otras fuentes de trabajo que genera el turismo en lo que respecta al empoderamiento de la mujer.

Generalmente, el importante papel que juega la mujer en el turismo sexual no se traduce en un aumento de su papel en la toma de decisiones, ya que son los hombres quienes suelen controlar el negocio en su rol de proxenetas, o de maridos y compañeros que actúan como tales. Un estudio realizado en el Caribe anglosajón, no obstante, descubriría cómo el turismo sexual femenino había permitido mejorar los ingresos del grupo doméstico y, a costa de aumentar las tensiones familiares, redistribuir la autoridad².

El problema de las condiciones de trabajo no es exclusivo del Sur; sucede también en países considerados ricos y donde existen normativas laborales estrictas. El informe *Destrucción a toda costa 2004* de Greenpeace denunciaba que un estudio encargado por el propio Govern Balear manifestaba el alto índice de precariedad laboral en el sector turístico de las Islas Baleares, con un 90.22% de los contratos temporales y con salarios por debajo de la media estatal³.

2. Momsen, J.H. "Tourism, gender and development in the Caribbean", en KINNAIRD, V. & D. Hall (ed.) *Tourism: A Gender Analysis*. Chichester: John Wiley and Sons. 1994

3. Greenpeace España *Destrucción a toda costa: Informe 2004* (www.greenpeace.org/espana_es)

Cruceros en el Caribe, globalización y costos laborales

En el Caribe, el crucero ha dejado de ser potestativo de un turismo de élite para convertirse en propio de un turismo de masas. A finales de la década de 1990, 71 buques con capacidad para casi 95.000 viajeros surcaban la región. En el año 2001 los cruceros suponían más de quince millones anuales de desembarcos de pasajeros a puertos. En algunas islas el número de pernотaciones en cruceros ya superaba el de pernотaciones en tierra.

La naturaleza itinerante y extraterritorial de este tipo de turismo le permite participar con éxito en los procesos de globalización, especialmente en lo que respecta a la desterritorialización del capital y del trabajo. El mejor ejemplo de ello es el uso de banderas de conveniencia: aunque la mayor parte de las compañías de cruceros que trabajan en el Caribe son de capital norteamericano y tienen su sede central en Estados Unidos, prácticamente en ninguno de sus navíos de gran tonelaje ondea la bandera de este país. Con ello estas compañías evitan los impuestos y regulaciones marinas de los países de origen, y especialmente sus normativas laborales. Estas normativas, más estrictas, obligarían al barco a disponer de un mayor número de tripulantes, lo que aumentaría los costos.

Las tripulaciones de barcos con banderas de conveniencia no están sujetas a la legislación laboral de sus países de origen ni a la del país del empleador, sino a las de país de bandera, normalmente Panamá, Liberia o Bahamas, donde la normativa laboral de protección de los derechos de los trabajadores es muy laxa y puede ser fácilmente cambiada. Valga como ejemplo el caso panameño, donde el derecho a un día libre por semana fue derogado por presión de las empresas de cruceros. Además los barcos con bandera de conveniencia pueden pagar salarios más bajos, ya que los países de bandera no tienen políticas restrictivas de contratación.

También se observa el proceso de globalización en la conformación de la tripulación, que procede de todas las partes del mundo. Pero mientras que, por lo general, oficiales y personal especializado proceden de Europa occidental y de los Estados Unidos, la tripulación es asiática, caribeña o de Europa oriental, más dispuesta a cobrar salarios bajos y a soportar peores condiciones de trabajo.

Fuente: Wood, Robert E. "Caribbean Cruise Tourism: Globalization at Sea", *Annals of Tourism Research* 27(2): 345-370. 2000, y "Global currents: Cruise ships in the Caribbean Sea", in D.T. Duval (ed.) *Tourism in the Caribbean*. London & New York: Routledge. 2004

Véase la siguiente propuesta didáctica:

- Película 4: Propuesta video 5: Viajar como ricos

18

Cabe señalar que las condiciones de trabajo tienden a ser peores en el caso de la mujer, tanto en los países ricos como en los del Sur. Por un lado, suele cubrir los empleos más inestables, peor pagados y de status inferior. Como sucede en la mayoría de las actividades laborales, en el turismo se da una doble segregación por razón de género. Se da una segregación horizontal, cuando las mujeres y los hombres son destinados a empleos diferentes. Y se da una segregación vertical cuando la mujer ocupa los cargos de menor responsabilidad y con menos oportunidades de promoción, mientras que los hombres asumen los cargos gerenciales y mejor remunerados. Según información de la Organización Internacional del Trabajo, las mujeres que trabajan en la industria turística reciben de media el 79% del sueldo que reciben los hombres⁴. Pero este dato hay que tomarlo con cautela, ya que sólo considera el trabajo con contrato, que es el que entra en las estadísticas; la mujer asume un mayor número de labores en la economía sumergida que el hombre.

A todo esto hay que sumar que la defensa de sus derechos laborales siempre queda en segundo término. Finalmente, muchas veces este trabajo fuera del ámbito doméstico no le exime de seguir asumiendo los roles que tradicionalmente ha tenido en el hogar.

Véase la siguiente propuesta didáctica:

- Texto 6: Ocupación femenina en el sector turístico de las Islas Baleares

Quien afirma que el turismo genera empleo también obvia que este empleo es inestable, ya que se trata de un sector fuertemente dependiente: el lugar de destino puede poner en práctica políticas encaminadas a atraer turistas, pero el turista siempre será un recurso foráneo sobre cuya “producción” no se tiene ningún control.

4. UNED-UK “Género y Turismo: Empleo y Participación de las Mujeres en el Turismo” Foro para el Turismo Sostenible. 1999 (www.tourisos.net/genero/genero2.html)

A principios de la década de 1980, Richard W. Butler estableció un modelo que, desarrollado posteriormente por otros autores, permite entender esta vulnerabilidad⁵. El modelo, denominado Ciclo de vida del destino turístico, afirma que la actividad funciona cíclicamente. Después de un periodo de desarrollo, el destino pierde atractivo turístico, ya sea porque se ha superado su Capacidad de Carga (límite máximo de una zona para absorber turismo sin que disminuya la satisfacción del huésped) o porque las innovaciones en los medios de transporte permiten que surjan competidores en lugares más remotos y exóticos, y por ello, más atractivos.

En cada ciclo, el destino turístico pasa por diferentes etapas. Las primeras son de crecimiento: exploración, implicación de las autoridades (involvement), desarrollo de la actividad y consolidación. A continuación vienen las fases de estancamiento y crisis, que son seguidas por el declive del destino turístico o por su rejuvenecimiento, si se acierta a la hora de cambiar el modelo de desarrollo, con lo que se inicia un nuevo ciclo.

Aun cuando el destino sea capaz de “rejuvenecerse”, ello implica pasar por periodos de crisis y de reconversión que comportan la reestructuración del tejido laboral: el número de trabajadores se reduce, al menos temporalmente durante la fase de crisis, y con la reconversión aumenta el nivel de calificación de una parte del trabajo y la consiguiente expulsión de trabajadores no cualificados.

Este proceso tiene lugar si no sobrevienen fenómenos extraeconómicos o factores exógenos que rompen con el arribo de turistas de forma abrupta, como crisis financieras en los países de origen de los turistas, o conflictos armados, inestabilidad política (especialmente terrorismo), epidemias y catástrofes naturales en los de destino.

Finalmente, hay que señalar otro fenómeno que aquellos que observan positivamente al turismo como creador de ocupación no tienen en cuenta: muchas veces esta creación de ocupación pasa por el abandono de sectores tradicionales como la agricultura o la pesca. En estos casos, no es que el turismo genere nuevos empleos, sino que sustituye los tradicionales e incentiva la migración campo-ciudad. En un periodo aún inicial del desarrollo turístico internacional, a principios de los '70, ya se observó que en el Caribe británico este proceso conllevaba un declive de la producción agropecuaria y la necesidad de importar alimentos, más caros, para cubrir la demanda local.

5. Butler, R.W. “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, *Canadian Geographer* 24(1): 5-12. 1980

En países y regiones del Norte, donde el desarrollo de los medios de producción agropecuarios permite obtener mayor productividad con menor mano de obra, no ha generado este problema, pero sí un desequilibrio del mapa humano: zonas rurales abandonadas y crecimiento desordenado en las periferias de los núcleos turísticos.

Vemos, así, que si bien es cierto que el turismo impulsa otras actividades productivas (mito 2), como es el caso de la construcción, también lo es que al mismo tiempo pone en riesgo otras tradicionales, generalmente del sector primario, como la agricultura o la pesca. El turismo puede cambiar la tendencia del gasto público, una de las fuentes de inversión más importantes, favoreciendo aquellos servicios de mayor interés para el sector y en detrimento del resto.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 2: La reconstrucción después del Tsunami**
- **Película 4: Un lugar llamado Milagro**

Un análisis realizado en más de 3.600 municipios españoles, de más de 1.000 habitantes, descubría que en aquellos donde el turismo era un sector económico primordial incrementaba su influencia sobre las entidades públicas y obtenía un trato de favor en las políticas de gasto. Así, el turismo afectaba positivamente el presupuesto público municipal destinado a seguridad ciudadana y a bienestar comunitario (saneamiento y abastecimiento de agua, servicio contra incendios, recogida y eliminación de basuras, etc.), ámbitos de los que el sector se beneficia de forma directa. Pero por el contrario afectaba negativamente y de forma significativa en los gastos generales, sociales, sanitarios y en vivienda. El estudio descubría cómo en los municipios con un peso significativo del sector turístico, los gastos sociales por habitantes se reducían, de media, casi 10 euros, y unos 7.5 euros los de vivienda y los generales. En cambio, aumentaban más de 3 euros los gastos dedicados a protección civil y seguridad ciudadana, y casi 13.5 euros los destinados a bienestar comunitario⁶.

De esta manera, y como ya hemos visto que sucedía en referencia a la formación del personal cualificado necesario para el desarrollo del sector, el turismo externaliza

6. Costa, A. "Análisis de los efectos del turismo sobre los gastos públicos locales: Aplicación al caso de los municipios españoles". VII Encuentro de Economía Aplicada. Vigo, 2004 (www.revecap.com)

parte de sus gastos de operación y costos de inversión a cuenta del erario público. E igual hace con algunos costos derivados de la actividad turística. Así por ejemplo, el aumento de enfermedades tropicales contraídas por los turistas europeos en destinos exóticos supone una presión sobre los recursos de los sistemas de salud públicos. O cada vez más, una parte importante de la labor de las embajadas es prestar servicios o ayuda a sus ciudadanos de visita en el país.

El desarrollo del turismo permite la modernización de las infraestructuras (mito 3), especialmente las de transporte: carreteras, aeropuertos y puertos. Pero esta modernización tiene lugar según las prioridades turísticas y no buscando un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

Cuando se termina el ciclo de vida de un destino turístico y éste entra en declive o su modelo de desarrollo se ha de transformar, estas infraestructuras, o parte de ellas, pueden dejar de tener utilidad o quedar sobredimensionadas. Dejando a un lado el impacto ecológico que muchas veces estas obras conllevan, este desuso no tendría mayor importancia si no fuera porque generalmente el capital invertido en infraestructuras no sale del sector empresarial turístico que obtiene beneficios de ellos, sino de las arcas públicas.

En este sentido cabe considerar que, en ocasiones, costosas infraestructuras construidas con financiación pública acaban siendo usufructuadas sólo por una minoría. El caso de los puertos deportivos es paradigmático. En mejorar y ampliar el puerto deportivo de Ala Wai, en el archipiélago de Hawai, el Estado norteamericano se gastó, a principios de la década de 1970, más de 30.000 dólares por cada nuevo propietario que pudo anclar su yate en él; en total, unos nueve millones de dólares (¡de hace más de 30 años!). Estos propietarios, algo menos de 300, representaban el 0.03% de la población total de la isla⁷.

La aparición de población foránea estacional, pero con una importante capacidad adquisitiva puede hacer aumentar el precio de servicios y productos que antes sólo usufructuaba la población local. No obstante, esta revalorización de los recursos autóctonos (mito 4) se materializa muchas veces en procesos inflacionarios.

Recursos naturales como la tierra o el agua son susceptibles de padecer este tipo de proceso. Es indiscutible que un sector propietario de tierras bien situadas para el desarrollo turístico puede obtener pingües beneficios del aumento del precio del suelo.

7. Kelly, J. "Turismo, enajenación de la tierra y control extranjero en Hawai", en F. JURDAO (comp.) *Los Mitos del Turismo*. Madrid. Endymion. 1992

Incluso no necesariamente se trata de la población previamente más acomodada y con mayores recursos de la comunidad; en muchos lugares el turismo de costa ha revalorizado terrenos pantanosos de primera línea de mar que anteriormente, en una economía agraria, eran considerados marginales por ser poco productivos y cuyos propietarios era la población más humilde. Sin embargo este aumento del precio del suelo también puede tener repercusiones negativas. Por un lado, sectores de la población se pueden ver obligados a emigrar, no por falta de posibilidades laborales en la zona o por deseos de mejorar económicamente, sino por que el precio del suelo y de la vivienda aumente hasta exceder sus posibilidades. Volviendo al caso de Hawai, uno de los primigenios centros turísticos de masas, ya en la década de 1970 más del 80% de los habitantes del archipiélago no podían costearse una vivienda⁸.

Málaga y el turismo residencial

“La Coordinadora en Defensa del Medio Rural y Litoral denuncia hoy la especulación urbanística y el crecimiento insostenible en la provincia de Málaga (...) Nos posicionamos especialmente contra los proyectos de campos de golf por ser el engaño verde de este proceso especulativo, en el que a los ciudadanos se les “vende” como la solución para desarrollarse, crear empleo, tener un paisaje bonito (el del campo de golf), cuando en realidad quienes se desarrollan, y bien, son los promotores, haciendo que la población en general pierda preciados parajes, pierda calidad y cantidad en sus aguas, pierda poder adquisitivo frente a quienes comprarán las viviendas de la urbanización del campo de golf, pierda su modo de vida y al final sean más pobres, porque con sus sueldos, que no se desarrollan, no podrán acceder a comprar una vivienda o un terrenito, base de la vida y de las familias, sobre todo en las zonas rurales. Esto se agrava en el caso de los agricultores, que se ven obligados a vender sus tierras por no poder sostener su modo de vida, lo que provoca la pérdida de los paisajes agrícolas del interior de la provincia. (...) A este “turismo residencial” nosotros lo calificamos directamente de “colonización”, porque, evidentemente, no vienen con los mismos medios y posibilidades que la población local. No podemos competir, con turistas cuyos sueldos triplican a los nuestros, a la hora de comprar vivienda o terrenos.”

Fuente: Extracto del comunicado de prensa de la Coordinadora en Defensa del Medio Rural y Litoral, colectivo formado por plataformas ciudadanas, agrupaciones ecologistas y sindicatos andaluces (julio del 2004)

⁸ Kelly, *op. cit.*

Por otro, puede llevar al abandono de sectores productivos tradicionales como el agrario: cuando el precio del suelo sobrepasa determinada barrera, al campesino le acaba siendo más beneficioso vender su propiedad que seguir trabajando la tierra; igualmente, llega un punto que el arrendatario ya no puede soportar el aumento de la renta. Algo similar sucede con el agua. El agua también es un bien escaso al que se le pone precio, y a un buen precio puede cambiar de función: del agrario a cubrir las “necesidades” de complejos y enclaves turísticos.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- Película: La Caja 507

- Película 4: Un lugar llamado Milagro

Cabe señalar que la inflación del suelo favorece procesos especulativos de cuya responsabilidad no escapan las instituciones públicas, en cuyas manos está la capacidad de recalificar su uso.

Este proceso inflacionario también se da en el precio de los servicios y de los productos de consumo. El costo de construir una vivienda, por ejemplo, se dispara, tanto por el aumento de la mano de obra como por el de los materiales de construcción, aun de aquellos que antes no tenían asignado precio (piedra, arena, grava). Tanto en zonas rurales como en las ciudades, espacios de uso común acaban siendo territorios privativos del turista debido a los altos precios de los servicios que en ellos se ofrecen: acceso a playas, terrazas de bares y restaurantes en zonas céntricas o de moda, cotos privados y permisos de caza, etc.

Mención especial merece el tema de la alimentación. El turista y los empleados foráneos que atrae el desarrollo del sector son consumidores de alimentos y, al menos los primeros, de gran capacidad adquisitiva, lo que les convierte en competidores frente a la población local. Ante esta situación actúa la ley de la oferta y la demanda, y los precios de este bien básico tienden a subir.

El problema aumenta cuando la demanda de alimentos sobrepasa la capacidad productiva de la región que, como hemos visto, en ocasiones se ha reducido por el transvase de recursos (mano de obra, tierra, agua, inversiones públicas) del sector primario al de servicios. Eso obliga a la importación de alimentos... y el precio de la canasta básica vuelve a subir.

Un ejemplo significativo del rol que juega el turismo en el proceso inflacionario lo encontramos en Cataluña. En la década de 1960 la costa catalana se convirtió en un centro de atracción del turismo europeo. Este proceso se incrementó tras las Olimpiadas de Barcelona de 1992: este evento sirvió de trampolín para una política de promoción turística que acabó convirtiendo a la capital catalana en una de las ciudades europeas más visitadas. Resultado de ello, la media anual de pernoctaciones en Cataluña aumentó, entre 1995 y 2003, un 6'3%, mientras en el Estado español fue del 4'4%.

Coincidiendo con esta exitosa campaña de promoción turística, el Índice de Precios al Consumo en Cataluña ha mostrado en la última década un comportamiento más inflacionario que en el resto de España: mientras que la media anual de crecimiento del IPC en el Estado español ha sido del 2'9, en Cataluña ha sido del 3'2. Un reciente estudio del gobierno catalán ha descubierto que el principal factor de demanda externa que explica este fenómeno es el boom turístico antes señalado, que genera una población flotante cada vez mayor. Esta población, como consumidora, presiona sobre los precios, especialmente de los alimentos y de los servicios, que son los que muestran una tendencia más inflacionaria⁹.

En los estados redistribuidores, los impuestos que se obtienen de la actividad turística y de otras que crecen a su sombra se materializan en servicios públicos esenciales como el sistema sanitario o el educativo (aunque igual cabe pensar que otra parte de esos impuestos se destinan al mantenimiento y modernización de los ejércitos). No obstante, ni en estos casos se puede hablar de un reparto equitativo de los beneficios del turismo entre la población local. Si así fuera, la inflación no sería un problema, ya que iría emparejado con el aumento de los ingresos per capita. Pero para aquellos que no reciben beneficios del turismo, o lo hacen marginalmente, los procesos inflacionarios resultados del desarrollo del sector les suponen la pérdida de su poder adquisitivo, y por tanto empobrecimiento en términos reales.

Igualmente, también es dudosa la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino que permitan equilibrar la balanza de pagos nacionales (mito 5), especialmente en el caso de los países del Sur. Desde esta visión el turismo aparece como un recurso relativamente fácil y rápido de explotar, que genera ingresos muy superiores a las inversiones que requiere, al punto de permitir hacer frente a los problemas de deuda externa que padecen la mayoría de los países pobres.

9. *Generalitat de Catalunya Evolució de la inflació a Catalunya i a Espanya 1995-2004: Informe tècnic. Generalitat de Catalunya – Direcció General de Programació Econòmica. 2005.*

Lo cierto es que son transnacionales turísticas de capital occidental, propietarias de las principales compañías de vuelo y de las grandes cadenas hoteleras, las que controlan, gestionan y acaparan la mayor parte de los beneficios del turismo internacional; es lo que se denomina “fugas externas”. Además, buena parte del consumo que el turista realiza, aunque adquirido en empresas nacionales, son bienes y servicios de importación (fugas internas).

Si bien ya sucedía antes, esta “repatriación de beneficios” se ha acentuado desde la década de los '80 y '90, merced a los procesos de privatizaciones y de apertura de mercados propiciados por las políticas neoliberales que los países del Sur se han visto obligados a adoptar. El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios, establecido recientemente por la Organización Mundial del Comercio (OMC), está siendo la última fase de este proceso. El Acuerdo busca terminar con políticas proteccionistas que han permitido a algunos países mantener su sector turístico mediante diversos mecanismos, como las restricciones a la propiedad extranjera. El Acuerdo otorga a las empresas extranjeras los mismos derechos que a las locales y les libera de toda restricción, como la obligación de utilizar productos locales.

25

El resultado es que buena parte del desembolso que realiza el turista acaba engrosando las economías de los países ricos. De media, cerca del 55% del gasto realizado por el turista en sus viajes a países del Sur permanece o retorna a los del Norte, porcentaje que alcanza el 75% en el caso de algunos países de África y el Caribe. Sólo una parte marginal de los beneficios acaba quedando en el país anfitrión.

Finalmente, cabe señalar que en determinadas zonas donde se ha hecho una apuesta por el turismo como principal vía de desarrollo, se ha observado que genera problemas similares a las de economías agroexportadoras centradas en el monocultivo, tales como la dependencia de los precios del mercado internacional, muy fluctuantes y que se establecen en los lugares de origen de los turistas, o un alto nivel de riesgo derivado de la escasa diversificación y del límite de crecimiento del sector (el ciclo de vida del destino turístico).

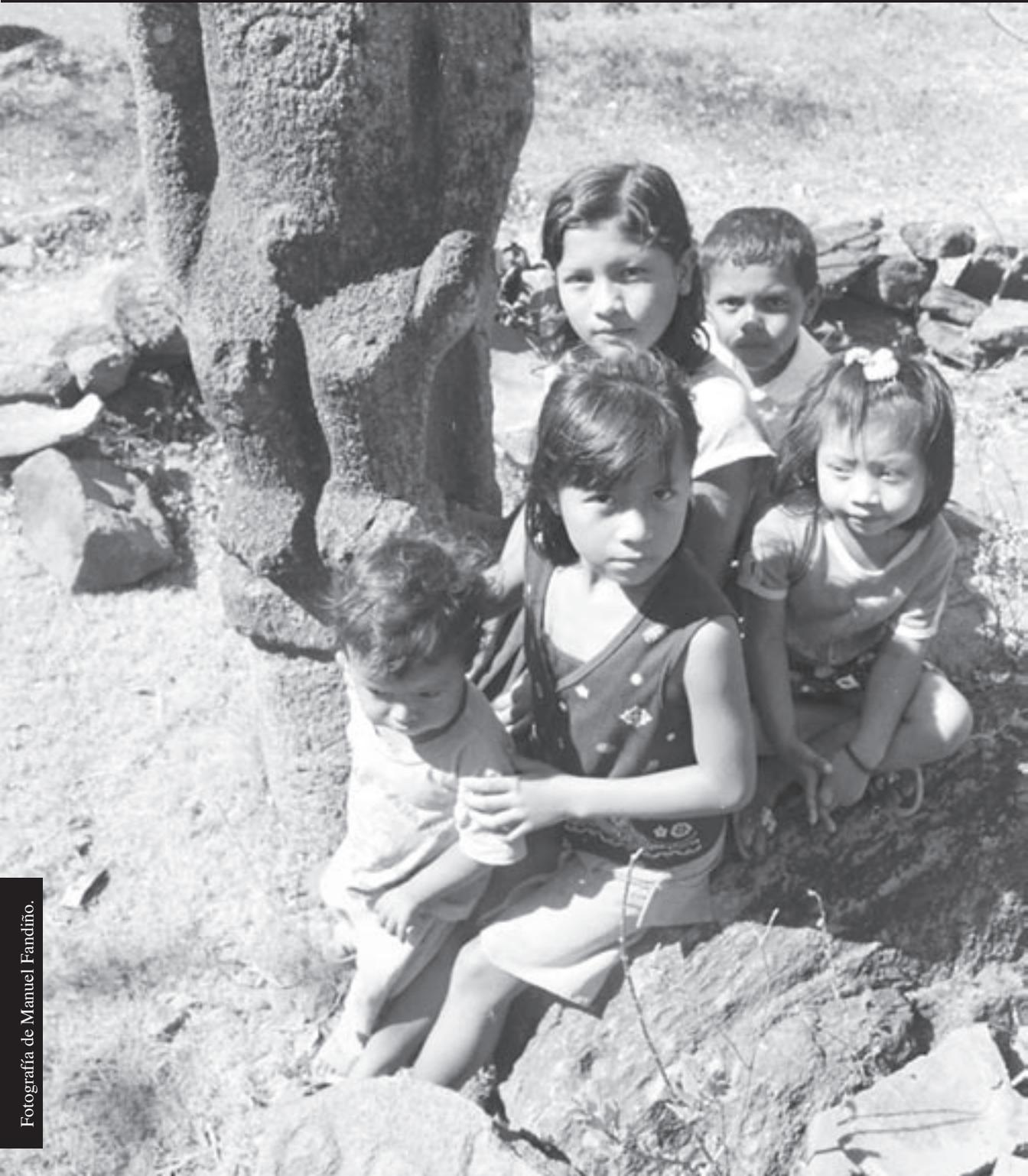
Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 1: Crisis turística en el distrito de Narok**
- **Película 5: Tiburón**
- **Propuesta video 2: ¿Cuándo hay que parar?**

Hasta aquí hemos contrapuesto, a las principales hipótesis que apoyan el desarrollo del turismo como motor de desarrollo económico, evidencias que confirman lo contrario y que no son infrecuentes. No obstante, estas evidencias no se pueden generalizar; no siempre el turismo origina procesos similares. El impacto económico del turismo depende de diversos factores, como la naturaleza y volumen de este turismo, el tipo de participación de la población local/nacional en la actividad, los atractivos del lugar de destino, el equilibrio con otros sectores económicos o la capacidad del Estado para hacer cumplir las normativas existentes, y controlar el modelo de desarrollo, entre muchas otras.

Por otra parte es cierto que, aun con todas las consecuencias negativas que puede generar, en algunos casos un turismo de enclave ha permitido superar situaciones de crisis en países del Sur. Un turismo de sol y playa co-gestionado por el Estado es uno de los principales factores que está permitiendo a Cuba superar la crisis que le supuso la caída del bloque socialista, y proveer del capital necesario a la reforma de su modelo agrario, hasta entonces muy dependiente del monocultivo de la caña de azúcar. Kenia ha diversificado sus fuentes de divisas a partir de un turismo fundamentado en la naturaleza, lo que le ha permitido enfrentar la fuerte recesión en el mercado internacional del café y del té, sus productos de exportación tradicionales.

Impacto socio-económico a nivel “micro”: la comunidad y el grupo doméstico



La comunidad y el mundo exterior

Uno de los primeros retos con el que se enfrenta una comunidad que desea desarrollar la actividad turística es la de darse a conocer. Porque dejando a un lado casos singulares, los turistas no aparecen en un lugar por su propia iniciativa, y cuando lo hacen no es en la suficiente cantidad como para poder hablar de un recurso. La comunidad necesita crearse una reputación en el circuito turístico regional o nacional: aparecer en las guías de viajes, en la publicidad institucional, en las páginas de internet adecuadas, etc. Y también requiere mediadores que le traigan viajeros: los operadores turísticos locales.

La relación entre comunidad y operadores turísticos no está exenta de complicaciones, y la capacidad de negociación de la comunidad puede encontrarse con muchas limitaciones. Dos razones explican estas dificultades.

28 Por un lado, el desconocimiento del medio. El turismo tiene su complejidad. Manejarse por la maraña de relaciones y contactos, instituciones, empresas y normativas que se mueven alrededor de esta actividad es el oficio del operador turístico. En cambio para la comunidad, al menos en una primera fase, se trata de un mundo desconocido. La desinformación genera dependencia hacia estos mediadores, un factor desfavorable en el proceso de negociación.

La segunda razón es el papel de los operadores turísticos como proveedores de turistas. Esto también puede convertirse en un arma a su favor. El operador turístico puede obligar a la comunidad a acatar ciertas condiciones, so pena de encaminar a los turistas hacia otras zonas con una oferta similar. O promover la competencia, a la baja, entre comunidades de la región, de las que sólo él saldría beneficiado. Resultado de esta situación, encontramos comunidades cuyo papel en la gestión del recurso es nulo: se convierten en meros motivos paisajísticos, en mano de obra barata para negocios ajenos, o sus elementos culturales cambian de función según los intereses de los operadores turísticos. Finalmente, los beneficios que reciben son marginales.

En el otro extremo hallamos casos en los que la comunidad ha sido capaz de enfrentar con éxito a los operadores turísticos y llegar a acuerdos favorables. Generalmente la comunidad tiene fuerza para negociar a su favor y establecer condiciones cuando se dan determinadas condiciones propicias: cuando la comunidad ya está suficientemente posicionada como centro turístico y es visita obligada, cuando aquello que ofrece es peculiar y no se halla en ningún otro rincón de la región, cuando cuenta con el apoyo y seguimiento de agentes foráneos públicos o no gubernamentales, o cuando entre los operadores turísticos predomina el principio de la competencia sobre los intereses corporativos.

Una agencia de viajes indígena en la Amazonía peruana

El Área Protegida de Amarakaeri se encuentra en el departamento de Madre de Dios, al Sur del Perú. Lo forma más de 400.000 hectáreas de bosque amazónico en las que se encuentran ocho comunidades de las etnias Harakmbut, Matsiguenga y Yine, cuyos más de 1500 habitantes combinan la caza y la pesca, la recolección y la agricultura. Aun cuando el territorio tiene consideración de “área protegida”, la zona y su población se encuentran amenazados por una multitud de influencias externas, como la llegada de buscadores de oro fluvial, que envenenan los ríos por la utilización de mercurio, o de colonos que talan el bosque indiscriminadamente.

Entre estos factores de presión se encuentran los operadores turísticos foráneos: durante años, los habitantes de la Reserva Amarakaeri han sido testigos del floreciente negocio de estos operadores privados que trabajan en la selva, negocio del que sus propios habitantes quedaban excluidos. Ante esta utilización de un recurso que consideran propio, y con la idea de abrir una nueva fuente de ingresos, decidieron participar en la actividad ecoturística.

De esta iniciativa, y con el apoyo de la organización no gubernamental danesa IBIS y de la organización indígena FENAMAD (Federación Nativa del Río Madre de Dios), nació en 1999 Wanamey Expediciones. Wanamey es una agencia de viajes con sede en Cuzco, la ciudad de la que salen la mayor parte de los turistas que visitan la selva Sur del Perú, de la que son propietarias y gestionan las comunidades de la Reserva. De esta manera están sustituyendo a operadores turísticos foráneos que actuaban en su territorio.

Wanamey organiza recorridos guiados en pequeños grupos. El número de turistas que gestiona la agencia es pequeño. No obstante, está permitiendo la generación de unos ingresos importantes para la economía de las comunidades, ya que les permite conservar su modo de vida tradicional. Además la nueva fuente de ingreso les ha de permitir, a la vez que conservan su propia cultura, mejorar la formación de los jóvenes y el acceso a medicina moderna.

La experiencia de Wanamey Expediciones obtuvo en el 2002 el prestigioso Premio TO DO!, que se concede a iniciativas en turismo sostenible y que otorga el Instituto de Turismo y Desarrollo de Ammerland (Alemania)

Fuente: Información obtenida de la web TurismoVisión, de la ONG alemana KATE (<http://turismovision.kate-stuttgart.org/>)

Ninguna comunidad es una sociedad aislada, sino que forma parte de un territorio con el que interactúa. Por eso, cuando una comunidad se convierte en un foco de atracción turística, el proceso también afecta a las comunidades lindantes. En ocasiones, el desarrollo turístico puede ampliarse a toda la región, si cuenta con características similares al centro de atracción primigenio. Pero este impacto también se da cuando el interés que genera la llegada de visitantes está muy localizado, como puede ser el caso de una fuente de aguas termales o determinados monumentos de valor histórico o artístico.

Así, un centro turístico exitoso puede ofrecer posibilidades laborales no sólo a sus habitantes, sino también a pobladores de zonas cercanas, ya sea de manera directa, indirecta o inducida, y ya sea de forma temporal o permanente. Igualmente, la producción autóctona regional tiende a revalorizarse en el mercado debido al aumento de la demanda que el turismo conlleva, tanto de mercancías de primera necesidad (alimentación) como de otros bienes manufacturados si se genera un mercado de artesanías. El desarrollo de un núcleo turístico cercano también puede favorecer la aproximación de servicios básicos o la mejora de las comunicaciones.

30

Es por ello que el turismo puede actuar como motor revitalizador de zonas en crisis, afectadas por los cambios que favorecen la emigración campo-ciudad o por el abandono institucional, no sólo allá donde se centra el foco de atracción turística sino en todo el territorio de influencia. Este sería el caso del Santuario de Nuestra Señora de Fátima, en Portugal, uno de los centros de atracción de turismo religioso más importantes de Europa con cinco millones de visitas al año. En el Concejo de Ourém, en el que se encuentra, el turismo de peregrinación es la principal actividad económica y el motor de la mayoría de las demás. Aun cuando el Concejo padece graves deficiencias infraestructurales (escasez de carreteras y otros medios de transporte, servicios de salud limitados, red eléctrica insuficiente, etc.), el turismo atraído por Fátima ha permitido que Ourém presente la tasa más baja de desempleo del distrito de Santarém y que haya frenado las tendencias migratorias mayoritarias en la región¹⁰.

No obstante, la aparición de un foco turístico también puede crear problemas en el área circundante. Una comunidad cercana a un centro turístico puede no obtener beneficios del turismo, u obtenerlos de forma marginal, pero padecer el aumento de precios de bienes y recursos que caracteriza su desarrollo. Igualmente, cuando la atracción turística se concentra en una determinada zona puede conllevar desequilibrios territoriales. Este es el caso del turismo de sol y playa: los ámbitos de

10. Información extraída de la página web “Ecos do Ribatejo” (www.ribatejo.com/)

poder tienden a concentrarse en la costa, que acaba monopolizando las inversiones e infraestructuras públicas y privadas en detrimento de las zonas rurales del interior. En Galicia, el turismo de litoral, especialmente en las Rías Baixas (Pontevedra), supuso una concentración de la población y de los polos de desarrollo que influyó en la ralentización de la actividad económica en las zonas rurales del interior¹¹.

Dentro de la comunidad

Un fenómeno nada infrecuente en la industria turística, y que también puede generar conflictos o actitudes de rechazo, es la desigual distribución de los beneficios. Esto es especialmente significativo cuando realizamos una observación de su impacto en el interior de la comunidad y del grupo doméstico.

Raramente el desarrollo del turismo tiene consecuencias similares para todos los individuos de un grupo. El tipo y la cantidad de recursos que tiene previamente a su disposición, su género, su edad, sus conocimientos, su capacidad de iniciativa, su formación y/o educación, su actividad laboral, sus creencias, su rol en la toma de decisiones del grupo o su red de relaciones son factores que pueden incidir en este impacto diferenciado. Por ello no es posible entender las consecuencias que tiene o puede tener el nuevo recurso sin considerar la estructura social, económica y política de la comunidad anfitriona.

Cuando un sector de la comunidad acaba controlando y usufructuando el recurso turístico no suele ser por casualidad. Algún o varios factores previamente existentes son los que marcan el devenir del nuevo recurso. El más común es el nivel socioeconómico de los grupos domésticos. Aun en las sociedades más cohesionadas y aparentemente menos diferenciadas, el acceso a los recursos no es la misma para todos los grupos domésticos. “Dinero atrae a dinero”, y el turismo no es un caso especial.

Para obtener beneficios de determinadas actividades turísticas se requiere una inversión previa. Por ejemplo, si se quiere invertir en el ámbito de la hostelería, habrá que habilitar o edificar una construcción que sirva de restaurante y/o albergue. Si se quiere actuar en el ámbito artesanal, puede ser necesario un capital de trabajo previo. Por otra parte, no se trata de tener la suficiente capacidad económica para hacer frente a este gasto inicial solamente, sino también para invertir en una actividad desconocida y no exenta de peligro. Y es que la aversión al riesgo es una estrategia propia de economías que generan excedentes escasos y que, por tanto, tienen poca capacidad para asumir fracasos.

11. *Revista Adoz*, n°12. 1998 (www.ocio.deusto.es/formacion/ocio21/boletin.htm)

No es que todos los sectores más pudientes acaben dedicándose al turismo; también cuenta el factor “iniciativa”. Pero sí suele suceder que los que se dedican a las actividades turísticas más provechosas han de tener unos recursos previos mínimos. Y pocas veces los factores necesarios (capital inicial y capacidad de riesgo) están al alcance de toda la población.

Puede suceder, también, que el factor que establece un acceso diferenciado a los beneficios turísticos no sea la cantidad de recursos que cada grupo doméstico posee o controla, sino el tipo de recurso. Así, una concepción determinada de la belleza del paisaje puede llevar al turismo a establecerse en espacios concretos de una comarca (acantilados, altozanos, etc.), cuya propiedad o control es de un sector de la población. En la isla de Taquile (Lago Titicaca, Perú), donde desde hace décadas funciona exitosamente una experiencia de Turismo Comunitario, los grupos domésticos cuya residencia se encuentra más alejada del muelle, lugar de recepción de los visitantes, obtienen del turismo menos beneficios que aquellos que se encuentran en el núcleo más habitado y cercano. En comunidades donde se dan ocupaciones laborales diferenciadas (pesca y agricultura, por ejemplo) el turista puede venir atraído por una de ellas, lo que favorecerá más a aquellos que la practican.

Igualmente, el desarrollo del turismo demanda determinados bienes y servicios, lo que puede favorecer directamente a aquellos que las pueden ofrecer, sea cual sea su nivel socio-económico. Este es el caso de aquellos que se dedican a la albañilería, ante la necesidad de construir infraestructuras. O el de los transportistas, si el desplazamiento de los turistas no se realiza con vehículos foráneos. O el de artesanos especializados, que ahora se convertirán en productores de souvenirs.

No todos los elementos que pueden favorecer la desigual distribución de los beneficios turísticos son materiales. Este es el caso del sistema de creencias. El turismo internacional supone el encuentro entre cosmovisiones y prácticas diferentes, y en ocasiones, contrapuestas.

El viajero llega con un bagaje cultural que suele exponer y revelar sin pudor: una determinada manera de entender y mostrar su cuerpo, unos determinados hábitos alimentarios, una determinada manera de relacionarse con los demás, un determinado proceder con el género opuesto, una determinada forma de comprender la sexualidad, etc. Mientras que para algunos sistemas de creencias la llegada de foráneos y de su bagaje cultural no supone ningún problema, otros establecen tabúes y vetan o limitan la relación con los huéspedes.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- Texto 3: Turistas en la isla de Llaquistitis

- Película 2: Temporada alta

Si en una comunidad coexisten dos o más sistemas de creencias, puede suceder que alguna sea especialmente permisiva, que coincida más con las prácticas de la mayor parte de los visitantes o que los practicantes asuman sus preceptos religiosos y culturales de una manera laxa, de tal manera que sean más proclives al contacto con los turistas. En estos casos, este grupo creyente tenderá a beneficiarse más del desarrollo de la actividad que el resto.

Turismo y religión en Alaska

Kotzebue, situada a orillas del Estrecho de Bering, es el centro administrativo y de comunicaciones de la Alaska Noroccidental. Se trata de un pueblo fundado a finales del siglo XIX por misioneros de la Congregación Anual de Amigos de California. Sus habitantes, esquimales en su práctica totalidad, profesan esta religión, que se caracteriza por la obligación de abstenerse de tomar alcohol, fumar y bailar. De esta manera la danza y la música autóctonas, entre muchas otras expresiones culturales tradicionales, quedaron excluidas de la ciudad.

Pero el crecimiento de Kotzebue y de sus servicios (escuela, hospital, etc.) fomentó la emigración y la aparición de barrios en la periferia. Se trataba de esquimales procedentes de zona más norteñas, que se diferenciaban de los originarios de Kotzebue tanto por su peor situación socio-económica como por formar parte de otros subgrupos étnicos y mantener sus vínculos con las comunidades de origen. Además eran episcopalianos, gracias a lo cual habían conservado buena parte de sus costumbres tradicionales.

En la década de 1940, a Kotzebue, que entonces contaba con algo menos de 500 habitantes, empezaron a llegar pequeños contingentes de turistas, atraídos por el paisaje y una cultura exótica, que venían en avión desde Anchorage o Fairbanks, y que pasaban al menos una noche. Durante su estancia el principal atractivo que se les ofrecía era un espectáculo de bailes esquimales. Cuando los

operadores turísticos buscaron danzantes no tuvieron grandes problemas: los nativos de Kotzebuhe no aceptaron, inhibidos por las sanciones religiosas que establecían los preceptos de la Congregación Anual de Amigos de California, pero sí lo hicieron los episcopalianos procedentes de Cabo Esperanza.

El resultado fue que el grupo étnico marginado acabó convirtiéndose en el núcleo de los empresarios culturales y controló el negocio en Kotzebuhe durante varias décadas. Mientras tanto los nativos de la ciudad, que no recibían los beneficios del turismo pero sí las molestias de compartir el espacio con grupos de visitantes que no paraban de hacerles fotografías, empezaron a fomentar actitudes de rechazo hacia el turismo.

Fuente: Smith, Valene L. “El turismo esquimal: Micromodelos y marginación”, en V.L. Smith (ed.) *Anfitriones e Invitados*. Madrid: Endymion. 1992

Otro factor que puede permitir a un sector de la comunidad monopolizar los beneficios del turismo, o al menos obtener una mayor parte de ellos, es el nivel de formación o el tipo de información que se posee. En muchos casos, especialmente en comunidades rurales del Sur, el conocimiento que la población autóctona tiene del funcionamiento y desempeño de la actividad turística antes de su desarrollo es escaso o nulo: han tenido pocas ocasiones de relacionarse con extranjeros y menos de actuar como turistas. Y el turismo es una actividad que requiere unos conocimientos mínimos: saber tratar a un cliente al que se ofrece un servicio (y no un producto), interpretar gustos y códigos de comportamiento foráneos, establecer los mínimos de habitabilidad e higiene que el cliente requiere, conocer el idioma del turista o al menos saber superar esta dificultad, saber relacionarse y negociar con los operadores turísticos que ofertarán la visita de la comunidad a los turistas, etc.

En este sentido, el que ha tenido la oportunidad de acceder a una educación formal más amplia, suele tener mejores herramientas para enfrentar estos retos y usufructuar con más posibilidades el nuevo recurso. De la misma manera, aquel residente que tiene o ha tenido relación con el exterior, como es el caso de quienes en algún momento han practicado la emigración o la practican regularmente, o quienes viajan a menudo fuera de la comunidad en su rol de transportistas o comerciantes, o quien ha asumido cargos políticos o de representación de la comunidad frente a instituciones supracomunitarias, aparece también con un bagaje inicial que le permite desenvolverse con ventaja.

En las sociedades indígenas que han desarrollado el turismo, por ejemplo, el rol de guías locales suele ser copado por aquellos individuos bilingües o que conocen alguno de los idiomas dominantes entre los visitantes, como el inglés o el castellano.

No es infrecuente encontrar un desfase entre las esperanzas colocadas en el desarrollo de la industria turística y sus efectos reales. En ocasiones, la posibilidad de atraer turistas se ve como la panacea que ha de resolver los problemas económicos de la comunidad, al punto que la simple expectativa puede cambiar comportamientos y generar impactos. Se sobrevalora el volumen del fenómeno (hay turistas para todos), su comportamiento (el turista huye de los que son de su condición y está siempre a la zaga de lugares “vírgenes”) o las peculiaridades nativas (tenemos lo que el turista busca, en gran cantidad y/o de inmejorable calidad). Y en base a ello, sin conocer la complicación que supone convencer a los operadores turísticos de abrir una nueva oferta, los reales requerimientos que el turista impone o la competencia de otras áreas que presentan propuestas similares, se destina esfuerzos y recursos (acondicionamiento de infraestructuras, legalizaciones, publicidad) en el falso convencimiento de que se trata de una inversión que se recuperará rápidamente, y que a partir de ahí, todo será beneficios. Es el efecto “Bienvenido, Mister Marshall” del turismo.

El caso de las ciudades de Elmina y Cape Coast, en Ghana, evidencia el problema de las expectativas frustradas. La ilusión de sus habitantes, que creían que el turismo se convertiría en el motor del desarrollo económico, en línea con lo que sucede en el conjunto del país donde esta actividad se ha convertido en los últimos veinte años en la tercera industria generadora de ingresos, no se cumplió.

A ambas ciudades llegan turistas, pero no causan el efecto esperado: la mayoría no pasa la noche, ya que si bien cuentan con monumentos de importante valor histórico, son visitables en pocas horas y sus playas no están tan acondicionadas como otras del país. Resultado: el turismo deja pocos beneficios a los lugareños¹².

Sucede, a veces, que el turismo llega a la comunidad, y en eso las expectativas se cumplen. Pero no en que ello recaiga en provecho de todos los grupos domésticos; de alguna manera, como ya hemos visto, un sector de la comunidad o agentes foráneos consiguen monopolizar los beneficios. En este caso, a la expectativa frustrada se puede sumar el resquemor, desembocar en conflicto, o cuanto menos, generar una actitud de rechazo frente al turista.

12. Teye, V. & Sönmez, S.F. & Sirakaya, E. “Residents’ attitudes toward tourism development”, *Annals of Tourism Research* 29(3): 668-688. 2002

Continuando con el ejemplo anterior, encontramos que, además de que el turismo no produce los beneficios esperados en Elmina y Cape Coast, los pocos que genera no llegan a la mayoría de la población. Por un lado, los viajeros llegan en tours organizados desde Accra y por operadores turísticos de esta ciudad, que son los que se quedan con los mayores beneficios. Por otro, el poco trabajo que genera (en bares, restaurantes y hoteles) está mal pagado, incluso para los estándares ghanianos, y se realiza en condiciones laborales deplorables. El resultado es el rechazo de los turistas por parte de los locales, a los que tachan de rufianes, de drogadictos y de sucios¹³.

El rechazo no se da solamente como consecuencia de objetivos no cumplidos. Otros factores no tan materiales pueden motivar también este fenómeno, como sucede cuando la experiencia turística da pie al encuentro de códigos de comportamiento divergentes. Así, el vestuario occidental, especialmente ligero en climas cálidos, choca con los principios de decoro y pudor de otras culturas. También el afán indiscriminado de coleccionar fotografías puede molestar a aquellos que se entienden inmortalizados más como curiosidad exótica que como personas. Un turismo masivo puede acabar desalojando de determinados espacios y eventos a la población local.

36

En Cuzco (Perú), se celebra desde hace décadas el Inti Raymi, fiesta que recrea la celebración con la que el pueblo inca conmemoraba el solsticio de invierno. La culminación del festejo tiene lugar en la fortaleza de Sacsayhuamán. La representación se puede seguir desde unas tribunas que se levantan a tal propósito, pagando un precio por la butaca, o gratuitamente desde una colina cercana. Tradicionalmente la tribuna quedaba reservada para los turistas y la colina era ocupada por cuzqueños. En los últimos años cada vez más turistas siguen el espectáculo desde la colina, ya sea por no pagar la butaca, ya porque consideran que compartir el sitio con los lugareños da un valor añadido a la experiencia. El resultado es que los conflictos durante la representación entre locales y turistas por el espacio es cada vez mayor, dada las limitadas dimensiones de la colina, y muchos cuzqueños ya ni se plantean subir a verlo. Todo ello contribuye a alimentar una conducta de rechazo.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 3: Turistas en la isla de Llaquistitis**
- **Película 2: Temporada alta**

¹³ Teye & Sönmez, *op.cit.*

A partir del trabajo de E. M. Bjouklund y A. M. Philbrick, Richard W. Butler planteó un modelo que establece una tipología del comportamiento del residente ante la actividad turística a partir de dos factores: su valoración, que puede ser positiva o negativa, y su actuación, que puede ser activa o pasiva¹⁴.

		Actuación	
		Activa	Pasiva
Valoración	Positiva	1 Promoción agresiva de la actividad turística	2 Aceptación silenciosa de la actividad turística
	Negativa	4 Oposición agresiva a la actividad turística	3 Aceptación resignada a la actividad turística

Dos o más de las cuatro posibles actitudes pueden coexistir, agrupando a individuos diferentes. Pero lo interesante es observar cómo los individuos circulan entre los cuadros durante el ciclo de vida del destino turístico. Así, mientras que el cuadro 1, que interrelaciona una valoración positiva del turismo con una actuación activa, suele ser predominante en una primera fase del ciclo, cuando las expectativas sobre la nueva actividad son grandes, al final del ciclo tienden a crecer los cuadros 3 y 4; es decir, los que plantean una valoración negativa y respectivamente una actuación pasiva y activa.

Dentro del grupo doméstico. Impactos de género

El surgimiento de un nuevo recurso, como es el turismo, puede suponer un aumento de las actividades económicas en las que participa la familia. En otros casos viene emparejada con la sustitución o reducción de otras actividades. Siempre, por eso, conlleva una reestructuración de la división del trabajo. Esto no sería especialmente problemático sino fuera porque el papel en la toma de decisiones y el acceso a los recursos dentro del grupo doméstico es desigual en base a los factores de edad y género. Debido a esto, en las peores circunstancias esta reestructuración no se establece buscando un equilibrio de esfuerzos, sino según los intereses establecidos por los individuos dominantes. En ocasiones, implícita o explícitamente, se apelará a la costumbre. Si el trabajo al que puede acceder el grupo en la actividad turística está relacionado con las tareas tradicionalmente asumidas por la mujer, como las domésticas o la producción de determinado tipo de artesanías, o por los más jóvenes, como puede ser hacer de guía, se sumarán a las que hasta ese momento tenían encomendadas. Y si éstas se reducen, cuáles y de qué manera será decisión del cabeza de familia.

14. Adaptado de Santana, Agustín *Antropología y turismo*. Barcelona: Ariel. 1997.

Cuando hace referencia a tareas consideradas masculinas, las asumirá el hombre. Pero en este caso, él tiene la potestad de renunciar a otras tareas para poderse dedicar a la nueva, o encargar las antiguas a otros miembros del grupo doméstico... con lo que de nuevo, los individuos con menos poder político en el grupo verán aumentada su carga de trabajo. Y finalmente, en la asignación de los beneficios, también primarán los intereses, los proyectos o las percepciones del cabeza de familia.

Un estudio realizado en la costa coruñesa (Galicia), donde el turismo rural se ha desarrollado en los últimos años, descubre que si bien proporciona ingresos complementarios a la unidad familiar, la nueva actividad refuerza el papel tradicional de la mujer al dedicarse a tareas que se identifican con las labores tradicionales del ama de casa, disminuye el tiempo que puede dedicar a las relaciones familiares y comunitarias, y aumenta el volumen de trabajo que ha de asumir: en temporada alta se acumulan sus tareas en distintos ámbitos laborales y se alarga su jornada laboral¹⁵.

Sin embargo, en el otro extremo, el turismo se ha mostrado en ocasiones como un factor que puede empoderar a la mujer y romper las relaciones de poder entre sexos. En este sentido, la participación de la mujer en actividades remuneradas fuera del hogar facilita su independencia y autonomía financiera. Ahora bien, sólo facilita. Que la mujer obtenga ingresos por su actividad no es suficiente para reducir los niveles de inequidad. Por el contrario, como hemos visto, puede suponer un aumento de su carga laboral y un empeoramiento de su nivel de vida. Y es que la procedencia de los recursos familiares no tiene por qué conllevar cambio alguno en las relaciones de poder a favor de la mujer si no va acompañado de una mayor participación en la asignación de esos recursos.

Pero si bien por sí sólo no es suficiente, la participación de la mujer en actividades remuneradas fuera del hogar puede ser una herramienta necesaria para su empoderamiento, para mejorar su autoestima y para romper los estereotipos de género. Un estudio comparativo de 12 casos en diferentes países del Sur realizado a finales de los años noventa por la United Nations Environmental and Development Forum y la UK Committee demostró que la participación en actividades turísticas de mujeres, organizadas en cooperativas, redes o empresas sociales, había permitido iniciar un proceso de cambio político y económico dentro del grupo familiar y de las estructuras locales de poder a favor de la mujer¹⁶.

15. Sparrer, M. "Género y turismo rural: el ejemplo de la costa coruñesa" *Cuadernos de Turismo* 11. 2003

16. Hemmati, M. (ed.) *Gender and tourism: women's employment and participation in tourism.* UNED Forum & UK. 1999.

Género y turismo en Tanzania

A mediados de la década de 1990, una ONG alemana empezó a diseñar un proyecto de desarrollo turístico comunitario entre la población masai del distrito de Loliondo (norte de Tanzania), en el Parque Nacional del Serengeti, una zona con un importante potencial ecoturístico.

Entre otras cosas, el proyecto consistió en la identificación y preparación de senderos y rutas de safari, y la construcción de campamentos y un centro de artesanías. En poco tiempo, el proyecto comenzó a generar rendimientos económicos: a los tres meses de funcionamiento ya había obtenido unos 3.000 dólares USA que fueron ingresados en una cuenta bancaria comunal, y temporalmente había dado empleo a unas 200 personas. Pero más importante que todo ello, el hecho de estar haciendo uso de su espacio a través de la actividad turística permitía, según las leyes tanzanas, obtener los derechos legales sobre la tierra. El turismo también contribuyó al empoderamiento social de las estructuras tradicionales: les dio cohesión y mejoró su posición de negociación frente a las instituciones supracomunitarias.

Durante la ejecución del proyecto se vio que era necesario trabajar en el rol de la mujer en las actividades turísticas. Si bien su papel económico es muy importante para la economía doméstica y comunitaria, su participación en los procesos de tomas de decisiones es muy reducida. Desde un principio se planteó que, rompiendo este esquema, en la actividad turística la participación de la mujer en la gestión y control del nuevo recurso tenía que ser mucho mayor.

Esto generó un proceso de discusión no exento de cierta tensión: por una parte, sectores de mujeres y la ONG; por el otro, los hombres y las instituciones comunitarias que ellos controlaban. Finalmente se llegó a ciertos acuerdos: las mujeres podrían organizar sus propias actividades turísticas, gestionarían sus ingresos y participarían en las tomas de decisiones sobre la actividad a nivel comunitario a través de sus propias organizaciones. Después de alcanzar estos compromisos, las mujeres fueron capaces de establecer sus propias necesidades y objetivos dentro del proyecto (ampliación del mercado de artesanías, acciones de formación, apertura de cuenta bancaria propia, etc.), así como decidir en qué invertir sus ganancias: instalación de una bomba de agua (tradicionalmente es tarea de las mujeres el transporte de agua, en ocasiones desde fuentes muy alejadas), compra de alimentos y de una trituradora de semillas, creación de una bolsa de ayuda para mujeres con limitaciones físicas o de edad, etc.

Fuente: CAMMEN, S. van der “Involving Maasai Women”, in FRANCE, L. (ed.) *The Eartscan Reader in Sustainable Tourism*. London: Earthscan. 1999

El turismo también puede cambiar las relaciones de poder en base a la edad dentro del grupo doméstico. Entre los swahili de la ciudad de Malindi, en Kenia, el turismo ha propiciado este proceso debido a que la generación más joven, más formada y con un mayor conocimiento de la sociedad occidental, ha asumido el rol de intérprete cultural entre el turista y la familia, incluso entre el operador turístico y la familia¹⁷.

El debate de la cohesión social

Se ha acusado al turismo de romper la cohesión social y ser causante de procesos de diferenciación. Pero como hemos visto, también es capaz de actuar de motor de empoderamiento para los sectores menos favorecidos.

40

Ahora bien, provoque un proceso u otro, los factores que marcan una distribución diferenciada de los beneficios del turismo son, frecuentemente, factores existentes con anterioridad al desarrollo del nuevo recurso: una estructura social que ya establece una distribución diferenciada de los ingresos, un medio que permite explotar con éxito el nuevo recurso y que es controlado por un sector de la población, etc. La pluralidad de consecuencias que se descubren al estudiar casos concretos a nivel microsocial evidencia que el turismo no es un fenómeno inocuo, y que incluso tiende a actuar como fuerza que empuja al cambio, pero también demuestra que no genera siempre los mismos procesos: éstos dependen de ese contexto existente previamente.

Cuando el turismo favorece cambios lo hace de dos maneras. Por un lado, dando oportunidades para la movilidad social. Si bien en muchos casos, cuando se imbrica en la estructura social ya existente, lo único que hace es reforzarla, en otros ofrece oportunidades de promoción a determinados sectores sociales.

Por otro, el turismo se muestra como un fenómeno capaz de cambiar los cánones de poder y reconocimiento: así, los valores que marcaban la autoridad en el grupo como el prestigio, la edad, el sexo o el origen, pierden fuerza ante nuevos criterios como la capacidad de obtener dinero, de asumir comportamientos de tipo occidental o el conocimiento de idiomas.

17. Peake, R. "Swahili stratification and tourism in Malindi Old Town, Kenya" *Africa* 59 (2). 1989.

Impacto medioambiental



Curiosamente, uno de los elementos que favorece el surgimiento del turismo en una zona, el paisaje, suele mostrarse frágil con su desarrollo. Ya hemos visto cómo la llegada de turistas puede cambiar el uso, e incluso la propiedad y la gestión de los recursos naturales. Pero más allá de esto, muchas veces también tiende a sobrexplotarlos.

La aparición del turismo implica cuatro factores de cambio en la relación del lugar de destino con el ecosistema. Por una parte, la nueva actividad requiere de espacio físico donde establecer las infraestructuras que cubrirán las necesidades de restauración (hoteles, albergues, casas de segunda residencia, restaurantes, etc.), ocio (salas de espectáculos, campos de golf, etc.) y comunicación (infraestructuras viales, portuarias y aeroportuarias) de los turistas, así como de los trabajadores y trabajadoras que cubrirán las ocupaciones directas, indirectas e inducidas, temporales o permanentes, que el nuevo centro turístico creará (viviendas, cines, supermercados,...) y los servicios que supondrá todo el movimiento de capital (bancos, empresas de seguridad, inmobiliarias, etc.).

Por otra parte, la nueva actividad supone una relación diferente con el patrimonio medioambiental. En algunos casos, este nuevo uso sustituye a otros tradicionales que van desapareciendo; la pesca deportiva por la pesca artesanal, por ejemplo. En otros se mantiene también el uso tradicional del recurso, por lo que aumenta la presión sobre éste, como se da en el caso del agua, que ahora tiene que cubrir las necesidades y actividades de los residentes tradicionales, de los emigrantes y de los turistas.

Un tercer factor es el crecimiento de las necesidades energéticas y de materiales. La construcción de infraestructuras y edificios requiere un uso mayor de metal y piedra. El aumento del transporte de personas y mercancías, de las necesidades lumínicas y de climatización, o de nuevo la construcción, conlleva una presión sobre las fuentes de energía existentes o la necesidad de importar mayor cantidad de energía, en forma de electricidad y de combustible fósil.

Finalmente, otro factor de cambio proviene del tratamiento de los residuos generados. Se incrementa el volumen de desechos sólidos y líquidos, y además en su composición entran nuevos elementos integrantes (plásticos, nuevos metales, aceites minerales, pilas y compuestos electrónicos, etc.). El resultado es que las estructuras tradicionales de retorno al ecosistema, como la producción de abono natural para la agricultura (compost, ceniza,...), se ven colapsadas y/o son incapaces de asumir esos materiales nuevos. Asimismo aumenta la emisión de desechos gaseosos procedentes de la combustión de energía fósil. Y también las emisiones acústicas, que pueden afectar a la fauna, a los residentes y a los mismos visitantes.

También se puede clasificar las consecuencias medioambientales del turismo según el ecosistema receptor del impacto. Y es que el turismo no sólo actúa sobre el ecosistema y los recursos locales, sino también sobre los de otros territorios.

Así, el aumento de la demanda energética y la posibilidad de su transmisión a través de la red eléctrica puede conllevar la construcción de termoeléctricas o pantanos en lugares alejados del centro de atracción turística. Las nuevas necesidades constructivas, o parte de ellas, se cubrirán con materiales (piedra y metales) extraídos en otras zonas. Igualmente, la producción y transformación de productos adquiridos por el centro de atracción turística generará desechos en las zonas donde se producen. La demanda de agua puede aumentar como resultado del turismo, hasta el punto de tener que ser cubierta por recursos hídricos procedentes de otras regiones. La emisión de fluidos contaminantes a las vías fluviales afecta a las poblaciones de la cuenca que se encuentran río abajo, y la de gases procedentes de combustibles fósiles al aire, a todo el planeta por mor del efecto invernadero.

Transporte aéreo y contaminación

El medio de transporte preferido para la mayoría de los viajes a destinos lejanos es el avión, aunque se estima que las emisiones del tráfico aéreo producen por lo menos tres veces más gases de efecto invernadero que el tráfico terrestre. Dependiendo de la distancia, el tipo de avión y la altura de vuelo, los viajes aéreos pueden ser hasta cien veces más contaminantes que los viajes en tren.

El grupo de trabajo Clima, Energía y Tráfico, de la Asociación Alemana para el Medio Ambiente y la Protección de la Naturaleza (Arbeitsgruppe Klima, Energie und Verkehr des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland - BUND) desarrolló un programa informático que determina la contaminación que genera el transporte relacionando el número de kilómetros recorridos con los días de viaje. Así, para una estadía de 15 días, la ratio de un viaje en avión de Frankfurt a Buenos Aires es de 2.511 MJ por día, 732 a Gran Canaria y 317 a Palma de Mallorca.

El programa muestra que los desplazamientos de larga distancia en avión y con estancias cortas tienen la peor evaluación. Según ellas, los viajeros en Europa deberían renunciar a volar tanto como fuera posible y movilizarse en tren o autobús. Si se hacen viajes largos en avión, la estadía debería durar por lo menos tres semanas.

A partir de ello, BUND estableció un baremo del consumo de energía en el transporte por día invertido en el viaje que indicaría su nivel de sostenibilidad. Percibiendo que el consejo “quédese mejor en casa” no sería bien recibido, BUND formuló unas exigencias moderadas a partir de este baremo:

- Menos de 50 MJ*día: El viaje es sostenible
- 50-200 MJ*día: En buen camino para viajar ecológicamente
- 200-500 MJ*día: Debería repensar el destino de viaje elegido
- 500-1000 MJ*día: El consumo de energía es demasiado alto para las vacaciones
- Más de 1000 MJ*día: El viaje provoca graves daños ecológicos. Quédese en casa.

Dado que el turismo a destinos lejanos crece rápidamente, el Grupo de Trabajo para un Desarrollo Sostenible del Turismo (Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltige Tourismusentwicklung - DANTE) exhortó a la Unión Europea a introducir medidas de prevención del cambio climático en relación al tráfico aéreo que superen las metas del protocolo de Kyoto, protocolo que no considera este tipo de fuente contaminante. DANTE propone eliminar las subvenciones y los privilegios fiscales de los que se beneficia el tráfico aéreo y reemplazarlos por medidas proteccionistas, como un mayor gravamen del carburante y disposiciones sobre ruidos y emisiones.

Fuente: KAMP, C. “El Tráfico Aéreo aniquila el clima”, Turismovisión nº5. 2002

Compatibilizar los nuevos usos del espacio y recursos naturales con su sostenibilidad, una sostenibilidad que hasta ese momento dependía de un manejo diferente, y normalmente menos intensivo, no es tarea fácil, y muchas veces genera problemas medioambientales de difícil o imposible solución.

No obstante, en ocasiones el medioambiente se ve beneficiado por el turismo, cuando determinado tipo (turismos de naturaleza) favorece el establecimiento de políticas conservacionistas. En estos casos, la protección del objeto de atracción turística, el paisaje, se convierte en una necesidad y es rentable económicamente. Además puede ayudar a fijar la población en el territorio cuando se dan procesos de emigración rural. En Aragón, la consideración de Parque Cultural de determinadas comarcas con valor paisajístico e histórico tiene un doble objetivo: salvaguardar el patrimonio natural y cultural, y a la vez dinamizar territorios especialmente castigados por la emigración y la regresión económica. Para ello el turismo aparece como un recurso esencial.

Pero las medidas conservacionistas también pueden generar problemas cuando suponen un conflicto con el uso que la población local realiza de los recursos naturales. A principios de la década de 1990, en la isla de Sumba (Indonesia) se estableció el Parque Nacional de Wanggameti, un área protegida por su rica biodiversidad y su potencial turístico. En el interior y alrededores de Wanggameti hay 17 comunidades campesinas. Esta población realizaba unos usos tradicionales de los recursos del bosque que ahora se consideraron perjudiciales para el ecosistema de la Reserva, por lo que fueron prohibidos. La población se opuso mediante la desobediencia, e incluso el sabotaje. Ante esta situación, el gobierno llegó a desalojar la población de algunas comunidades con el consiguiente incremento del conflicto. En Tanzania, ya en 1922, los habitantes de Selous fueron desalojados para establecer en su territorio un área protegida y reserva de caza¹⁸.

Medioambiente y turismo de masas

Históricamente, el turismo de masas se ha mostrado agresivo con los ecosistemas y los recursos naturales, ya que se basa en una fuerte concentración de personas y servicios en un espacio delimitado, y con unas necesidades y requerimientos superiores a las que pueden ofrecer sus recursos naturales, tal como eran manejados originalmente. Cuando se inicia el desarrollo de un destino turístico de masas, promotores, autoridades y población local en general se encuentran ante un doble desafío.

45

El primero es impedir que el ámbito inmobiliario entre en recesión. Ya hemos indicado que éste es uno de los sectores económicos más activos que acompañan el desarrollo del turismo: a medida que el destino turístico pasa por sus fases de crecimiento, requiere un mayor número de infraestructuras de transporte y edificaciones. Una vez iniciado el desarrollo del sector, se hace muy difícil establecer límites. Las actividades propiamente turísticas (ocio y restauración) se pueden seguir manteniendo aunque el proceso de crecimiento se modere o detenga: restaurantes, hoteles y espectáculos siempre necesitarán trabajadores y generarán ingresos aunque ya no se abran nuevos establecimientos. En cambio, por su propia naturaleza, el sector inmobiliario no puede estancarse: acabada una construcción, requiere otra so pena de entrar en crisis, y con ello arrastrar al territorio a la recesión debido a su carácter de motor económico.

El segundo reto es enfrentar las fases de estancamiento y crisis del Ciclo de Vida del Destino Turístico. Para ello no hay una sola pauta de desarrollo. Pero si sumamos a este reto el primero, se tiende hacia modelos desarrollistas; es decir, se opta por hacer más competitiva la oferta reduciendo los precios y ampliando el abanico de servicios.

18. *UNEP World Conservation Monitoring Centre - Protected Areas and World Heritage Programme* (www.unep-wcmc.org/protected_areas)

Y esto se consigue aumentando el proceso urbanizador: complejos turísticos más grandes, para así hacer funcionar la economía a escala, y con mayores ofertas (más espacios de ocio y más novedosos, ampliación de las infraestructuras, etc.).

En términos medioambientales, esto se traduce en un mayor uso del espacio y de los recursos, incluso por encima de lo legalmente reglamentado. Las instituciones públicas, ante el temor de la recesión y la presión de los sectores inmobiliario, turístico y comercial, aceptan estas transgresiones y favorecen recalificaciones que conllevan un elevado costo ecológico. En Cataluña, por ejemplo, Greenpeace denunciaba que la mayor parte de los campos de golf catalanes carecen de la licencia de riego exigida. El afán de ampliar el aeropuerto de Barcelona para aumentar el caudal de vuelos diarios se hizo a costa de construir una tercera pista que ha dañado irremediamente el delta del río Llobregat, de importante valor ecológico, y las condiciones de vida de los habitantes de la cercana localidad de Viladecans, debido al ensordecedor ruido de los aviones al despegar.

Siguiendo la tipología de factores de cambio establecida al principio del capítulo, vemos que el turismo de masas se caracteriza por un fuerte requerimiento de espacio físico. Entre las más generalizadas está la urbanización de espacios naturales y agrarios, la ampliación de infraestructuras viarias que también afectan a este tipo de áreas, el emplazamiento de pistas de esquí en zonas vírgenes de alta montaña o la construcción de puertos deportivos y paseos marítimos en las costas, que pueden afectar la constitución del litoral de forma permanente. Volviendo al ejemplo de Barcelona, ciudad que a partir de la celebración de las Olimpiadas de 1992 se convirtió en un destino turístico de renombre internacional, la construcción de una plataforma artificial ganando terreno al mar para la celebración del Forum 2004 creó un serio problema para el mantenimiento y regeneración natural de una parte importante de las playas de la provincia, que se alimentan de la arena que transporta la corriente marina y que ahora se ve obstaculizada por esta construcción¹⁹.

El turismo de masas también incide de forma importante en la relación con el patrimonio medioambiental y los recursos. En las zonas de costa, el ecosistema de playa natural se pierde en favor de una determinada concepción estética de playa recreativa: desaparecen las dunas, marismas y ciénagas, ya sea porque restan espacio a los turistas que quieren tomar el sol, ya sea porque están infectadas de insectos, si bien precisamente por ello suelen ser zonas de alto valor avícola; se limpia y remueve la arena con asiduidad, lo que impide el crecimiento de la vegetación propia de

19. Greenpeace España *Destrucción a toda costa: Informe 2004* (www.greenpeace.org/espana_es)

la playa; se recogen los restos vegetales y animales que llegan arrastrados por las corrientes marinas, aunque juegan un importante papel en el ecosistema litoral; etc. El caso del agua es ejemplar: a mayor número de población, mayor consumo de agua. Cuando se supera la capacidad hídrica de la región, el ecosistema o sectores como el agrario ven cómo la cantidad de líquido al que pueden acceder se reduce por debajo de sus necesidades.

El turismo de masas también afecta notablemente el tercer factor de cambio en la relación del lugar con el ecosistema: el de las necesidades energéticas y materiales. Las necesidades constructivas, de transporte, de ocio y de restauración de toda la población concentrada, convierten al destino turístico en un fuerte consumidor energético y de productos. Son necesarias infraestructuras que la mayor parte del año, cuando no es temporada alta, quedan infrautilizadas.

Por último, los núcleos turísticos de masas generan ingentes cantidades de residuos y de emisiones de gases contaminantes que pueden disminuir la calidad del aire y el agua. En las primeras fases del desarrollo turístico, a no ser que previamente se estableciera un diseño del crecimiento, se suelen utilizar los mecanismos de eliminación de residuos tradicionales en la zona. El vertido de los residuos líquidos al mar y a ríos es un ejemplo claro. En zonas de vocación rural, cuando sólo hay un limitado número de población y los desechos son mayoritariamente orgánicos, estos depósitos naturales pueden reintegrar los residuos al ciclo biológico, pero se ven colapsados cuando el número de residentes, temporales o permanentes, es muy superior, tienen un mayor nivel de consumo y aumenta la proporción de residuos inorgánicos (aceites industriales, detergentes, etc.). El caso de Cancún es ejemplar.

Cancún se encuentra en el estado mexicano de Quintana Roo, a orillas del Caribe. El turismo se desarrolló en torno al Sistema Lagunar Nichupté, cuya principal laguna es Bojórquez. Originalmente se concibió como un destino turístico de élite. Pero tras el paso del devastador huracán Gilberto en 1988 se optó por abrir Cancún al turismo de masas, con la esperanza de que una rápida entrada de ingresos permitiría cubrir los costos de reconstrucción. Esto generó fuertes impactos medioambientales. Uno de los principales problemas ecológicos se encuentra en que los hoteles arrojan todos los desechos a la laguna de Bojórquez sin tratamiento alguno. La laguna, donde habitaba un gran número de especies animales, vio alterado su equilibrio ecológico y la mayor parte de su fauna acabó desapareciendo²⁰.

20. Salazar Díaz, L. "Los focos rojos del turismo vinculado a la cultura: cuatro casos mexicanos" II Congreso Internacional de Turismo Cultural NayaA. 2003. (www.naya.org.ar/turismo/congreso2003)

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 4: El Plan Hidrológico Nacional: turismo y trasvase de agua**
- **Película 4: Un lugar llamado Milagro**
- **Película 3: La Caja 507**
- **Propuesta video 2: ¿Cuándo hay que parar?**
- **Propuesta video 3: Los impactos medioambientales**

Medioambiente y turismos de “pequeño formato”

48

No sólo el turismo masificado incide sobre el medioambiente. Formas de turismo de “pequeño formato”, como el de lujo o el alternativo, también pueden hacer un uso no sostenible de los recursos y provocar daños en los ecosistemas. Pensemos que bajo el concepto “turismo alternativo” se agrupan diversas formas de turismo que no siempre buscan un desarrollo sostenible de la actividad, sino que sólo expresan la contraposición al turismo de masas o que se caracterizan por ofrecer experiencias más vivenciales, como el turismo de aventura y el deportivo.

En términos cuantitativos, el turismo de masas genera un mayor impacto global. Los turismos de pequeño formato, al ser minoritarios, generan una presión sobre los recursos y ecosistemas menores en términos absolutos. Sin embargo, cuando no adoptan un modelo de turismo sostenible, su impacto en términos relativos, es decir, en relación al número de practicantes, puede ser mayor. El Everest, en el Nepal, es el pico más alto del mundo. Cada año decenas de expediciones se lanzan a su conquista y en el camino van dejando un reguero de desperdicios que han acabado atestando buena parte de la montaña.

Volviendo a los factores de cambio en la relación del destino con el ecosistema, los turismos de pequeño formato inciden especialmente en la relación con el patrimonio medioambiental. En algunos casos, favorecen procesos de erosión. En la montaña, la proliferación de actividades como la conducción con vehículos todo terreno y motocicletas, además de perturbar el hábitat natural, genera problemas de erosión y compactación de los suelos. En la Polinesia, la construcción de resorts en los atolones supone un grave desgaste del arrecife coralino. Este tipo de turismo también puede generar daños en la fauna y vegetación autóctona. Las embarcaciones recreativas de lujo, que se mueven entre islas y zonas relativamente vírgenes y de complicado acceso, pueden ser el medio involuntario de transporte de especies vegetales y animales

foráneas adaptables, y fuertemente competidoras que sustituyan a las autóctonas. La caza mayor de especies animales exóticas, muchas veces en peligro de extinción y protegidas, es una práctica turística que también afecta la fauna de un determinado ecosistema.

Medioambiente, turismo y género

Como ya hemos visto, la aparición de una nueva fuente de ingresos como el turismo suele comportar un aumento del volumen de trabajo que el grupo doméstico tiene que asumir (a no ser que la nueva actividad sustituya alguna otra en crisis o abandonada), y siempre, una reestructuración de la división sexual del trabajo. El enfoque “Género en el Desarrollo” señala que la discriminación de la mujer se expresa, entre otros mecanismos, por sus restricciones en los procesos de toma de decisiones. Resultado de ello, estas reestructuraciones del trabajo no se realizan tanto buscando el equilibrio de esfuerzos como en base a los intereses establecidos por los individuos dominantes.

Teniendo en cuenta que la construcción de género es un factor esencial en la intermediación entre el ser humano y el ecosistema en el que se imbrica, estas reestructuraciones pueden tener consecuencias medioambientales. En el caso de zonas rurales de países del Sur, así lo atestiguan diversos estudios, generalmente centrados en el tema de los procesos migratorios campo-ciudad.

La emigración más o menos temporal suele ser asumida por los hombres adultos, ya que suelen ocuparse de la mayoría de las actividades productivas monetarizadas. Su ausencia obliga a la mujer a asumir actividades tradicionalmente masculinas, que le llevan a reducir la cantidad de tiempo que dedica a las culturalmente atribuidas a ella, y que la convierten en mediadora con el ecosistema.

Estudios en los Andes peruanos demuestran cómo la diversificación de las fuentes de ingresos por parte del grupo doméstico han conllevado a una reestructuración de la división social del trabajo que ha provocado una reducción del trabajo invertido en los recursos naturales, por debajo de lo que necesitan para su sostenibilidad. Así por ejemplo, tarea culturalmente asociada con la mujer era el cuidado del ganado. La disminución del tiempo destinado a esta actividad por la necesidad de cubrir también otras tareas lleva a la mujer a no desplazar al ganado por todo la zona de pasto disponible, sino a intensificar el uso de los pastizales más cercanos al caserío. Pero el ganado, cuando no encuentra hoja, devora el tallo, y cuando éste se le acaba escarba hasta llegar a la raíz. Este escarbo, sumado a la acción de la lluvia y el viento, favorece la erosión de los suelos. Y a la vez los pastos más alejados, ahora infrautilizados, se pierden como resultado del abandono.

Igualmente, tarea tradicionalmente asumida por la mujer en muchas sociedades rurales es la limpieza de los bosques a través de la actividad de recogida de leña. En un proceso similar, la mujer tenderá a sobreexplotar los recursos boscosos más cercanos al hogar y a abandonar los más distantes, con el consiguiente aumento del riesgo de incendios²¹.

No hay, todavía, investigaciones que estudien la relación de la reestructuración de tareas domésticas a las que lleva el turismo con el uso de los recursos naturales y su sostenibilidad. Pero es lógico pensar que esta nueva actividad genere, o pueda generar, procesos similares a los descritos, ya que éstos se deben a la diversificación y al aumento del trabajo doméstico, sea cual sea su causa (emigración, tareas relacionadas con el turismo, etc.).

Un indicador medioambiental para medir el impacto del turismo: la Huella Vacacional

A mediados de la década de 1990 apareció un nuevo indicador de impacto medioambiental: la Huella Ecológica. La Huella Ecológica mide la apropiación de superficie biológicamente activa por parte de la población humana para cubrir su consumo de recursos, energía e infraestructuras.

Se trata de un indicador de sustentabilidad fuerte; es decir, que parte del principio que, si consideramos la Tierra como una reserva de capital natural que cada año produce interés en forma de recursos naturales renovables, la sostenibilidad medioambiental exige que la humanidad viva del interés y no del capital que la genera, y que este capital natural, esencial para el desarrollo, no puede ser sustituido por otras formas de capital (económico o social).

La Huella Ecológica utiliza para sus cálculos varios componentes básicos del espacio productivo: la tierra de cultivo y de pasto, el bosque para la producción de madera y derivados, el territorio construido, el espacio marítimo pesquero o las tierras destinadas a la absorción de emisiones de dióxido de carbono a través de la fotosíntesis.

21. Collins, J.L. *Unseasonal Migrations: the Effects of Labour Scarcity in Peru*. Princenton: Princenton University Press. 1988

Este indicador, además de permitir observar si la población mundial vive por encima de sus posibilidades medioambientales, también muestra las relaciones entre diferentes territorios y entre sectores sociales: revela quién requiere, para mantener su nivel de consumo, más superficie, y quién requiere menos, y por tanto, quién utiliza más territorio del que posee. Así, países del Norte como los europeos occidentales más poblados o Japón ocupan ecoespacios diez veces superiores e incluso mayores, que el territorio que ocupan.

Recientemente, la World Wide Fund (WWF) de Gran Bretaña y diferentes investigadores han aplicado este indicador en el ámbito del turismo internacional: la Huella Vacacional (Holiday Footprint). Este nuevo indicador permite a los operadores turísticos calcular el impacto ambiental de sus ofertas e identificar las posibilidades de reducción de los costos ecológicos. Como en el caso de la Huella Ecológica, la Huella Vacacional cuantifica el área necesaria para cubrir el costo ecológico de unas vacaciones particulares, si bien para ello utiliza algunas fuentes de cálculo diferentes: viajes internacionales, consumo energético y emisión de desechos de hoteles, etc.

WWF ha desarrollado un programa informático que permite calcular, antes del viaje, su huella vacacional. WWF-UK ha aplicado este software en dos destinos turísticos muy comunes entre los ingleses: las islas de Mallorca y Chipre. El cálculo descubrió que los viajes a Chipre tenían una huella ecológica muy superior a los de Mallorca: 0.03 hectáreas por noche y persona frente a 0.07, respectivamente. Esto se debía a varias razones. Entre otros, la distancia (volar a Mallorca, más cercana a Inglaterra, supone un costo medioambiental inferior), el impacto energético de los hoteles (si bien el consumo es similar, la fuente de producción de electricidad en Chipre es más contaminante) y los medios de transporte utilizados en el destino (en Chipre hay una mayor proporción de viajes en coche y todo terreno).

Fuentes: REES, W. & M. WACKERNAGEL Our Ecological Footprint of Nations: Reducing Human Impact on Earth. Canadá, New Society Publ. 1996; WWF-UK Holiday Footprinting: A Practical Tool for Responsible Tourism. 2002 (www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/holidayfootprintingfull.pdf)

Impacto cultural



El turismo internacional se ha convertido, en las últimas décadas, en uno de los principales factores de interrelación cultural. Viajero y anfitrión tienen la oportunidad de observar usos y costumbres exóticas. Reciben y procesan, así, una información que puede llevar a cambiar sus normas, valores, costumbres y cultura material.

Si bien los tipos de impacto cultural que puede provocar el turismo son muy diversos, hay algunos que han suscitado un especial debate e interés. Entre ellos, podemos destacar su capacidad de consolidar o enfrentar estereotipos, de favorecer procesos de cambio en las normas y valores sociales, o de revalorizar o dañar el patrimonio.

La Organización Mundial del Turismo ha reivindicado en diversos textos y documentos su capacidad de romper con los estereotipos culturales. Desde este punto de vista el turismo, especialmente el internacional, permite a viajeros y anfitriones conocer otras maneras de vivir, de entender la realidad, de creencias y de costumbres.

Es innegable que el turismo conlleva intercambio de información, incluso cuando no existe una relación oral por las limitaciones del idioma, o el turista queda encerrado en una burbuja cultural como sucede en los viajes organizados o en el caso de los “resorts todo incluido”, enclaves que ofrecen los servicios de restauración y ocio necesarios para pasar las vacaciones sin tener que salir del recinto hotelero. El problema es que la información que se transmite puede llegar deformada.

El turista se acerca a los lugares con una imagen predefinida de lo que va a encontrar. Esta imagen es difícil de romper, más cuando muchas veces la población y tour-operadores locales se adaptan a ella para asegurar el flujo de turistas. Y a la vez, el turista aparece muchas veces a ojos del local sólo como un consumidor que cuenta con capacidad económica y tiempo para el ocio; es decir, como una fuente de recursos. De esta manera, unos crean estereotipos de los otros, y cuando les toca interrelacionarse lo hacen a partir de tópicos preconcebidos.

La difícil situación económica en que entró Cuba tras el fin de la Guerra Fría y el desarrollo del turismo en la década de 1990, favorecieron el resurgir de la prostitución como oferta para los extranjeros. Una prostitución que, por sus especiales características, acabó recibiendo denominación propia: “jineterismo”. El gobierno cubano reaccionó estableciendo duras medidas represivas hacia esta actividad. Esta política no fue capaz de frenarla, pero sí favoreció la formación de un sector social marginal que se dedica a la prostitución y a otras trapicherías con los extranjeros. Ante esta situación, buena parte de la población cubana, especialmente la femenina y en las zonas más turísticas, rehúye el contacto con los visitantes ante el temor de ser confundida y tachada de “jinetera”.

Esto ha llevado a que ese sector marginal haya monopolizado las relaciones con los turistas, y que éstos regresen a sus países de origen con la idea de que todas las mujeres cubanas practican o son propicias a practicar el jineterismo. En poco tiempo, se consolidó una imagen de Cuba como la de un paraíso para el turismo sexual. A la vez, la imagen del visitante en Cuba fue tomando el de la persona que practica este tipo de turismo. Y ambos estereotipos se han ido retroalimentando: cada vez son más los turistas que visitan Cuba con un objetivo manifiestamente sexual, y la oferta sexual es la primera que recibe el turista en las calles de La Habana y de otros focos turísticos del país.

La información que se transmite entre turista y anfitrión, por tanto, suele ser muy sesgada. Factores como el tipo de viaje, su corta duración, la situación liminar que vive el viajero durante sus vacaciones, la existencia de prejuicios previos al contacto o los obstáculos culturales e idiomáticos pueden llevar a que, tanto el local como el turista, sólo recojan pinceladas descontextualizadas de información que acaban creando o consolidando los tópicos e imágenes estereotipadas del “otro” que, se supone, el turismo tenía que combatir.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 5: Refuerzo de los estereotipos culturales**
- **Película 1: La playa**

Detractores del turismo afirman que el desarrollo de este sector suele ir acompañado de un aumento de la delincuencia. Ciertamente, la aparición de población con un cierto nivel adquisitivo, relativamente desprotegidos (están fuera de su ámbito natural y su obligado regreso a casa dificulta cualquier posterior proceso judicial), y en ocasiones, demandantes de servicios o productos ilegales (prostitución infantil, droga) atrae a grupos de delincuentes callejeros más o menos organizados y la consiguiente inseguridad ciudadana.

Sin embargo todo crecimiento económico, y no sólo el que se basa en el turismo, es caldo de cultivo para actividades ilícitas más o menos de guante blanco. El desarrollo de sectores a la sombra del turismo, como la construcción o la banca, favorece el de actividades delincuenciales de alto nivel: blanqueo de dinero, compra de cargos políticos, recalificaciones de terreno ilegales, etc. Pero estos sectores no sólo crecen por efecto del turismo.

Y no sólo cuando lo hacen por efecto del turismo se dan las actividades delincuenciales señaladas. La economía ilegal, y las actividades ilícitas que le acompañan, crecen cuando se da un crecimiento económico generalizado, sea cual sea la industria que lo promueve.

Véase la siguiente propuesta didáctica:
- Película 3: La Caja 507

56

La prostitución, a la que ya nos hemos referido, es también una de esas actividades “ilícitas”. Si bien se trata de una profesión que, aceptada su existencia y regulada, no tendría que ser marginal, la iniquidad social que padecen quienes la practican, su inexistencia legal y en muchos casos la persecución policial, favorece que aparezca junto con actividades que sí lo son, así como la formación de mafias que convierten a la prostituta en víctima.

Véase la siguiente propuesta didáctica:
- Propuesta video 4: El problema del turismo sexual infantil

El turismo y la epidemia del VIH-SIDA

La construcción de imaginarios y estereotipos en torno al turismo es algo común. La expansión de la epidemia del VIH-SIDA en muchas partes del planeta, y en especial en los países del Sur, ha facilitado la construcción de imágenes que asocian esta expansión al turismo sexual. En este tipo de actividad turística se puede plantear la relación sexual de tipo comercial desde una posición de dominación, imponiendo prácticas de riesgo como sexo penetrativo sin preservativo. La situación de pobreza de muchos países del Sur hace que las estrategias de desarrollo económico, basadas en el turismo, sitúen a sus poblaciones en una situación de enorme vulnerabilidad frente a la epidemia del VIH-SIDA.

Pero a pesar de su importancia, la relación entre turismo y VIH-SIDA no se agota ahí. Por el contrario, concentrarse únicamente en los riesgos del turismo sexual puede tener efectos indeseados como el de estigmatizar la actividad turística asociada a unos determinados destinos, u ocultar otras situaciones de riesgo.

Uno de los factores de riesgo que en los últimos tiempos ha destacado más en la literatura científica es el de la movilidad poblacional, ya sea motivada por cuestiones laborales como por ocio; tenga carácter fugaz, temporal o permanente. La prevención debe abordarse desde el fenómeno de la movilidad poblacional tomando en cuenta al conjunto de la población que, de forma permanente o temporal, ocupa un determinado territorio, y no sólo a determinados colectivos, como los camioneros o las trabajadoras sexuales con las que ellos se relacionan, muchas veces anatematizados. Esto no sería más que una ampliación del concepto limitado de grupo de riesgo, clásico en la epidemiología de las ITS. La movilidad implica tanto a las personas que se desplazan como a las poblaciones que los reciben, y se refiere tanto a las migraciones como al turismo de todo tipo.

Por otra parte, la relación entre turismo y sexualidad no sólo, ni necesariamente, se plantea desde los parámetros del turismo sexual. El turismo está asociado a la idea de ocio y diversión y, por tanto, a la posibilidad de acceder a contactos sexuales de carácter esporádico entre iguales, sin que medie una relación de desigualdad. El riesgo está en que en estos contactos, fuera del contexto habitual del turista, no se mantengan prácticas de sexo seguro y que la persona, por la misma situación de novedad y excepcionalidad, relaje sus medidas de prevención.

La prevención de la epidemia del VIH-SIDA no puede reducirse en la denuncia del “turismo sexual”, por importante que sea, sino que se debe intervenir en el conjunto de la actividad turística.

El turismo también es un fenómeno que favorece el cambio de las normas y valores sociales. En una España aislada social y políticamente bajo el peso de una dictadura que imponía a la ciudadanía valores muy conservadores y de fuerte raíz religiosa, la llegada de turistas europeos que invadían la costa mediterránea durante los meses de verano en los años '60, con costumbres mucho más abiertas en lo concerniente a las relaciones hombre-mujer y la comprensión del propio cuerpo, supuso una auténtica revolución.

Este cambio de normas y valores afecta, especialmente, a las relaciones de género. En algunos casos el turismo ha permitido una mejora de la autoestima de la mujer, incluso el surgimiento de una “percepción de género”. En ciertas zonas de la Grecia rural, la creación de cooperativas formadas y dirigidas por mujeres para gestionar el turismo permitió romper su rol tradicional y reinventar las relaciones hombre-mujer²².

En otros, en cambio, el turismo ha empeorado la situación de la mujer. El desarrollo del turismo en determinadas zonas de Kerala (India), como Kovalam, favoreció el florecimiento del turismo sexual, y sus mujeres empezaron a tomar “mala fama”. Ante ello, las familias con cierta capacidad económica empezaron a enviar a sus hijas, aun con edades menores de 12 años, fuera de la región. Era la única manera de que no fueran conocidas como “chicas Kovalam” y de asegurar su reputación, ya que el honor de la familia descansa en la castidad de la mujer y sin este reconocimiento sus posibilidades de casarse son muy escasas. Las familias más pobres, sin embargo, no pudieron practicar esta estrategia²³.

En líneas generales, se puede afirmar que el impacto del turismo en las normas sociales y en lo que respecta a la mujer varía según el papel que ésta asuma en el desarrollo de la industria.

Finalmente, otro de los impactos culturales que se le suponen al turismo es su capacidad de promover la preservación y revalorización del patrimonio y de la cultura autóctona. Para algunos autores, el turismo puede estimular el interés de los residentes por sus propias manifestaciones culturales y por su herencia histórica y artística. Igualmente, puede favorecer la rehabilitación y recuperación de monumentos, edificios y espacios, ya que ahora tienen una función económicamente rentable: atraer turistas. En este sentido, la catalogación de una ciudad o monumento como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO no tiene sólo un valor histórico-artístico que permite asegurar un respeto por su integridad y alimentar el orgullo de los habitantes del lugar, sino que actúa como un sello de garantía para el turismo cultural. Muchas veces éste es uno de los principales objetivos de las instituciones y colectivos que promueven la catalogación, así como de la propia UNESCO: su política, desde hace unos años, de favorecer el otorgamiento de la distinción no sólo a bienes y lugares concretos, sino a itinerarios y rutas, a veces de carácter transfronterizo, así lo evidencia.

22. Castelberg-Koulma, G. “Greek women and tourism: women’s co-operatives as an alternative form of organisation”, en Sinclair, M.Y (ed.) *Working Women*. London: Routledge. 1991

23. Rao, N. “Women and Children” *Equations*. India. 1997

La ciudad canaria de San Cristóbal de la Laguna fue declarada Patrimonio de la Humanidad en 1999. La principal razón de la catalogación fue su estructura urbana: ejemplo de ciudad no fortificada, fue concebida como si de una carta marina se tratara, en el que cada punto tiene un especial significado simbólico, y siguiendo el modelo preconizado por Platón en su diálogo *Las Leyes*. Sin embargo, intervenciones inmobiliarias realizadas con la aquiescencia de las autoridades municipales en los últimos años han provocado que la UNESCO se plantee retirar la distinción. Ante esta situación, ha nacido una oposición ciudadana a la actuación municipal y se ha generado un amplio debate público que ha obligado al ayuntamiento a replantear su política urbanística y puede que permita salvar el patrimonio de la ciudad²⁴. En este caso, el temor de perder un sello de garantía que atrae un turismo cultural (considerado “de calidad”, a diferencia del de sol y playa, dominante en el archipiélago) puede favorecer la conservación de un patrimonio de alto valor histórico-artístico.

Son muchos los casos en que el patrimonio material no ha caído bajo la acción del buldózer o del abandono, gracias a su posible rentabilización como atractivo para el turismo. La Habana Vieja, el casco antiguo de La Habana, no empezó a ser recuperada hasta que, debido a la caída del bloque socialista, el turismo se convirtió en uno de los principales ejes económicos de Cuba. Curiosamente, este costoso proceso de rehabilitación se inició en el momento de mayor crisis del país desde el triunfo de la Revolución. Con el apoyo de la cooperación oficial y no gubernamental española, se ha recuperado la milenaria ciudad caravanera de Walata, en Mauritania. No obstante, la sostenibilidad y el éxito de la acción sólo será posible si Walata consigue convertirse en un punto de destino para el turismo, que recorre el Sahara occidental.

El turismo cultural no es sólo una opción para aquellas localidades o regiones con un patrimonio monumental de reconocido valor histórico-artístico. En la década de 1970, la Corporación de Turismo de Venezuela inició el Programa Integral de Posadas Turísticas. El programa tenía como objetivo fomentar un turismo cultural y rural de pequeño formato, gestionado por las propias comunidades, que además de aumentar sus ingresos permitiesen rescatar su identidad y sus actividades culturales (festividades, producción artesanal, gastronomía, etc.). El programa consiguió ambos objetivos, entre otras cosas porque consideró siempre el papel del turismo desde un planteamiento global de desarrollo, lo que impidió la intromisión de prácticas de tipo comercial que hubieran podido vulnerar y desnaturalizar la identidad y cultura autóctonas²⁵.

24. Capel, H. “Las rutas culturales como patrimonio de la humanidad”, *Biblio 3W: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* 10 (562). 2005

25. Ascanio, A. “Turismo y desarrollo de la comunidad: un primer paso para rescatar la identidad cultural”, *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2): 155-161. 2004

Turismo y revitalización cultural en Okanagan (Canadá)

Okanagan es una región interior de la Columbia Británica de vocación agrícola, y en concreto, vitivinícola. Con el objetivo de promover el turismo y dar renombre a los vinos de la región se creó el Festival Vinícola de Otoño. Inicialmente el festival duraba diez días, y en él participaban seis bodegas, que proponían actividades de cata de vinos, cenas y la visita de sus instalaciones. Rápidamente esta oferta fue creciendo, al punto que actualmente el número de festivales anuales son cuatro (uno por cada estación del año) y en ellos participan la mayoría de las bodegas de la región, así como otras asociaciones y entidades públicas y privadas locales. Sólo el Festival de Otoño, el más antiguo, pasó de 28.000 visitantes en 1995 a 125.000, en el 2002. Los festivales son organizados por la Sociedad de Festivales, formada por empresas privadas y asociaciones.

Actualmente, si bien la mayor parte de los turistas que llegan a Okanagan es durante los Festivales, y el centro de interés está en la producción vitivinícola, se han ido desarrollando otras ofertas de tipo cultural y natural que están favoreciendo la prolongación de las temporadas turísticas. Pero además, los Festivales han permitido aumentar el prestigio de los vinos y de otros productos de la región. De esta manera, el turismo no sólo ha permitido diversificar y aumentar los ingresos en Okanagan, sino revitalizar y prestigiar su cultura e industria agraria.

Fuente: OMT Cooperación y asociaciones en turismo: Una perspectiva mundial. Madrid: OMT. 2004

Pero igual que el turismo puede favorecer la revaloración, o incluso la recuperación, de un monumento histórico-artístico o de una manifestación cultural, también puede ponerlos en peligro. En aquellos casos en que el turismo cultural es el principal motor de desarrollo de una población surge el interés por aumentar el número de visitantes, infravalorando la Capacidad de Carga de los monumentos. Una vez más, se puede acabar matando a la gallina de los huevos de oro.

El santuario histórico de Machu Picchu, en el Sur del Perú, es uno de los principales conjuntos monumentales de reclamo turístico del mundo, y el Camino del Inca, un circuito de varios días que conduce de la ciudad de Cuzco a la ciudadela prehispánica, a través de diversos yacimientos arqueológicos y lugares de interés natural, es uno de los trekking más conocidos.

El éxito de ambas atracciones turísticas, de las que viven los habitantes de Aguas Calientes, el pueblo antesala del Machu Picchu, y la agencias de viajes de Cuzco, acabaron por provocar un alarmante deterioro del patrimonio y del espacio natural. Por suerte, la presión del mundo científico e intelectual peruano e internacional obligó a las instituciones pertinentes a regular y reducir drásticamente el número de visitantes. En otros casos, el peligro se encuentra en los mismos programas de recuperación y preservación del patrimonio.

Así sucede cuando se centra exclusivamente en monumentos concretos, eludiendo las necesidades de rehabilitación necesarias para mejorar la calidad de vida de los habitantes. Al final, estos programas acaban siendo limitadores para el desarrollo turístico. Cuando esto sucede, el turista se convierte en un “ave de paso”, que llega en su autocar al punto de interés y marcha al poco tiempo, huyendo de una localidad que carece de las condiciones de habitabilidad mínimas que le podrían animar a alargar la estancia. Por ello, las políticas de rehabilitación sólo pueden ser exitosas si encuentran el equilibrio entre preservación del patrimonio y la adecuación de servicios y equipamientos²⁶.

Los planes de preservación también pueden conllevar riesgos cuando acaban transformando el lugar en una especie de parque temático, en el que el patrimonio se convierte en un espectáculo y pierde su valor histórico y testimonial. Son en estos casos cuando las rehabilitaciones se hacen en base a un arquetipo de belleza ahistórica o según las necesidades de la industria turística.

De nuevo encontramos un ejemplo de este tipo de agresión al patrimonio en el Perú, en este caso en la ciudad de Cuzco, antigua capital del Imperio inca. Cusco es uno de los focos de atracción turística más importantes del subcontinente sudamericano. El interés por mejorar la imagen de la ciudad ha favorecido rehabilitaciones de edificios, espacios y muros prehispánicos y coloniales que nada tienen que ver con la realidad. Las intervenciones se realizan en base a factores estéticos, en ocasiones más que discutibles, y no a partir de un proceso previo de documentación histórica. Durante las décadas de 1980 y 1990, las remodelaciones del casco antiguo llenaron sus plazas de estatuas y fuentes que desfiguraron el aspecto que habían mantenido durante siglos. También en la década de 1990 se intervino en el templo inca del Qoricancha. Si bien la rehabilitación permitió la recuperación visual y urbana del edificio, los arquitectos, en pos de un mayor efecto escenográfico, construyeron nuevos muros incaicos donde nunca los había habido.

26. Carrión, F. (ed.) *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos*. Quito. FLACSO. 2000

En cambio, no se puso dificultades a las ampliaciones de infraestructuras hoteleras que, además de romper la fisonomía de la ciudad y ocultar edificios monumentales, conllevaron el destroz de restos prehispánicos de alto valor histórico y arqueológico²⁷.

Cada vez más, la recuperación del patrimonio para el desarrollo de un turismo cultural está presentándose como una estrategia para enfrentar la crisis del turismo de masas en zonas caracterizadas por una histórica dependencia económica de este sector. Este es el caso de la costa mediterránea española, donde tradicionalmente siempre había imperado un turismo de sol y playa, ahora en decadencia debido a la sobreexplotación y al surgimiento de otros lugares de destino más competitivos. En vez de plantear un reequilibrio de la economía que reduzca la dependencia económica del turismo, se ha optado por una política de reconversión de parte del sector y de complementación del modelo actual con una oferta cultural y urbana, que muchas veces utiliza como motor de desarrollo de grandes eventos internacionales y proyectos urbanísticos faraónicos. Es el caso de Barcelona, con la realización de las Olimpiadas en 1992 y del Forum de las Culturas en el 2004. O de Valencia, con la construcción de la Ciutat de les Arts i de les Ciències o la organización de la Copa América del 2007.

Cuando no existe un patrimonio material, o el que hay se considera insuficiente para los objetivos propuestos, se puede acabar creando. Éste es el caso de Bilbao, que está basando su promoción turística en el museo Guggenheim, inaugurado en 1997. Este mismo año empezó a manifestarse la Virgen de Fátima a una mujer del pueblo de Cojutepeque, en El Salvador, ordenándole la construcción de una basílica en su honor en un cerro cercano de alto valor ecológico. La edificación, que supondría la tala de parte del bosque y la perforación del suelo, acabó dividiendo a los habitantes del pueblo. Mientras que una parte, apoyados por movimientos proteccionistas locales, se oponen, temerosos de que dañe irreversiblemente las fuentes de agua que nacen en el cerro y que nutren al pueblo, otros, apoyados por la Iglesia y el Ayuntamiento, están de acuerdo con la propuesta... que entre otras cosas, perciben que ha de favorecer la llegada de un turismo de tipo cultural-religioso.

Hay un patrimonio cultural no monumental que también se ve afectado por el desarrollo turístico. La artesanía popular es un ejemplo de ello. Aunque el turismo no es el único factor que ha influido en el cambio de función de la artesanía, fenómeno que se ha dado en la mayor parte del mundo, sí ha sido uno de los más influyentes. A la vez que los productos industriales realizados en serie y relativamente baratos fueron

27. Gutiérrez Samánez, J.C. *La destrucción del patrimonio monumental del Cusco*. Lima: Lluvia Editores. 2000

inundando todos los hogares del planeta, sustituyendo a los artesanales, el turismo fue creando una demanda de este tipo de productos con un objetivo ornamental o de recuerdo; el omnipresente souvenir. Este cambio del tipo de cliente y de utilidad también ha conllevado un cambio en la tipología del producto. El objeto artesano se va adaptando a las necesidades del turista (productos relativamente pequeños y de poco peso, resistentes al maltrato que padece el equipaje en los aeropuertos, y barato), y también adapta sus formas y dibujos a una imagen estandarizada que el cliente asume como “lo auténtico”. En los lugares de recepción masiva de turistas, el souvenir puede acabar produciéndose de manera industrial; en ocasiones, incluso en otros países o regiones, para ser luego importados a las zonas donde se venden a los turistas como productos autóctonos.

Este proceso de cambio en el uso y de las formas de la artesanía ha generado un debate entre quienes creen que se trata de un proceso degenerativo de la cultura material de un pueblo, y quienes piensan que es una adaptación a condiciones nuevas que permiten mantener esta actividad manufacturera. Un estudio comparativo realizado en tres zonas andinas (la ciudad de Otavalo en Ecuador, la comunidad de Jalqa en Bolivia y la isla de Taquile en Perú) descubría que los cambios en la artesanía textil para adecuarla al consumo turístico había sido una acertada estrategia que había revalorizado la identidad social, además de convertirse en una importante fuente de ingresos²⁸.

Con el tiempo, la artesanía-souvenir ha ido cayendo en el menosprecio de un sector de los viajeros. Así, junto con el consumidor de este tipo de productos, coexiste una clientela más sofisticada que busca artesanías “originales”. Esto ha propiciado la aparición de mercados y circuitos de compra-venta de antigüedades. Un artesano local podría hacer ese tipo de piezas con la misma calidad. Pero aquí el valor lo da tanto el “cómo” se ha elaborado como el “para qué”: el valor lo da el hecho de haber sido elaborado para su función original y utilizado como tal. Este tipo de mercado, en el que a veces se confunde la pieza antigua del resto arqueológico, ha favorecido el expolio de yacimientos y viviendas rurales (actividad prohibida la primera y permitida la segunda) y la consiguiente pérdida de documentación y patrimonio histórico.

**Véase la siguiente propuesta didáctica:
- Película 2: Temporada alta**

28. Vidas, A. “Textiles, Memory and the Souvenir Industry in the Andes”, in M.F. Lanfant & J.B. Allcock & E.M. Bruner (eds.) *International Tourism: Identity and Change*. London: SAGE. Pp.67-83. 1995

Para cubrir la demanda de este turista sofisticado, también ha aparecido una artesanía que podríamos denominar “artística” o “de firma”. Se trata de un tipo de producto que no pretende vender “lo auténtico”, sino que recrea las técnicas y estilos de la artesanía tradicional a partir de la visión propia del autor, o que sólo recupera de la tradición los materiales y la técnica. Los más renombrados de estos artesanos-artistas llegan a exponer sus obras en museos y reconocidas galerías internacionales, y sus piezas pueden alcanzar precios muy elevados. Firmas como el de Hilario Mendívil, en Perú, o Gustavo Pérez, en México, se han hecho prestigiosas en todo el mundo.

El turismo también puede favorecer cambios que despojan las manifestaciones culturales de su significado, y sólo salvaguardan los elementos más epifenoménicos, más visibles, que son tratados como un espectáculo teatral. Las danzas y rituales autóctonos son un ejemplo claro. En muchos países se muestran en forma de atracción para los turistas, fuera de su contexto cultural y de su razón de ser original.

Efectos del turismo en una fiesta tradicional berebere

Imilchil es un pueblo en el Alto Atlas Oriental de Marruecos de población berebere. En Imilchil, cada año se celebra el moussem, una fiesta tradicional de tres días de duración que gira alrededor de la peregrinación de la tumba de un hombre santo (marabout), pero en ella también tiene un peso importante las actividades recreativas (danza, juegos, etc.) y el mercado (zoco). El principal elemento que caracteriza el moussem es la firma de las actas de bodas colectivas, complejo y vistoso ritual que atrae gente de todas partes, incluso del gobierno y de la casa real marroquí. En definitiva, el moussem es una oportunidad de encuentro, social y comercial, de bereberes de diferentes regiones y tribus.

Tradicionalmente, la celebración del moussem se realizaba entre los meses de agosto y septiembre, siempre después de terminada la cosecha y cuando la comunidad había conseguido acumular los recursos necesarios para cubrir sus costos. El establecimiento de la fecha concreta, por tanto, variaba de un año a otro y era una decisión comunitaria. Pero a partir del interés gubernamental en desarrollar el moussem como atracción turística, el Estado marroquí (el makhzen) desposeyó a la población de Imilchil de esta prerrogativa y estableció una fecha inamovible: el último fin de semana del mes de agosto. La razón era sencilla: la promoción turística del evento sólo es posible si el calendario de su celebración es fijo.

La disminución del rol de la población en el moussem a favor del makhzen también se evidencia en otros aspectos, como por ejemplo las actas de bodas colectivas. A la población se les relega a un segundo plano, mientras que los mejores lugares se reservan para los turistas. Igual sucede con buena parte de los espectáculos musicales. Hay que señalar que el moussem ha ido cambiando su carácter lúdico-ceremonial rural a favor de una oferta más dirigida a los gustos urbanos de los turistas.

Medios de comunicación también han popularizado la fiesta como si de un mercado de mujeres dispuestas para el matrimonio se tratase, y la idea de que ello era posible sin que fuera necesario el consentimiento paterno. Esto ha generado descontento entre la población de Imilchil, celosa de su dignidad, ya que favorece la creencia de que sus mujeres son muy libres. En realidad las actas de bodas colectivas son resultado de un proceso de negociación entre familias, en el que se respetan escrupulosamente estrictas normas de endogamia y exogamia.

Resultado de todo este proceso la población local se ha ido desvinculando de su propia fiesta. Así por ejemplo, hoy en día apenas se producen registros de actas matrimoniales durante el moussem. Los beneficios que genera el moussem no se reparten uniformemente en Imilchil, sino que se concentran en la población que trabaja directamente en el sector turístico. Pero las principales críticas de los locales no se dirigen a los turistas, sino a los funcionarios estatales; en última instancia, lo acaecido con el moussem forma parte de una política más amplia de control del territorio berebere por parte del makhzen.

Fuente: Berlanga Adell, M.J. “Turismo y poder: las transformaciones de una fiesta popular en Marruecos”, Pasos 2 (1): 25-45. 2004

La alimentación también es otro aspecto cultural en el que suele incidir el turismo. Como efecto reflejo de las tendencias alimentarias occidentales, la diversidad regional tiende a desaparecer en favor de esos modelos alimentarios. La aparición de cadenas de comida rápida es el ejemplo más destacado. Hoy podemos encontrar exitosos establecimientos de la multinacional McDonalds en los lugares más céntricos de El Cairo, Seúl o Moscú. En ellos una clientela, tanto local como extranjera, disfruta de una oferta alimentaria similar en todas partes del mundo.

En otras ocasiones, la cocina autóctona es uno de los principales atractivos turísticos. Pero en estos casos, debido al escaso tiempo con el que cuentan los turistas y los pocos lugares que acaban visitando, los platos más típicos de todo un país se concentran territorialmente. En cualquier restaurante podemos encontrar platos de todas las variedades regionales: desde contundentes platos propios de zonas frías o de montaña, a otros ligeros, característicos de zonas tropicales. El turismo, en estos casos, coadyuva a favor de una cierta uniformización de la cocina del país en base a unos cuantos platos anárquicamente elegidos, mientras que la diversidad de cocinas regionales se va difuminando y numerosos platos locales acaban desapareciendo.

Pese a todo, no se puede achacar únicamente al turismo internacional la responsabilidad de los procesos de cambio cultural. Es un factor causante más entre muchos otros, como la uniformización de la educación formal, la emigración Sur-Norte, el crecimiento del comercio internacional o la universalización de los medios de comunicación como la televisión y el cine.

La cultura es un sistema de conocimientos cuya misión es dar coherencia a la actividad de un grupo humano. Debe ser, por tanto, un sistema vivo, en continua transformación, capaz de adecuarse tanto a factores foráneos como a procesos internos. La consideración de la cultura desde un punto de vista museístico, como elemento que se debe preservar congelado en el tiempo, además de irreal pone en peligro la sociedad ante su necesidad de tener un sistema de conocimiento coherente con los cambios exógenos y endógenos. El debate, por tanto, se centra en saber cuándo un cambio cultural propiciado por el turismo es lícito y cuando no lo es.

Desde nuestro punto de vista, el cambio cultural no es ilícito por el hecho de que el elemento desencadenante sea un factor importado por el turista. En teoría, lo consideraremos lícito o no, dependiendo si ese cambio es un proceso impuesto, o bien es el resultado de un desarrollo autóctono a través de sus propios mecanismos.

Pero subrayamos lo de “en teoría”. Muchas veces es difícil discernir entre una transformación deseada de una adaptación obligada. Aunque el proceso se haya desarrollado según los códigos de la cultura anfitriona, ¿anhelaba la comunidad este cambio o ha sido una necesidad adaptativa ante un “input” extraño que no se podía anular? Por otra parte, las sociedades no son homogéneas. Un cambio cultural, ¿afecta de la misma forma a todo el grupo? ¿Todas y todos los miembros de la comunidad coinciden en la valoración del cambio? Por ello, para responder si un cambio cultural favorecido por el turismo ha sido o no lícito, siempre será necesario el estudio caso por caso. Y en la decisión siempre jugará un papel importante la cosmovisión y perspectiva del observador.

Un ejemplo de Turismo Sostenible: el Turismo Rural Comunitario



Frente a los impactos negativos que ha tenido el desarrollo del turismo, algunas experiencias de turismo no convencional, a menor escala y con una gestión diferente, muestran que estas actividades pueden generar también efectos positivos. Se empieza a hablar, entonces, de Turismo Sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) afirma que:

“el desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”

68

El concepto de Turismo Sostenible está íntimamente relacionado con el de “Capacidad de Carga”. Éste se define como el máximo uso que se puede hacer de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o en el medioambiente. Por tanto, podremos hablar de Turismo Sostenible cuando no se sobrepasa la “Capacidad de Carga” de una zona de destino. El problema fundamental se presenta cuando se trata de establecer los indicadores que permiten calcular la carga máxima de una zona de destino: según las diferentes perspectivas e intereses, estos indicadores son más laxos o más restrictivos.

En conclusión, no parece que haya un modelo de Turismo Sostenible aplicable universalmente ya que, como queda dicho, el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales fueran las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: el turismo masificado, el turismo sexual, turismo a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc.

Parece claro que el turismo tradicional tiene más dificultad en alcanzar la sostenibilidad que otras formas de turismo considerado “alternativo”. No obstante, bajo este concepto se agrupan diversas formas de turismo, como el deportivo, el étnico o el de aventura, entre otros, en ocasiones gestionadas con un espíritu de lucro similar a las tradicionales, y con impactos más que dudosos. El hecho que una determinada actividad turística se aleje de los patrones dominantes del turismo tradicional no necesariamente garantiza su sostenibilidad.

A pesar de que no es la única forma posible de Turismo Sostenible, entre éstas cabe destacar aquellas iniciativas turísticas que tienen como objetivo contribuir al mantenimiento de las economías campesinas y que, por tanto, tienen las mismas funciones sociales como proveedoras de alimentos, puestos de trabajo y como gestoras del territorio y de sus recursos naturales. Este es el caso del Agroturismo, concepto empleado en la mayoría de países del Norte, y del Turismo Comunitario, mayoritariamente empleado en los países del Sur.

Turismo y Soberanía Alimentaria

La expansión de las actividades turísticas en el ámbito rural ha abierto algunas discusiones sobre la relación entre el turismo y los distintos modos de concebir el desarrollo rural. Pero el debate sobre qué papel puede o debe jugar el turismo en este desarrollo, así como sus características, no puede plantearse sin tener en cuenta el conflicto existente entre dos modelos de entender el futuro de la agricultura y de la producción de alimentos.

Por una parte encontramos el modelo dominante, de inspiración neoliberal, impulsado por las grandes empresas transnacionales de la agroindustria y basado fundamentalmente en la producción para la exportación. La lógica de esta concepción es que cada territorio debe especializarse en aquellas actividades que le permita tener ventajas comparativas en relación a otras zonas del planeta, en una economía fuertemente globalizada. La prioridad de la agricultura, por tanto, será el cultivo de productos sustituibles para mercados lejanos.

Para ello se requiere el uso intensivo de la tierra, el empleo de agrotóxicos, de semillas transgénicas, de maquinaria pesada, etc. La incentivación de la producción agropecuaria hacia la exportación promueve que se vendan productos alimentarios en otros mercados por debajo de los costos de producción (dumping), hundiendo las economías locales. Ante las situaciones de inseguridad alimentaria en una determinada zona o región se considera que esto no es un problema fundamental y que ya se conseguirán los alimentos necesarios de aquellas zonas donde sea más barato. En este modelo la unidad familiar campesina se convierte en un anacronismo que tiende a la desaparición por ineficiencia.

La expansión del modelo de agroindustria y agroexportación ha supuesto, de hecho, una agresión frontal contra la agricultura familiar campesina. Para buena parte de la población rural no queda otra alternativa que buscar otras fuentes de empleo, aumentando los procesos migratorios hacia las ciudades o hacia otras zonas donde puedan ser empleados como jornaleros en explotaciones ajenas.

También pueden acabar trabajando en empresas maquiladoras o como empleados de enclaves turísticos, las principales industrias que se están impulsando en la actualidad en muchos países del Sur²⁹.

Por otra parte, las organizaciones rurales articuladas internacionalmente a través de Vía Campesina, han desarrollado otro modelo contrapuesto basado en una estrategia de defensa de la Soberanía Alimentaria, y de entender la alimentación como un Derecho Humano fundamental y no como una mercancía. Estos planteamientos nacieron a raíz del debate sobre cómo garantizar la Seguridad Alimentaria, que se dio en la década de los años setenta en respuesta a la preocupación internacional ante la escasez generalizada de alimentos. En esa época, el concepto de Seguridad Alimentaria incluía únicamente aspectos relacionados con la producción y la disponibilidad de alimentos. Con el tiempo, fue evolucionando e incorporando nuevos componentes como son la calidad alimentaria, la adecuación nutricional o las preferencias culturales. En 1996, en la Cumbre Mundial de la Alimentación organizada por la FAO, se llegó a la siguiente definición que todavía continúa vigente:

70

“Seguridad Alimentaria, a nivel de individuo, hogar, nación y global, se consigue cuando todas las personas en todo momento tienen acceso físico y económico a suficiente alimento, seguro y nutritivo, para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objeto de llevar una vida activa y sana”.

De forma paralela a esta Cumbre, organizaciones campesinas de distintas partes del mundo fueron diseñando un nuevo tipo de estrategia de desarrollo, que realmente pudiera afrontar esta problemática y que vino a denominarse Soberanía Alimentaria. De este modo, en el Primer Foro Mundial de Soberanía Alimentaria celebrada en La Habana en el año 2001, se definió este concepto como:

*“el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base en la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales, en los cuales la mujer desempeña un papel fundamental”.*³⁰

29 Para la descripción y crítica del modelo dominante en la agricultura y la producción de alimentos puede verse: Moore Lappé, F. y otros Doce mitos sobre el hambre. Barcelona: Icaria. 2004, y Riechmann, J. Cuidar la T(tierra): Políticas agrarias sostenibles para entrar en el siglo XXI, Barcelona: Icaria. 2003

30 Declaración Final del Foro Mundial sobre Soberanía Alimentaria, La Habana, Cuba, 7 de septiembre del 2001. Por el derecho de los pueblos a producir, a alimentarse y a ejercer su Soberanía Alimentaria.

La Soberanía Alimentaria se considera como una vía para erradicar el hambre y la malnutrición, así como para garantizar la Seguridad Alimentaria y Nutricional duradera y sustentable para todos los pueblos. Para ello se considera necesario priorizar la producción de alimentos para los mercados domésticos y locales, basados en explotaciones campesinas familiares diversificadas y en sistemas de producción agroecológicos. Implica también garantizar al campesinado el acceso y control de la tierra, el agua, las semillas, los bosques y la pesca y otros recursos productivos. Se trata, en definitiva, de favorecer el control de la comunidad sobre los recursos productivos frente a los crecientes intentos de saqueo por parte de las corporaciones privadas. Todo esto implica el impulso de políticas públicas acordes con esta estrategia.

En este sentido, por ejemplo, es necesario proteger los mercados interiores del dumping. O favorecer la implementación de políticas públicas que fomenten la actividad productiva de familias y comunidades dirigidas a aumentar el poder y control local sobre la producción alimentaria, para que esté enfocada prioritariamente hacia los mercados locales. Igualmente es necesario poner en marcha políticas de redistribución real y no, como ha impulsado el Banco Mundial, a través de las fuerzas del mercado. Supone también el derecho de los consumidores de acceder a alimentos sanos, accesibles, culturalmente apropiados con la gastronomía y la historia culinaria de su país, producidos localmente.³¹

El desarrollo de las actividades turísticas en el ámbito rural no puede concebirse al margen de la confrontación entre estos dos grandes modelos de desarrollo rural. Desde nuestro punto de vista, el turismo en las zonas rurales debe integrarse dentro de una estrategia a favor de la Soberanía Alimentaria e, incluso, supeditarse a ella.

Ello supone, por una parte, la crítica y denuncia frontal contra todas aquellas actividades turísticas que socaven la Soberanía Alimentaria de los pueblos y reduzcan el acceso de las comunidades campesinas a los recursos básicos como la tierra, el agua o la mano de obra necesarios para la producción de alimentos, dirigida al autoabastecimiento y a los mercados locales y nacionales. En lugares con un interés turístico específico, ya sea por cuestiones de ubicación estratégica o de interés paisajístico, la puesta en marcha de actividades turísticas por la iniciativa privada puede entrar en conflicto con la población campesina de la zona. Es el caso de la presión que ejercen a menudo los inversionistas sobre la población local para la compra de tierras.

31. *Soberanía alimentaria: un derecho para todos. Declaración política del Foro de las ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria, Roma, 8 – 12 de junio de 2002.*

O el desalojo de la población local para la instalación de un hotel en un determinado lugar. O la privatización y concentración del suministro de agua en lugares donde esta puede ser escasa con el fin de abastecer actividades de ocio vinculadas al turismo, altamente consumidoras de este recurso, como son piscinas, campos de golf o jardines. Entendemos, en definitiva, que el análisis de los impactos de la actividad turística debe entrar en un marco de desarrollo rural basado en una estrategia de Soberanía Alimentaria, según la ha desarrollado Vía Campesina.

Por otra parte, el turismo gestionado y controlado por las familias campesinas puede ser un modo de aumentar sus ingresos y diversificarlos, contribuyendo así a consolidar su economía. No puede concebirse como una actividad que pueda o tenga que sustituir la agropecuaria. Desde esta perspectiva el turismo aparece como una actividad complementaria. De hecho, el futuro del campesinado está en su plurifuncionalidad. Condenado una y otra vez a la desaparición por los teóricos del desarrollismo, el campesinado organizado en fincas familiares diversificadas es un actor clave tanto en la producción de alimentos como en la protección del medio, y en la reducción de la pobreza.

En ocasiones, desde sectores favorables al turismo convencional, se ha considerado el turismo controlado y gestionado por el campesinado, como una actividad económicamente marginal, que genera beneficios insustanciales dentro de la macroeconomía nacional. Esto es resultado de un cálculo económico sesgado que sólo considera el rendimiento estricto de la actividad, sin valorar las sinergias que tiene con otros sectores productivos, así como a nivel social y medioambiental. Desde una visión holística tenemos que valorar este tipo de turismo por lo que puede contribuir en la consolidación de una economía familiar campesina, arraigada en un determinado territorio.

Este tipo de turismo, concebido como una actividad complementaria, permite la introducción de ingresos económicos líquidos, algo especialmente importante en contextos de extrema pobreza, que contribuyen al sostenimiento de una economía familiar siempre en riesgo de bancarrota por la falta de apoyos públicos, y amenazada por las políticas neoliberales a favor de la agroindustria. De hecho, probablemente no sea tan importante la cantidad de ingresos generados por el turismo dentro de la economía familiar, como la época del año en que se produzcan, teniendo en cuenta que pueden coincidir con momentos de escasos ingresos agrarios. O por el hecho de que estos ingresos sean en metálico, cuando a menudo la economía familiar campesina tiene dificultades para acceder a moneda. Ante las amenazas y riesgos que corre el campesinado de perder la propiedad de sus tierras en contextos en los que las políticas neoliberales han socavado sus posibilidades de desarrollo, el acceso

a ingresos monetarios complementarios puede ayudar también a elevar el nivel de vida de los miembros de la familia, accediendo a bienes que necesariamente tiene que comprar en el mercado, y resistir así las tentaciones y presiones de venta de la tierra. En definitiva, el impacto de este tipo de turismo va más allá de los ingresos que genera, ya que puede ayudar a consolidar explotaciones familiares en riesgo continuo de quiebra.

Por otra parte, la consolidación de la economía campesina a través de una estrategia de diversificación que pueda incluir las actividades turísticas, implica otros beneficios para el conjunto de un país de enorme importancia social sobre los que a menudo no se presta la suficiente atención. Así, la diversificación productiva ayuda a mantener al campesino como productor de alimentos para el mercado local y nacional, y por tanto, disminuye la dependencia de las importaciones del extranjero. El campesino, a su vez, juega un papel fundamental en el mantenimiento del territorio y en la reducción de la vulnerabilidad ambiental. Un mundo rural vivo, con posibilidades de desarrollo, disminuye también las tendencias migratorias del campo a la ciudad, y por tanto, el desarrollo de bolsas de extrema pobreza y marginación en las zonas urbanas, así como la presión de los sectores urbano-marginales sobre sus servicios sociales.

El turismo en una cooperativa de Nicaragua

Ricardo Barahora es un campesino nicaragüense que forma parte de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua. En el año 2003 su Cooperativa, situada en las laderas del volcán Mombacho, puso en marcha un albergue turístico gestionado colectivamente. Desde entonces recibe turistas y combina las actividades agropecuarias con el trabajo como guía turístico del entorno natural de las cooperativas. A principios del año 2004 fue elegido como miembro de la Junta Directiva de la Red Nicaragüense de Turismo Rural y Comunitario. Desde su punto de vista: jamás el turismo puede sustituir a la agricultura, porque ninguna cosa sustituye a otra. Supongamos que yo siembro una manzana de chagüíte y a la par tengo otra manzana de fríjol, otra de yuca y otra de papaya, pues la verdad es que ninguna sustituye a la otra, porque cada una tiene su función. Asimismo, el turismo no sustituye ningún cultivo ni es alternativa única de supervivencia. Digamos que me dedico al turismo, pero yo no vivo de eso nada más, tengo que obtener de otras cosas, porque no todo los días voy a “agarrar” turistas. La idea, definitivamente, es que el turismo sea complementario. Que nos compense lo que no nos da ahora la agricultura.”

Fuente: “TURISMOS”. Documental realizado por Félix Zurita y producido por Alba Films-Alba Sur para Fundación Luciérnaga. Managua: 2004

La apuesta por un Turismo Comunitario

Frente a otros modelos de turismo en zonas rurales, numerosas experiencias nos muestran que es posible apostar por un turismo gestionado por unidades familiares campesinas, por cooperativas agropecuarias, por pueblos indígenas, que tratan de integrar este tipo de actividad de forma complementaria a las tradicionales, que son perfectamente coherentes con un modelo de desarrollo rural basado en una estrategia de Soberanía Alimentaria. Desde nuestro punto de vista, es necesario apostar por un Turismo Comunitario que puede dar coherencia y cohesión a las actividades turísticas desarrolladas por las comunidades rurales, reforzando los instrumentos de organización colectiva.

74

Entendemos por Turismo Comunitario un tipo de turismo de pequeño formato, establecido en zonas rurales y en el que la población local, a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión. Esta definición es muy laxa, pero permite englobar toda la variabilidad de experiencias que se puede dar o estar dando. Y es que no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente. El modelo turístico siempre tendrá que adaptarse a las características del contexto y de la población local, por lo que una experiencia sostenible y exitosa en un determinado contexto puede ser tomado como referente, pero nunca como ejemplo a replicar.

Igualmente, el Turismo Comunitario es destacable porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución equitativa de los beneficios y establece sinergias con otras políticas de desarrollo (económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales, etc.).

Los pueblos indígenas y organizaciones campesinas de diversas partes de América Latina durante los últimos años han tratado de dar un mayor contenido a esta propuesta de Turismo Comunitario. En este sentido destacan la “Declaración de Otavalo de Turismo Comunitario, sostenible, competitivo y con identidad” (septiembre de 2001) y la “Declaración de San José sobre turismo rural y comunitario” (octubre de 2003).

A través de estas declaraciones las organizaciones de pueblos indígenas y comunidades rurales firmantes de Ecuador, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Guatemala y Perú, expresaron el deseo de que el turismo pueda aportar mejoras a sus condiciones de vida y trabajo en la medida en que se trate de una actividad “socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable”. Y ello pasa, entre otras cosas, por una justa distribución de sus beneficios. Teniendo en cuenta que el turismo puede ser tanto una fuente de oportunidades como también de amenazas y riesgos para la cohesión social, la cultura y el hábitat natural, el Turismo Comunitario

implica la autogestión del turismo, de tal forma que la comunidad asuma el control de todos los procesos de planificación, operación, supervisión y desarrollo. Se reafirma así la reivindicación del derecho a la propiedad y uso de las tierras y territorios en manos de las comunidades campesinas y pueblos indígenas:

*“Consideramos que al emprender cualquier actividad económica, y el turismo en particular, ha de adoptarse una política de planificación y gestión sostenible de los recursos naturales. Queremos ser cautos a la hora de construir infraestructura nueva o de ampliar la existente. Declinamos vender o ceder en concesión nuestras tierras a personas que no sean de nuestras comunidades. Desaprobamos toda decisión que contravenga este principio”*³²

En definitiva, el Turismo Comunitario sostiene la propuesta de que el turismo pueda ayudar a complementar la economía comunitaria y familiar, “potenciando el desarrollo de la agricultura, la pesca, la artesanía, la pequeña agroindustria, el transporte y otros servicios”³³.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Texto 7: Turismo Rural Comunitario en Nicaragua: la experiencia de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua**
- **Texto 8: Desarrollo turístico en el Valle de Manduriacos**
- **Película 6: La chica de París**
- **Propuesta video 1: Modelos turísticos confrontados**
- **Propuesta video 6: ¿Es oro todo lo que reluce?**
- **Propuesta video 8: La apuesta por un Turismo Rural Comunitario**

¿Certificar el turismo comunitario?

Hasta la fecha el debate sobre la certificación en el ámbito del llamado “turismo solidario” no había tenido mayor relevancia, hasta que en la segunda edición del Foro Internacional sobre Turismo Solidario y Comercio Justo, celebrado en Tuxla Gutiérrez del 23 al 26 de marzo de 2006. En el transcurso de este Foro, la organización certificadora del comercio justo, Fairtrade Labelling Organizations International

32. Declaración de San José sobre turismo rural y comunitario. Octubre de 2003.

33. *Ibidem*.

(FLO), que pretende ampliar su actividad de certificación con determinados servicios, como la red francesa de asociaciones de turismo, Unión Nacional de Asociaciones de Turismo (UNAT), pretendieron que el sector asumiera la necesidad de avanzar en la creación de un sistema de certificación específico sobre el turismo solidario. A pesar de que no lograron culminar plenamente su objetivo, sí lograron abrir el debate público sobre este asunto.

En torno a la certificación sus promotores han planteado toda una serie de falacias que es preciso aclarar.³⁴ Veámoslas en detalle:

Primera falacia: el turista responsable necesita referentes, y por eso reclama la certificación.

76

Si bien es cierto que el turista responsable requiere referentes para viajar, éstos ya están a su disposición. La inmensa mayoría de la clientela potencial de este tipo de viajes de turismo solidario tiene a su alcance medios de información que, de una u otra manera, le da las garantías que considera oportunas: foros en internet, libros especializados, organizaciones sociales o el “boca a boca”, entre otras. Por otra parte, a diferencia del consumidor de productos elaborados e importados del Sur, el turista acaba conociendo in situ el lugar y el servicio que se pretende certificar, y genera una opinión al respecto que después transmite, en mayor o menor escala, aumentando así la información disponible. Creer que un sello puede cubrir una carencia de referentes del turista es obviar (o mejor dicho, querer obviar) que vivimos en la era de la comunicación.

Segunda falacia: un sello de Turismo Solidario abre nuevas oportunidades de comercialización.

A pesar de que estamos hablando de un tipo de turismo en expansión, para facilitar su promoción no se requiere ningún sello, sino crear y mejorar los medios que faciliten el acceso del posible turista a este producto. Al fin y al cabo, el desarrollo que han tenido diferentes modelos de turismo sostenible y de pequeño formato, se ha hecho hasta ahora sin el respaldo de certificaciones (al menos, exitosas y reconocidas por parte del consumidor).

34. Hemos desarrollado el tema en: CAÑADA, E “¿Un movimiento de consumo responsable? Balance crítico del Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo (Tuxla Gutiérrez, Chiapas, 2006)” *Mientras Tanto* 99: 2006; y en Jordi Gascón (2006), *Certificar el turismo solidario. ¿Cómo? ¿Por quien? Pero sobre todo ¿para qué?*, editado en el sitio web de *Acción por un Turismo Responsable*, dirección: http://www.turismo-responsable.org/noticias/contra_sello.html

Pero para autojustificarse, el sello se verá en la necesidad de buscar clientes con cierta impaciencia. Por que un certificado de este tipo termina siendo un “negocio” que requiere una gran inversión y que necesita presentar cuentas de resultados. ¿Acabarán comercializando paquetes turísticos certificados como “turismo solidario”, multinacionales como Barceló, Sol Melià, o tantas otras que son las primeras en beneficiarse de las paupérrimas condiciones laborales de los trabajadores de los complejos hoteleros en el Caribe, o de la enajenación del agua de campesinos y ecosistemas para proporcionar los requerimientos de las grandes infraestructuras turísticas de la Costa mediterránea, o de la expulsión de comunidades pesqueras indonesias de sus tierras para la construcción de infraestructuras hoteleras en primera línea de mar, aprovechando el desastre causado por el Tsunami del 2005?

El ejemplo del sello FLO en la certificación de productos a multinacionales de la agroalimentación como Nestlé o McDonalds, resulta una clara advertencia. No olvidemos que el turismo al que nos referimos surgió como alternativa y como denuncia de modelos turísticos no sostenibles y mayoritarios. ¿En qué quedará ese objetivo de denuncia y de sensibilización a la ciudadanía si encontramos en los catálogos de transnacionales del turismo ofertas certificadas de “turismo solidario” al lado de los tradicionales “todo Incluido” en complejos hoteleros situados en primera línea de mar?

Tercera falacia: las iniciativas de certificación pueden cambiar las prácticas económicas de las grandes multinacionales turísticas.

Afirman también, quienes apoyan este tipo de certificaciones, que son una herramienta que anima, si no obliga, a los empresarios a mejorar en el uso y manejo de los recursos naturales o a promover condiciones laborales justas. En este sentido, ellos consideran un éxito que Nestlé o McDonalds comercialicen líneas de comercio justo. “Algo cambia en esas corporaciones”, aseguran. Uno se pregunta el qué. Nada indica que las políticas comerciales de Nestlé, siempre buscando maximizar beneficios a costa del productor, hayan variado lo más mínimo. Que se venda café de comercio justo en cadenas de supermercados como Carrefour tampoco ha cambiado su política comercial con los pequeños campesinos locales que los abastecen, cada vez más agobiados por los bajos precios y las condiciones extremas a las que esas políticas les arrastra. Para estas grandes marcas, comercializar productos de comercio justo tiene una doble función: acceder a un nicho de mercado pequeño pero en expansión, y favorecer campañas de marketing que contrarresten una fama bien ganada de especuladores. Pero a parte de esa línea de productos, la política corporativa sigue siendo la misma. ¿Quién puede creer que no sucederá lo mismo con una certificación de Turismo Solidario?

En la crítica a este tipo de certificación hay que añadir el análisis de quien asumirá los costos de tal operación. Las opciones no son muchas. Básicamente, repercutir los costos en la población local certificada o en los tour-operadores, que a su vez lo deberán cargar en el precio del producto y, por tanto, en los turistas, o bien solicitar ayudas a fondos de cooperación institucionales. En el primer caso, el precio del producto se encarecerá, y por tanto dificultará su comercialización. En el turismo en zonas rurales (mayoritario en este tipo de turismo alternativo), la viabilidad de la certificación, si se adopta este sistema, parece muy difícil. Hay algunas zonas, de fuerte atracción turística, donde el turismo puede acabar suponiendo la principal entrada de ingresos de la comunidad. Pero en la inmensa mayoría de los casos, las comunidades campesinas que se han abierto al turismo reciben una cantidad de viajeros muy escasa, tanto porque su oferta (cultural, paisajística) es muy similar a la de otras comunidades como porque no deja de tratarse de un turismo minoritario. En estos casos, los ingresos del turismo pueden permitir equilibrar y diversificar la economía doméstica y comunitaria, y de esta manera ayudar a “apuntalar” un sector campesino cada vez más maltratado, pero en ningún momento convertirse en una fuente de ingresos suficientemente consistente como para poder destinar recursos a cubrir los costos de la certificación.

En el segundo caso (cubrir los costos con subvenciones), el resultado será que una parte de los fondos públicos destinados a la ayuda al desarrollo, ya de por sí muy escasos, se desviarán hacia las cuentas bancarias de las consultorías encargadas de hacer los controles y las evaluaciones. En última instancia, el peso de la certificación volverá a recaer sobre las sociedades del Sur, que verán cómo los fondos públicos para subvenciones no llegan a salir de los países del Norte. Además, con estas subvenciones ¿cuántas certificaciones será posible realizar? Siempre será un número limitado en relación a una oferta en crecimiento (cada vez son más las comunidades y organizaciones sociales que quieren desarrollar un turismo de pequeño formato autogestionado). Buena parte de las propuestas turísticas quedarán en desventaja en relación a las que hayan obtenido la certificación, aun cuando sean propuestas de interés social, económico y medioambiental.

Frente a la propuesta de la certificación existen otras alternativas más apropiadas a las necesidades de las organizaciones comunitarias y de turistas interesados en destinos más sostenibles. Una opción puede ser la de promover marcas locales/regionales semejantes a las Denominaciones de Origen, que incluso pueden abarcar diversos ámbitos que no sólo los estrictamente turísticos (productos agropecuarios, artesanías, etc.), desarrolladas por propuestas locales/comunitarias a partir de criterios de calidad autóctonos y gestionadas por las propias organizaciones de la zona.

Otra posibilidad puede ser la de desarrollar herramientas de comunicación que contribuyan a dar a conocer, visibilizar y dar referentes de experiencias de turismo comunitario. En América Latina existen diversos ejemplos al respecto. En México la asociación Echoway ha creado un portal en internet (www.echoway.org) que incluye, entre otras informaciones, reportajes escritos y fotográficos de experiencias comunitarias o ecoturísticas de diversos países de la región, dirigido a la consulta de potenciales visitantes. Redturs, una red latinoamericana de turismo comunitario, ha creado con el apoyo de la OIT un portal en internet de información de destinos turísticos comunitarios (www.redturs.org) de todo el continente.

Finalmente, cabe también la posibilidad de favorecer la formación y consolidación de redes de turismo comunitario que, además de fortalecer la sociedad civil, dan esa referencia que una certificación como la que se propone considera tan esencial. Redes de ámbito nacional, como la redes de Turismo Comunitario que están surgiendo en muchos países de América Latina, u otras de ámbito más continental, como la ya mencionada Redturs, tienen toda la legitimidad del mundo. ¿Necesitan las propuestas turísticas adscritas a estas plataformas algún elemento más de reconocimiento? ¿Necesitan los turistas más referencias que el hecho de que formen parte de estas redes con sus propias normas y mecanismos de control?

Pero la certificación en el ámbito del turismo solidario no sólo no es la herramienta más adecuada para la consolidación de este tipo de experiencias, sino que además su justificación está basada en un presupuesto erróneo para las iniciativas rurales comunitarias: la necesidad a toda costa de especializarse en la prestación de servicios turísticos y del incremento constante de turistas. Frente a la presión de este tipo de argumentos, hay que relativizar el asunto considerando que el turismo comunitario en términos generales no puede ser más que una estrategia de diversificación productiva. Repetir la especialización en turismo para comunidades campesinas no sólo no es viable de forma real, sino que sería volver a caer en la misma trampa del monocultivo agroexportador que tanto han padecido.

La cooperación en el ámbito turístico



La Cooperación para el Desarrollo, en las últimas décadas, ha generado herramientas apropiadas también para la cooperación en el ámbito turístico: Marco Lógico, Diagnóstico Rural Participativo y Rápido, criterios CAD de evaluación, estudio de viabilidad financiera, etc. No obstante, el turismo tiene ciertas peculiaridades que obligan a un uso diferenciado de estas herramientas, así como a la utilización de otras específicas, en algunos casos aún por desarrollar, o que existen en el sector turístico pero que hay que adaptar: la necesidad de un mayor empeño en la formación, por tratarse de un sector productivo muchas veces desconocido por la población local; la necesidad de que parte del proyecto se ejecute fuera del lugar de destino, incluso en el extranjero, en lo referente a la promoción y comercialización (mercadotecnia) de la oferta turística; la necesidad de considerar el criterio de cobertura en la evaluación del proyecto, dado el riesgo de un reparto poco equitativo de los beneficios; etc.

Pero a diferencia de lo sucedido con otros sectores como el agropecuario, la sanidad o la educación, la consideración del turismo como una vía para el desarrollo por parte de la cooperación internacional es muy reciente. Es por ello que, a parte de algunas publicaciones puntuales y no muy significativas, no es hasta finales de la década de 1990 cuando se empieza a plantear la necesidad de crear herramientas específicas y cuando surgen las primeras metodologías y manuales de actuación en el ámbito turístico dirigido a la cooperación, o susceptibles de ser utilizadas por ésta. Algunas, ya sea por lo que proponen, por quienes los proponen o por la repercusión que han tenido, merecen especial atención.

Entre ellas cabe señalar la de Pro-Poor Tourism (PPT). Se trata de un proyecto elaborado y desarrollado por la Overseas Development Institute (ODI), la International Institute for Environment and Development (IIED), el Centre for Responsible Tourism de la Universidad de Greenwich (CRT), junto con diferentes consultores, y a iniciativa de la Economic and Social Research Unit (ESCOR), área de la UK Department for International Development (DFID), la agencia británica de cooperación. Esta estrategia, que ha sido adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT 2003) y está en el foco de interés de otras agencias gubernamentales de cooperación, tiene como objetivo el aumento de los ingresos de la población más pobre de los países del Sur.

Una crítica a la estrategia de Pro-Poor Tourism (PPT)

PPT es una estrategia que quiere incrementar los beneficios de la población más pobre de los países del Sur a través del turismo. PPT plantea tres vías para alcanzar este objetivo: el aumento de las oportunidades de trabajo asalariado,

la creación de micro-empresas locales y la generación de ingresos comunitarios. Así pues, los ámbitos de trabajo de PPT son muy variados: desde la financiación de proyectos de Turismo Comunitario al apoyo de políticas empresariales turísticas que permitirán mejorar las condiciones económicas de toda o parte de la población local.

El principal objetivo de PPT es el incremento de los ingresos de los sectores más desfavorecidos de la población, aunque estas ganancias sean marginales y sean otros quienes acaparen la mayor parte de los beneficios que genera la actividad. Y así mismo lo especifican:

“The definition says nothing about the relative distribution of the benefits of the tourism. Therefore, as long as poor people reap net benefits, tourism can be classified as pro-poor (even if richer people benefit more than poorer people)” (Ashley 2002: 3). El subrayado es nuestro

PPT considera que si bien los beneficios del turismo que llegan a los sectores sociales más pobres pueden parecer, a nivel “macro”, poco sustanciales, en cambio son significativos dentro de sus economías domésticas. En este sentido, modelos turísticos de enclave o alternativos gestionados por foráneos, pero que permiten aumentar los ingresos de la población más desfavorecida, pueden ser considerados acertados.

Por tanto, PPT valora el impacto de una actividad turística a partir de su capacidad de disminuir la pobreza en términos absolutos. Cualquier modelo turístico que lo consiga es un modelo válido, tenga o no entre sus objetivos la reducción de la pobreza, lo tenga implícita o explícitamente, o de manera prioritaria o secundaria. Otros factores, como el impacto sobre las diferencias socioeconómicas y la distribución de los beneficios, son considerados secundarios.

Desde nuestro punto de vista, sin embargo, el tema de la distribución de los beneficios es esencial.

En la controversia sobre la definición de pobreza, nosotros apostamos por una definición de enfoque relativo, en la línea del desarrollado por Peter Townsend: consideramos que la pobreza no sólo depende de la cantidad de ingresos obtenidos y del nivel de bienestar alcanzado, sino también de la situación del

individuo dentro de la sociedad. Y es que el incremento de las diferencias socioeconómicas implica siempre un empobrecimiento en términos absolutos, aunque en el proceso los más pobres consigan aumentar sus ingresos, ya que quien está en mejor situación socioeconómica aumentará su poder económico (mayor acceso a los recursos) y político (mayor papel en los procesos de “toma de decisiones”).

Como resultado de esto, preferimos hablar de “marginalidad” o “exclusión social” (que además del nivel de ingresos, indica posicionamiento dentro de la escala socioeconómica) y no solamente de “pobreza”. Como señalan los teóricos de la “exclusión social”, y en la línea desarrollada por el citado Townsend y que continúa el Townsend Centre for International Poverty Research, una persona o grupo social puede poseer o tener acceso a los medios adecuados para sobrevivir, pero verse marginado de los ámbitos de decisión política, cultura y económica.

Por tanto, a diferencia de lo que plantea PPT, no creemos en un planteamiento “todos ganan” (win-win) que aumente o consolide las diferencias socioeconómicas. No apoyamos un modelo turístico que ofrezca un aumento de los ingresos a los más marginados pero del que son otros quienes obtienen los mayores beneficios. Consideramos que el turismo es una actividad que no sólo tiene que luchar contra la pobreza económica (aumento de ingresos o mejora de servicios básicos), sino también favorecer un cambio en las estructuras socioeconómicas (finalidad político-económico-social).

Otros planteamientos de PPT también son debatibles. Así por ejemplo, PPT considera que su planteamiento es diferente al de Turismo Sostenible, que ellos consideran que enfatiza al elemento medioambiental. La postura de PPT es la de que, si bien la sostenibilidad ecológica es un elemento muy importante, su centro de interés es el combate contra la pobreza: “PPT puts the poor at the centre of analysis. The environment in which the poor live is just one part of the picture” (Ashley 2002: 2). Nosotros nos encuadramos en la línea de la Ecología Política, para el que pobreza y deterioro medioambiental son dos caras del mismo problema: el uso insostenible de los recursos naturales. Por tanto, un elemento no es segregable del otro.

PPT también afirma diferenciarse del Turismo Sostenible porque este enfoca su trabajo en los países del Sur, donde se dan la mayor parte de las condiciones de pobreza, mientras que él no distingue entre Norte y Sur. Si bien también nosotros

dirigimos nuestro mayor interés en las poblaciones marginales de los países del Sur por ser, en general, las más vulnerables, los efectos del turismo se dan tanto en el Norte como en el Sur en procesos similares, aunque las consecuencias sean diferentes dadas las diferencias contextuales de ambos mundos. Por tanto, nuestro marco teórico no diferencia entre Norte y Sur, en la línea de “Soberanía Alimentaria”, planteamiento en el que nos encuadramos.

Finalmente, PPT también considera que su metodología está más allá de las propuestas de Turismo Comunitario. Si bien ve el Turismo Comunitario como un modelo de desarrollo turístico excelente, y tienen interesantes trabajos en esta línea, considera que no puede ser el único válido para enfrentar la pobreza. Este posicionamiento surge de la visión más posibilista de PPT.

Desde nuestro punto de vista, en cambio, el Turismo Comunitario es el modelo a seguir por parte de la cooperación internacional. El desarrollo de actividades turísticas empresariales privadas es lícito, pero no con fondos de la cooperación. Y es lícito siempre que cumpla con los derechos laborales y medioambientales mínimos exigibles. A partir de nuestra definición de Turismo Responsable, la defensa de estos derechos por parte de las organizaciones sociales se tiene que realizar mediante la denuncia y el lobby frente a empresas e instituciones públicas.

Fuentes:

En relación a PPT: Ashley, Caroline y otros Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor. A review of experience. Nottingham: ODI&IIED&CRT. 2001, Ashley, Caroline Methodology for Pro-Poor Tourism Case Studies. PPT Working Paper Series, nº10. 2002, Cattarinich, Xavier Pro-poor Tourism Initiatives in Developing Countries: Analysis of Secondary Case Studies. PPT Working Paper Series, nº8. 2001, OMT Turismo y atenuación de la pobreza. Madrid. 2003, y la página web de Pro-Poor Tourism (www.propoortourism.org.uk)

Otras referencias: Townsend, Peter y otros Establishing an Operational Definition of Material and Social Deprivation, Social Exclusion and Poverty. Bristol: TCIPR – University of Bristol. 2000

Otras agencias gubernamentales de cooperación también están haciendo sus propias propuestas metodológicas en el ámbito del desarrollo turístico, como sería el caso de la GTZ alemana, quien ha publicado algunos manuales para técnicos³⁵.

Si bien no se trata de una metodología dirigida exclusivamente al ámbito de la cooperación, la Organización Mundial de Turismo inició en los noventa el desarrollo de una metodología para el turismo de pequeña escala a nivel local, que durante varios años ha sido el referente más importante para la cooperación en turismo³⁶.

Organizaciones no gubernamentales, especialmente de tipo medioambientalista, también han creado herramientas y metodologías de turismo. En ocasiones estas organizaciones se encuentran en el epicentro de conflictos en los que se enfrentan sus propuestas conservacionistas con actividades económicas de la población local que tienen un fuerte impacto ecológico. Para estas organizaciones el turismo aparece como una actividad que, bien gestionada, puede ayudar a resolver esta conflictividad al permitir cubrir las necesidades económicas de la población local, y hacer un uso sostenible de los recursos naturales. Posiblemente, la World Wildlife Fund (WWF) es la que ha desarrollado más este ámbito³⁷.

Igualmente consultorías privadas especializadas en el ámbito del turismo, ante la demanda de propuestas y las escasas herramientas aún existentes, han creado metodologías de turismo sostenible a pequeña escala. Una de las más conocidas es la Rural Ecotourism Assessment Program (REAP), desarrollada por la consultora privada EplerWood International³⁸.

35. Steck, B. *Sustainable Tourism as a Development Option: Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers*. Eschborn: GTZ. 1999. Steck, Birgit y otros *Tourism in Technical Co-operation: A guide to the conception, planning and implementation of project-accompanying measures in regional rural development and nature conservation*. Eschborn: GTZ. 1999

36. Organización Mundial del Turismo *Guía para autoridades locales en el desarrollo sostenible del turismo*. Madrid: OMT. 1999. Este manual fue después ampliado con temas específicos para diferentes áreas regionales. *Agenda para planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Volumen suplementario sobre América Latina y el Caribe*. Madrid: OMT. 1999, y *Guide for Local Authorities - Supplementary Volume on Asia and the Pacific*. Madrid: OMT. 1999

37. *World Wildlife Fund Directrices para el desarrollo del Turismo Comunitario*. WWF Internacional. 2001

38. Lash, G.Y.B. & Alison D. *Austin Rural Ecotourism Assessment Program (REAP): A Guide to Community Assessment of Ecotourism as a Tool or Sustainable Development*. Burlington, VT: EplerWood International. 2003

Cooperación a favor del Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario aparece como el modelo de turismo rural más sostenible y el más apropiado para recibir apoyo por parte de la Cooperación al Desarrollo. Lo primero, porque permite establecerse como estrategia complementaria a políticas locales en favor de la Soberanía Alimentaria, y porque conlleva un cierto nivel de organización que coadyuva al fortalecimiento institucional de la comunidad. Lo segundo, porque se dirige a los sectores más desfavorecidos de la sociedad, tiene voluntad de distribución equitativa de los beneficios y establece sinergias con otras políticas de desarrollo (económicas en el ámbito agropecuario, de patrimonio cultural, medioambientales, etc.).

Ya hemos comentado que no hay un modelo de Turismo Comunitario aplicable universalmente, sino que cada experiencia se ha de adaptar a las características del contexto y de la población local. Por esta razón más que un manual o una guía, una metodología en turismo y cooperación debería presentar una serie de factores a tener en cuenta para asegurar la sostenibilidad de cada experiencia de Turismo Comunitario durante los procesos de diseño y ejecución del proyecto. Consideramos que esta metodología tendría que tener tres factores como principales ejes de trabajo: el rol del turismo en la economía comunitaria, el control de su gestión, y la distribución de sus beneficios. Y considerar como limitantes los factores de riesgo que puede comportar esta actividad.

El papel del turismo en la economía de la comunidad

Hemos considerado el Turismo Comunitario como una estrategia a favor de la Soberanía Alimentaria. En este sentido, el desarrollo del turismo debe favorecer dos objetivos dirigidos a fortalecer la economía campesina: aumentar los ingresos comunitarios y diversificar sus fuentes de ingresos. No se trata de sustituir las actividades tradicionales. Esto sólo sería razonable en el caso de aquellas que, por un mal uso de los recursos naturales o por condicionamientos del mercado, han entrado en crisis irreversibles. En la comunidad pesquera de El Limón, en Costa Rica, el aumento de la población y la pesca indiscriminada puso en peligro de extinción a la tortuga marina. De su pesca vivía una parte importante de la población, cuyas economías domésticas se encontraban cerca del colapso por la progresiva desaparición de la especie. Ante esta situación se diseñó y realizó un proyecto ecoturístico que convirtió a los pescadores en guías y gestores de la actividad, y a las tortugas en el principal atractivo local. De esta manera se espera salvar la especie y sostener la economía de las familias que dependen de ella³⁹.

39. *Concepto Visual Integrado & O. Cuevas Tourism development alternative for the fisher community of Limón, Costa Rica. 2002 (<http://www.ccturtle.org>)*

Por tanto, un elemento esencial a la hora de diseñar cualquier acción de Turismo Comunitario es identificar su papel en la economía local. Toda acción de desarrollo del Turismo Comunitario, aunque se trate de un proyecto autónomo, debe situarse dentro de un plan de desarrollo integral en el que se especifique cuál es el papel que queremos que tenga en la estructura económica comunitaria. Igualmente, este plan de desarrollo integral ha de estudiar y valorar la capacidad de uso múltiple de los recursos naturales, culturales y materiales con los que cuenta la comunidad; es decir, de su utilización por parte de la nueva actividad sin menoscabo del desarrollo normal de las tradicionales y de su sostenibilidad. Y a partir de ello, establecer los oportunos indicadores de consecución de resultados (los referentes a la cantidad y tipo de turistas e infraestructuras máximas aceptables) y de la Capacidad de Carga de los recursos.

Uno de los recursos que requiere el turismo es el de la mano de obra, en ocasiones poco considerado en las acciones de desarrollo. Compatibilizar la fuerza de trabajo de la comunidad necesaria para llevar adelante la nueva actividad con las tradicionales es esencial, so pena de poner en riesgo el buen desarrollo de todas. Igualmente, se requiere conocer la división sexual y por edades tradicional del trabajo y negociar cuáles deben de ser los nuevos roles frente a la aparición de la nueva actividad para salvar el riesgo de sobrecargar a un determinado sector social con un trabajo excesivo.

Hay que destacar que el turismo suele ser una actividad estacional, igual que lo son la mayor parte de las actividades en el ámbito rural, como la agricultura o la emigración temporal. Compatibilizar todos los ciclos coincidiendo las épocas en que unas requieren más fuerza laboral con las de menor trabajo de otras sería lo más oportuno, pero no siempre es posible. En estos casos, los procesos de negociación y la búsqueda de fórmulas eficaces se hacen vitales.

Hay que recordar que el Turismo Comunitario no es la única posibilidad de apoyo a la economía campesina, sino una posible estrategia más. Antes de diseñar cualquier acción de desarrollo se requiere saber si es factible y oportuno llevarlo a cabo, y para ello hay que valorar diversos factores de sostenibilidad económica, social, cultural y medioambiental. Así, no siempre será posible compatibilizar el uso tradicional de los recursos (naturales, humanos, culturales, etc.) con el que requiere el turismo. También puede ser que la titulación y derechos de la propiedad de los recursos a ser utilizados por el turismo, y sus normativas de gestión, no sean los más oportunos para llevar adelante una propuesta de Turismo Comunitario. O que la comunidad sea reacia a este tipo de iniciativas; hay que respetar el derecho de la población local a decir “no” al turismo.

Además, no todos los lugares tienen las condiciones propicias para atraer el número de turistas necesario para que la actividad sea viable. Para ello se requiere conocer y considerar diversos factores antes de tomar la decisión: el potencial atractivo turístico de la zona (paisajístico o cultural); la facilidad de acceso y transporte; la competencia o posible competencia de propuestas turísticas similares; la estabilidad política y de seguridad para el turista; la demanda potencial de propuestas como la que se propone en el mercado turístico nacional e internacional; la existencia de iniciativas privadas locales; las políticas de desarrollo turístico regionales o nacionales; etc.

Si no se dan las condiciones oportunas para la implementación de un proyecto de Turismo Comunitario hay que buscar otras fórmulas y sectores de intervención. Pero en ningún caso podemos entender el turismo como una actividad esencial para sostener la economía campesina. Considerarlo como la única solución o como el paradigma que puede enfrentar todos los problemas en cualquier contexto y circunstancia es resultado de una visión reduccionista del desarrollo. El Turismo Comunitario es una opción más que, según las circunstancias, será oportuno o no utilizar.

La ejecución de proyectos turísticos comunitarios cuando no se dan las condiciones oportunas puede tener consecuencias negativas. Además de que su capacidad de sostenibilidad sería muy dudosa, puede motivar situaciones de conflicto y de frustración. Por tratarse de una actividad generalmente desconocida por parte de la población local y por la existencia de un discurso idealizado en relación a sus potencialidades, las propuestas de desarrollo turístico pueden generar, más que otros tipos de iniciativas, excesivas expectativas.

La gestión

Al igual que sucede en el comercio justo, el ámbito de actuación de un proyecto de Turismo Comunitario no se circunscribe a la comunidad o a su espacio regional. El turismo es una actividad de comercialización de servicios que termina en la comunidad anfitriona, pero que nace donde se encuentra el posible consumidor, en ocasiones a miles de kilómetros de distancia. Y entre ellos se sucede una compleja cadena de procesos (cadena de valor).

La participación de la comunidad en la gestión del turismo es una condición del Turismo Comunitario. Ahora bien, ningún agente pueda controlar toda la cadena de valor. Así, la obtención de clientes, la primera fase del proceso, suele quedar lejos de la supervisión de la población local. Restan para la comunidad los últimos eslabones de la cadena: la recepción y atención al turista.

Esto obliga a una negociación entre los agentes que participan en la cadena de valor. Y eso no siempre es fácil para la comunidad local, que por diversas razones suele jugar con desventaja. Así, el que la obtención de clientes dependa de agentes foráneos disminuye su capacidad de negociación. Si las condiciones no se adaptan a los intereses de los tour-operadores, estos pueden desviar a los turistas hacia otros lugares de destino con una oferta similar y menos exigencias. La escasa o nula formación de una actividad tan compleja como es el turismo también facilita la dependencia de la comunidad local de los agentes intermediarios.

Para disminuir esta dependencia, un proyecto de desarrollo en Turismo Comunitario debería considerar estrategias que permitiesen a la comunidad mejorar sus posibilidades de negociación. Una de ellas es la identificación de los tour-operadores más adecuados a las características del Turismo Comunitario: no todas son del mismo tamaño, ni tienen la misma oferta y se dirigen al mismo público, ni establecen los mismos criterios. En estos casos, la participación de aliados que actúen en las zonas de origen de los turistas (las organizaciones no gubernamentales, por ejemplo) es importante.

Otra línea de actuación estratégica es la de aumentar la participación de la comunidad en la cadena de valor, en concreto en los procesos de promoción y comercialización de la oferta.

Uno de los factores que mayor poder de negociación otorgan a los tour-operadores es el desconocimiento del cliente de los lugares de destino de Turismo Comunitario. Una buena acción de difusión y promoción de esta oferta, que permita al turista conocer previamente el lugar de destino e incluirlo en la planificación de su viaje, puede ayudar a contrarrestar este desequilibrio. En este sentido, los medios de acceso de la comunidad al turista de una manera directa, sin intermediarios, han mejorado mucho en las últimas dos décadas, especialmente en relación al sector de mercado al que puede interesar una oferta de Turismo Comunitario: turistas que en muchos casos diseñan parte o la totalidad de sus propios viajes a través de publicaciones especializadas e internet.

Una política dirigida a favorecer esta promoción es la creación de redes de Turismo Comunitario que ofrecen la oferta de manera conjunta, ya que reduce costos y aumenta la facilidad de acceso a estos medios de relación directa con el cliente. Este nivel de organización también puede facilitar la interrelación con los poderes públicos, de cuyos recursos se nutre una importante parte de las acciones de promoción turística de una región o país.

El establecimiento de redes también es una estrategia oportuna para facilitar la participación de la comunidad en el proceso de comercialización. Las redes pueden aumentar la capacidad de negociación frente a los tour-operadores, e incluso facilitar acciones de comercialización directa como, por ejemplo, el establecimiento de agencias de viajes comunitarios.

Más allá de sus objetivos declarados, uno de los principales fines de cualquier acción de cooperación al desarrollo debería ser el empoderamiento de la población beneficiaria. En este sentido, la conformación de organizaciones de segundo nivel como son las redes de Turismo Comunitario pueden ayudar a este proceso.

La distribución de los beneficios

La distribución de los beneficios del proyecto dentro de la comunidad es uno de los elementos peor resueltos por la cooperación al desarrollo, y en el caso del turismo no es una excepción. El diseño del proyecto debe considerar la diferenciación dentro de la comunidad: aun en aquellas que parecen más homogéneas, se da siempre un acceso diferenciado a los recursos, ya sea como resultado de diferencias socioeconómicas (un sector de la población controla mejor o mayor cantidad de recursos) o en la actividad productiva (sectores de la población usufructúan recursos diferentes, como sucede en las comunidades de costa donde una parte de los habitantes tiene la pesca como principal fuente de ingresos y otra la agricultura).

Entre las diferencias socioeconómicas, cabe señalar que éstas se dan tanto entre unidades domésticas como en su seno, donde siempre encontramos diferencias en el acceso y la aplicación de los recursos familiares en base al género y la edad.

Conocer la estructura socioeconómica y el uso diferenciado de los recursos es esencial para planificar la distribución de los beneficios del turismo, ya que según como se establezca su gestión o cual sea la oferta, entre otros factores, la población más beneficiaria de la actividad puede no acabar siendo la población identificada inicialmente como “grupo meta”. Por tanto, no sólo es necesario fijar adecuadamente los criterios de selección de la población beneficiaria, sino establecer los mecanismos que le permitan acceder a los beneficios.

Así, un proceso de gestión demasiado complejo puede apartar involuntariamente a la población con niveles inferiores de educación formal. O requerimientos de inversión inicial para, por ejemplo, acondicionar la casa para la recepción de turistas, puede marginar del proyecto a sectores con nula capacidad de capitalización que no pueden enfrentar ese gasto previo.

Un proyecto de desarrollo turístico en el Lago Titicaca

Amantaní es la isla más grande y poblada que Perú tiene en el Lago Titicaca. Sus habitantes, quechuas, son tradicionalmente campesinos minifundistas, si bien en las últimas generaciones han ido diversificando sus fuentes de ingresos como una manera de enfrentar la crisis secular de la agricultura y un fuerte crecimiento demográfico, que sumado a un sistema de herencia divisa ha llevado a una disminución considerablemente de los recursos de las explotaciones familiares.

En este esfuerzo por buscar nuevas fuentes de ingresos, y aprovechando que el Titicaca es un atractivo de obligada visita para los tours que recorren el Sur del Perú y el norte de Bolivia, a finales de la década de 1970 los amantaneños se plantearon el desarrollo de la actividad turística. Considerando que este nuevo recurso tenía que favorecer a toda la comunidad, se estableció un sistema de turnos entre todas las familias que desearan alojar visitantes. Estas familias, previamente, tuvieron que acondicionar una de sus habitaciones a los requisitos exigidos por el Estado y pagar un impuesto. El dispendio que ello suponía hizo que la mayoría de los grupos domésticos desistiesen y se conformasen con otros beneficios que se iban a gestionar de manera comunitaria, como la venta de artesanías. Pero un número importante de familias sí hizo la inversión y, con el permiso de alojamiento en la mano, se incluyeron en el sistema de turnos.

La población amantaneña tenía fuertes expectativas en el turismo, pero pronto descubrió sus limitaciones. Por un lado, a una insuficiente promoción de la oferta se sumaba la exitosa competencia de la vecina isla de Taquile, que había iniciado el desarrollo turístico con anterioridad y que es más accesible, al encontrarse más cerca de la ciudad de Puno desde donde salen los tours por el Lago. Por otro, el conflicto armado entre el ejército y las guerrillas de Sendero Luminoso y el MRTA hundió en una fuerte crisis al sector turístico peruano desde principios de la década de 1980 hasta mediados de la siguiente. Los pocos viajeros que en estas condiciones llegaban a Amantaní, sumado a su relativamente elevado número de habitantes, hizo fracasar el sistema de turnos. Un determinado sector social, los lancheros, se hicieron con el control de ese escaso turismo, gracias a que eran también ellos los que controlaban el transporte entre la ciudad de Puno y la isla; ellos traían a los turistas y los alojaban en sus hogares o en la de allegados. El resto de la población quedó, así, excluida del principal beneficio que generaba el turismo.

Además de convertirse en el factor central de los conflictos comunitarios, el monopolio del nuevo recurso por parte de un pequeño sector de la población y la desigual distribución de sus beneficios acabó siendo el eje alrededor del cual se estructuró las diferencias socioeconómicas entre las familias amantaneñas. Otras actividades, como la agropecuaria o la emigración temporal, tenían un papel económico más importante en la economía general de la isla, pero la distribución de estos recursos era relativamente homogénea. En esta situación, que un pequeño grupo obtuviera unos ingresos extras les permitió consolidarse como el grupo social mejor situado económicamente y controlar las instituciones públicas más importantes de la isla.

Fuente: Gascón, J. Gringos como en sueños: Diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo. Lima: Instituto de Estudios Peruanos. 2005

Los modelos de distribución de beneficios pueden ser diversos, y dependerán de las características de la sociedad local y de los objetivos del proyecto. Ya vimos anteriormente, en relación al caso de la comunidad costarricense de El Limón, cómo el grupo meta puede ser un sector de la población cuya actividad principal se encuentre en una situación de crisis. En otros casos, el sector favorecido también puede ser un grupo concreto de la comunidad, normalmente el considerado más pobre o marginado; en la primera sección del libro se explicó el caso del distrito masai de Loliondo, en Tanzania, donde a las mujeres se les dio el control y gestión de parte de las actividades turísticas, lo que actuó como un factor de empoderamiento y de superación de su rol tradicional.

Otros modelos de distribución de los beneficios, en cambio, pueden buscar su reparto equitativo entre todos los habitantes de la comunidad. En la Isla de Taquile (Lago Titicaca) se estableció un sistema de reparto por turnos para el alojamiento de turistas, similar al de la vecina Amantaní, explicado anteriormente. Pero a diferencia de ésta, aquí el modelo permitió una distribución bastante equitativa de los beneficios, ya que la cantidad de turistas que es capaz de atraer la isla (Taquile, tras una exitosa campaña de promoción, es un punto de referencia en las guías más importantes sobre el Perú) y su número de pobladores, relativamente bajo, permite que haya turistas para todos y que el sistema de turnos sea efectivo. Pero cuando se busca una distribución generalizada de los beneficios este sistema pocas veces es aplicable, ya que por lo

general el turismo que es capaz de atraer las comunidades es escaso y la distribución de los beneficios entre toda la población no cunde lo suficiente para ser significativa en la economía doméstica. El modelo más eficiente es, por tanto, la colectivización de los principales beneficios. En el caso de la Unión de Cooperativas Agrarias “Tierra y Agua”, en el departamento nicaragüense de Granada, el alojamiento y la alimentación de los turistas, que supone la principal entrada de ingresos que éstos generan, se hace utilizando infraestructuras comunitarias multiusos que, en temporada alta, funcionan como albergues. En estos casos, los beneficios son gestionados por órganos comunitarios ya existentes o establecidos “ad hoc”, que deciden su aplicación.

No obstante, no se puede olvidar que la existencia de órganos comunitarios de decisión no implica una aplicación equitativa de los recursos. Hay que considerar, por tanto, cual es la representación real de la comunidad en los órganos de decisión, y especialmente la de los sectores más marginados.

94

Cuando los beneficios del turismo son monopolizados por una parte de la población gracias a su capacidad de iniciativa o la posesión del capital económico necesario para hacer frente a la inversión inicial, es fácil que aparezcan situaciones de conflicto, e incluso que el turismo incentive procesos de diferenciación socioeconómica. En estos casos, es bueno recordar que los principales atractivos de la zona para el turismo son recursos colectivos como el paisaje y la cultura local, razón por la cual se habría de considerar si parte de esos beneficios particulares no se tendrían que destinar a intereses comunitarios. Valga como referente que éste es un criterio ya establecido por el movimiento del Comercio Justo.

El control de los factores de riesgo

En la primera sección del libro ya vimos que el turismo no es una actividad inocua: allá donde se establece promueve cambios, y muchas veces nada positivos. Identificar los factores de riesgo para establecer un modelo de planificación viable es una tarea esencial.

El concepto de Capacidad de Carga surgió en el ámbito medioambiental para señalar el uso que se puede hacer de los recursos naturales sin poner en riesgo su sostenibilidad. Pronto fue adaptado por los estudios en turismo, quienes lo definieron como el número máximo de turistas y de infraestructuras para uso turístico que puede absorber el lugar de destino sin alterar el medio físico ni reducir la calidad de la experiencia del visitante. Posteriormente la definición se amplió a todos los aspectos factibles de ser influenciados por el desarrollo turístico: el ámbito económico, social y cultural.

La Capacidad de Carga es un concepto interesante, que evidencia la necesidad de controlar los impactos para establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles. El problema se encuentra a la hora de plantear su aplicación, especialmente a la hora de establecer algunos de sus indicadores de ejecución. ¿Cómo calcular, antes del desarrollo de una actividad productiva de naturaleza totalmente nueva, los ingresos que pueden entrar en la comunidad sin que su economía padezca procesos inflacionarios importantes? ¿O cómo establecer previamente el tipo y número máximo de visitantes sin que distorsione el funcionamiento correcto de las actividades agrícolas tradicionales? Y también puede ser difícil establecer los indicadores de impacto o de evaluación. ¿Hasta qué punto un cambio cultural puede haber sido consecuencia de la interrelación con foráneos o de otros factores como la emigración o los medios de comunicación? Está claro que cualquier nuevo uso de los recursos produce cambios, pero ¿cómo establecemos el límite admisible de estos cambios?

El concepto de Capacidad de Carga no puede ser un límite absoluto, sino una manera de establecer los umbrales críticos a partir de los cuales los cambios no son admisibles⁴⁰. Por ello, el establecimiento de los indicadores se debería basar en dos criterios: principio de precaución y evaluación continuada. El principio de precaución debería llevar a adoptar indicadores iniciales restrictivos, de perfil bajo. La evaluación continuada debería permitir valorar si es posible aumentar los valores de los indicadores y cuándo es oportuno hacerlo. En todo caso, el establecimiento de indicadores de Capacidad de Carga no sólo se puede basar en factores objetivos, sino que también es necesario la negociación para llegar a consensos y gestionar los conflictos.

Finalmente, cabe señalar que empieza a desarrollarse una bibliografía especializada sobre el establecimiento de indicadores de sustentabilidad en turismo, como los desarrollados por la World Wildlife Fund⁴¹ o la Organización Mundial de Turismo⁴².

40. Echamendi Lorente, P. "La Capacidad de Carga turística: aspectos conceptuales y normas de aplicación" *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* 21: 11-30. 2001.

41. Cifuentes Arias, M. y otros *Capacidad de Carga Turística de las Áreas de Uso Público del Monumento Nacional Guayabo, Costa Rica*. Turrialba, CR: WWF. 1999

42. *Organización Mundial del Turismo Cooperación y asociaciones en turismo: Una perspectiva mundial*. Madrid: OMT. 2004

Conclusiones: el Turismo Responsable como movimiento social



El turismo, como cualquier otro sector económico, puede contribuir al desarrollo de una región o generar impactos altamente negativos; todo depende del modelo aplicado y de su gestión. Pero históricamente, ha tendido a provocar más problemas que soluciones, y especialmente entre los sectores de población más vulnerables y en los ecosistemas. Frente a posiciones posibilistas que reducen el problema a la introducción de mecanismos correctores, pero siguen considerando el turismo como un motor de crecimiento económico, entendemos que la relación entre turismo y desarrollo es más compleja.

El turismo hay que entenderlo como un espacio de conflicto social. En torno a la gestión y a la elección del modelo de la actividad turística entran en competencia y contradicción diferentes intereses de sectores sociales distintos: por el uso de los recursos naturales, económicos y humanos, por el reparto de los beneficios o por la distribución de las externalidades negativas que genera. La cuestión es entender esta dinámica de conflicto en los modelos de desarrollo turístico y en su gestión, y tener claro al lado de qué clases sociales queremos estar.

Véanse las siguientes propuestas didácticas:

- **Propuesta video 1: Modelos turísticos confrontados**
- **Propuesta video 3: Los impactos medioambientales**
- **Propuesta video 7: Conflictos por el control de los recursos**

Para ello es necesario articular un movimiento social capaz de incidir en el desarrollo de este sector. Un movimiento que no puede limitarse a la articulación de canales turísticos “alternativos” a los modelos dominantes. De lo que se trata es de generar organización social capaz de incidir en el sector y transformarlo con criterios de sostenibilidad social, económica, cultural y ecológica.

El Turismo Responsable como movimiento social

Desde este punto de vista, el Turismo Responsable no puede concebirse como un tipo o modelo específico de turismo, sino como un movimiento a favor de la sostenibilidad de la acción turística.

El Turismo Responsable como movimiento social se articula a través de una amplia gama de acciones que podemos tipificar en tres ejes:

a) Establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo cual se deben tener en cuenta sus variables sociales, culturales, económicas y medioambientales.

Como ya se ha explicado, no existe un modelo de turismo sostenible universalmente aplicable. Además de las características intrínsecas del modelo, su sostenibilidad depende también de otros dos factores: las características socioeconómicas, políticas, medioambientales y culturales de la comunidad anfitriona, y el contexto donde se desarrolla. Una evidencia de esta idea es que réplicas de experiencias exitosas llevadas a cabo en ámbitos diferentes del original han acabado en claros fracasos. Por eso el desarrollo sostenible del turismo no puede basarse únicamente en la aplicación de modelos prefabricados, sino que implica un proceso de análisis que debe permitir el establecimiento de un modelo específico. Éste debe establecerse a partir de indicadores que marquen cuál es la Capacidad de Carga turística del lugar de destino.

Dentro de este eje, son diversas las acciones que se pueden llevar a cabo. Una sería el apoyo a través de proyectos de cooperación de experiencias de turismo en los países del Sur, gestionadas y controladas por la población local, especialmente en zonas rurales, como una vía de diversificación y complementariedad de sus ingresos, no como una estrategia sustitutiva. Otra línea de trabajo puede ser la promoción de viajes a pequeña escala que supongan una contribución a iniciativas de actividad turística gestionada por colectivos o grupos locales de los sectores más desfavorecidos.

Pero, a la par, es necesario impulsar el estudio, monitoreo y evaluación del impacto de actividades turísticas en territorios concretos, así como generar y sistematizar herramientas teóricas y técnicas de análisis, gestión y ejecución de intervenciones de la cooperación en este sector.

b) Denunciar los impactos negativos que el turismo conlleva o puede suponer en las sociedades anfitrionas y su medioambiente, e implicarse en el acompañamiento y solidaridad con los colectivos afectados.

Si como ya hemos visto no existen modelos de desarrollo sostenible “per se”, existen formas de desarrollo turístico que por su propia naturaleza y características, sea cual fuera el contexto y las características de la población anfitriona, son siempre insostenibles. Existen casos en los que los impactos negativos son obvios y sobradamente conocidos. Es el caso del turismo internacional que tiene como objetivo establecer relaciones sexuales con menores y que desestructura sociedades, familias y el proceso de desarrollo de niños, niñas y adolescentes.

O modelos de turismo masificado o de lujo que suponen una sobreutilización de los recursos naturales, o una desviación de su uso tradicional, necesario para mantener el modo de vida de las poblaciones locales.

Pero también existen otros tipos de turismo, agrupados bajo el concepto de “alternativos” que repercuten de forma negativa en la población local. Es el caso del turismo de tipo “étnico”, en los que la población autóctona no participa en la gestión del recurso, sólo recibe una parte ínfima de los beneficios y juega un papel pasivo, como un elemento más del paisaje. También cabría mencionar el turismo deportivo o de aventura que hace un uso insostenible de los recursos naturales. Igualmente es insostenible aquel tipo de turismo en el que no se respetan los derechos de los trabajadores y trabajadoras, o en los que no se les ofrecen unas condiciones laborales dignas.

El Turismo Responsable también supone la denuncia de estos modelos turísticos, así como el acompañamiento y la solidaridad con las personas, organizaciones sociales e instituciones afectados. Esto puede traducirse en acciones concretas como: poner en marcha iniciativas de información pública y presión ante las empresas turísticas para que estas inversiones se desarrollen con estrictos criterios de sostenibilidad y respeto a los derechos humanos; impulsar campañas de información, denuncia y solidaridad concreta con colectivos afectados por determinadas formas de turismo insostenible; desarrollar acciones que contribuyan a corregir la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer, muchas veces oculta y menos amable de lo que vende la publicidad turística.

Una de las acciones estratégicas más oportuna, y especialmente en el Estado español ya que su industria turística tiene un nivel de internacionalización muy importante, sería la de incrementar el seguimiento y control de las inversiones turísticas en los países del Sur por parte del capital extranjero.

c) Valorar y reclamar la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

El tercer ámbito de trabajo del Turismo Responsable es el de la sensibilización a todos los agentes que participan en la actividad turística. Los turistas deben saber que no son actores inocuos: su presencia impacta en las sociedades y lugares de destino y, por tanto, su actitud es importante para favorecer que la actividad sea o no sostenible. Como consumidores, además, tienen la capacidad de influir en las ofertas turísticas que existen en el mercado, aceptando las más sostenibles y obviando las que mayores impactos negativos generan.

Igualmente los tour-operadores y las empresas turísticas, así como las instituciones públicas, establecen o participan directamente en el establecimiento de modelos turísticos, razón por la cual su responsabilidad es esencial. Además de reclamarla, es necesario generar en estos ámbitos una cultura que no valore los recursos naturales, humanos y técnicos para su aprovechamiento a corto plazo.

La población anfitriona también debe jugar su papel en la delimitación de las características del turismo ofertado al reclamar su participación en el diseño, gestión y control de una actividad que hace uso de sus recursos. De ahí que el trabajo de incidencia sobre este sector de población sea estratégico. Pero también es necesario desarrollar un trabajo de sensibilización contra las expectativas que muchas veces genera el turismo. En ocasiones se sobredimensionan las potencialidades económicas del turismo o se consideran sólo los beneficios que puede aportar, sin valorar sus repercusiones directas e indirectas, como el hecho de facilitar procesos especulativos de los recursos locales.

De este modo, el Turismo Responsable puede contribuir a sensibilizar tanto a turistas como a los diferentes sectores implicados en la actividad turística en los criterios de sostenibilidad y responsabilidad. Además de las campañas de sensibilización específicas que pueden llevarse a cabo, las ONG tienen una herramienta de sensibilización de un gran potencial como son los “viajes solidarios” con destinos a países del Sur. Igualmente, se ha explorado poco el desarrollo de proyectos de cooperación centrados en la labor de sensibilización a la población anfitriona sobre el fenómeno turístico.

Finalmente, cabe señalar que el Turismo Responsable como movimiento social necesita articularse e incidir tanto en los países del Norte como en los del Sur, en la medida que la misma industria turística se ha articulado internacionalmente tanto por la propia naturaleza de su actividad como por la expansión del capital dominante. Por otra parte, es necesario tener en cuenta que experiencias de desarrollo turístico insostenibles sobre las que centrar la denuncia y su cuestionamiento las encontramos en todos los países.

El reto de construir un movimiento social con capacidad de incidencia en el desarrollo de la industria turística depende de la capacidad de articulación de una amplia base social entre los diversos sectores implicados, tanto en el Norte como en el Sur: organizaciones campesinas, ecologistas, vecinales, de desarrollo, de atención a la infancia, de derechos humanos, de consumidores, sindicatos, indígenas, colectivos afectados, etc.

La propuesta de articulación de un movimiento de Turismo Responsable, así como del fortalecimiento del Turismo Comunitario como estrategia de desarrollo turístico más adecuado para el mundo rural, requiere la confluencia de numerosos colectivos sociales, que están incidiendo de una u otra manera en el sector, en una estrategia global que sume sus diferentes aportes.

Segunda parte: propuestas didácticas



Relación de temas tratados y propuestas didácticas relacionadas

A continuación se presenta una relación de los temas abordados en la primera parte que pueden desarrollarse a partir de diversas propuestas didácticas. Cada una de estas propuestas didácticas puede ser empleada para analizar diversos temas.

Propuestas por temas:

1. Impactos socio-económicos a nivel macro: los mitos del turismo

- Turismo y ocupación: condiciones laborales:
 - Película 4: Un lugar llamado Milagro
 - Propuesta video 5: Viajar como ricos
- Turismo, género y condiciones laborales:
 - Texto 6: Ocupación femenina en el sector turístico de las Islas Baleares
- Turismo y otros sectores productivos: el sector agrario:
 - Texto 2: La reconstrucción después del Tsunami
 - Película 4: Un lugar llamado Milagro
- Turismo e infraestructuras: especulación urbanística:
 - Película: La Caja 507
 - Película 4: Un lugar llamado Milagro
- Turismo como principal vía de desarrollo:
 - Texto 1: Crisis turística en el distrito de Narok
 - Película 5: Tiburón
 - Propuesta video 2: ¿Cuándo hay que parar?

2. Impactos socio-económicos a nivel macro: la comunidad y el grupo doméstico:

- Acceso diferenciado a los beneficios del turismo:
 - Texto 3: Turistas en la isla de Llaquistitis
 - Película 2: Temporada alta
- Rechazo al turismo:
 - Película 2: Temporada alta
 - Propuesta video 7: Conflictos por el control de los recursos
- Diversidad de turistas:
 - Propuesta video 9: Emigrantes ayer, turistas hoy

3. Impacto medioambiental:

- Medioambiente y turismo de masas
 - Texto 4: El Plan Hidrológico Nacional: turismo y trasvase de agua
 - Película 4: Un lugar llamado Milagro
 - Película 3: La Caja 507
 - Propuesta video 2: ¿Cuándo hay que parar?
 - Propuesta video 3: Los impactos medioambientales

4. Impacto cultural:

- Turismo y estereotipos:
 - Texto 5: Refuerzo de los estereotipos culturales
 - Película 1: La playa
- Turismo e ilegalidad:
 - Película 3: La Caja 507
 - Propuesta video 4: El problema del turismo sexual infantil
- Turismo y expolio cultural:
 - Película 2: Temporada alta

5. Un ejemplo de turismo sostenible: el Turismo Rural Comunitario

- Un turismo de apoyo al mundo rural:
 - Texto 7: Turismo Rural Comunitario en Nicaragua: la experiencia de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua
 - Texto 8: Desarrollo turístico en el Valle de Manduriacos
 - Película 6: La chica de París
 - Propuesta video 1: Modelos turísticos confrontados
 - Propuesta video 6: ¿Es oro todo lo que reluce?
 - Propuesta video 8: La apuesta por un Turismo Rural Comunitario

6. El turismo responsable como movimiento social

- Turismo y conflicto social:
 - Propuesta video 1: Modelos turísticos confrontados
 - Propuesta video 3: Los impactos medioambientales
 - Propuesta video 7: Conflictos por el control de los recursos

Análisis de textos



En esta primera sección se presentan ocho textos con ejemplos de experiencias concretas, acompañados de un cuestionario para su análisis y debate en grupo. Con esta selección de textos se facilita una guía para abordar algunos de los temas claves tratados en la primera parte del libro. Los temas que se plantean, por texto, son los siguientes:

Texto	País	Temática
1. Crisis turística en el distrito de Narok	• Kenia	• El turismo como principal vía de desarrollo.
2. La reconstrucción después del “tsunami”: un conflicto entre intereses turísticos y pescadores artesanales	• Sri Lanka	• Dependencia económica y vulnerabilidad
3. Turistas en la isla de Llaquistitis	• Perú	• Turismo y otros sectores productivos: el sector agrario. • Acceso diferenciado a los beneficios del turismo.
4. El Plan Hidrológico Nacional: turismo y trasvase de agua	• España	• Medioambiente y turismo de masas.
5. Refuerzo de los estereotipos culturales	• Cuba	• Turismo y estereotipos culturales.
6. Ocupación femenina en el sector turístico en las Islas Baleares	• España	• Turismo, género y condiciones laborales.
7. Turismo Rural Comunitario en Nicaragua: la experiencia de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua	• Nicaragua	• Un turismo de apoyo al mundo rural.
8. Desarrollo turístico en el Valle de Manduriacos	• Ecuador	• Un turismo de apoyo al mundo rural.

■ Texto 1: Crisis turística en el distrito de Narok (Kenia)

El sector turístico de Kenia aprovecha tanto su riqueza en fauna salvaje como las hermosas playas del Océano Índico. La estabilidad del país, junto con políticas de apoyo a la inversión turística, permitió que Kenia se convirtiera en uno de los destinos más importantes del continente africano: entre 1960 y 1990, el número de visitantes pasó de algo más de 50.000 a un millón al año. En la década de los 90, el turismo ya superaba los ingresos que generaban el té y el café, hasta entonces los principales productos de exportación. A principios de esa década, el turismo generaba unos 140.000 trabajos directos, y aproximadamente unos 350.000 indirectos.

Uno de las zonas de atracción turística del país es el distrito de Narok. De sus 400.000 habitantes, más del 40% depende directa o indirectamente del turismo como principal fuente de ingresos. La mayoría trabajan como artesanos de souvenirs, en el servicio de hoteles y albergues (porteros, guardias, limpieza,...), posando para los turistas, etc. Siempre en tareas poco cualificadas; las cualificadas quedan para personal foráneo.

A partir de 1993, la industria entró en un lento declive, que se aceleró en 1998. Así, mientras que el número de camas por noche ocupadas en todo el país en 1993 había sido de casi cuatro millones y medio, en 1998 sólo fue de algo más de un millón y medio. Durante los años siguientes el sector se recuperó ligeramente, pero quedando muy lejos de las cifras alcanzadas a principios de los noventa.

Las causas de este fenómeno son diversas, pero entre las principales cabe señalar: la crisis financiera, que dificulta al Estado invertir en el mantenimiento de las infraestructuras necesarias para el desarrollo turístico, especialmente tras las inundaciones de 1996 y 1997 que destruyeron buena parte de la red viaria; la desestabilización política, que ayuda a crear una imagen de inseguridad en los países de procedencia de los turistas; también la crisis financiera obligó a reducir las inversiones estatales en seguridad, lo que coadyuva a esta imagen; la competencia de países vecinos, con ofertas turísticas similares (turismo de safari) y precios competitivos; y la disminución de la inversión extranjera, base del desarrollo turístico del país, resultado a su vez de todo lo anterior.

En Narok esto se ha traducido en una reducción de los ingresos por el turismo de más de un 70%. Si bien el impacto ha sido mayor en aquellos grupos domésticos que dependían económicamente más del turismo, toda la región se ha visto afectada por la crisis, ya que el turismo era su principal motor económico.

Aparte de la disminución del nivel de vida, la crisis ha generado otros problemas añadidos: parte de la población, que había pedido créditos para establecer un pequeño negocio alrededor del turismo (producción de souvenirs, generalmente) no puede ahora afrontar sus deudas; se iniciaron procesos migratorios a zonas urbanas o grandes latifundios ganaderos en busca de trabajo; por los problemas en las infraestructuras viarias antes comentadas, muchos pequeños agricultores se ven incapaces de llevar su producción al mercado; muchas familias han tenido que vender ganado, muebles y electrodomésticos para cubrir sus necesidades básicas; etc.

Fuente: Samuel Kareithi, “Coping with Declining Tourism: Examples from Communities in Kenya”, PPT Working Paper 13 (<http://www.propoortourism.org.uk>). 2003

Cuestiones para la reflexión en grupo:

110

1. ¿Por qué se considera que la especialización de un país o una región en el turismo supone una situación de vulnerabilidad similar a la de los monocultivos de exportación?
2. ¿Cuáles son los factores que pusieron en riesgo el crecimiento de la industria turística? ¿Puedes imaginar en otros contextos situaciones similares?
3. ¿Qué consecuencias puede comportar una crisis brusca de la industria turística?

Texto 2: La reconstrucción después del “tsunami”: un conflicto entre intereses turísticos y pescadores artesanales

Uno de los ejemplos más recientes de conflicto que muestra la contradicción entre los intereses de las grandes multinacionales del turismo y los de la población local vinculada a actividades productivas tradicionales lo encontramos en la forma en que se ha abordado la reconstrucción de las zonas afectadas por el “tsunami” que el pasado 26 de diciembre de 2004 asoló las costas de los países ribereños del Océano Índico, fundamentalmente Sri Lanka, Indonesia y la India. El balance de la catástrofe fueron 217.141 muertos, según cifras oficiales, y más de dos millones de nuevos pobres. En una iniciativa de reconstrucción sin precedentes, países de todo el mundo se comprometieron con 4.800 millones de euros, y otros 2.000 millones estaban previstos que se canalizarían a través de las ONG.

A principios del año 2005 la Federación Nacional de Pescadores de Sri Lanka (NAFSO), aliada de Vía Campesina, advirtió que un segundo “tsunami” estaba azotando la zona debido al modo cómo se estaba llevando a cabo la reconstrucción por parte del gobierno de dicho país, las agencias de ayuda internacional y el Ejército de los Estados Unidos. En concreto, la NAFSO denunciaba que aprovechándose de la situación provocada por el desastre natural, la reconstrucción primaba los intereses multinacionales privados por encima del de las poblaciones locales afectadas. De este modo, se advertía de la existencia de un plan para construir hoteles turísticos donde antes sólo vivían comunidades pesqueras, y que éstas serían desplazadas por los complejos hoteleros, mientras que los derechos comerciales para explotar sus antiguas zonas de pesca, serían cedidos a la flota de pesca de arrastre industrial de Canadá.

En Tailandia se estaría produciendo una situación parecida. En este país fueron más de cinco mil familias de pescadores artesanales las que resultaron afectadas por el “tsunami”. 3.676 casas fueron destruidas y se perdieron 3.307 barcos de pesca. A pesar de que el 80% de la flota pesquera pudo volver a faenar se estaría produciendo un grave conflicto en torno a la propiedad de la tierra. Según denunció Bunchar Pongpanich, presidente de la Coalición de Apoyo para la Rehabilitación de la Costa de Andaman, organización tailandesa creada sólo dos días después de la tragedia: “La gente está perdiendo las tierras donde vivía. El Gobierno tiene la intención de sacar a los pescadores de primera línea de mar y trasladarlos a un kilómetro de la costa. Condicionan la ayuda, les construyen la casa, pero en otro lugar, cuando ellos necesitan vivir cerca de la playa”. Al igual que en el caso de Sri Lanka, los intereses implicados en la construcción de hoteles turísticos de grandes inversionistas en Tailandia, estarían primando sobre las necesidades de la población local.

Habr  quien sostenga que estas inversiones generarán puestos de trabajo y riqueza, pero en realidad este modelo de reconstrucción reduce y atenta contra la Soberanía Alimentaria de la población local. Toda población debe tener el derecho de decidir cuáles son sus estrategias de desarrollo, lo cual también supone la posibilidad de decir no al turismo.

Fuente: Peter Rosset y María Elena Martínez, “El tsunami más allá de la ayuda humanitaria”, La Jornada, 13.02.05 y Marta López, “Mis ries del tsunami”, El Periódico, 30.04.2005.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1.  Crees que existe alguna relación entre la destrucción de los manglares que se llevó a cabo para la construcción de los hoteles e infraestructuras turísticas y el impacto que causó el tsunami?  De qué manera?
2.  De qué modo entran en conflicto los intereses turísticos con los de la población local dedicada a actividades tradicionales?
3. En caso de que estos dos modelos de desarrollo entren en contradicción,  qu  intereses deberían prevalecer?  Por qué?
4. En ocasiones la ayuda humanitaria y las políticas de reconstrucción tras un desastre natural resultan contradictorias entre los diferentes grupos sociales presentes en un territorio.  Qu  criterios debería seguir?
5. A partir del presente ejemplo,  por qué afirmamos que el turismo es un espacio de conflicto social?

■ Texto 3: Turistas en la isla de Llaquistitis, Perú

Turismo comunitario en la isla de Coanos

Coanos es la segunda isla en población de la parte peruana del Lago Titicaca: en ella viven unas 260 familias (aprox. 1.300 habitantes). Tradicionalmente, los coañenos se han dedicado a la agricultura. Pero a finales de la década de 1970, con apoyo de una ONG americana y del Estado peruano, comenzaron una campaña para atraer turistas nacionales y, especialmente, internacionales.

La campaña tuvo mucho éxito, al punto que desde hace 20 años todas las guías turísticas del Perú hacen referencia a Coanos y se ha convertido en un lugar de visita casi obligada para los viajeros que pasan por el Titicaca. Llegó un momento que los ingresos por el turismo, ya fuera en concepto de alojamiento, transporte (sólo se puede llegar a Coanos con las lanchas de la población isleña) y/o venta de productos artesanales, suponían una importante parte de sus economías domésticas. En los últimos años los coañenos han diversificado sus fuentes de ingresos al invertir parte de los beneficios en otras actividades comerciales fuera de la isla, pero siempre sin olvidar el turismo. Los coañenos se convirtieron en una especie de “burguesía” indígena en la región.

La isla de Llaquistitis

Gracias a la publicidad que da el turismo, todos los peruanos han oído hablar de Coanos, al punto de que piensan que se trata de la mayor isla del Lago. Pero no es así. La vecina isla de Llaquistitis, también de población indígena, es mucho más grande y poblada: en ella viven casi 780 familias (unos 3.900 habitantes); es decir, aproximadamente tres veces más que a Coanos.

En los años ‘50, un sector minoritario con más tierras que el resto y, por ello, con mayor capacidad económica y social, comenzó a invertir en actividades no agrícolas: unos se convirtieron en transportistas, comprando lanchas que ponen en contacto Llaquistitis con tierra firme; otros se hicieron comerciantes, estableciendo pequeñas tiendas donde venden productos básicos a los isleños. El resto de la población siguió viviendo de la emigración temporal y de la agricultura, actividad que cada vez genera ingresos menores debido al crecimiento de la población en las últimas generaciones. En resumen: Llaquistitis es una sociedad heterogénea social y económicamente. Por un lado, una minoría posee más tierras y controla otras fuentes de ingresos. Por otro, una mayoría tiene pocas tierras y ha de vender su fuerza de trabajo. Finalmente, también hay un sector de isleños que se mueve entre estos dos extremos: tienen suficientes tierras o bien participan en alguna actividad productiva que les permite generar algunos beneficios.

El desarrollo turístico en Llaquistitis

En la década de 1980, los llaquisteños estaban convencidos de que su isla tenía más cosas que ofrecer a los visitantes que no la vecina y exitosa isla de Coanos: era más grande y, sobretodo, más elevada, así que las vistas sobre el Lago eran aun más espectaculares. Además, el turismo no estaba desarrollado, y eso podía ser más atractivo para los turistas, que siempre tienden a huir de los otros turistas y van a la búsqueda de lugares nuevos y poco conocidos. Resultado de esto, las autoridades de la isla, con el apoyo de toda la población, plantearon desarrollar el turismo a imagen de cómo lo habían hecho los coaneños unos años antes; es decir, un turismo de tipo alternativo, del denominado “étnico o ecoturístico”, controlado y gestionado por la población autóctona. En este sentido, encontraron apoyo de las autoridades regionales y de ONGs extranjeras.

114

Como en Coanos, el turismo se estableció como un recurso comunitario; es decir, tenía que ser una nueva fuente de ingresos para el beneficio de todos los habitantes, al menos en lo que respecta a la venta de artesanías y al alojamiento y alimentación de los turistas. El turismo generaba otra fuente de ingresos, que se consideró privado, el transporte de turistas, ya que el recurso que lo generaba, las lanchas, eran de propiedad particular.

La gestión de las dos primeras fuentes de ingresos, de carácter comunitario, se planteó de la siguiente manera.

a. Venta de artesanías

Se construyó un “Centro Comunitario de Artesanías”, que sería el único lugar donde se podría vender artesanías a los turistas. El funcionamiento era sencillo: todos los isleños que quieren pueden llevar sus artesanías al Centro, donde se ponen a la venta. Cuando se vende algún producto, parte de los beneficios se reintegran al artesano, y parte queda para la comunidad. Este último se destina a facilitar acciones comunitarias: mejoras de caminos o infraestructuras, cubrir parte de fiestas comunales, etc.

b. Alojamiento y Alimentación

Por la distancia que se encuentra Llaquistitis de tierra firme (de 4 a 5 horas en lancha), los turistas tienen que pasar al menos una noche en la isla. Al igual que pasaba en Coanos, se decidió que los turistas “vivirían” durante el tiempo que pasaran en la isla en las viviendas de sus habitantes. A tal efecto, muchas familias prepararon alguna de sus habitaciones para cumplir con los requisitos de calidad exigidos por el Ministerio de Turismo, y se decidió que los turistas serían distribuidos por todas las familias con licencia de alojamiento siguiendo un estricto sistema de turnos.

No se cumplen las expectativas

Pero muchas otras no lo hicieron. Por una parte, las viviendas más pobres están formadas por un solo espacio donde toda la familia y parte de los animales domésticos hacían vida en común. Preparar o construir una habitación para los turistas suponía una inversión fuerte y alejada de sus posibilidades. Por otra parte, los grupos domésticos más alejados del puerto de la isla, donde las lanchas dejan a los turistas, también quedaron excluidos: habría supuesto obligar a los turistas a recorrer distancias de hasta 2 horas caminando, después de un largo viaje en lancha. En total, aproximadamente el 40% de la población quedó fuera, desde un principio, de los beneficios por alojamiento de los turistas.

Pero la cosa no quedó aquí. Después de 5 años de desarrollo turístico, se vio que las expectativas depositadas en este recurso no se harían realidad: el número de turistas que llegaban era muy inferior a lo previsto.

Las razones eran diversas, pero se podían clasificar entre las que dependían de factores externos y las que eran resultado de las características de la isla:

- Los factores externos tenían un nombre: Coanos. Las ofertas de esta isla y la de Llaquistitis eran similares, pero diversos factores hacían que Coanos tuviera mucho más éxito. Por una parte, había comenzado su desarrollo turístico mucho antes, y por tanto era más conocida. Además, parte de los beneficios del turismo eran reinvertidos en publicidad a nivel nacional e internacional. Coanos también se beneficiaba de su situación geográfica: al encontrarse más cerca de la ciudad de Puno, donde se concentraban los turistas que desean conocer el Titicaca, el viaje era mucho más corto (unas tres horas). Finalmente, existe la voluntad de todos los isleños por apoyar un recurso que a todos beneficiaba, voluntad que se traducía, por ejemplo, en la recuperación del vestuario tradicional, en la mejora de la calidad de las artesanías textiles, etc. El resultado de todo ello era que el número de turistas que llegaba a Coanos era cinco veces más que el que llegaba a Llaquistitis, y esta proporción se mantenía desde hacía tres años.

- El principal factor interno que hacía que el turismo no tuviera en Llaquistitis el éxito que había tenido en Coanos lo encontramos en el número de habitantes de Llaquistitis. Como ya se ha explicado, Llaquistitis tiene el triple de población de Coanos (780 familias frente a 260). Por tanto, para que el ratio beneficios-población fuera el mismo que en Coanos, los turistas que llegan a Llaquistitis tendrían que ser, también, el triple. ¡Y sin embargo, los turistas eran 6 veces menos que en la isla vecina!

Cuando se vio que el número de turistas no era suficiente para repartir entre todos los isleños con licencia de alojamiento, los propietarios de las lanchas, que eran quienes transportaban a los turistas hasta Llaquistitis, decidieron monopolizar el recurso. La excusa fue que mantener las lanchas era cada vez más costoso, debido al aumento del precio del combustible (lo que en parte era cierto, pues antes estaba subvencionado), y que sólo quedándose los pocos turistas que llegaban podían equilibrar los gastos y mantener una actividad, el transporte, esencial para la movilidad de los isleños.

El reparto de los beneficios

Entre esta situación de monopolio y la parte de la población que desde un principio ya quedó excluida del negocio, sólo unas pocas familias acabaron como beneficiarias del alojamiento. Si bien la entrada de ingresos en la isla por turismo no cumplió las expectativas, al repartirse el beneficio del alojamiento entre pocas familias, este sector de la población salió muy beneficiado. Debido a los pocos turistas que llegaban a Llaquistitis, los beneficios de cada familia por la venta de artesanías tampoco fueron lo esperado. La parte que se quedaba para beneficio comunitario, sin embargo, sí suponía un monto anual que, aunque menor de lo esperado, permitía hacer algunas obras comunitarias de interés general.

116

Fuente: Jorge Gascón, *Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesinos en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo*, IEP, Lima, 2005.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. Esta situación, ¿incrementa, deja igual o disminuye la diferenciación socio-económica de la comunidad? ¿Por qué?
2. Las decisiones tomadas, ¿favorecen o no la conflictividad intracomunitaria? ¿Por qué?
3. ¿Qué razón o razones explican que los lancheros pudieran decidir, de manera unilateral, quedarse con un recurso comunitario (alojamiento de turistas)? ¿Por qué el resto de la comunidad no se lo impidió?
4. Coanos y Llaquistitis tenían las mismas características sociales, culturales y económicas. El modelo de desarrollo turístico adoptado fue el mismo. ¿Por qué razón las consecuencias fueron diferentes?
5. ¿Qué opciones se podrían haber tomado para que el alojamiento beneficiara a toda la comunidad y no a una parte de la población?
6. ¿Qué nos enseña este caso sobre los modelos de desarrollo turístico y su aplicación?

■ Texto 4: El Plan Hidrológico Nacional: turismo y trasvase de agua

A principios del 2002, Greenpeace denunció que el Plan Hidrológico Nacional (PHN), aprobado por el gobierno del Partido Popular (conservador) el año anterior (Ley 10/2001), iba a permitir la construcción de 66 nuevos campos de golf en el sudeste español, aun cuando el Ministerio de Medio Ambiente aseguraba que el agua del trasvase no se destinaría a este fin.

El PHN partía de dos premisas. Por un lado, que el agua en España está distribuida de manera muy irregular: mientras que las lluvias se concentran en el norte (la España húmeda) y superan sus necesidades, en el resto (la España seca) son irregulares e insuficientes. Por el otro, que están mal gestionadas. Con esta perspectiva, el PHN favorecía el trasvase de agua entre cuencas fluviales, la construcción de nuevos embalses, la reforestación de cuencas, la mejora de regadíos y la aplicación de prácticas de optimización del uso del agua. El elemento más conflictivo del PHN fue la propuesta de trasvase de más de 1.000 hectómetros cúbicos anuales de agua del río Ebro a las cuencas levantinas. Aun cuando el Gobierno español aseguraba que este trasvase era posible sin poner en riesgo el ecosistema de la cuenca, la mayoría de científicos y organizaciones ecologistas aseguraban que una acción como ésta suponía la muerte de su extenso y frágil delta. El trasvase conllevaba, también, la construcción de nuevas presas en la Cordillera pirenaica, de la que el Ebro se nutre, y la consiguiente inundación de valles de gran valor medioambiental y social.

Este conflicto acabó enfrentando diferentes territorios del Estado. Por un lado, la Comunidad Valenciana y Murcia, supuestos beneficiarios del trasvase, lo apoyaban, con el discurso que era necesario para el desarrollo del Levante español. Por otro, Catalunya y Aragón, territorios de donde procedía el agua y que iban a recibir el impacto medioambiental de la obra, se oponían, arguyendo que el trasvase sólo serviría para mantener un desarrollo insostenible basado en la agricultura intensiva y el turismo.

Así, Greenpeace calculaba que si un campo de golf demanda aproximadamente 1.500 litros de agua por metro cuadrado y año, y la extensión media de estos campos es de 50 hectáreas, las necesidades hídricas de los 66 que se pensaban crear se situaban en torno a los 750.000 metros cúbicos. Y eso sin contar con las necesidades de las nuevas urbanizaciones de segundas residencias y complejos hoteleros que las acompañaban. Y sin contar tampoco con el crecimiento que esa agua permitiría de los enclaves turísticos de la costa levantina. En pocas palabras: el PHN y el trasvase del Ebro suponía impactos medioambientales muy graves para satisfacer actividades recreativas que enriquecerían sólo a una minoría.

Tras una movilización social sin precedentes en el Estado español por un tema medioambiental, numerosos informes científicos y técnicos en contra, y algunas resoluciones europeas opuestas al trasvase (la Unión Europea debía costear una importante parte del PHN), el gobierno español, ahora en manos del Partido Socialista Obrero Español, con el apoyo de todos los partidos parlamentarios excepto el Partido Popular, derogó en el 2004 la Ley del PHN y prometió que en su modificación no tocaría la cuenca del Ebro.

Fuente: Greenpeace (www.greenpeace.org/espana_es) y diversa prensa escrita

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Consideras que se justifica una propuesta de trasvase como la del PHN para satisfacer las necesidades del crecimiento del sector turístico?
2. ¿Quién se está haciendo cargo de los costos de este trasvase? ¿Consideras lícito que con fondos públicos se beneficie al sector privado como ocurre en este caso?
3. Desde determinadas posiciones se considera que los campos de golf pueden ser sostenibles ecológicamente si se usa para su riego las aguas residuales de los complejos hoteleros o las viviendas colindantes. ¿Cuál es tu opinión al respecto?
4. Frente a la oposición al PHN, los empresarios turísticos argumentan que la no realización del trasvase del Ebro puede poner en riesgo la actividad turística. ¿Qué alternativas cabría considerar?

■ Texto 5: Refuerzo de los estereotipos culturales

El turismo puede ser un factor que contribuya al intercambio cultural y al conocimiento de otras realidades, pero también puede contribuir a reforzar los estereotipos culturales y generar perjuicios. Veamos dos ejemplos al respecto.

Ejemplo: Turismo sexual en Cuba

La difícil situación económica en que entró Cuba tras el fin de la Guerra Fría y el desarrollo del turismo en la década de 1990, favorecieron el resurgir de la prostitución como oferta para los extranjeros. Una prostitución que, por sus especiales características, acabó recibiendo denominación propia: “jineterismo”. El gobierno cubano reaccionó estableciendo duras medidas represivas hacia esta actividad. Esta política no fue capaz de frenarla, pero sí favoreció la formación de un sector social marginal que se dedica a la prostitución y a otras trapicherías con los extranjeros. Ante esta situación, buena parte de la población cubana, especialmente la femenina y en las zonas más turísticas, rehúye el contacto con los visitantes ante el temor de ser confundida y tachada de “jinetera”. Esto ha llevado a que ese sector marginal haya monopolizado las relaciones con los turistas, y que éstos regresen a sus países de origen con la idea de que todas las mujeres cubanas practican o son propicias a practicar el jineterismo. En poco tiempo, se consolidó una imagen de Cuba como la de un paraíso para el turismo sexual. A la vez, la imagen del visitante en Cuba fue tomando el de la persona que practica este tipo de turismo. Y ambos estereotipos se han ido retroalimentando: cada vez son más los turistas que visitan Cuba con un objetivo manifiestamente sexual, y la oferta sexual es la primera que recibe el turista en las calles de La Habana y de otros focos turísticos del país.

119

Ejemplo: El turismo y la epidemia del VIH-SIDA

La construcción de imaginarios y estereotipos en torno al turismo es algo común. La expansión de la epidemia del VIH-SIDA en muchas partes del planeta, y en especial en los países del Sur, ha facilitado la construcción de imágenes que asocian esta expansión al turismo sexual. En este tipo de actividad turística se puede plantear la relación sexual de tipo comercial desde una posición de dominación, imponiendo prácticas de riesgo como sexo penetrativo sin preservativo. La situación de pobreza de muchos países del Sur hace que las estrategias de desarrollo económico, basadas en el turismo, sitúen a sus poblaciones en una situación de enorme vulnerabilidad frente a la epidemia del VIH-SIDA.

Pero a pesar de su importancia, la relación entre turismo y VIH-SIDA no se agota ahí. Por el contrario, concentrarse únicamente en los riesgos del turismo sexual puede tener efectos indeseados como el de estigmatizar la actividad turística asociada a unos determinados destinos, u ocultar otras situaciones de riesgo.

Uno de los factores de riesgo que en los últimos tiempos ha destacado más en la literatura científica es el de la movilidad poblacional, ya sea motivada por cuestiones laborales como por ocio; tenga carácter fugaz, temporal o permanente. La prevención debe abordarse desde el fenómeno de la movilidad poblacional tomando en cuenta al conjunto de la población que, de forma permanente o temporal, ocupa un determinado territorio, y no sólo a determinados colectivos, como los camioneros o las trabajadoras sexuales con las que ellos se relacionan, muchas veces anatematizados. Esto no sería más que una ampliación del concepto limitado de grupo de riesgo, clásico en la epidemiología de las ITS. La movilidad implica tanto a las personas que se desplazan como a las poblaciones que los reciben, y se refiere tanto a las migraciones como al turismo de todo tipo.

Por otra parte, la relación entre turismo y sexualidad no sólo, ni necesariamente, se plantea desde los parámetros del turismo sexual. El turismo está asociado a la idea de ocio y diversión y, por tanto, a la posibilidad de acceder a contactos sexuales de carácter esporádico entre iguales, sin que medie una relación de desigualdad. El riesgo está en que en estos contactos, fuera del contexto habitual del turista, no se mantengan prácticas de sexo seguro y que la persona, por la misma situación de novedad y excepcionalidad, relaje sus medidas de prevención. La prevención de la epidemia del VIH-SIDA no puede reducirse en la denuncia del “turismo sexual”, por importante que sea, sino que se debe intervenir en el conjunto de la actividad turística.

Fuente: Jordi Gascón y Ernest Cañada, *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*, Icaria, Barcelona, 2005.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. Habitualmente se atribuye al turismo la capacidad de poner en contacto a personas de distintos contextos culturales. ¿Pero por qué la mayoría de turistas acaban teniendo imágenes estereotipadas de los lugares que visitan?
2. Si miramos la publicidad turística, en los catálogos de las agencias publicitarias o en los spots televisivos, ¿cuáles son las imágenes más comunes? ¿Crees que muestran la realidad social y cultural de los países de destino? ¿En qué medida son estereotipos?
3. ¿Hasta qué punto el turismo puede ser una forma de interrelación cultural?
4. ¿Cuál es el riesgo de consolidar a través del turismo los tópicos y estereotipos culturales?
5. ¿Conoces otros casos en los que el turismo favorezca la creación o consolidación de estereotipos culturales? ¿A qué hacen referencia (a otras culturas, a un país o a un territorio concreto, al turista de determinado origen, etc.? Tomando uno de estos casos, ¿cómo crees que se ha ido formando este estereotipo?

Texto 6: Ocupación femenina en el sector turístico en las Islas Baleares

La tasa de actividad femenina en las Islas Baleares ha aumentado 9,26 puntos entre 1991 y 2001, muy superior a la media española que ha sido de 6,15 puntos. Por el contrario, la actividad de los hombres, en el mismo período, ha sufrido un retroceso de un punto y medio, prácticamente equiparable al resto del Estado. Este hecho no puede hacernos olvidar que la diferencia en las tasas de actividad entre ambos géneros supera aun los 25 puntos.

Existe sin embargo un “punto negro” a destacar: la composición del paro. Las tasas de paro femeninas suponen el 69,9% del total de la población desempleada, mientras que en el caso de la población activa tan sólo alcanzan el 42%, frente al 39,1% de los hombres. El desempleo tiene mayor o menor incidencia según el nivel de estudios y la formación recibida; el mayor índice de paro se produce en mujeres sin estudios (el 34%), seguido de las que han obtenido el título de EGB o equivalente, mientras que la menor tasa de paro se encuentra en las mujeres con estudios universitarios. A pesar de ello, en este colectivo también existe discriminación, ya que el 4,9% de las mujeres universitarias se encuentran en paro, frente al 1,7% de los hombres.

Esto significa que la mujer sufre una doble discriminación: una menor tasa de ocupación y un mayor índice de desempleo. A pesar de los indudables avances de los últimos años, que han supuesto una importante incorporación de la mujer en el mercado de trabajo, sigue habiendo una gran diferencia entre hombres y mujeres por lo que respecta a las tasas de paro, ya que las mujeres sufren un índice de desempleo muy superior al de los hombres.

Una de las características del mercado de trabajo en el conjunto del Estado es su elevada tasa de temporalidad (triplicando a la europea). Si esto es así a nivel nacional, podemos afirmar que, conjuntamente con la rotación de la ocupación, las Islas Baleares son una de las comunidades donde la situación de temporalidad se da con una especial incidencia.

El análisis de los contratos registrados muestra cómo el 76% de todos los contratos efectuados durante el año 2000 fueron de carácter temporal, el 18,5% a tiempo parcial y tan sólo un 4,7% fueron de carácter indefinido. También en este caso podemos encontrar diferencias significativas entre hombres y mujeres, en especial en una modalidad contractual claramente feminizada: el Contrato a Tiempo Parcial, que en más del 60% de los casos tuvieron como destinatarias a mujeres.

El sector “servicios” es el que ocupa a la inmensa mayoría de mujeres en las Islas Baleares, casi un 92%, y dentro de este sector se concentran en un reducido grupo de ocupaciones. Las ocupaciones con mayor presencia de mujeres son: hostelería (con el 23% de las ocupadas frente al 15,22% de los hombres) seguida del comercio al detalle (19,2% frente al 7,9%).

En este contexto cabe destacar que la presencia femenina en estos subsectores mayoritariamente no se corresponde con un porcentaje igual o similar en los cargos de dirección, que siguen siendo ocupados mayoritariamente por hombres. Así, la dirección de empresas de 10 ó más asalariados son ocupadas sólo en un 20% por mujeres.

Fuente: Extractos del Informe “Mercado de trabajo y situación de las mujeres en la Comunidad Balear”, CCOO de las Islas Baleares, 2001 (www.ccoo.illes.balears.net).

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Puedes enumerar qué factores indican que la situación laboral de la mujer en las Islas Baleares es peor que la de los hombres?
2. ¿Crees que esta peor situación laboral de la mujer tiene algo que ver con el hecho de que el sector turístico sea tan importante en las Baleares? ¿Por qué?
3. ¿Habéis estado últimamente en un hotel? Contestad: en la recepción, ¿os atendió un hombre o una mujer? ¿Quién limpiaba las habitaciones? ¿Sabes si el director era un hombre o una mujer?
4. ¿Crees que las empresas turísticas prefieren, según el trabajo, a hombres o a mujeres? ¿Por qué?

Texto 7. Turismo Rural Comunitario en Nicaragua: la experiencia de la Unión de Cooperativas Tierra y Agua, Nicaragua

Durante los últimos años en Nicaragua ha aumentado de forma considerable tanto la actividad turística como las expectativas de creación de riqueza depositadas en ella. Por parte del Gobierno en sus planes de desarrollo se ha identificado el turismo como un sector con un gran potencial para atraer inversiones extranjeras, crear empleo y generar negocio. Sin embargo, sus perspectivas de crecimiento no están exentas de contradicciones. Una de ellas tiene que ver con la relación entre el turismo y la población campesina. Para la gran mayoría de la población rural nicaragüense es muy difícil poner en marcha iniciativas turísticas exitosas, tanto por la carencia de capital o políticas de apoyo, como por la falta de experiencia y conocimientos en los gustos e intereses de los turistas. Esto ha supuesto que los principales impulsores y beneficiarios de este tipo de actividades sean inversionistas extranjeros o población nicaragüense de origen urbano y con mayores recursos económicos. Además, en algunos casos, esto ha acentuado la presión de estos sectores para hacerse con el control de recursos, como la tierra o el agua, que en determinados enclaves de especial atractivo turístico están aún en manos de las comunidades campesinas. A pesar de las dificultades, existen experiencias de comunidades indígenas y campesinas que han apostado por el Turismo Comunitario como una forma de diversificar y complementar sus fuentes de ingresos. Una veintena de estas iniciativas se han coordinado y han creado la Red Nicaragüense de Turismo Rural y Comunitario. Una de estas iniciativas es la de la Unión de Cooperativas Agropecuarias Tierra y Agua.

123

Contexto

La Unión de Cooperativas Agropecuarias (UCA) Tierra y Agua tiene su origen en la UCA Héroe y Mártires de Nandaime, fundada en 1984. Desde el año 2.000 y después de la separación de parte de sus miembros, toma el nombre actual, UCA Tierra y Agua. Está situada en el Departamento de Granada entre los municipios de Granada, Nandaime, entre las faldas del Volcán Monbacho y la Isla Zapatera. En la actualidad, la UCA es una organización cooperativa de segundo grado formada por nueve cooperativas agropecuarias. Tanto las cooperativas como los órganos de gestión y dirección están formados en su totalidad por campesinos y campesinas nicaragüenses. El origen de estas cooperativas es diverso. Algunas se formaron durante los primeros años de la Revolución como parte de la Reforma Agraria impulsada por el gobierno sandinista y con población nativa de la zona. En otras sus integrantes fueron campesinos procedentes del Norte del país, desplazados por la situación de guerra contra la Contra. Hubo cooperativas que se formaron después de la derrota del Frente Sandinista en 1990, y que accedieron a sus tierras después de un proceso de lucha y de “tomas”.

La Unión de Cooperativas Tierra y Agua es una de las pocas organizaciones cooperativas que sobreviven hoy día en Nicaragua. Al igual que el resto del campesinado, lleva años sufriendo la progresiva pérdida de rentabilidad de las actividades primarias. Las causas son varias y están directamente relacionadas con el contexto de liberalización económica que enfrentan. Desde hace años, el Gobierno nicaragüense facilita la importación de granos básicos que compiten en precio con la producción local. El campesinado de escasos recursos no tiene acceso a la tecnología, utiliza insumos importados y, en ocasiones, emplea prácticas agresivas con el medio natural, lo cual repercute negativamente en la productividad y rentabilidad de su trabajo. En el ámbito de la comercialización, las dificultades tienen relación con la imposibilidad de controlar el precio final de venta de sus excedentes: la mayoría de las familias, presionadas por la urgencia constante de ingresos económicos, trata de vender sus productos en los mismos momentos del año, lo que hace que caigan los precios y se reduzca el margen de rentabilidad. Para retener las cosechas y esperar tiempos y precios mejores, es necesario contar con el ahorro suficiente para mantener familias numerosas durante meses. Esta situación se traduce para la gente del campo en dificultades constantes para sobrevivir con el producto de su trabajo.

En mayor o menor grado, las cooperativas y las familias que las componen, se mantienen con economías de subsistencia, víctimas de la liberalización de los aranceles a las importaciones de granos básicos y del dumping que practican sistemáticamente economías más potentes, como la de Estados Unidos o la de la Unión Europea. A todo ello hay que sumar la falta de apoyo del Estado nicaragüense. De hecho, la administración pública está ausente en estas comunidades, quienes sobreviven gracias a su propia organización y al apoyo de organismos de cooperación para el desarrollo.

Además del contexto económico global, las familias campesinas de la UCA, al igual que otras tantas personas en el país, padecen un deterioro progresivo en sus condiciones sociales: bajos niveles de escolarización entre la población adulta (mayores entre la población joven); ausencia de servicios de salud asequibles y de calidad; menor calidad de la educación primaria rural y ausencia de centros de educación secundaria; uso abusivo del alcohol y del juego como actividades de entretenimiento; ausencia de oferta cultural, deportiva o de esparcimiento; alta tasa de embarazo adolescente.

Una apuesta por la diversificación económica

Muchos de estos problemas son compartidos por el conjunto del campesinado del país. Sin embargo y, a pesar de estos, una de las grandes ventajas de la UCA Tierra y Agua es que ha logrado mantener en pie una organización colectiva. Esto explica la voluntad de superación y, en buena medida, la experiencia desarrollada.

Las cooperativas de la UCA y las organizaciones de cooperación al desarrollo que colaboran con ellas coinciden en identificar como bases de su estrategia la apuesta por la diversificación económica y la autogestión de los procesos por parte de la población local. La estrategia contempla iniciativas variadas como la puesta en marcha de un fondo de autofinanciamiento agrícola, el apoyo a la educación primaria, secundaria y universitaria, el inicio de un proyecto de apicultura, la mejora de las infraestructuras familiares y comunales, así como la capacitación permanente de líderes y responsables.

Aunque hacía tiempo que el turismo era identificado como un espacio potencial de desarrollo, hasta el año 2001 la experiencia real de las comunidades campesinas se limitaba a la recepción esporádica de algunos grupos, en especial brigadistas de distinta procedencia geográfica.

Algunas de las cooperativas asociadas a la UCA están asentadas en espacios estratégicos para el turismo. Todas ellas están relativamente cerca de Granada, la ciudad más turística del país. Algunas aún disfrutaban de una importante variedad de recursos naturales; otras están en las orillas del Lago Cocibolca y conservan restos arqueológicos precolombinos. Los inversores extranjeros, conscientes del potencial turístico de las tierras, habían comenzado a hacer ofertas de compra a las cooperativas con la intención de desarrollar proyectos privados. El riesgo de perder la propiedad de la tierra y con ella, el principal recurso campesino, aceleraron la decisión de definir una estrategia propia.

En el año 2001, en un contexto de reflexión estratégica sobre las cooperativas y de replanteamiento de las relaciones con las ONG colaboradoras, la Junta Directiva de la UCA solicita a la ONG vasca Zubiak Eginez, con quien venían colaborando desde hacía años, el apoyo necesario para formular y poner en marcha un programa de turismo. De forma paralela, las ONG catalanas SODEPAU y ACASC acordaron con la UCA proporcionar de forma estable grupos de turistas para garantizar el despegue de esta actividad.

Puesta en marcha del programa de turismo

La realidad de la que partía la UCA Tierra y Agua era y es diversa: las cooperativas están asentadas en espacios físicos distintos, cuentan con distintos recursos naturales y personales y su grado de organización y desarrollo socio-económico también es desigual. Por todo ello se planteó la necesidad de combinar el diseño individualizado de los proyectos en cada una de las cooperativas priorizadas, con el consenso sobre una estrategia global para el conjunto de la UCA Tierra y Agua. De este modo, se escogió a tres cooperativas (Cooperativa Nicaragua Libre, Cooperativa Héroes y

Mártires de Nandaime - La Granadilla y Cooperativa Alfonso Núñez - Sonsapote) iniciales con las que poner en marcha el programa que fueron elegidas en función de su potencial turístico y de sus condiciones para gestionar un proyecto comunitario. En cada una de ellas se creó algún tipo de infraestructura colectiva para el albergue de los turistas: en la Nicaragua Libre se reconvirtió una antigua carpintería en albergue; en La Granadilla se construyó una Casa Comunal de usos múltiples (sala de reuniones, biblioteca, local social) que servía también para el alojamiento de los turistas y, finalmente, en Sonsapote se construyeron varias cabañas y se habilitaron tiendas para el alojamiento. Todas estas infraestructuras son de propiedad colectiva y gestionada del mismo modo por las cooperativas.

Cada una de las cooperativas aportó al proyecto de turismo su territorio y las infraestructuras comunales disponibles. Los socios y socias participaron aportando sus ideas y mano de obra en la construcción de los edificios, la elaboración de muebles, la confección de sábanas, manteles y mosquiteras, el arreglo de caminos, la identificación de paseos y rutas, elaboración de productos artesanales, etc. Igualmente, cada cooperativa es responsable del recibimiento y atención de las visitas, la preparación de comidas, el acompañamiento de los turistas durante las excursiones, la limpieza y mantenimiento de cada área, la difusión y publicidad en su entorno así como la gestión y la administración de los ingresos y gastos.

Aportes

Cuatro años de recorrido en la actividad turística no permiten confirmar cambios consolidados, pero sí es posible identificar los efectos reales que se han producido en las actividades económicas de las cooperativas, su espacio físico y su vida social. Algunas de las aportaciones del programa de turismo al proceso de desarrollo de las comunidades han sido:

a) Movilización y valorización de los recursos locales: El programa de turismo ha tratado de emplear al máximo los recursos locales disponibles, tanto personales como materiales. Durante el diseño y construcción de las infraestructuras (dormitorios, comedores, letrinas...) se utilizaron las ideas y el trabajo de los socios y socias y se priorizó la contratación de profesionales (ingeniería, albañilería, carpintería...) de la comunidad. El equipamiento (camas, mesas, sillas...) y los accesorios (sábanas, mosquiteras, manteles) fueron elaborados por personas directamente implicadas en los proyectos. De igual forma, se trató de utilizar los materiales naturales disponibles (madera, piedra, palma, semillas) para la elaboración de los muebles, ranchos y artesanías. ... En estos momentos, todos los trabajos internos generados por el turismo: atención, cocina, limpieza, gestión, transporte, administración, mantenimiento... son desempeñados por las personas de la comunidad.

Aunque la distribución de funciones entre hombres y mujeres suele seguir patrones sexistas, el programa de turismo ha conseguido crear espacios de trabajo mixtos, y ha posibilitado que las mujeres visibilicen su esfuerzo frente a la comunidad y las propias visitas. Por otro lado, es importante destacar que, lejos de pretender “importar” recursos turísticos ajenos, lo que el programa de turismo ofrece a las visitas es explorar la realidad que vive la gente: conocer su propia vida, la tierra, el paisaje y la riqueza natural que les rodea, sus costumbres y su historia. Un ejemplo gráfico y significativo de la visibilización del patrimonio cultural, es el “descubrimiento” de petroglifos precolombinos en la Isla Zapatera, por parte de la población local durante las actividades de limpieza de las áreas turísticas.

b) Creación de espacios de intercambio cultural. El turismo rural, vivido sin prisas y con apertura, es una oportunidad para el intercambio entre culturas, edades y condiciones. Gracias al turismo, los campesinos y campesinas de la UCA conocen algo más de la vida diaria, los intereses y los hábitos de personas urbanas que vienen de Nicaragua y de otros lugares lejanos: Canadá, Italia, España... Las visitas descubren la vida diaria, las casas, el trabajo, los sueños, las dificultades y los valores de los campesinos y campesinas. Con la intención de favorecer el intercambio y el conocimiento mutuo entre las organizaciones campesinas del país, el programa no se dirige sólo hacia el turismo nacional e internacional, sino que ofrece sus servicios a todas aquellas cooperativas agropecuarias, asociaciones o instituciones que requieran espacios acondicionados donde celebrar reuniones, talleres formativos o actos festivos.

c) Contribución a las economías colectivas y familiares. El programa de turismo propuso una estrategia de inversión en la que se distinguían partidas donadas de otras con carácter de financiamiento reembolsable. El objetivo era que, tras la fase de ejecución, las devoluciones de financiamiento permitieran el mantenimiento continuado del programa sin apoyo (sin dependencia) de organismos externos. Cada comunidad decidió el tamaño de su inversión-deuda, y se comprometió a destinar un porcentaje de todos sus ingresos a la devolución de la misma. Con las devoluciones de financiamiento se creó un Fondo de Turismo general para la promoción del turismo rural en el conjunto de la UCA Tierra y Agua. El programa de turismo decidió establecer precios proporcionales al servicio ofrecido, que proporcionaran un margen de rentabilidad suficiente y fueran asequibles para la población local. Los ingresos colectivos provienen fundamentalmente de las estancias de las visitas (pernoctación y comidas) y de actividades comerciales secundarias. Los servicios como el transporte, la limpieza de ropa o la venta de productos artesanales, son actividades económicas privadas pero contribuyen con un porcentaje al fondo de turismo de cada comunidad. Las cooperativas han decidido libremente el destino de los beneficios generados en sus proyectos, combinando la reinversión y el reparto entre sus miembros.

Los ingresos generados por los grupos de visitas de SODEPAU-ACASC durante estos primeros años, han representado en torno al 50% de los ingresos totales de las tres cooperativas, lo que reafirma la importancia de este acompañamiento.

Estos resultados, insignificantes en la contabilidad nacional del turismo son, sin embargo, importantes en el contexto de las economías campesinas de las cooperativas. El programa de turismo pretende evitar la entrada de grandes ingresos en poco tiempo, ya que ello pondría en riesgo el mantenimiento de las otras actividades económicas: agricultura, ganado, pesca, comercio... De hecho, el objetivo es garantizar un desarrollo suave y mantenido, que permita una asimilación progresiva de los efectos que el turismo genera.

d) Mejora de las infraestructuras comunales e incremento del patrimonio colectivo. Las infraestructuras fueron diseñadas tomando en cuenta tanto las necesidades de las visitas como las de la población local que en definitiva, es quien vive en cada espacio todos los días del año. Se trata de construcciones sencillas y de fácil mantenimiento. El objetivo era ofrecer un buen servicio a las visitas y evitar grandes diferencias entre las condiciones de éstas y las de la población anfitriona. Cada construcción es diferente en su diseño, calidad y valor porque el entorno y las necesidades de cada comunidad también son diferentes:

Nicaragua Libre: Antes del programa, la cooperativa era dueña de un edificio de madera y piedra deteriorado por el tiempo y el uso. La comunidad decidió invertir en el edificio y transformarlo en albergue. Aunque se reutilizó gran parte del material antiguo, se realizó una obra de reconstrucción total, mejorando los cimientos, suelo, paredes, tejado, etc. Ahora, el albergue es un edificio nuevo y equipado. Cuenta con tres dormitorios compartidos, una sala de estar, un porche y una cocina. Además, se construyeron cuatro casetas para baño y letrina. La comunidad se está planteando la reconstrucción de otros edificios menores ubicados en el área turística.

Granadilla: Antes de la construcción de la casa comunal, la cooperativa se reunía debajo de un antiguo gran árbol, el chilamate, ya que no existían infraestructuras colectivas disponibles. En estos momentos, la misma casa que sirve de alojamiento para las visitas, es el lugar de reunión, archivo y bodega de la cooperativa. Además, existe un espacio para biblioteca, lugar de encuentro y estudio de los jóvenes de la cooperativa. Como edificios complementarios, se construyeron una cocina y dos casetas para baño y letrina.

Sonzapote: Las construcciones son más sencillas y acordes con el entorno. Se trata de unos ranchitos de bambú con tejados de palma y construcciones de piedra y madera que se emplean como comedores y lugares de descanso.

En estos momentos, la comunidad cuenta con el apoyo de cooperantes italianos, quienes están complementando las infraestructuras iniciales con sistemas de aproximación y canalización del agua del lago.

Además de las infraestructuras, el programa promueve la mejora de las condiciones de los espacios exteriores mediante trabajos de limpieza de caminos, la señalización de vías, la creación de viveros y la plantación de flores y árboles que dan vida y valor a las fincas.

Conclusiones

El programa de turismo de la UCA ha obtenido unos resultados que, aunque provisionales, estimulan claramente su continuidad. El turismo, concebido como una propuesta de diversificación y complementariedad de las economías campesinas, parece que puede ser una herramienta útil. Una de las claves tanto del nivel alcanzado como de sus perspectivas futuras tiene que ver con la capacidad de mantener y fortalecer la organización colectiva de las cooperativas campesinas.

Algunos de los principales retos que afronta en estos momentos el programa de turismo de la UCA Tierra y Agua, y que probablemente comparten otras experiencias similares desarrolladas en Nicaragua, son los siguientes:

- Afianzar la propiedad de la tierra en manos campesinas en un contexto de crecimiento general de la actividad turística, y de amenaza ante las ofertas constantes de compra por parte de inversionistas turísticos.
- Fortalecer la organización y la economía comunitaria y gestionar las diferencias que pudieran generarse con el desarrollo de actividades económicas personales o familiares,
- Consolidar el turismo como una fuente de ingresos y empleo complementaria a las actividades campesinas tradicionales, y evitar que su posible éxito no acabe derivando en un nuevo “monocultivo” turístico.
- Generar relaciones de intercambio y colaboración con otras experiencias de turismo comunitario que ayuden a vertebrar un movimiento de turismo rural comunitario, vinculado a la defensa de la economía y la cultura campesina y, en general, a los intereses de los sectores populares.
- Atraer el turismo nacional y fomentar el uso de las instalaciones por parte de asociaciones u ONG locales, de tal manera que disminuya el peso relativo del turismo internacional sobre el conjunto de las visitas.

- Mantener la autonomía y el control de los proyectos por parte de las comunidades campesinas, en un contexto de presencia permanente de los organismos de cooperación, quienes en ocasiones intervienen e inciden en los procesos de trabajo priorizando sus necesidades, ritmos e intereses.
- Anticipar las posibles enemistades, envidias y problemas que se generen con vecinos de las comunidades campesinas, que no estén participando de los beneficios del turismo, y establecer relaciones de colaboración.
- Evitar que el “éxito” en un determinado destino supere la “capacidad de carga” de la actividad turística en ese lugar, y se acaben generando efectos contraproducentes para la vida de las comunidades campesinas.

Fuente: Versión resumida del artículo: Ernest Cañada e Izaskun Merodio, “Turismo rural comunitario en Nicaragua: la experiencia de la Unión de Cooperativas Agropecuarias Tierra y Agua”, en AAVV., *Experiències de turisme alternatiu*, REDS, Barcelona, 2006 (en prensa).

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Si la actividad turística lleva a tener éxito, porqué no se plantea como la principal fuente de ingresos de la Cooperativa? ¿Por qué se plantea el turismo como una actividad que complemente y ayude a diversificar la economía campesina?
2. ¿Por qué se ha considerado mejor organizar la actividad turística de modo colectivo? ¿No sería mejor estimular la iniciativa privada de cada familia o individuo?
3. Los aportes de esta experiencia resultan muy limitados en relación al desarrollo turístico de un país, ¿cómo valoras pues su importancia?
4. ¿Qué riesgos crees que pueden sufrir este tipo de iniciativas turísticas comunitarias?

■ Texto 8. Desarrollo turístico en el Valle de Manduriacos, Ecuador

Cubierto de bosques tropicales primarios y atravesado por numerosos ríos, el Valle de Manduriacos (Imbabura, Ecuador) es una zona recientemente poblada por una amalgama de campesinos afro-ecuatorianos, indígena-amazónicos, indígena-andinos, mestizos y criollos del Ecuador y el Sur de Colombia. La Corporación Talleres del Gran Valle nació como una apuesta de esta población en 1998, con el objetivo de crear talleres artesanales sociales y favorecer la comercialización de sus productos en el mercado local, nacional y en el internacional a través del Comercio Justo.

Por su parte, la Xarxa de Consum Solidari nació en el 1997, como una iniciativa de diferentes organizaciones y entidades catalanas interesadas en el desarrollo del movimiento del Comercio Justo en Catalunya.

La relación entre ambas organizaciones, que se remonta a 1999, es muy intensa, al punto que se podría decir que han crecido juntas. Para la Corporación, la Xarxa es su principal socio del Norte, e igualmente, la mayor parte de los esfuerzos de la Xarxa en sus años de vida ha ido dedicada al fortalecimiento de la Corporación y a la mejora del nivel de vida de la población del Valle de Manduriacos.

La relación entre las dos organizaciones se establece a través de tres vías. Una es la importación y comercialización de productos de Comercio Justo en el Estado español producidos en Manduriacos. Otra es la cooperación internacional: implementación de talleres de manufacturas, capacitación, creación de infraestructuras de comercialización en Ecuador y empoderamiento político, especialmente en temas municipalistas, medioambientales y de género.

El tercer ámbito de trabajo conjunto, y el más reciente, es el del Turismo Comunitario. En un principio, exclusivamente a través de viajes organizados en el Estado español por la Xarxa de Consum Solidari, a lo que se añadió posteriormente un programa de desarrollo turístico más integral que, entre sus componentes, considera la formación de agentes turísticos (guías y personal de restauración y administración), la dotación de equipos (vehículos, material de campaña, etc.) y la implementación de infraestructuras (albergues comunitarios y centro de guías). Este tercer ámbito de trabajo nació con un doble objetivo: por un lado, ayudar a consolidar la economía del Valle mediante la diversificación de las actividades y el aumento de los ingresos; por otro, sensibilizar y formar a la ciudadanía del Norte. Los beneficios de los viajes se destinan a un Fondo Social, caja que también se alimenta de los beneficios que se obtienen de los diferentes talleres y de las acciones de comercialización que gestiona la Corporación.

El Fondo Social se destina a acciones comunitarias: rehabilitación de los caminos y puentes que comunican las diferentes comunidades, mejora de las infraestructuras educativas y sanitarias, construcción de espacios de ocio o culturales, ampliación de almacenes y talleres, actividades lúdico-culturales, etc. El Fondo es gestionado por la Junta Directiva de la Corporación, que está formada por dos líderes de cada comunidad elegidos en asamblea comunitaria. Si bien el número de turistas que llega a Manduriacos no es muy grande (una cincuentena al año), los beneficios que dejan suponen una parte muy sustancial de esta caja comunitaria.

Fuente: Jordi Gascón y Ernest Cañada, Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad, Icaria, Barcelona, 2005.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Cuál es el objetivo declarado del programa turístico del Valle de Manduriacos? ¿Es logrado?
2. Si fuese factible aumentar el número de turistas que llegan a Manduriacos, ¿crees que sería interesante que la Corporación destinase todo su esfuerzo a potenciar esta actividad, aunque esto supusiera el abandono de otras?
3. Los beneficios de la actividad turística son comunitarios y se gestionan a través del Fondo Social. ¿Piensas que esto es una buena opción o bien crees que tendría un impacto económico más positivo en la economía de los campesinos, si los beneficios fueran privados? ¿Por qué?

Debate a partir de películas de ficción



En esta sección se presentan las fichas didácticas de seis películas de ficción que pueden ser usadas, más allá de su componente lúdico, con fines pedagógicos para debatir sobre diversos temas relacionados con el turismo. Todas estas películas están editadas comercialmente en video y pueden adquirirse o alquilarse en los canales comerciales habituales. Cada propuesta va acompañada de una ficha técnica de la película, la descripción de los objetivos pedagógicos que se pueden trabajar, una serie de claves dirigidas a las personas responsables de la dinamización del videoforo sobre cómo abordar el contenido del film en relación a una temática específica sobre el turismo. Finalmente se incluyen una serie de cuestiones para orientar el debate.

Película	País	Temática
1. La Playa	• EEUU	• Turismo y estereotipos culturales.
2. Temporada Alta	• Gran Bretaña	• Acceso diferenciado a los beneficios del turismo. • Rechazo al turismo. • Turismo y expolio cultural.
3. La Caja 507	• España	• Turismo e infraestructuras: especulación turística. • Medioambiente y turismo de masas. • Delincuencia y turismo.
4. Un lugar llamado Milagro	• EEUU	• El turismo como generador de esperanzas de desarrollo. • Turismo y otros sectores productivos: el sector agrario. • Turismo e infraestructuras: especulación turística. • Medioambiente y turismo de masas.
5. Tiburón	• EEUU	• El turismo como vía principal de desarrollo: dependencia económica.
6. La chica de París	• Francia	• El turismo como forma de apoyo al desarrollo rural.

■ Película 1. La playa

Ficha técnica:

Título Original: The beach

Género: Thriller de aventura

Dirección: Danny Boyle

Guión: John Hodge

Producción: Andrew MacDonald

Duración: 119 min.

Países: EEUU

Año de producción: 2000

Reparto: Leonardo Di Caprio (Richard), Virginie Ledoyen (Francoise), Guillaume Canet (Etienne), Robert Carlyle (Daffy)

Sinopsis: El deseo de encontrar algo real - para conectarse con algo o alguien - es lo que lleva a Richard (Leonardo DiCaprio), un joven mochilero americano a viajar a Tailandia con la aventura en su mente. Viaje que, él afirma, es la búsqueda de experiencia, la cruzada para algo diferente.

135

En un barato hotel en Bangkok, Richard se encuentra a una pareja francesa, Etienne y Francoise. También conoce a Daffy (Robert Carlyle), un viajero más viejo asolado por años de sol y drogas. Vagabundo y paranoico, Daffy le relata el improbable cuento de una isla secreta a Richard, un paraíso en la tierra: la playa perfecta, inaccesible para los turistas. Al día siguiente, Richard encuentra un pedazo de papel fijado a su puerta. Es un mapa dibujado a mano alzada de la isla descrita por Daffy. Esto, Richard comprende de pronto, puede ser el “algo diferente” que ha estado buscando. Va en busca de Daffy sólo para descubrir su cadáver, las muñecas del loco habían sido cortadas por sus propias manos. Richard persuade a Francoise y Etienne para unirse a él y ponerse en marcha siguiendo el plano que le dio Daffy. Para llegar a “la playa” ellos deben arriesgar sus vidas nadando por un mar abierto de una isla a otra, caminando a rastras bajo guardias armados y saltando desde la cima de una cascada a 120 pies de altura.

Alcanzado su destino, se encuentran una pequeña comunidad de viajeros como ellos, viviendo ocultos. Se dan la bienvenida en el grupo, y el paraíso de la isla se vuelve su casa. A pesar de eso, bajo la superficie, este cielo en la tierra está lejos de ser perfecto. El conflicto personal y el banal fermento de los celos van creando una rivalidad violenta, y una serie de trágicos eventos fragmentan la comunidad. Cada vez más aislado y perturbado, Richard es testigo de un incidente con derramamiento de sangre. El sueño se ha vuelto una pesadilla; el paraíso se ha vuelto un infierno.

Ahora su única meta es salir. Pero el escape no será fácil, la playa es un lugar secreto, un secreto que algunos defenderán a muerte.

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Reflexionar sobre el rechazo que sienten algunos turistas en relación al turismo, y la incomodidad con la que viven ser identificados con esta actividad.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

Situada en Tailandia, esta película muestra el comportamiento de un tipo de turistas que rechazan su rol como turistas, que se sienten incómodos “haciendo el turista” y que cuando viajan huyen de los otros turistas, buscando lugares desconocidos, vírgenes, donde difícilmente puedan llegar otros. La película empieza con las reflexiones de su principal protagonista, Richard, recién llegado a Bangkok, centro del turismo de masa para los turistas norteamericanos, australianos y de gran parte de Europa. Se pregunta sobre el sentido de viajar miles de kilómetros para acabar concentrándose con otras personas de su mismo origen y viviendo con las mismas comodidades que tendrían en su casa. La secuencia en la que decide beber sangre de serpiente, a pesar del asco que le provoca, resulta paradigmática de esta actitud: acepta la propuesta, a diferencia de otra oferta típicamente turística que rechaza, porque el vendedor de sangre le provoca diciéndole que se comporta como todos los turistas, que sólo quieren cosas seguras.

La actitud de Richard y de la comunidad que encontrará en la isla es la típica entre un cierto tipo de turistas que se sienten superiores a la mayoría y que se entozudecen en buscar aquello que es verdaderamente auténtico, despreciando el turismo tradicional: “Creo que todo el mundo quiere hacer algo diferente, pero siempre acabamos haciendo lo mismo”.

En realidad la motivación que lleva a este tipo de turistas a aventurarse en un viaje es la misma que la de cualquier otro: gozar del ocio y del placer al máximo. Y por otra parte, a pesar de este rechazo del turismo tradicional y la construcción de otros espacios más “auténticos”, su comportamiento y sus pautas de conducta siguen patrones similares. Así por ejemplo resulta significativa la secuencia en la que todos los de la comunidad le piden a Richard, aprovechando que tiene que desplazarse a Bangkok porque se les ha acabado el arroz, que les compre todo tipo de objetos de consumo: cigarrillos, tampones pilas, jabón, etc. La desesperación que transmite nos muestra que toda esa “autenticidad” no deja de ser muy ficticia y superficial.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Qué percepción tiene Richard del fenómeno turístico?
- ¿Por qué se produce esta gran incomodidad en relación al turismo entre alguna de la gente que hace turismo? ¿Con qué otros nombres, diferentes al de turista, prefiere identificarse este tipo de personas?
- ¿Qué diferencias y qué semejanzas existe entre el comportamiento de Richard y sus compañeros en relación a otras formas de turismo consideradas más tradicionales?
- ¿Qué es lo que nos revela la secuencia en la que los de la comunidad le piden a Richard que les compre todo tipo de objetos de consumo, durante su próximo viaje a Bangkok?
- ¿Has conocido a alguien con un comportamiento similar al de Richard en el sentido del “turista que huye del turismo”?

Película 2. Temporada alta

Título Original: High Season

Género: Comedia romántica

Dirección: Clare People

Guión: Mark People y Clare People

Producción: Clare Downs

Duración: 101 min.

Países: EEUU

Año de producción: 1987

Reperto: Jacqueline Bisset (Katherine), James Fox (Patrick), Irene Papas (Penélope), Kenneth Branagh (Rick), Sebastian Shaw (Sharp), Desley Manville (Carol), Pakis Tselios (Yanni)

138

Sinopsis: Temporada alta es una comedia romántica que transcurre en una idílica isla griega, invadida por gran cantidad de turistas. Katherine es una fotógrafa idealista y con talento, pero en la ruina económica. Con la ayuda de Sharp, su amigo historiador, Katherine intenta salir de las dificultades económicas que atraviesa vendiendo una pieza de artesanía griega, supuestamente antigua. Pero sus planes de recuperación se verán frustrados cuando unos turistas rompen accidentalmente la pieza de artesanía.

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Analizar las contradicciones que se producen entre diferentes sectores de una determinada comunidad ante el crecimiento turístico, y valorar las opiniones tanto de los que están a favor como en contra de que esto suceda.
- Reflexionar sobre el contraste cultural que se produce entre la población local y los turistas.
- Considerar la contradicción existente en la valoración de los bienes culturales entre diferentes sectores, en un contexto de desarrollo turístico.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

Temporada alta está situada en una isla griega donde el turismo es una actividad apenas incipiente. La película permite ver las legítimas valoraciones contrastadas que el fenómeno turístico puede provocar entre la población local: desde las visiones positivas de aquellos que viven de él, como Yannis que ve en el turismo la posibilidad de hacer negocio; al rechazo de otros sectores, como su madre, Penélope, para

quien los turistas resultan especialmente molestos. Para ella el problema no son los extranjeros, con algunos de los cuales mantiene una excelente relación, como la fotógrafa Catherine, sino por el hecho que su vida y su entorno cotidiano se vean alterados e incluso invadidos por la actividad turística.

En el transcurso de la película veremos cómo aumenta la tensión entre madre e hijo a propósito del desarrollo del turismo en la isla. Lo vemos a través de algunos episodios como los siguientes:

- El enfado de Penélope con su hijo por el hecho de que cambie el nombre del local de la familia.
- Yannis considera que su madre no entiende nada cuando ésta no quiere cobrar a los turistas que aloja en su casa, porque no hay habitaciones libres en ninguno de los hostales de la zona.
- Penélope considera que el monumento al turista desconocido que promueve su hijo es una ofensa a la historia nacional y familiar.
- Mientras que Yannis ve la oportunidad de hacer negocio con el traje de baño que deja al descubierto un seno a la muchacha, su madre, en cambio, considera que es una inmoralidad. Este episodio muestra la diferencia de opinión que provoca entre la población local la presencia de los turistas. Al respecto Penélope afirma: “Actúan como animales. Ni siquiera se visten como es debido.” También el comportamiento sexual de los turistas parece alterar la vida de la población local.

La actitud de Penélope revela un fenómeno que pocas veces se tiene en cuenta cuando crece el sector turístico en un determinado territorio: el derecho de la población a rechazar el turismo. La gente tiene derecho a no tener que ver cómo los turistas se convierten en el centro de la vida de su comunidad, ni tener que soportar los impactos que esto supone. Y no por eso esta postura tiene que ser acusada de estar poniendo freno al progreso y la modernidad. Al contrario, cada comunidad puede elegir cuál es el mejor camino para su desarrollo.

Uno de los aspectos que también ilustra la película es la contradicción creciente entre aquello que se considera patrimonio histórico y cultural y el “souvenir” que desea el turista como recuerdo de sus vacaciones. Esta cuestión se ve claramente reflejada con el objeto de artesanía que rompen la pareja de turistas, accidentalmente. Uno de los riesgos del turismo es que si no se establecen políticas claras y efectivas en relación al riesgo que objetos considerados como patrimonio histórico y cultural sean mal vendidos como “souvenirs”, se acabe produciendo un expolio de este patrimonio nacional.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Cuáles son los episodios que marcan el enfrentamiento entre Yannis y su madre, Penélope, y que acabará con ella disparando contra el monumento al turista desconocido que promueve él? ¿Por qué Penélope considera que este monumento es una burla a la propia historia?
- ¿Por qué Penélope no quiere cobrar a los turistas que aloja en su casa?
- ¿Cuáles son las actitudes de la población local que más sorprenden a los turistas?
- ¿Cómo valoras la actitud de oposición al turismo que muestra Penélope?

■ Película 3: La caja 507

Ficha técnica:

Título Original: La Caja 507

Género: Thriller

Dirección: Enrique Urbizu

Guión: Enrique Urbizu y Michel Gaztambde

Producción: Sogepaq - Sogecine - Iberrota Films

Duración: 112 min.

Países: España

Año de producción: 2002

Reparto: Antonio Resines (Modesto), José Coronado (Rafael), Goya Toledo (Mónica), Dafne Fernández (María), Sancho Gracia (Regueira).

Sinopsis: Modesto, un hombre honrado y trabajador, dirige una sucursal bancaria en la Costa del Sol. Unos atracadores revientan las cajas de seguridad de su banco y le dejan atrapado en la cámara que las contiene. La caja 507 es una de ellas y su contenido le revela que la muerte de su hija, ocurrida hace unos años, no fue accidental. Rafael, un ex policía corrupto y sin escrúpulos, tendrá que recuperar lo robado en esa caja. Mientras que los documentos desaparecidos estén en otras manos, su vida no vale nada, por lo que emprenderá una búsqueda desesperada para recuperarlos. Ambos se ven envueltos en una frenética carrera con objetivos distintos, en la que sus destinos se cruzan. Una carrera con reglas que Rafael conoce bien y a las que Modesto tendrá que adaptarse para conseguir que se haga justicia. Sin embargo, este último tiene una ventaja: nadie cuenta con él, nadie sabe lo que él sabe. La Caja 507 es como una bomba que, al abrirse, estalla en manos de dos hombres que lo han perdido casi todo.

141

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Descubrir cómo funciona y qué impactos tiene la corrupción y la especulación en la construcción de enclaves turísticos.
- Reflexionar sobre los niveles de ilegalidad presentes en diferentes niveles sociales asociados a la construcción y al turismo.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

La Caja 507 está ambientada en la Costa del Sol, en Andalucía, donde la intensa construcción de enclaves turísticos de lujo se ha desarrollado, en muchos casos, forzando la legalidad y permitiendo grandes enriquecimientos ilícitos. Se trata de un contexto propicio para un thriller como el de esta película, donde las situaciones que se presentan resultan perfectamente verosímiles. El hilo conductor de La Caja 507 es el descubrimiento casual por parte del director de una agencia bancaria, Modesto, de una serie de operaciones especulativas por las cuales se adquieren terrenos a bajo precio. A través de una compañía de “paja” sobornan a las autoridades locales con el fin de recalificar suelo protegido de uso agrícola para sol urbanizable, para posteriormente construir urbanizaciones turísticas de lujo.

142

Años atrás la hija de Modesto murió en el incendio de uno de esos terrenos recalificados. Pero este episodio no fue casual, formaba parte de la cadena de acciones que había permitido la realización de grandes negocios en la zona. La obstinación del protagonista pondrá al descubierto toda una serie de complicidades entre grupos mafiosos internacionales, empresas privadas, autoridades municipales, policía local, bomberos, periodistas, etc. La trama de corrupción va desde las altas esferas hasta los niveles sociales más bajos.

La película muestra un modelo de desarrollo turístico en el que se ha creado la oportunidad de hacer grandes fortunas en el sector de la construcción por vías ilegales. La consecuencia es que los intereses comunes son forzados en beneficio de una minoría. Habitualmente se considera que el turismo genera efectos dinamizadores en la economía de una zona, pero al mismo tiempo, como puede verse claramente en la Costa del Sol, lo que también ocurre es que se acaban destinando recursos públicos para beneficiar las actividades económicas vinculadas al turismo, ya sea en forma legal o ilegal, como pone en evidencia la película. La otra cara de este turismo es el crecimiento de la inflación, del costo de la vida, de la zona donde se desarrolla y la creación de infraestructuras destinadas al turismo y no a las necesidades de la población local.

La película permite, en definitiva, abordar otras cuestiones relacionadas con el turismo como:

- La corrupción que se genera en torno a los negocios urbanísticos de carácter turístico, así como la cadena de complicidades y de intereses ilegales que están presentes en muchas actividades.
- El cambio de uso de tierras y otros recursos como el agua para satisfacer la concentración geográfica de la actividad turística.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Cómo funciona el proceso de recalificación de terrenos para la construcción de enclaves turísticos?
- ¿Por qué el bombero falsificó su declaración después del incendio?
- ¿Qué sectores se ven implicados en los negocios ilegales que permiten la construcción de las urbanizaciones turísticas?
- ¿Qué impacto tiene para la población local que se produzca un proceso especulativo y de corrupción como el que se describe en la película?
- ¿Conoces en tu entorno alguna situación parecida a la que se denuncia en la película?

Película 4: Un lugar llamado Milagro

Ficha técnica:

Título Original: The Milagro Beanfield War

Género: Comedia

Dirección: Robert Redford

Guión: John Nichols y David S. Ward

Producción: Moctesuma Esparza y Robert Redford

Duración: 117 min.

Países: EEUU

Año de producción: 1987

Reparto: Chuck Vennera (Jose Mondragon), Carlos Riquelme (Amarante Cordova), Sonia Braga (Ruby Archeluta), John Heard (Charlie Bloom), Christopher Walken (Kyril Montana), Daniel Stern (Herbie Platt), Ruben Blades (Sheriff Bernabe), Richard Bradford (Ladd Devine Jr), Robert Carricart (Angel), Julie Carmen (Nancy Mondragon), Melanie Griffith (Flossie Devine)

144

Sinopsis: Milagro es un pueblo de Nuevo México habitado por campesinos chicanos con dificultades por la falta de lluvia y por una nueva ley que limita su acceso al agua de riego. La construcción de un lujoso centro turístico aparece como la solución a sus problemas: lugares de trabajo, inversiones, etc. La empresa promotora, con el apoyo del alcalde, está comprando las tierras a los campesinos arruinados. Curiosamente las aguas que ahora no riegan los campos se destinan ahora a este complejo turístico. El complejo turístico es en realidad el principal beneficiario de la ley de aguas. El pueblo se encuentra entre decaído por unos cambios que no ha demandado y a los que se ve incapaz de hacer frente, y esperanzado por las posibilidades que ofrece el desarrollo turístico y que insistentemente pregonan la empresa constructora y las instituciones públicas locales. En esta situación José Mondragón, un campesino que se resiste a vender sus terrenos (que deben formar parte del campo de golf del complejo turístico), decide regar con una agua a la que, con la nueva ley, no tiene derecho. Esta acción será el detonante de un conflicto en el que la mayor parte de la población irá tomando posición contra el complejo, haciendo frente a la reacción de la empresa promotora y de las instituciones públicas locales y regionales. Finalmente la oposición del pueblo al complejo turístico tendrá éxito.

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Conocer el impacto que puede tener en las actividades económicas tradicionales y en el medio ambiente, el cambio del uso de los recursos naturales (tierra y agua) a favor de un uso recreativo propio de un cierto tipo de desarrollo turístico.

- Descubrir qué consecuencias tiene para la población local este tipo de desarrollo turístico.
- Conocer los mecanismos que utilizan las empresas promotoras de este tipo de desarrollo turístico, y reflexionar sobre cómo se les puede hacer frente.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

La película tiene como trasfondo el desarrollo de grandes complejos recreativos-turísticos (segundas residencias con equipamientos de ocio como campos de golf, piscina, tenis, etc.) en zonas rurales de tradición agraria. El interés del film es que muestra el impacto que tienen tanto para el desarrollo normal de las actividades productivas tradicionales, como para la situación social y económica de la población local.

De este modo, la película se concentra en torno al conflicto que se abre entre un campesino que decide no obedecer la nueva ley de aguas, que le prohíbe hacer uso del agua del valle para regar su tierra, como siempre había hecho. Esta ley, que nadie sabe cómo se ha establecido ni cómo funciona, niega a los campesinos el derecho al uso del agua para destinarla a cubrir las necesidades del complejo recreativo que se está construyendo. Hasta aquel momento, la mayoría de la población (campesinos norte-americanos de origen mexicano, de extracción social humilde) habían vendido sus tierras a la empresa promotora del complejo turísticos (norte-americanos blancos y ricos), porque su capacidad productiva se había reducido mucho al no poder acceder al riego: “Voy a vender la tierra. Estos campos se mueren de sed. Todo el mundo ya la ha vendido”, dice en un determinado momento uno de los personajes.

Este conflicto actuará como la chispa que disparará todas las contradicciones del nuevo modelo de desarrollo que se está implementando, y que hasta aquel momento no había surgido por las esperanzas que el turismo había despertado entre la población (lugares de trabajo, modernización, etc.) y por el convencimiento de la población de que nada se puede hacer ante las decisiones de los poderosos. La película muestra los mecanismos, no siempre legales, que pueden utilizar promotores e instituciones públicas con el fin de alcanzar sus objetivos en el ámbito del desarrollo turístico, y la capacidad que una población concientizada puede llegar a tener en el momento de decidir sobre su futuro.

La película permite tratar diversos temas específicos:

- La dedicación de recursos naturales (agua, tierra) a nuevas actividades sin tener en cuenta su uso puede poner en peligro las actividades económicas tradicionales que dan de comer a la población.

- La situación de empobrecimiento y expulsión/emigración de la población. Además de quedarse sin tierras para trabajar, la película explica cómo la llegada de una población de alto nivel adquisitivo incrementa los impuestos hasta el punto que la población autóctona tiene que marcharse porque no puede sostener el encarecimiento del costo de la vida.
- La necesidad de organización de la población local y de la sociedad civil (el periodista) para hacer frente al tipo de situaciones como la que se presenta y luchar a favor de modelos de desarrollo sostenibles ecológica y socialmente.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Qué diferencias se descubren entre los promotores y accionistas del complejo recreativo-turístico?
- 146
- ¿El nuevo establecimiento recreativo-turístico, mejorará la calidad de vida de la población de Milagro o la empeorará? ¿Cuáles serán las consecuencias?
 - ¿Qué papel adoptan las instituciones públicas locales y regionales ante el conflicto? ¿Cuándo y por qué deciden cambiar de política?
 - ¿Qué mecanismos utilizan los promotores y las instituciones públicas para lograr que los campesinos vendan su tierra y acepten el complejo?
 - ¿Por qué ningún campesino comprende la nueva Ley de Aguas?
 - ¿Cómo evoluciona el comportamiento de la población a lo largo de la película ante el desarrollo turístico del Valle?
 - ¿De qué manera hace la mayor parte de la población de Milagro para luchar contra este modelo de desarrollo turístico?
 - ¿Qué impactos ecológicos comporta la construcción del complejo recreativo-turístico?

■ Película 5: Tiburón

Ficha técnica:

Título Original: Jaws

Género: Aventura

Dirección: Steven Spielberg

Guión: Peter Benchley y Carl Gottlieb

Producción: Richard Zanuck y David Brown

Duración: 119 min.

Países: EEUU

Año de producción: 1975

Reparto: Roy Scheider (jefe de policía Martin Brody), Robert Shaw (Quint), Richard Dreyfuss (Matt Hooper), Lorraine Gary (Ellen Brody), Murray Hamilton (mayor Larry Vaughn), Carl Gottlieb (Ben Meadows), Jeffrey C. Kramer (Leonard Hendricks), Susan Bacline (Chrissie Watkins).

147

Sinopsis: En la costa de un pequeño pueblo del Este de Estados Unidos, Amity Island, un enorme tiburón ataca a varias personas. Temiendo las fatales consecuencias que esto puede provocar en el negocio turístico, justo cuando se avecina el fin de semana del 4 de Julio, y teniendo en cuenta que la localidad vive básicamente del turismo playero, el alcalde se niega a cerrar las playas y a difundir la noticia. Pero un nuevo ataque del tiburón, en la propia playa, termina con la vida de varias personas. El terror se ha hecho público, así que un veterano cazador de tiburones, un científico y el jefe de la policía local, se unen para dar caza al temible escualo.

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Conocer el riesgo económico que supone para una localidad o región adoptar el turismo como principal vía de desarrollo.
- Descubrir cómo, cuando el turismo se convierte en un recurso económico esencial, las instituciones públicas y la empresa privada pueden forzar las normas y la legislación.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

La película tiene dos partes claramente diferenciadas. Mientras que la segunda narra la persecución y caza del tiburón por parte de los tres protagonistas de la película, la primera muestra el conflicto entre el jefe de la policía de la localidad, apoyado por el científico, y el alcalde, secundado por la ciudadanía, por establecer unas medidas de seguridad que pasan por poner en riesgo la principal fuente de ingresos: el turismo.

Esta primera parte del film (que supone aproximadamente la mitad de su duración) es la que más nos interesa. En ella se muestran los riesgos que supone depender del turismo como principal o único motor de desarrollo económico.

Después del primer ataque, el alcalde le dice al jefe de policía, quien había decidido cerrar las playas, lo siguiente: “Amity es una ciudad de veraneo. Los veraneantes dejan muchos dólares. Si no pueden bañarse aquí, entonces irán a las playas de Cap Host, Long Island, ...”. Y trata de convencerlos de que lo que ha destrozado a la joven puede haber sido una hélice. El mismo forense, que inicialmente había certificado que la causa de la muerte había sido el ataque de un tiburón, rectifica después, presionado por el alcalde, y confirma esa hipótesis. El miedo que lleva al alcalde a actuar de este modo es compartido por toda la población, que directa o indirectamente vive del turismo. Esto se ve especialmente después del segundo ataque del tiburón, en la reunión a puerta cerrada de una especie de consejo de la localidad formado por el alcalde, el jefe de policía y una representación de la ciudadanía. Esta reunión es, posiblemente, la secuencia más interesante de la película. Negando lo que es obvio, la propietaria del hotel intenta convencer a todos que no está confirmado que el causante de los ataques sea un tiburón. Cuando el jefe de la policía impone el cierre cautelar de la playa, los representantes de la ciudadanía se muestran contrariados por una decisión que consideran exagerada. En la misma reunión se explicita la dependencia de Amity con el turismo, por boca de un reconocido cazador de tiburones que ofrece sus servicios por una cifra considerable: “Capturar y matar (al tiburón) les costará 10.000 dólares. Así que decidan ustedes. Si acceden, seguirán vivos haciendo su agosto. Sino en invierno vivirán de la asistencia social”.

También es interesante lo que el alcalde le dice a uno de sus colaboradores, poco antes de la secuencia de la reunión y después del segundo ataque: “Yo me encargo que el periódico publique la noticia disimulada entre los anuncios de las últimas páginas”. Más tarde será este mismo colaborador, que actúa como responsable de comunicación en la alcaldía, el que escampará la noticia de la captura del tiburón asesino y de que el peligro ha pasado después de la caza del inofensivo tiburón tigre. Sin embargo el alcalde sabe bien que el tiburón cazado no es el asesino, pero ante el temor de una crisis económica niega las pruebas que se le presentan y ordena abrir las playas.

Aún después del tercer ataque, su principal preocupación será el impacto que todo esto tendrá en la economía de la localidad y si, al menos, se podrá salvar una parte de la temporada. Pero todo es inútil. Como le dice el jefe de policía, para la gente Amity se ha convertido en “Ciudad Tiburón”. Amity tendrá que hacer frente a una grave crisis del sector turístico, del cual depende económicamente.

La película, en definitiva, nos permite tratar diversos temas en relación a las consecuencias de la dependencia exclusiva del turismo:

- El turismo es una actividad con riesgos, que puede entrar en crisis por razones poco controlables para sus gestores: conflictos armados, inestabilidad política (especialmente por terrorismo), subida de los carburantes que conlleven el aumento de los precios de los viajes, crisis económicas en el lugar de origen de los turistas, catástrofes naturales, aparición de nuevas zonas turísticas que entren en competencia, etc.
- Cuando una localidad o región depende del turismo puede tener un importante crecimiento económico, pero al mismo tiempo, tal como se ha explicado, su economía se asienta sobre bases muy frágiles.
- Las instituciones públicas y la empresa privada pueden llegar a tomar decisiones poco éticas o que fuercen la legislación con el fin de favorecer el turismo, convertido en un recurso económico esencial.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Qué medidas toma el alcalde para salvaguardar la temporada turística de Amity? ¿Y para proteger la vida de los bañistas?
- ¿Por qué el alcalde y los representantes de los ciudadanos de Amity no quieren cerrar las playas? ¿Por qué?
- ¿Qué pasaría si no llegaran turistas a Amity? ¿Por qué?
- ¿Conoces casos de localidades o regiones que dependan tanto del turismo como Amity?

Película 6: La chica de París

Ficha técnica:

Título Original: Une hirondelle a fait le printemps

Género: Drama

Dirección: Christian Carion

Guión: Éric Assous y Christian Carion

Producción: Christophe Rossignon (Nord-Ouest Production)

Duración: 103 min.

Países: Francia

Año de producción: 2001

Reperto: Michel Serrault (Adrien), Mathilde Seigner (Sandrine), Jean-Paul Roussillon (Jean), Frédéric Pierrot (Gerard), Marc Berman (Stephane), Françoise Bette (la mare de Sandrine).

150

Sinopsis: A sus treinta años, Sandrine ha decidido cumplir su sueño: ser agricultora. Deja París y su trabajo de informática por una granja aislada en la meseta de Vercors. Para ella la vida acaba de empezar. Adrien es un viejo campesino que, cansado y desengañado, ha decidido vender su granja. No tiene ganas de transmitir a nadie sus conocimientos y menos a una parisina. Le cede la granja pero no contempla ayudarla. Para él todo vuelve a empezar. Sandrine se encarga sola de las cabras, supervisa la transformación de un viejo establo en una casa rural y utiliza una página web para vender sus productos y entrar en “la hostelería”, según le comenta a Adrien un amigo suyo. Es una nueva forma de llevar una granja. Adrien tiene sus dudas. Observa la transformación de la granja donde ha pasado toda su vida y donde debe permanecer aún un año más. Un verano y un invierno durante los cuales Sandrine y Adrien convivirán y se enfrentarán. No están dispuestos a escucharse el uno al otro y han decidido no permitir que los sentimientos influyan en su relación. Pero el invierno es duro, se tienen curiosidad y comparten el respeto por el trabajo y el entorno. Poco a poco empiezan a compartir la granja y surge el cariño.

Ficha didáctica:

1. Objetivos pedagógicos:

- Valorar el turismo como una actividad que puede ayudar a mantener y revitalizar el espacio rural.
- Reflexionar sobre la multifuncionalidad del agricultor en las explotaciones agropecuarias actuales.

- Considerar el turismo como una actividad más dentro de una estrategia de diversificación.

2. Claves de trabajo para la dinamización:

En muchos países del Norte las explotaciones agropecuarias tradicionales tienen dificultades para sobrevivir. En un contexto en el que se potencia la agricultura industrializada, la finca gestionada por unidades familiares campesinas lo está pasando realmente mal. Además, la dureza de las condiciones de vida en el campo y los atractivos de la vida moderna en las ciudades, hacen que muchas zonas rurales se vayan despoblando porque los jóvenes no quieren continuar el trabajo que hacían sus padres y abuelos.

Pero la finca campesina no necesariamente está condenada a la desaparición. De hecho, existe un creciente movimiento de recuperación y mantenimiento de este tipo de explotaciones. Gracias a la incorporación de jóvenes y de nuevos criterios se está avanzando en su revitalización. “La chica de París” muestra uno de estos intentos, plagado de contradicciones, pero viable y esperanzador. En este caso, la relación entre Adrien y Sandrine, los personajes protagonistas, expresa la dificultad de estos dos mundos para encontrarse, pero también el anhelo de uno y otro para llegar a entenderse. La película toma partido por este encuentro, sin idealizar ninguno de los dos mundos, al contrario: muestra las respectivas contradicciones y debilidades y apuesta por recuperar todo aquello que pueden aportar mutuamente en un contexto de revitalización rural.

Sandrine aporta la energía y el frescor de la juventud. Incorpora nuevas ideas y estrategias para hacer más viable la explotación agropecuaria: renueva parte de la finca para convertirla en un albergue y se publicita a través de Internet. De este modo logra incrementar las ventas de queso de sus cabras y atraer visitantes a la granja, tanto escolares que participan en actividades educativas de carácter medioambiental, como a turistas que llegan con el fin de disfrutar del paisaje y del entorno natural. Su propuesta no consiste en la sustitución de las actividades agropecuarias por el turismo, sino su incorporación como una actividad más, complementaria a otras fuentes de ingresos. De este modo, su trabajo ejemplifica la propuesta de la multifuncionalidad de la finca, dando valor al trabajo del campesinado.

Al viejo Adrien la incorporación de este nuevo tipo de actividad le resulta extraña, poniendo en evidencia de este modo las dificultades que pueden tener muchos campesinos para incorporar ocupaciones que tradicionalmente les han sido ajenas. El diálogo entre Adrien y su amigo Jean a propósito de este hecho resulta revelador de las resistencias que puede haber, pero también de la capacidad de reconocer los

aspectos positivos de las innovaciones. Adrien comenta amargamente: “Han tomado mi granja por una curiosidad turística. Por poco me sacan una foto. Desde hace un tiempo esto es un desfile de niños, extranjeros y ecologistas. Ella les aloja en el albergue y encima les da a probar el queso de cabra y todo lo que sale del huerto”. Y Jean le contesta lapidariamente: “Hay que reconocer que no es mala idea. Al paso que va acabará ganándose la vida mejor que tú”.

Pero las cosas no son tan sencillas y la experiencia y sabiduría del viejo campesino son también fundamentales para poder explotar la finca de forma exitosa. El duro invierno se acerca y Adrien empieza a transmitir sus conocimientos a Sandrine. Y más que conocimientos técnicos concretos, que también los transmite, el saber más importante que Adrien le puede transmitir tiene que ver con los valores y contenidos de la cultura campesina. Una de las secuencias que mejor lo ilustran es el diálogo entre ambos sobre con qué acompañar el plato de cordero. Cuando ella propone que con ensalada él se escandaliza: “¿Qué dices? Nada de eso. No es la época. La ensalada es en verano, no en invierno. No puedes comer lo que sea cuando sea. Las estaciones se han hecho para algo. Si en la agricultura no se respeta ni eso, ¿entonces?” Y Sandrine entiende que en invierno lo que se puede comer son endivias.

“Turistas y endivias”, parece ser la fórmula que sintetiza la propuesta de explotación de la finca rural campesina en el contexto de los países del Norte. Es decir, el mantenimiento de la explotación campesina, incorporando nuevas estrategias de diversificación, como el turismo u otras, y de comercialización.

3. Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Consideras que la introducción del turismo o de Internet en la finca, tal como muestra la película, puede resultar contradictoria con las actividades agropecuarias? ¿Hasta qué punto no se estaría produciendo una “desnaturalización” de la finca campesina?
- ¿De qué manera se ejemplifica la idea de la multifuncionalidad de la finca campesina en esta película?
- ¿Qué pueden aportar cada uno de los personajes de la película en la revitalización del mundo rural?
- ¿Hasta qué punto se puede considerar que el turismo es una actividad que puede contribuir al mantenimiento y revitalización de la finca familiar campesina? ¿No es un contrasentido?

Debate a partir de documentales



A continuación se presentan varias propuestas de debate a partir del visionado de documentales producidos en diferentes lugares de América Latina y España. Cada propuesta incluye uno, dos o tres documentales, respectivamente, para ser analizados y discutidos individualmente o de forma contrastada, según la actividad. Hemos agrupado y puesto en relación algunos de estos reportajes, porque de este modo el contraste ayuda a iluminar algunas cuestiones que de otros modo sería más difícil percibir.

Los temas que se plantean, por texto, son los siguientes:

Propuesta	País	Temática
1. Modelos turísticos confrontados	• Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> • La diversidad de modelos de desarrollo turístico. • Conflictos asociados al turismo • Experiencias de turismo rural comunitario
2. ¿Cuándo hay que parar?	• España	<ul style="list-style-type: none"> • El ciclo de vida y la capacidad de carga de la actividad turística • La necesidad y legitimidad de imponer límites al crecimiento turístico • Degradación ambiental
3. Los impactos medioambientales	• España	<ul style="list-style-type: none"> Conflictos por el uso de recursos naturales (agua) • Degradación ambiental
4. El problema del turismo sexual infantil	• Camboya	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo sexual infantil
5. La ficción de viajar como ricos	• España	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones laborales en el sector turístico Insatisfacción con la calidad de la oferta turística
6. ¿Es oro todo lo que reluce?	<ul style="list-style-type: none"> • Guatemala • Bolivia 	<ul style="list-style-type: none"> • La pobreza convertida en objeto de atracción turística • Contraste entre gestión comunitaria y aprovechamiento de los pobres
7. Conflictos por el control de los recursos	• Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos por el uso de recursos naturales (agua y tierra) • Conflictos asociados al turismo • Rechazo del turismo
8. La apuesta por un Turismo Rural Comunitario	• Nicaragua	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencias de turismo rural comunitario • El turismo como una actividad complementaria en zonas rurales
9. Emigrantes ayer, turistas hoy	• El Salvador	<ul style="list-style-type: none"> • El aporte de los emigrantes de visita en su país de origen • El mercado turístico del emigrante

Propuesta 1: Modelos turísticos confrontados

El turismo es una actividad que puede desarrollarse de modos muy distintos. Esta diversidad de modelos no responde únicamente a la segmentación del mercado. Caben también otros criterios como la situación social de los distintos proveedores de servicios turísticos, o el papel que se quiere que juegue dicha iniciativa en el desarrollo social de la comunidad. En cualquier caso, en un determinado territorio pueden coincidir distintos modelos de desarrollo turístico cuyos intereses y necesidades no necesariamente sean los mismos, sino que en muchos casos puede que entren en contradicción y conflicto.

Los dos reportajes de esta propuesta didáctica están situados en Nicaragua. En ellos vemos cómo frente al discurso neoliberal característico del gobierno del presidente de Nicaragua, Enrique Bolaños, el desarrollo del turismo es algo mucho más complejo y contradictorio. A partir de ahí se muestran distintas iniciativas turísticas presentes en este país. El turismo rural comunitario ocupa un lugar destacado entre las propuestas presentadas.

155

Objetivos pedagógicos:

- Poner en evidencia la diversidad de modelos de desarrollo turístico.
- Analizar posibles conflictos e impactos negativos asociados al desarrollo turístico.
- Considerar la relevancia del turismo rural comunitario dentro de un proceso más amplio de crecimiento del turismo.

Video 1: Turismos

Ficha Técnica:

Imagen, realización y edición: Félix Zurita

Investigación y Producción: Ernest Cañada

Asistencia de edición: Joaquín Zúñiga

Locución: Félix Zurita

País: Nicaragua

Año: 2004

Duración: 20 min.

Financiación: una producción de Alba Sur / Alba Film para Fundación Luciérnaga con el apoyo de ATR, ACASC y ACCD.

Sinopsis: “Turismos” pone en contradicción el discurso del gobierno de Nicaragua de atracción de inversiones turísticas a toda costa, a partir del contraste de cuatro experiencias distintas: un resort “todo incluido” de la cadena multinacional española Barceló; el crecimiento del turismo sexual en la ciudad de Granada; un “cannopy tour” presentado como ecoturismo en el Volcán Monbacho y, finalmente, la experiencia de la Unión de Cooperativas Agropecuarias “Tierra y Agua”, en Granada, donde el campesinado diversifica sus fuentes de ingresos con la incorporación del turismo.

Video 2: Turismo Rural Comunitario

Ficha Técnica:

Realización: Joaquín Zúniga

Producción: Ernest Cañada

Guión: Joaquín Zúniga y Ernest Cañada

Edición y mezcla de audio: Joaquín Zuniga y Román Umaña

Cámara: Ridder Mejía

Cámara adicional: Román Umaña, Luis Díaz, Jimmy Sánchez y Juan Mairena

Asistencia de producción: Marjourie Aróstegui

Música: Justo Santos, Mecate, Grupo Gaspar García Laviana

Locución: Nelson Reyes

País: Nicaragua

Año: 2006

Duración: 12 minutos

Financiación: una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de ATR, ACASC, ACCD y Progressio.

Sinopsis: En Nicaragua cada vez son más las familias y cooperativas campesinas, las comunidades indígenas y las asociaciones de artesanos que han encontrado en el turismo una forma más de diversificar y complementar su economía. El turismo rural comunitario crece en Nicaragua y se ha convertido ya en una propuesta atractiva para conocer el país.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Qué modelo de desarrollo turístico están defendiendo las autoridades de Nicaragua?
2. ¿Qué impactos negativos puede conllevar el turismo?
3. ¿Qué diferencias existen entre los dos modos de turismo rural presentes en el Volcán Monbacho? ¿Y entre el desarrollado por la UCA Tierra y Agua y todos los demás mostrados en el reportaje?
4. A partir de lo mostrado en este reportaje, ¿por qué afirmamos que el turismo es un espacio de conflicto social?

Propuesta 2: ¿Cuándo hay que parar?

En esta propuesta didáctica vamos a analizar tres destinos turísticos en los que, por un motivo u otro, se ha planteado el debate sobre los límites del crecimiento turístico. Se trata de tres experiencias con distintos niveles de desarrollo ubicadas en España. La costa mediterránea, donde el turismo de “sol y playa” ha sido más agresivo, es uno de estos lugares. La superación de su capacidad de carga ha provocado la crisis de la zona y se hace evidente la necesidad de una reconversión. Al final de su ciclo de vida, el territorio ha quedado totalmente degradado y el lugar claramente ha perdido atractivo. En los otros dos destinos, uno en Menorca y el otro en Cantabria, el desarrollo turístico es mucho menor, pero en ambos casos se discute la necesidad de imponer límites a su crecimiento sino se quiere acabar con un nivel de degradación tal como el de la costa mediterránea. En estas dos experiencias la presión del movimiento ecologista y vecinal es fundamental para que se abra el debate.

El análisis comparado de estos tres casos, con distintos niveles de evolución de la actividad turística, permite ahondar en la reflexión sobre la necesidad y legitimidad de la imposición de mecanismos de contención y control de este tipo de actividad, ante los evidentes riesgos que supone su libre desarrollo.

Objetivos pedagógicos:

- Entender cómo se supera la “capacidad de carga” de un destino turístico y cuál es su evolución en base al modelo del “ciclo de vida”.
- Reflexionar sobre la necesidad y legitimidad de imponer límites al crecimiento turístico.
- Conocer las consecuencias de un crecimiento turístico sin limitaciones en la degradación del medio ambiente.

Video 3: Turismo, diversión a toda cosa

Ficha Técnica:

Un reportaje de Pere Ortín, Nicolás Sánchez y Juan María Serrano
 Producción de TVE-2 / El Escarabajo Verde
 País: España
 Año: 2004
 Duración: 23 min.

Sinopsis: Un hipotético turista europeo, Mike O’leary, viaja a nuestro país en vacaciones, durante esa estancia aprovecha para reflexionar sobre la crisis del modelo turístico español. Mucho se ha hablado últimamente en España del declive del negocio turístico. El auge de las compañías “low cost”, que ofrecen vuelos asequibles a cualquier bolsillo; o la incorporación al sector de terceros países parecen ser las causas de ese descenso de la tasa de ocupación turística en España, al menos así opinan muchos expertos en el sector. Pero, ¿es realmente así o nos encontramos ante la enésima crisis del modelo de “sol y playa”? La costa mediterránea española ha vivido durante mucho tiempo de las rentas del “sol y playa” y ha abusado tanto del concepto que el sol y las vistas han sido reemplazados por el cemento y el ladrillo.

Este reportaje ironiza sobre este tipo de modelo turístico y lo hace con un personaje, un supuesto turista inglés, que justamente viene buscando eso pero encuentra demasiadas contradicciones entre las fotografías de los folletos y la realidad pura y dura. Y es que desde el invento del “buffet” en los hoteles muchos se preguntan qué es lo último que ha hecho España para modernizar e innovar en el sector.

Video 4: Menorca: un debate de futuro

Ficha Técnica:

Un reportaje de Pere Ortín, Nicolás Sánchez y Juan María Serrano

Producción de TVE-2 / El Escarabajo Verde

País: España

Año: 2001

Duración: 25 min.

Sinopsis: En sólo 25 años, la isla de Menorca ha pasado de ser un rincón aislado del Mediterráneo a hacer que el turismo se convierta en su principal motor económico. Pero la paradoja del caso es que el reclamo turístico de Menorca sigue siendo el de “paraíso virgen y aislado”. Es verdad que Menorca no ha llegado a la saturación de islas como Mallorca o las Canarias, pero tampoco están las cosas tan bien... Y es que el turismo es una moneda de doble cara: por un lado hay beneficios económicos que repercuten en toda la población, pero por otro lado trae problemas que tiene que asumir la misma población que lo fomenta: falta de agua potable en los meses de más afluencia de visitantes, acumulación de residuos, degradación de espacios naturales, etc. Los protagonistas de la historia son los científicos que trabajan para el Observatorio Socio-Ambiental de la isla, que trabajan en la mejora de la calidad ambiental y de vida de los menorquines y su territorio. Ellos lo dicen bien claro “Menorca no puede crecer más sino se quiere poner en peligro su futuro”.

Video 5: Cantabria en venta

Ficha Técnica:

Un reportaje de Pere Ortín, Nicolás Sánchez y Juan María Serrano

Producción de TVE-2 / El Escarabajo Verde

País: España

Año: 2002

Duración: 25 min.

Sinopsis: “En venta. Casi 200 kilómetros de litoral. Con buenas vistas”. Así, como un anuncio inmobiliario, aunque un poco exagerado, podría resumirse la situación actual de los municipios de la costa de Cantabria. La modificación de la ley del suelo, que declara urbanizables muchas hectáreas rústicas, la crisis de la ganadería tradicional y la fuerte demanda turística han hecho que Cantabria se convierta en terreno abonado para los especuladores del territorio.

159

En municipios como Argoños o Arnuero, limítrofes a los humedales de Santoña, se construye a destajo. Los tribunales han declarado ilegales muchas de esas construcciones, pero de momento ahí están. Y todo ello, a costa del medio ambiente y a costa también de la desaparición de oficios tradicionales como la ganadería. Cantabria ha optado por una apuesta de desarrollo muy lícita: vender turismo de calidad en un entorno ciertamente privilegiado. Pero sin una buena política de planificación el negocio se les puede volver en contra, porque ¿qué es lo que venderá Cantabria cuando ya no les quede ni un solo pasto, ni un solo humedal por urbanizar?

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Cuáles son los aspectos en común de estas tres experiencias? ¿Y sus diferencias?
2. ¿Qué lecciones pueden tomarse en cuenta en relación a la sostenibilidad de la actividad turística?
3. ¿Por qué se considera necesario establecer límites en el crecimiento del turismo?
4. ¿Cuándo hay que empezar a establecer estos límites?
5. ¿Qué solución tiene esta crisis del turismo de sol y playa?

6. ¿Compartes la opinión de que los ecologistas son unos ingenuos opuestos al progreso?
7. ¿Por qué se dice que el crecimiento de la actividad turística destruye sus propios atractivos? ¿Qué tipo de política de desarrollo turística debería impulsarse?
8. ¿Compartes la visión de que es necesario que un territorio y sus gentes se especialicen en aquellas actividades económicas que en un contexto globalizado sean más competitivas?

Propuesta 3: Los impactos medioambientales

Los conflictos por el acceso y el uso del agua son cada vez más numerosos en todo el mundo. Un motivo habitual de estos conflictos es la contradicción entre los intereses de la industria turística de acceder a agua en abundancia (para el riego de campos de golf o para piscinas, por ejemplo), frente a las necesidades de otros sectores, como la agricultura o el mismo consumo humano.

A menudo hay quien se refiere al turismo como la “industria sin chimeneas”, aludiendo con satisfacción a que su desarrollo no daña el medioambiente. Ejemplos como las grandes construcciones de hoteles para el turismo masivo de “sol y playa”, o las urbanizaciones de lujo con campos de golf, son un claro ejemplo de lo contrario. Este tipo de desarrollo turístico también tiene graves impactos medioambientales.

En esta propuesta didáctica vamos a concentrarnos en un caso extremo, el de la región de Murcia. A pesar de ser una de las zonas más secas de España, sus responsables políticos han planificado un desarrollo turístico que pretende superar el modelo “sol y playa” con una propuesta de mayor “calidad” basada en la construcción de urbanizaciones de lujo con campos de golf. La presión por el agua que abastece otros territorios y otros usos se convierte en una batalla política.

161

Objetivos pedagógicos:

- Analizar las implicaciones de determinados modelos de desarrollo turístico para el medioambiente.
- Descubrir las implicaciones sociales que conlleva el diseño de un desarrollo turístico basado en las urbanizaciones de lujo.

Video 6: Sed de golf

Ficha Técnica:

Realización: Julio Carmona

Producción: Programa Línea 900, TVE-2

País: España

Año: 2002

Duración: 28 min.

Sinopsis: Hay quien dice que la Costa del Sol pronto cambiará su nombre por el de Costa del Golf. Pero es todo el levante español el que padece la fiebre por la construcción de este tipo de instalaciones deportivas. En la Comunidad Valenciana se quiere triplicar el número de campos para contar con 50 dentro de 10 años.

En Murcia, que hasta ahora tiene 5, hay proyectados, o ya en fase de construcción, 34 campos más. ¿Por qué tanto campo de golf? El golf no es un simple deporte, ni tan siquiera un fenómeno turístico. El 26 por ciento de los jugadores de golf pueden permitirse el lujo de comprarse una casa cerca de un campo de golf. Así el golf debe entenderse como un negocio inmobiliario: El resort, la urbanización de lujo con un campo de golf como zona comunitaria. “Un millón y medio de familias europeas quieren tener su primera o segunda residencia en España”, nos dice Juan Manuel Dalmau, un promotor que empieza a aplicar en Lorca su experiencia en Torremirón cerca de Girona.

Un campo de golf precisa, por término medio, 500.000 metros cúbicos de agua al año ¿Es posible mantener 34 campos de golf en Murcia, la región que más riesgo de desertización padece en España, según dijeron sus gobernantes en el momento de pedir la aprobación del Plan Hidrológico Nacional? José Pablo Ruiz Abellán, consejero de Turismo y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Murcia sostiene que “Los campos de golf se regarán con aguas recicladas”. Para que los campos de golf animen las ventas de las casas de los alrededores, hay que regarlos. Con las depuradoras paradas, ¿de dónde sale el agua? De los pozos, ya de por sí empobrecidos, de que depende la huerta. “La huerta murciana desaparece”, sentencian José Sánchez y Antonio García, agricultores de Puente Tocino, viendo cómo, además, los chalets invaden los terrenos agrícolas. “No se si será por los nuevos regadíos – añade – pero cada vez llega menos agua y más mala”.

Por toda Murcia saltan a la vista las nuevas roturaciones. La Guardia Civil calcula que cada año hay 5.000 hectáreas de nuevos regadíos, ilegales según el Plan de Cuenca del Segura y el PHN. “Cada vez que se hace una nueva regulación del agua, se amnistía los regadíos ilegales – se queja Rubén Vives, agricultor de Fortuna, a “Línea 900” – así que ni con el Diluvio Universal habrá agua para solucionar esto”. ¿Cómo siguen adelante estos proyectos de campos de golf? A costa de los campos y las viviendas de murcianos expulsados de sus tierras. Como ejemplo sirve la pedanía de Cañada de Gallego, en Mazarrón.

Allí, 3000 personas viven o trabajan en los invernaderos, las plantas de embalaje o el transporte y comercialización de tomates. Una amenaza de expropiación pende sobre los campos y las casas de medio pueblo, incluidos la farmacia, dos bares y hasta la Iglesia. Se considera que es una Actuación de Interés Regional la construcción de una Marina interior y dos campos de golf con sus correspondientes urbanizaciones y hoteles de lujo. “Murcia necesita esta inversión de 700.000 millones de pesetas”, concluye el consejero de Turismo y Ordenación del Territorio, José Pablo Ruiz Abellán.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Cuáles son los argumentos con los que las autoridades justifican su política de desarrollo turístico de “calidad” y cuya principal baza son los campos de golf? ¿Qué “mitos” encontramos presentes?
2. ¿Qué impactos supone este modelo de desarrollo turístico? ¿Quiénes serán sus beneficiarios y quienes sus perjudicados?
3. ¿Qué tipo de infraestructuras es necesario crear para poder desarrollar este modelo turístico? ¿Se justifica el empleo de dinero público para hacer frente a sus altos costos?
4. ¿Es posible que este modelo se desarrolle con criterios de sostenibilidad medioambiental? ¿Cómo lo argumentan sus defensores?
5. ¿Sería posible otro tipo de desarrollo turístico más sostenible en la zona? ¿De qué modo?

Propuesta 4: El problema del turismo sexual infantil

Una de las mayores lacras del turismo en determinadas zonas del mundo es haber convertido el acceso a sexo comercial con menores en uno de sus principales reclamos turísticos. Ante la demanda de este tipo de servicios, en algunos lugares la explotación sexual infantil se ha convertido en un lucrativo negocio.

Objetivos pedagógicos:

- Analizar las características del turismo sexual infantil y reflexionar sobre las razones de este fenómeno.

Video 7. Turistas sin escrúpulos

Ficha Técnica:

164

Realización: Outi Saarinen

Producción: TVE-1 / Informe Semanal

País: España

Año: 2004

Duración: 12 min.

Sinopsis: A partir del caso de Camboya se muestra el crecimiento de la prostitución infantil en muchos países del sur por parte de turistas procedentes de países ricos (norteamericanos, europeos y japoneses, mayoritariamente). El reportaje muestra la experiencia de algunas ONG camboyanas, como Friends o AFESIP, en el intento de rehabilitar y salvaguardar a niños y niñas de la calle en situación de riesgo por la prostitución o la drogadicción. Muestra también las dificultades de estas organizaciones para hacer frente a esta problemática en un contexto en el que existe la complicidad de las autoridades locales con el negocio de la prostitución infantil.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Crees que el turismo es el origen de la prostitución infantil?
2. ¿La situación de pobreza de Camboya explica el fenómeno de la prostitución infantil?
3. ¿Qué nos indica en términos de relaciones de género el mito de que cuando un hombre se acuesta con una niña virgen aumenta su potencia sexual?
4. ¿Qué implica el hecho de que policías y militares puedan ser cómplices del negocio de la prostitución infantil?

5. ¿Qué consecuencias tiene la permisividad con cualquier tipo de demanda de los turistas?

6. ¿Qué opinión te merece la consideración de la OMT de que 3 millones de pasajeros internacionales viajen cada año en busca de sexo con menores de edad, y sobretodo de que menos de una tercera parte son pederastas habituales, y que el resto aceptaría las prácticas sexuales con niños de forma ocasional como otra experiencia exótica en sus vacaciones?

Propuesta 5: La ficción de viajar como ricos

El imaginario colectivo asocia los cruceros con una vida de lujo sólo accesible para la gente rica. La oportunidad de disfrutar de unas vacaciones de estas características se ha convertido en una opción cada vez más demandada, gracias a las nuevas ofertas que han aparecido en el mercado. Sin embargo, los turistas no siempre quedan satisfechos con la actividad y algunos se sienten hasta engañados. Tampoco los trabajadores parecen sentirse muy contentos con sus condiciones laborales.

A partir del análisis de cómo se organiza el negocio turístico en los cruceros y las condiciones laborales del personal que lo sostiene, se propone profundizar en el análisis de las características del trabajo en el sector turístico. Más allá de la publicística sobre la importancia de las inversiones de capital en este sector para la creación de empleos, es necesario considerar las precarias condiciones de trabajo de la mano de obra empleada en el sector. Jornadas abusivas, bajos salarios, inestabilidad, etc. forman parte de la cotidianidad de estos trabajadores y trabajadoras.

166

Objetivos pedagógicos:

- Analizar las características de las condiciones de trabajo en el sector turístico.
- Considerar la importancia de las condiciones laborales para el nivel de satisfacción de los turistas.

Video 8: Vacaciones en el mar

Ficha Técnica:

Realización: Pere Ballesteros y Manel Mayol

Producción: TVE-2 / Línea 900

País: España

Año: 2004

Duración: 12 min.

Sinopsis: Viajar ocho o diez días a bordo de un crucero ha dejado de ser algo sólo al alcance del bolsillo de unos pocos. Cada vez son más los españoles que eligen este sistema para pasar unos días de vacaciones. En estos últimos tiempos, el puerto de Barcelona se ha convertido en el primer puerto europeo y el quinto mundial en tráfico de barcos de crucero.

La oferta es atractiva: no hay que moverse. El pasajero aborda la embarcación,

se instala en su camarote y ya no tiene que tocar las maletas hasta que termina el crucero, unos cuantos días después. Cada día podrá realizar una excursión, visitar alguna ciudad o permanecer a bordo para regresar, por la noche, a su habitación en esta especie de hotel ambulante que es el crucero. Si el viajero prefiere quedarse a bordo, las posibilidades son también numerosas: clases de baile, competiciones deportivas... Un numeroso y activo grupo de animadores se encarga de que la fiesta no decaiga.

Pero no es oro todo lo que reluce. Si bien las tarifas del crucero suelen ser bastante ajustadas, cada excursión es un extra que hay que pagar aparte, y no son precisamente baratas. Las bebidas son extra, la asistencia médica también debe pagarse aparte, las propinas al final del crucero son prácticamente obligadas.

Además está la trastienda del barco. Las condiciones de trabajo de buena parte de la tripulación son extremadamente duras. Jornadas de 12 horas, apenas unas horas de descanso a la semana. Tal vez por ello, muchos de quienes realizan los trabajos que no se ven son inmigrantes de diversa procedencia.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Cuáles son los atractivos de los cruceros para los turistas? ¿Por qué algunos se sienten defraudados?
- ¿Por qué resulta tan lucrativo el negocio de los cruceros para sus propietarios? ¿Dónde está la clave del éxito?
- ¿Cómo son las condiciones laborales de los trabajadores del crucero?
- ¿Por qué hay tantos inmigrantes entre los trabajadores empleados?

Propuesta 6: ¿Es oro todo lo que reluce?

El hecho de que una actividad turística emplee a gente de la comunidad, el que éstos pertenezcan a sectores tradicionalmente desfavorecidos o que el atractivo turístico tenga que ver con la vida cotidiana de estos sectores, no significa necesariamente que esta iniciativa realmente favorezca a los colectivos relacionados con esta iniciativa. En torno a la participación de los sectores populares en actividades turísticas existen numerosas confusiones. No es lo mismo una actividad gestionada, protagonizada y controlada por la comunidad, a través de sus estructuras organizativas tradicionales, en la que la pobreza se encuentra presente por las mismas condiciones de la gente del lugar; que el hecho que una empresa privada emplee a gente de la comunidad para que ofrezcan una imagen denigrante de sus condiciones de trabajo, en el contexto de una propuesta turística en la que la pobreza en sí misma se convierte en el atractivo turístico.

168

En esta propuesta se presentan dos experiencias totalmente contrastadas. Una muestra a una cooperativa campesina de Guatemala en la que el turismo es un componente más de sus actividades productivas y en la que las tareas cotidianas de la gente de la cooperativa son mostradas al visitante. En la otra una tour-operadora de Bolivia facilita que los turistas puedan conocer en directo las duras condiciones de trabajo de los mineros. El contraste entre una y otra experiencia puede ayudar a generar debate sobre cuáles son las mejores características que debería tener la participación de los sectores populares en el turismo, desde una perspectiva de Desarrollo Humano y Sostenible.

Objetivos pedagógicos:

- Reflexionar sobre los límites éticos del uso de la pobreza como atractivo turístico.
- Valorar la importancia de la gestión comunitaria de las actividades turísticas frente a otras modalidades de participación de la gente pobre en ellas.

Video 9: Nuevo Horizonte

Ficha Técnica:

Realización: Santiago Bertolino

Producción: Santiago Bertolino

País: Guatemala

Año: 2005

Duración: 30 min.

Sinopsis: La Cooperativa Nuevo Horizonte se creó en 1998, en la región del Petén, en Guatemala. 160 familias procedentes de la desmovilización de la guerrilla tras los Acuerdos de Paz en 1996, decidieron organizarse en cooperativa. Frente a los modelos agroexportadores dominantes, apostaron por una estrategia de diversificación productiva que, además del cultivo de productos tradicionales como el maíz o los frijoles, incluyera otros rubros como la ganadería, la piscicultura, la producción de huevos o el turismo. De este modo, el turismo comunitario se ha convertido en una actividad más, complementaria a la economía de las familias campesinas. El conocimiento de la historia, los recursos naturales, los trabajos, la convivencia se convierten en las principales actividades turísticas que ofrece esta comunidad.

Video 10: Nosotros, los de allá

Ficha Técnica:

Realización: Charlotta Copcutt, Anna Weitz, Ana Klara Arén

Producción: Escuela Nórdica de Cine Documental

País: Bolivia

Año: 2004

Duración: 45 min.

Sinopsis: Las minas de plata en Potosí, Bolivia, ya no sólo sirven para extraer este preciado mineral. De la mano de una tour-operadora local y con el apoyo de la municipalidad y la inapreciable publicidad de Lonely Planet, se ha convertido también en un importante atractivo turístico. Como explica la famosa Guía, “visitar las minas cooperativas, será a lo mejor la experiencia más memorable y resaltante en toda Bolivia (...), ofreciendo la oportunidad de presenciar condiciones laborales que deberían haber terminado con la época medieval”. Los turistas conocen de la mano de guías locales la historia de la minería en la zona y tienen la oportunidad de descender a sus profundidades, donde pueden ver el duro trabajo de los mineros, a quienes invitan a refrescos. La experiencia abre paso a la reflexión de lo vivido.

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Cómo está organizada la actividad turística en una y otra iniciativa? ¿Quién lo controla?
2. ¿Quiénes son los principales beneficiarios en cada una de ellas? ¿La distribución de beneficios tiene las mismas características en una y otra experiencia?
3. ¿Qué es lo que se les está ofreciendo a los turistas en cada una de las iniciativas? ¿Cuál es el atractivo turístico en uno y otro caso? ¿Consideras que es lo mismo?

4. ¿Qué relación puede establecerse entre el turista y la población anfitriona en una y otra?
5. ¿Consideras que hay algo de negativo en que el turista quiera conocer los aspectos más negativos y crudos de la realidad social del país visitado?
6. En ambos casos al turista se le muestra la realidad local, pero ¿Cuales son las principales diferencias entre estos dos modelos de desarrollo turístico? ¿Sientes preferencia por alguna de estas dos iniciativas?
7. En un mundo desigual, ¿crees que es posible que entre turistas de países ricos y la población local de los países empobrecidos pueda establecerse una relación más igualitaria que la que se da en el turismo tradicional?

Propuesta 7: Conflictos por el control de los recursos

Muchas comunidades rurales, tanto en zonas de montaña como especialmente en la costa, se han visto amenazadas por la instalación en su proximidad de alguna iniciativa turística de gran capital. El acceso a los recursos naturales como el agua, la tierra, las playas, etc., se ve limitada con este nuevo tipo de negocio. Pasados los momentos de euforia inicial, cuando se cree que la ubicación en la zona de una iniciativa turística de esas características beneficiará a los pobladores aledaños, empiezan a contrastarse con más rigor los pros y los contras de la proximidad de dicha actividad.

En esta propuesta, a partir de una obra de teatro interpretada por un grupo de origen campesino y pensada igualmente para ese mismo tipo de público, se abre la reflexión sobre las consecuencias para la gente del campo de algunos modelos de desarrollo turístico. Igualmente se abre el debate sobre qué hacer en estas situaciones.

171

Objetivos pedagógicos:

- Valorar los impactos negativos en cuanto acceso de recursos básico (agua, tierra, playas, etc.) que puede conllevar para la población rural la instalación de un gran negocio turístico en la zona.
- Reflexionar sobre la conflictividad asociada a determinadas formas de desarrollo turístico.
- Valorar la legitimidad del rechazo al turismo por parte de la gente y el derecho a decidir el modelo de desarrollo de su zona.

Video 10: Pedro, Juanita y el Hotel de Mr. Hai. Obra de teatro interpretada por el Movimiento de Expresión Campesina, Artística y Testimonial (MECATE).

Ficha Técnica:

Actores: MECATE: Antonio Amador (Don Pedro), Orbelinda Díaz (Doña Juanita), Dimas Cerrato (Don Pancho), Marvin Villalta (Mister Hai y turista “buena honda”), Porfirio Muñoz (Don Alberto), Secundino Ríos (turista gringo).

Música y canciones: MECATE: Bernardo Betanco, Secundino Ríos, Orbelinda Díaz, Porfirio Muñoz.

Realización: Joaquín Zúniga

Guión y argumento: MECATE, Joaquín Zúniga y Ernest Cañada

Edición: Joaquín Zúniga

Producción: Ernest Cañada

País: Nicaragua

Año: 2006

Duración: 22 min.

Financiación: una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de ATR, ACASC y ACCD.

Sinopsis: Esta obra de teatro interpretada por el Movimiento de Expresión Campesina, Artística y Testimonial (MECATE) está dirigida a un público campesino con el fin de abrir el debate sobre los distintos modelos de desarrollo turísticos existentes en las zonas rurales. Fue filmada en la Comunidad Los Hoyos, León, Nicaragua en mayo de 2006.

A raíz de la construcción de un macro complejo turístico de inversión norteamericana en un lugar cualquiera de las montañas de Nicaragua, las comunidades cercanas ven cómo algunas cosas empiezan a cambiar. Y como telón de fondo, un discurso se repite machaconamente desde los medios de comunicación: la agricultura campesina ya no es viable, mejor apostarle al turismo. Algunos corren a hipotecar sus tierras creyéndose que van a hacerse ricos con el turismo. Otros, pronto se dan cuenta que el agua ha dejado de llegar a sus fincas ¿Qué está ocurriendo?, se pregunta la gente del lugar. ¿Será que las inversiones turísticas pueden generarnos beneficios a todos? ¿Y si también tienen impactos negativos? ¿Pero es que hay un sólo modo de desarrollar el turismo? ¿Sería posible integrar el turismo como una actividad más complementaria al resto de rubros de la finca campesina? ¿Qué cosa es eso del turismo comunitario?

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Consideras exagerada la crítica de la obra de teatro a la inversión turística extranjera? ¿Conoces ejemplos semejantes a la situación dramatizada?
2. ¿Por qué el agua es objeto de disputa de forma tan encarnizada?
3. ¿Cuál es el origen del conflicto entre el inversionista y los miembros de la comunidad?
4. ¿Es realista la opción de rechazar la inversión turística?
5. Cuando uno de los personajes de la obra de teatro intenta poner en marcha su negocio turístico fracasa. ¿Por qué es tan difícil para el campesinado montar negocios turísticos y abandonar las tradicionales actividades agropecuarias?
6. ¿Puede ser el turismo comunitario una realidad para las zonas rurales?

Propuesta 8: La apuesta por un Turismo Rural Comunitario

El turismo gestionado y controlado por familias, comunidades y cooperativas campesinas puede ser un complemento más que ayude a aumentar sus ingresos y diversificarlos, contribuyendo así a la consolidación de su economía. No puede concebirse como una actividad que pueda o tenga que sustituir la agropecuaria. De hecho, el futuro del campesinado está en su plurifuncionalidad. Condenado una y otra vez a la desaparición por los teóricos del desarrollismo, el campesinado organizado en fincas familiares diversificadas es un actor clave tanto en la producción de alimentos como en la protección del medio y en la reducción de la pobreza.

El turismo, considerado como una actividad complementaria, puede permitir la introducción de ingresos económicos líquidos, algo especialmente importante en contextos de extrema pobreza, que contribuyen al sostenimiento de una economía familiar siempre en riesgo de bancarrota por la falta de apoyos públicos, y amenazada por las políticas neoliberales a favor de la agroindustria. De hecho, probablemente no sea tan importante la cantidad de ingresos generados por el turismo dentro de la economía familiar como la época del año en que se produzcan, teniendo en cuenta que pueden coincidir con momentos de escasos ingresos agrarios. O por el hecho de que estos ingresos sean en metálico, cuando a menudo la economía familiar campesina tiene dificultades para acceder a moneda. Ante las amenazas y riesgos que corre el campesinado de perder la propiedad de sus tierras en contextos en los que las políticas neoliberales han socavado sus posibilidades de desarrollo, el acceso a ingresos monetarios complementarios puede ayudar también a elevar el nivel de vida de los miembros de la familia, accediendo a bienes que necesariamente tiene que comprar en el mercado, y resistir así las tentaciones y presiones de venta de la tierra. En definitiva, el impacto de este tipo de turismo va más allá de los ingresos que genera, ya que puede ayudar a consolidar explotaciones familiares en riesgo continuo de quiebra.

En esta propuesta se pretende mostrar dos de las experiencias turísticas de gente campesina más valoradas de Nicaragua. A partir de su comparación y contraste pueden verse algunas de las características y de las claves de su éxito.

Objetivos pedagógicos:

- Conocer las características del turismo rural comunitario y las claves de su éxito en base a experiencias concretas contrastadas.
- Entender el rol que juega el turismo como un rubro complementario dentro de una estrategia de diversificación productiva de la familia campesina.

Video 11: La finca de los hermanos Cerrato

Ficha Técnica:

Guión, realización y edición: Joaquín Zúñiga

Investigación y producción: Ernest Cañada

Imagen: Ridders Mejía

Asistencia de edición: Guillermo Solano

Sonido: Román Umaña

Música: MECATE, Grupo Raival, Grupo Gaspar García Laviana, Grupo Sandino

Locución: Nelson Reyes

Duración: 12 min.

Año de Producción: 2006

Financiación: una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de ATR, ACASC, ACCD y Progressio.

174

Sinopsis: La Finca de Los Cerrato está ubicada en la Reserva Natural Tisey-Estanzuela en Estelí. Este reportaje muestra la experiencia de una familia campesina que ha apostado por hacer de sus tierras un modelo de producción sostenible y diversificada. Además de producir de forma orgánica cultivos variados, la finca también se dedica a la ganadería, la conservación del bosque, la producción de flores y el turismo rural. En esta iniciativa, el turismo es un rubro más de una estrategia de diversificación campesina.

Video 12: Finca Magdalena: porque juntos es más fácil

Realización y edición: Erica Tomas

Producción: Ernest Cañada

Guión: Ernest Cañada y Erica Tomas

Cámara: Ridders Mejía

Audio y masterización: Román Umaña

Música: Teyas

Locución: Noemí Mayorga

Duración: 18 minutos

Años de producción: 2006

Financiación: una producción de Fundación Luciérnaga con el apoyo de ATR, ACASC, ACCD y Progressio.

Sinopsis: Ubicada en la isla de Ometepe, Finca Magdalena es una de las iniciativas de turismo comunitario más reconocidas de Nicaragua. Conozca su historia explicada por sus propios protagonistas: campesinos y campesinas de la Cooperativa Carlos

Díaz Cajina. ¿Cómo y por qué decidieron crear un albergue turístico? ¿Qué ofrecen al visitante? ¿Cómo se organizan? ¿Qué relación tienen con la comunidad? ¿Cuál es el papel de turismo en relación a la agricultura? ¿Cómo ha cambiado su vida?

Cuestiones para la reflexión en grupo:

1. ¿Cuáles son las diferencias y semejanzas de estas dos experiencias?
2. ¿En qué consiste la diversificación productiva en uno y otro caso?
3. ¿Cuál es la relación con la comunidad más cercana? ¿En qué se beneficia esta del éxito de la iniciativa turística?
4. ¿Cuál es la reflexión sobre la complementariedad del turismo con otros rubros tradicionales? ¿Compartes esta visión?
5. ¿Qué papel juegan las mujeres en la actividad turística? ¿De qué modo crees que la puesta en marcha de la actividad turística ha provocado cambios en las relaciones de género? ¿De qué tipo?
6. ¿Cuáles son los riesgos que los mismos miembros de las iniciativas turísticas identifican con el desarrollo de este nuevo rubro?
7. ¿Cuál ha sido el principal aporte del turismo para las personas de ambas iniciativas?

Propuesta 9: Emigrantes ayer, turistas hoy

En las dos últimas décadas, la emigración salvadoreña se ha multiplicado por cuatro. El principal país de destino son los Estados Unidos, y en segundo lugar, la vecina Guatemala. En cifras, la emigración en la última década superó las 500 mil personas. Esto representa el 10% de la población del país. Se reconoce que el flujo de salvadoreños hacia los Estados Unidos es el de mayor magnitud en Centroamérica, con una tasa de crecimiento de 13,3% al año. Con respecto a la estructura por edad, un 66% del total de la población emigrante tiene edades potencialmente productivas.

Los envíos de dinero de los emigrantes centroamericanos a sus lugares de origen sumaron la cifra récord de US\$ 8.210 millones en el 2005, lo que representa un incremento del 14% respecto al año anterior. En el caso concreto de El Salvador, en el 2004 recibió US\$2.547 millones, un 21% más que en el 2003. De hecho, El Salvador es el país de Centroamérica que más recibe por persona, y el tercero de toda América Latina. Según algunos especialistas, estas remesas no sólo contribuyen a brindarles estabilidad económica a los familiares que las reciben, sino que también juegan un papel preponderante en la economía del país. Así, en el global de América Latina, estas remesas suponen un ingreso de divisas superior a la inversión extranjera, y el 78% del valor de las exportaciones de petróleo crudo.

176

El papel de los emigrantes en la dinamización de las economías de sus países de origen no sólo es importante por las remesas que envían, sino que también tienen una especial relevancia los viajes que periódicamente realizan éstos de regreso a sus casas. Estas visitas dinamizan múltiples actividades económicas, en especial de ocio. A pesar de las imágenes de inseguridad de determinados territorios, como por ejemplo El Salvador, este contingente de población seguirá visitando el país, por lo que constituye un gran potencial para el desarrollo de actividades turísticas, en la medida que se trata de un segmento de visitantes prácticamente seguro. Para el desarrollo del turismo comunitario en un futuro próximo este sector de población puede tener una gran importancia.

Objetivos pedagógicos:

- Valorar la importancia de los emigrantes en la dinamización económica de sus países de origen.
- Considerar la relevancia de las visitas periódicas que realizan los emigrantes a sus países.

- Considerar el potencial turístico que puede tener para el turismo comunitario el segmento de población compuesto por los emigrantes en el extranjero.

Video 13: Bienvenidos a Intipucá City

Ficha Técnica:

Realización: Lluís Crous

Producción: Sesenmayá Producciones

Cámara: Ernesto Villalobos

Editor: Oriol Forn

Asistencia de dirección: Aleyda Valdez

Duración: 50 min.

Año de Producción: 2000

Sinopsis:

La mitad de los habitantes de la pequeña ciudad de Intipucá (El Salvador) han emigrado a los Estados Unidos, pero suelen regresar para las fiestas patronales. En algunos casos, los emigrantes han regresado a vivir a la ciudad después de años viviendo y trabajando en los Estados Unidos. El reportaje repasa el proceso de la emigración, pero también el impacto que los emigrantes tienen en el pueblo como resultado de la entrada de dólares que generan, ya sea a través de envíos de dinero a sus familiares, ya sea como turistas que regresan a pasar sus vacaciones a Intipucá. Casas de segunda residencia, cambio de costumbres, creación de servicios para los turistas, mestizaje cultural, etc. El documental muestra los cambios que esta población emigrante-turista han generado en la ciudad.

177

Cuestiones para la reflexión en grupo:

- ¿Cuáles son las razones que llevan a los intipucaneños a emigrar “al Norte”?
- ¿Hay diferencias entre aquellos que emigraron hace muchos años y los que han emigrado más recientemente? ¿Qué diferencias? ¿Cuáles son las causas de esas diferencias?
- ¿Qué impactos de tipo económico creéis que tiene la emigración en Intipucá? Valorad si estos impactos son positivos o negativos
- ¿Y qué impactos de tipo cultural?
- ¿Y en las familias?
- ¿En qué se asemejan y en qué se diferencian estos intipucaneños venidos del “Norte” con los turistas extranjeros a los que estamos más habituados?

- ¿Qué tipo de propuesta turística reciben? ¿Crees que es posible otro tipo de oferta turística para estos emigrantes?
- ¿Conoces alguna experiencia semejante a la de Intipucá?
- Aparte de los comentados, ¿hay alguna otra cosa que os haya llamado la atención en el documental?

Bibliografía



AA.VV. Turismo y desarrollo local sostenible: elementos para un debate. Noticias Delnet, 34 (monográfico). 2004

ASHLEY, C. Methodology for Pro-Poor Tourism Case Studies. London: PPT Working Paper 10. 2002

ASHLEY, C. y otros "Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda" *Natural Resource Perspectives* 51 (<http://www.odi.org.uk/nrp/>). 2000

ASHLEY, C. y otros *Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor: A review of experience*. Nottingham: Russell Press. 2001

AVILA, R y otros *Turismo Sostenible*. Madrid: IEPALA. 2002

BRYDEN, J.M. *Tourism and Development: A Case Study of the Commonwealth Caribbean*. Cambridge: Cambridge University Press. 1973

BUTLER, R.W. "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources" *Canadian Geographer* 24(1): 5-12. 1980

CAÑADA, E. "Un movimiento de consumo responsable? Balance crítico del Foro Internacional de Turismo Solidario y Comercio Justo (Tuxla Gutiérrez, Chiapas, 2006)" *Mientras Tanto* 99. 2006

CATER, E. & G. LOWMAN (eds.) *Ecoturism: A sustainable option?*. New York: John Wiley & Sons. 1994

CATTARINICH, X. *Pro-poor Tourism Initiatives in Developing Countries: Analysis of Secondary Case Studies*. London: PPT Working Paper 8. 2001

CARVAJAL, J.E. *La cara oculta del viajero: Reflexiones sobre antropología y turismo*. Buenos Aires: Biblos. 1992

CIFUENTES ARIAS, M. y otros *Capacidad de Carga Turística de las Áreas de Uso Público del Monumento Nacional Guayabo, Costa Rica*. Turrialba, CR: WWF. 1999

DELNET *Turismo y desarrollo local sostenible: Elementos para un debate*. Noticias Delnet. 2004

EQUIPO RIO + 10 *¿Tarjeta Roja para el turismo?: 10 principios y demandas para un desarrollo sostenible del turismo en el siglo XXI*. Basel (Suiza): DANTE. 2002

FULLANA, P. & S. AYUSO *Turisme sostenible*. Barcelona: Rubes. 2001

GARCÍA, N. *Culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo. 2002

GASCON, J. & CAÑADA, E. Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad. Barcelona: Icaria. 2005

GASCON, J. Gringos como en sueños: diferenciación y conflicto campesino en los Andes peruanos ante el desarrollo del turismo. Lima: IEP. 2005

GONZALEZ GOMEZ, L. & C. MURGUIALDAY Evaluar con enfoque de género. Bilbao: Bakeaz. 2004.

GROTEN, U. Elementos de debate acerca de Turismo y Ecoturismo. Santo Domingo: Helvetas/PA. 1998

HEMMATI, M. (ed.) Gender and tourism: women's employment and participation in tourism. UNED Forum & UK. 1999.

JURDAO, F. Los mitos del turismo. Madrid: Endymion. 1992

KADT, E. Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?. Madrid: Endymion. 1991

KINNAIRD, V. & D. HALL (eds.) Tourism: A Gender Analysis. Chichester: John Wiley and Sons. 1994

LASH, G.Y.B. & A.D. AUSTIN Rural Ecotourism Assessment Program (REAP): A Guide to Community Assessment of Ecotourism as a Tool or Sustainable Development. Burlington, VT: EplerWood International. 2003

LEA, J. Tourism and Development in the Third World. New York: Routledge. 1988

MALDONADO, C. Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. Ginebra: OIT. 2006

MATHIESON, A. & G. WALL Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Harlow, UK: Longman Scientific & Technical. 1982

MILANI, C. & M. DROULERS Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal (Cabo Verde): Lições metodológicas a partir de uma experiência local. Paris: UNESCO. 2002

NASH, D. Anthropology of Tourism. New York: Pergamon. 1996

NIEVES RICO, M. Género, Medioambiente y sustentabilidad del desarrollo. Santiago de Chile: Naciones Unidas. 1998

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Lo que todo gestor turístico debe saber. Madrid: OMT. 1997

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Guía para autoridades locales en el desarrollo sostenible del turismo. Madrid: OMT. 1999

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Agenda para planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Volumen suplementario sobre América Latina y el Caribe. Madrid: OMT. 1999

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Guide for Local Authorities - Supplementary Volume on Asia and the Pacific. Madrid: OMT. 1999

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Turismo y atenuación de la pobreza. Madrid: OMT. 2003

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Cooperación y asociaciones en turismo: Una perspectiva mundial. Madrid: OMT. 2004

182 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. Madrid: OMT. 2004

PEREZ DE LAS HERAS, M. Manual de turismo sostenible. Madrid: Mundi-Prensa. 2004

SANTANA, A. Antropología y turismo. Barcelona: Ariel. 1997

SMITH, V.L. (ed.) Anfitriones e invitados. Madrid: Endymion. 1989

STECK, B. Sustainable Tourism as a Development Option: Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers. Eschborn: GTZ. 1999

STECK, B. y otros Tourism in Technical Co-operation: A guide to the conception, planning and implementation of project-accompanying measures in regional rural development and nature conservation. Eschborn: GTZ. 1999

WORLD WILDLIFE FUND Directrices para el desarrollo del Turismo Comunitario. WWF Internacional. 2001

WORLD WILDLIFE FUND-UK Holiday Footprinting: A Practical Tool for Responsible Tourism. 2002

(www.wwf.org.uk/filelibrary/pdf/holidayfootprintingfull.pdf)