

05 COL·LECCIÓ

COOPERACIÓ AL DESENVOLUPAMENT
I SOLIDARITAT



**El turisme sostenible
com a eina de cooperació
per al desenvolupament.**

Experiències a Amèrica Central

Joan Miralles Plantalamor
Antònia Rosselló Campins

El turisme sostenible
com a eina de cooperació
per al desenvolupament.

Experiències a Amèrica Central

Juan Miralles Plantalamor
Anabella Mosselló Campó

Colecció
Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat.
Volum 5

EL TURISME SOSTENIBLE
com a eina de cooperació per al desenvolupament.
Experiències a Amèrica Central

Joan Miralles Plantalamor
Antònia Rosselló Campins

Amb el patrocini de la Direcció General de Cooperació
del Govern de les Illes Balears

© del text:
Joan Miralles Plantalamor
Antònia Rosselló Campins

© de l'edició:
Universitat de les Illes Balears, 2009

Primera edició:
març de 2009

Directora de la col·lecció:
Berta Artigas Lelong

Consell de direcció:
Josep Casanovas Garcia
Isabel Moreno Castillo
Maria Isabel Pomar Fiol
Bernat Riutort Serra
Antoni Socías Salvà
Marcelo Unamuno Miera

Disseny gràfic i maquetació: Gotan
Edició: Edicions UIB.
Cas Jai. Campus universitari
Cra. de Valldemossa, km 7.5. E-07071
Palma (Illes Balears)
Impressió: Gráficas Planisi, S.A.

ISBN: 978-84-8384-086-3
DL: PM 85-2009

No es permet la reproducció total o parcial d'aquest llibre ni de la coberta, ni el recull en un sistema informàtic, ni la transmissió en qualsevol forma o per qualsevol mitjà, ja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, per registre o per altres mètodes, sense el permís dels titulars del copyright.



AGRAÏMENTS	10
PRÒLEG	11
1. INTRODUCCIÓ	15
2. TURISME I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE	21
2.1. Algunes consideracions sobre els impactes del turisme	23
2.2. Els impactes socials i els impactes culturals	24
2.3. Els impactes econòmics	28
2.4. L'impacte ambiental del turisme	30
2.5. La sostenibilitat com a resposta als impactes del turisme	31
2.6. La sostenibilitat: una necessitat del sud i del nord	33
3. ELS LLIGAMS ENTRE TURISME I COOPERACIÓ	39
3.1. Els inicis dels lligams	41
3.2. Desenvolupament turístic i cooperació als països del sud	43
3.3. Les motivacions dels nous turistes: la solidaritat com a nou producte turístic ..	45
3.4. El turisme com a eina de sensibilització: el turisme responsable, el turisme solidari, el turisme comunitari	48
3.5. Turisme i cooperació: els seus actors a partir del cas de Mallorca	53
3.6. Els lligams entre el turisme i la cooperació des de Mallorca	56
4. EL TURISME A AMÈRICA CENTRAL: ELS CASOS DE NICARAGUA, GUATEMALA I EL SALVADOR	61
4.1. Ressenyes generals	62
4.2. Amèrica Central com a regió turística	63
4.3. Dades generals del turisme a Guatemala, El Salvador i Nicaragua	66
4.4. Turisme sostenible i cooperació a Amèrica Central	71

5. ANÀLISI D'EXPERIÈNCIES	75
5.1. Metodologia de l'anàlisi	77
5.2. Presentació de les experiències	78
5.3. Impactes econòmics	84
5.4. Impactes socioculturals	93
5.5. Impactes ambientals	99
5.6. Anàlisi DAFO: El turisme com a eina de cooperació a Amèrica Central	104
6. RECOMANACIONS PER A L'AVUACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES DE TURISME SOSTENIBLE	107
7. CONCLUSIONS	113
8. BIBLIOGRAFIA	119
9. SIGLES I ACRÒNIMS	125

El present treball ha estat realitzat gràcies al premi de recerca que, en el marc del conveni de col·laboració en matèria de cooperació entre la Universitat de les Illes Balears i la Direcció General de Cooperació del Govern de les Illes Balears, es concedeix anualment.

Com s'especifica en les bases de la convocatòria de l'any 2006, existeixen pocs mitjans per a la recerca en tot allò que es refereix a la cooperació al desenvolupament; aquesta realitat limita la tasca d'investigació, sobretot perquè els treballs de camp a l'estranger tenen un cost afegit derivat de les despeses de viatge. És, per tant, d'agrair l'aportació d'aquestes institucions, gràcies a les quals ha estat possible la realització del treball.

Els autors també volen agrair a tots els entrevistats la seva col·laboració i bona disposició i molt especialment a Jordi Gascón, pel seu excel·lent pròleg, i a Raquel Herranz, Salvador Palomo, Climent Picornell, Miquel Seguí i Antoni Socias, pel seu ajut i assessorament al llarg del treball.



Atesa la rellevància que té el turisme a l'Estat espanyol, crida l'atenció que els actors que es dediquen a la cooperació al desenvolupament hagin trigat tant a començar a considerar-lo com un àmbit propi d'actuació. Fins fa un temps, poc es podia destacar més enllà dels pioners projectes d'«ACUR-Las Segovias» i de «Solidaridad Internacional en Río San Juan» (Nicaragua) a principi dels noranta. I això només amb relació a projectes al sud. En altres àmbits de la cooperació, com l'educació per al desenvolupament, la sensibilització o la incidència política (a part de la tasca de la plataforma ECPAT¹ contra del turisme sexual infantil), el treball és més incipient.

Però recentment han començat a sorgir ONGD que consideren el turisme com un espai específic de treball. Així, han aparegut noves associacions especialitzades en l'àmbit turístic, mentre que d'altres ja existents han obert aquesta nova línia d'acció. A aquestes caldria afegir les ONGD que promouen el turisme mitjançant l'organització de brigades o viatges solidaris, moltes vegades sense una consciència explícita d'estar actuant en aquest àmbit. Després d'anys d'organitzar aquest tipus de programes, sorgits inicialment com un instrument de sensibilització o de consolidació i ampliació de la base associativa, algunes d'aquestes es troben en la necessitat de repensar-los: més enllà de si permeten complir els objectius previstos, quin impacte tenen a la societat amfitriona? I tampoc no podem oblidar la cooperació institucional, especialment l'estatal, cada vegada més interessada en aquest tema, de vegades com a indissimulada estratègia de suport a la internacionalització d'empreses transnacionals de capital espanyol.²

No és aquest el panorama en altres països europeus. A Itàlia, l'«Associazione Italiana de Turismo Responsabile» (AITR), plataforma que agrupa un important nombre d'organitzacions i cooperatives socials especialitzades en turisme o que tenen aquesta línia de treball com a prioritat sectorial, es va crear fa deu anys, però sorgeix d'un fòrum permanent establert a principi dels noranta. A la xarxa DANTE participen associacions d'Alemanya, Àustria

¹ *End Child Prostitution, Pornography And Trafficking of children for sexual purposes.*

² «En cuanto a las relaciones con los países y las instituciones mediterráneas e iberoamericanas, el trabajo se enmarca en estrechar la cooperación internacional que se desarrolla desde la Agencia Española de Cooperación Internacional [...] y la Administración turística española dirigido a un doble propósito: mejorar la calidad de la cooperación turística que se preste y reorientar las actuaciones concretas de cooperación en este campo de manera que exista una verdadera conexión e implicación entre las estrategias de cooperación y las de internacionalización del sector turístico español» (8). El subratllat és nostre.

i la Suïssa germànica i, com succeeix amb AITR, la seva influència en l'àmbit polític i social és considerable. A Anglaterra, institucions públiques de cooperació, universitats i organitzacions no governamentals han desenvolupat el model «Pro-Poor Tourism» (PPT), estratègia dirigida a incrementar els ingressos de la població més pobre dels països del sud a través del turisme i que ha estat adoptada per diferents agències de cooperació europees i per l'Organització Mundial del Turisme.

L'acostament al fenomen turístic per part d'organitzacions i institucions de cooperació no és sempre el mateix. Amb el risc que comporta establir sistematitzacions essencialistes, podríem diferenciar entre dues tendències. D'una banda, les que busquen incidir en la totalitat del sector i donen suport a propostes de turisme sostenible però també, i sobretot, denuncien els impactes negatius dels models turístics dominants sobre poblacions i ecosistemes i es mobilitzen davant aquests impactes. D'altra banda, hi ha les que segueixen sustentant acríticament la premissa que el turisme és un motor de creixement econòmic sobre el qual, arribat el cas, només cal aplicar alguns mecanismes correctors. L'esmentada plataforma AITR, i més concretament el treball d'alguns dels seus membres, és un exemple de la primera tendència; el model «Pro-Poor Tourism», de la segona.

En les encara escasses ONGD espanyoles que s'han introduït en aquest àmbit, també s'observa aquesta dicotomia. En línies generals, semblaria que les que procedeixen d'àmbits més tradicionals de la cooperació adopten postures crítiques enfront del fenomen, mentre que les que tenen promotors que sorgeixen del món de la gestió turística tendeixen a posicionaments més possibilistes.

La cooperació en l'àmbit turístic encara està, per tant, als seus inicis a l'Estat espanyol. A causa d'això, trobam un greu dèficit de literatura especialitzada al voltant d'aquest tema, literatura de la qual sí que disposen àmbits tradicionals de la cooperació com l'agropecuari, l'educatiu o el sanitari. I de l'escàs treball existent, més exigü és el que es realitza a partir d'un corpus teòric desenvolupat i coherent. En el turisme està funcionant el sempre arriscat «fer sobre la marxa».

A això cal afegir la falta de tècnics i responsables suficientment capacitats. En els àmbits de la cooperació al desenvolupament amb més tradició trobem «especialistes», és a dir, tècnics i dirigents formats tècnicament i políticament per assumir responsabilitats. En la cooperació turística, aquest perfil és estrany o inexistent. Allò que predomina són, o bé experts en turisme ficats al món de la cooperació, però que tenen un coneixement deficient d'aquest sector, o bé professionals de la cooperació que provenen d'alguns d'aquests àmbits històricament assentats (el desenvolupament rural, l'educació, la producció agropecuària...) però que desconeixen les eines més bàsiques de la gestió turística.

Encara que el panorama descrit sigui el lògic, atès el curt recorregut històric de la nostra cooperació en l'àmbit turístic, no deixa de ser preocupant. I ho és, perquè la cooperació al desenvolupament és una activitat complexa i arriscada, ja que incideix en l'estructura social, cultural i econòmica de la comunitat a la qual es dirigeix. La literatura especialitzada està plena d'exemples que mostren que fins i tot petites intervencions han provocat processos no previstos inicialment i no sempre desitjats: augment de les diferències socioeconòmiques dins de la comunitat; canvis en l'estructura tradicional d'accés al poder i al prestigi social; abandonament i substitució de sistemes de producció tradicionals més adequats al medi que els introduïts, etc.

En el cas del turisme, aquests riscos són especialment elevats, ja que, llevat d'excepcions, es tracta d'una activitat inexistent o pràcticament inexistent en la comunitat sobre la qual es vol intervenir i que haurà de desenvolupar-se sostraint recursos (humans, naturals, financers) als sectors productius tradicionals.

Si finalment a això sumam la falta, abans assenyalada, d'una concepció política clara de la fi que persegueix el projecte, de la manera en què aconseguir-lo o en què establir un equilibri amb l'ús tradicional dels recursos i l'ecosistema, i no s'aclareix a favor de quins sectors socials treballam, la possibilitat de generar processos no previstos i no desitjats és encara més gran.

Ampliar l'escassa literatura existent és, per tant, un requisit necessari per a la formació d'especialistes en l'àmbit de la cooperació en turisme. Aquesta especialització ha de tenir dos aspectes: d'una banda, el coneixement de les tècniques i eines pròpies de la cooperació i de la gestió turística, però també plantejaments ideològics clars que permetin establir objectius precisos per a aquest tipus de cooperació. No oblidem que incidir en la realitat per canviar-la, que és allò a què es dedica la cooperació, és una activitat política: ho és mostrar-se disconforme amb aquesta realitat i voler canviar-la i ho és encara més la decisió d'intervenir d'una determinada manera i no d'una altra. I és que quan s'aprofundeix en la causes d'aquests impactes no desitjats generats pels projectes de cooperació abans comentats, moltes vegades no trobam problemes de desconeixement de les eines de la cooperació, de l'àmbit específic de treball o del context sociocultural en què s'ha intervingut, sinó una feble visió política que impedeix contemplar el projecte a l'espai més ampli en el qual s'emmarca.

El llibre de Joan Miralles i Antònia Rosselló es converteix, per tant, en un treball necessari i pioner. Un text com el present permet acostar l'àmbit turístic al sector de la cooperació, mostrar les seves possibilitats i els seus riscos, els problemes de definició que troba («turisme just»?, «turisme responsable»?, «turisme solidari»?, el comerç just com a referència?), el debat que existeix al voltant de la capacitat del turisme per actuar com a «motor de desenvolupament» o les condicions que han de donar-se perquè això succeeixi.

Els darrers capítols, centrats en el cas centreamericà, són especialment destacables, tant perquè permeten contextualitzar en una zona geogràfica concreta bona part dels temes tractats en les seccions anteriors, com perquè les propostes que ofereixen després de l'anàlisi de casos de turisme rural comunitari obren, almenys, espais per al debat.

I és que possiblement l'element de més interès del text és el procés que recorren els autors fins a arribar als seus elements prepositius. A diferència dels manuals de turisme comunitari que han aparegut des de fa uns pocs anys i que, en la seva majoria, no són més que receptaris d'accions a aplicar anacrònicament i mecànicament, Joan i Antònia plantegen recomanacions, que no receptes apriorístiques, després d'un estudi historicoteòric del fenomen turístic (capítols 2 i 3), primer, i d'un treball de camp basat en l'observació de casos concrets a nivell «micro» i des d'una anàlisi qualitativa (capítols del 4 al 7), finalment.

Només ens queda confiar que aquest treball tingui tota la difusió possible en el sector de la cooperació i que desperti l'interès per un àmbit de treball, la cooperació en l'àmbit turístic, que els anys vinents està cridat a créixer exponencialment tant per part d'agents institucionals com no governamentals.

Jordi Gascón

Acció per un Turisme Responsable



INTRODUCCIÓ

Introducció

Cada vegada són més forts els llaços d'interdependència entre el nord i el sud. Les noves exigències de la seguretat humana, el «bumerang» del deute, així com l'acceleració del deteriorament ecològic o dels moviments migratoris, requereixen una relació nova i més positiva entre el nord i el sud. En definitiva, una nova etapa de cooperació per al desenvolupament.

És important deixar molt clar que la cooperació és alguna cosa més que la transferència de diners; cooperar vol dir enfrontar-se a una realitat històrica i ajudar per al restabliment de la igualtat econòmica, social i política. Cooperar, per tant, significa creure en el dret de la persona a una vida digna, des de les seves necessitats bàsiques fins a la cultura, la llibertat, la justícia i el respecte als drets humans. A llarg termini, la cooperació vol contribuir a canviar l'actual estructura nord-sud.

El turisme, des dels organismes de cooperació internacional, es veu cada cop més com una eina de desenvolupament econòmic que pot contribuir a treure el sud de la seva situació de pobresa. Però no solament s'ha d'entendre el desenvolupament a partir d'una òptica purament econòmica, «sinó que s'ha d'entendre com un procés de canvi social, econòmic, polític i cultural, tecnològic, etc., que, sorgit de la voluntat col·lectiva, requereix l'organització participativa i l'ús

democràtic del poder, per tant, dels membres d'una comunitat. El desenvolupament entès així crea condicions d'equitat que obren més i més bones oportunitats de vida per a l'ésser humà, perquè desplegui tot el seu potencial i preservi per a les generacions futures l'accés i el bon ús dels recursos, el medi ambient i el patrimoni cultural» (Margarita Usano, presidenta de la Coordinadora Nacional d'ONGD).

Actualment, segons les dades del baròmetre del mes de gener de 2006 de l'Organització Mundial del Turisme (OMT 2006), es calcula que, al 2005, 808 milions de persones es desplaçaren anualment per viatjar i fer turisme fora dels seus països d'origen. D'aquests, 6,6 milions anaren a Amèrica Central, que ha incrementat en 2,4 milions les visites des de l'any 2000 i és actualment la regió mundial que més creix, amb un increment actual que arriba el 13,6%.

Segons la mateixa font, els ingressos deixats pel turisme sumaven ja el 2003 un total de 454.800 milions d'euros, dels quals 249.200 milions anaven a parar a la vella Europa i 99.900 a la conca mediterrània. La seguien a gran distància el continent americà, amb 120.300 milions d'euros;³ Àsia i el Pacífic, amb 78.300 milions d'euros i, finalment, Àfrica i l'Orient Mitjà, amb 12.500 milions d'euros, respectivament.

³ En el cas americà, és important destacar que Amèrica del Nord quedaria amb 74.100 dels 120.300 milions. És, per tant, fàcil de deduir que el turisme produeix més ingressos als països rics que no als països pobres.

Per això no és estrany que no siguin pocs els països i localitats del sud que veuen en el desenvolupament de la indústria turística i l'oferta complementària, que se n'acaba derivant, una via per incrementar la seva riquesa i el seu nivell de benestar i es pregunten, com va fer Emanuelle de Kadt (1991), si el turisme és veritablement «un passaport al desenvolupament».

Tant les ONG com les institucions, fundacions i entitats diverses que, entre d'altres, financen projectes de cooperació reben cada vegada més demandes de suport per part de les comunitats del sud per dur a terme projectes de cooperació relacionats amb el foment del turisme, en general, des d'una perspectiva de sostenibilitat i desenvolupament comunitari.

No en va, existeix una unanimitat a reconèixer que el desenvolupament del turisme produeix un canvi radical en les societats receptores en l'àmbit econòmic, social i cultural. A Mallorca, per exemple, es podria establir una línia divisòria en la història i posar com a punt d'inflexió el ja conegut com a boom del turisme dels anys seixanta. Els canvis econòmics i socials d'aquells anys afectaren tots i cadascun dels pilars de la societat illenca i l'anivellaren econòmicament amb d'altres societats europees.

Quan el desenvolupament turístic es posa en pràctica, es produeix un canvi bruscat en la societat d'acollida. Diferents investigadors anglosaxons, i actualment la resta d'investigadors nacionals i internacionals del turisme, s'hi refereixen anomenant-lo impacte del turisme. En general, es classifiquen

aquests impactes d'acord amb tres grans eixos: impactes econòmics, ambientals i socioculturals.

Aquesta realitat és viscuda amb un cert temor per part de les ONG i entitats financeres, entre d'altres coses perquè el fet de viure en una societat en què el turisme és un monocultiu s'ha viscut des dels teixits socials associatius, lligats tradicionalment a la cooperació, i des d'una part important de la societat mallorquina, com un cert trauma o balança en què es mesuren els costos i els beneficis del desenvolupament turístic, en molts casos fent una valoració negativa o, si més no, no tan desitjable com s'hauria volgut.

Els països del sud, econòmicament empobrits però amb un entorn ambiental pràcticament verge respecte d'altres destinacions més madures, tenen el repte de promoure el seu desenvolupament mitjançant l'explotació del seu potencial turístic sense comprometre el futur econòmic, ambiental i sociocultural de les properes generacions.

Si bé aquests països parteixen amb un empobriment econòmic que els limita el ritme i la capacitat de creixement, tenen com a avantatge el fet d'iniciar el desenvolupament turístic des de zero en un període històric en què ja existeix una dilatada experiència que permet preveure quins seran els canvis si es desenvolupa un o altre model turístic. D'aquesta manera, gran part dels aspectes negatius que han patit les destinacions madures a causa de la manca d'experiència prèvia i, en conseqüència, de planificació i previsió, poden evitar-se. La minimització dels costos derivats de la necessitat de

reconversió, la preservació de l'entorn o la protecció dels trets identitaris i culturals d'aquestes comunitats seran possibles i necessaris si es vol assegurar el desenvolupament econòmic d'aquests territoris.

La cooperació al desenvolupament té un gran repte al davant. Com dèiem, cada vegada són més les entitats que presenten projectes de cooperació relacionats directament o indirectament amb el turisme. Existeix, però, per desgràcia, una manca d'estudis específics sobre el paper que ha de tenir la cooperació respecte del desenvolupament turístic, així com els mecanismes necessaris per promoure el turisme sostenible.

La present investigació pretén abordar aquesta necessitat mitjançant l'estudi qualitatiu de diferents projectes de turisme sostenible de l'àrea d'Amèrica Central. Amb això, es vol extreure una informació de primera mà que permeti la creació d'un informe amb experiències concretes en què s'apunten els aspectes més dèbils, les fortaleses, les amenaces però, sobretot, les oportunitats que el turisme pot tenir com a instrument de cooperació des de la perspectiva de la nostra experiència com a destinació turística madura.

A causa de la temporalitat del premi, es va planificar el treball en quatre grans fases. En la primera, s'ha procedit a recollir tota la informació que fes referència a turisme i cooperació (dades secundàries); en la segona, s'ha realitzat un treball de recollida de dades qualitatives mitjançant la realització d'entrevistes (dades primàries); en la tercera, s'ha processat la informació, s'han transcrit les entrevistes i s'ha redactat el corpus teòric

del treball. Finalment, en la darrera fase, s'ha procedit a l'anàlisi de les entrevistes i les dades secundàries per a la posterior inclusió de recomanacions que ajudin els diferents actors socials que puguin estar interessats en el turisme com a eina de cooperació.

Finalment, només resta dir que, amb aquest llibre, volem convidar cooperants, entitats, empresaris i, en definitiva, tothom que d'una o altra manera estan interessats en el món del turisme i/o la cooperació, a fer un cop d'ull a una nova eina de cooperació al desenvolupament que, pel seu enorme potencial, any rere any va guanyant adeptes.

2

TURISME I DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE



Turisme i desenvolupament sostenible



2.1. ALGUNES CONSIDERACIONS SOBRE ELS IMPACTES DEL TURISME.

El mot «impacte» tendeix a associar-se amb quelcom negatiu, per això és important explicar que el terme prové de la literatura anglosaxona sobre turisme amb la funció de definir qualsevol canvi social, econòmic, ambiental i/o cultural produït a partir del desenvolupament turístic, sigui aquest positiu o negatiu, altrament matisacions molt subjectives.

Els investigadors, des de les respectives disciplines, coincideixen a dividir els impactes del turisme en tres grans blocs:

1. **Impacte econòmic:** estudia els costos i beneficis que es deriven del desenvolupament i ús dels serveis turístics.
2. **Impacte ambiental:** estudia els canvis ocorreguts en el medi i l'espai.
3. **Impacte sociocultural:** estudia el canvi en l'estructura i forma de vida a les àrees turístiques.

Agustí Santana (1997) afirma, però, que aquesta divisió és artificial o metodològica, ja que en realitat els bots d'una a altra categoria són sovint indistingibles i els continguts solen estar així relacionats. L'impacte econòmic, per exemple, està directament vinculat als impactes socioculturals, així com l'impacte mediambiental cada vegada influencia més l'impacte econòmic i/o el sociocultural.

Per entendre-ho, podem imaginar una família empobrida d'una àrea rural d'un país qualsevol del sud. Si aquesta obté unes rendes superiors gràcies al turisme, és previsible que les seves pautes de consum variïn considerablement i, en conseqüència, també variï la seva forma de vida. Segurament adquirirà nous béns que l'ajudin en els seus quefers diaris i canviarà substancialment la seva cultura i manera de fer les coses. El contacte amb gent d'altres països, amb costums i maneres d'entendre el món molt diferents, influirà decisivament en la seva cosmovisió. El seu poder adquisitiu més alt i les demandes turístiques faran que adquireixi cada vegada més productes i que generi nous residus que abans no generava i si, a més, aquests ingressos li permeten ser autosuficient, possiblement canviarà la seva relació amb la resta de la comunitat i amb els familiars, afavorint l'aparició de nous valors.

Abans de continuar, hem de dir que aquest fenomen no és exclusiu del desenvolupament turístic, ja que, en general, el desenvolupament econòmic actua com a factor de canvi sociocultural, de manera que, com més gran és l'impacte econòmic, més grans són els impactes socioculturals i mediambientals. A Amèrica Central, per exemple, existeix una indústria minera considerable que, òbviament, erosiona el medi ambient i canvia les formes de vida dels seus habitants, abans agricultors. D'altra banda, no hem d'oblidar

que la cultura que veiem en una comunitat en un moment o període històric determinat és fruit de l'evolució econòmica, política i social de la mateixa i, per tant, hem d'entendre la cultura no com un fenomen estàtic sinó dinàmic i en constant construcció.

Per això, sovint es fa difícil diferenciar entre allò que es pot considerar un impacte negatiu i allò que es pot considerar positiu. Aquesta realitat es pot observar sobretot en els aspectes culturals, en què existeixen nombrosos criteris i punts de vista sobre allò que és evolució i allò que és aculturació.

Les valoracions que es fan dels impactes són, per tant, en gran mesura subjectives i pot existir una visió dual d'un mateix impacte per part d'actors diferents. Així, per exemple, mentre que per molts la introducció de la dona al mercat laboral es pot entendre com un avanç per a la dona, per d'altres pot suposar una crisi de conseqüències més vastes que suposen la pèrdua de la cohesió social i/o familiar que existia abans.

Per Jordi Gascon i Ernest Cañada (2005), la valoració de l'impacte cultural és lícita, si aquest és el resultat del desenvolupament autòcton a través dels propis mecanismes, o il·lícita, si aquest ve determinat per variables exògenes que escapen del control de la població local. Òbviament, és un fet social molt difícil de determinar, atès que, en general, es tracta d'un fenomen dual en què intervenen factors externs i interns.

Finalment, és convenient destacar que els impactes del turisme sovint coincideixen

amb els impactes produïts per altres «indústries», fins al punt que alguns autors comparen el desenvolupament turístic amb la revolució industrial (Mazón 2001). D'aquesta manera, es considera que el turisme no fa més que avançar envers uns canvis que altrament s'haurien produït amb l'establiment i desenvolupament de manera reeixida de qualsevol sector econòmic.

En qualsevol cas, no hi ha dubte que el model que triï la comunitat local per al seu desenvolupament turístic determinarà les bases de la societat futura i, en conseqüència, les característiques de la seva economia, la seva cultura i el seu entorn ambiental. Aquesta realitat es pot extrapolar a la cooperació al desenvolupament en un sentit ampli, atès que cada vegada que es desenvolupa un projecte de cooperació s'inicien tot un seguit de canvis econòmics, ambientals i culturals que conformaran l'impacte del projecte.

2.2. ELS IMPACTES SOCIALS

I ELS IMPACTES CULTURALS

Per desgràcia, com apunta Agustín Santana (1997), pocs estudis sobre impactes socioculturals han suggerit les formes de valorar l'impacte sociocultural del turisme i, en general, les investigacions existents són de caràcter qualitatiu. A més, no existeix una única aproximació a l'estudi dels impactes socioculturals del turisme. Cada autor tendeix a establir els impactes a partir de la seva realitat més directa. Alguns autors diferencien fins i tot entre impactes socials i impactes culturals, com Maree Thyne.⁴ Els primers són, per l'autora, els impactes immediats en l'estructura social de la comunitat i el seu

ajustament en l'economia i la indústria de la destinació turística. Pel que fa als culturals, serien els canvis a llarg termini en les normes i conductes socials que canviaran a partir de la relació amb el turisme.

A partir de la seva concepció, podríem definir els impactes socioculturals del turisme com tots els canvis socials i culturals produïts en una societat relacionats amb el desenvolupament turístic i la interacció turista-resident. El nivell d'impacte dependrà, per tant, de les característiques intrínseques de la població d'acollida i dels factors exteriors que l'envolten (Butler 1975).

Existeixen nombroses interpretacions sobre les conseqüències d'aquesta interacció. La majoria tenen conclusions similars, si bé el tipus d'investigació i les variables analitzades incidirà més en un o altre punt. Una de les primeres pioneres en l'estudi dels impactes socioculturals va ser Valenne Smith (1978), que analitzà els canvis derivats de la relació entre residents o nadius i turistes. Segons l'autora, quan les dues comunitats entren en contacte, pot iniciar-se un procés d'aculturació⁵ o la creació d'una nova cultura germen de la societat dominant amb tòpics de la dominada.

Sobre aquest contacte entre turistes i residents, Emanuelle de Kadt (1991) ens fa una aproximació als espais en què es produeix la trobada entre turista i afirma que la relació que s'estableix determina en gran part la percepció d'un envers l'altre i, en conseqüència, el tipus d'impacte. No obstant això, el contacte turista-resident és un contacte

marcat per la fugacitat i el materialisme, en què un serveix i l'altre és servit a canvi d'una remuneració, generalment econòmica.

Aquesta trobada entre les dues comunitats ha suscitat una extensa literatura que coincideix en l'afirmació que, en la majoria dels casos, l'impacte sociocultural més destacable és el canvi o abandonament de la cultura local per un procés d'imitació de la cultura del turista, a qui els residents consideren superior.

Segons Louise Crandall (1987), els impactes socioculturals del turisme es deriven del dualisme social que es produeix quan arriben noves ideologies, estils de vida, valors... que afecten el comportament dels residents locals. Es produeix així una banalització de la cultura local que la convertirà en un bé de consum més per a l'ús turístic i es perdrà amb el temps el significat originari.

El mot més usat per referir-se a aquest procés d'aculturació ha estat el d'efecte exemple, que serveix per definir tots els canvis de valors i actituds dels habitants locals motivats pel contacte amb els turistes. De vegades, s'arriba a abandonar la cultura local a causa de la imitació de la cultura del turista, considerada superior pels residents. Aquest, però, pot produir-se també de manera inversa quan el turista, fascinat per la cultura que visita, tracta de fer-la seva; en aquests casos, parlem d'efecte exemple invers. Tant en un com en l'altre cas, pot produir-se en diferents intensitats i imitar part o la totalitat de la cultura visitant o amfitriona, i es pot produir de manera provisional o permanent.

4 http://www.Commerce.otago.ac.nz/tourism/Study_resources/Tour211%20Social%20/.

5 Entenem aquí per aculturació el procés pel qual una societat substitueix la seva cultura per una altra.

La preocupació sobre l'impacte social i cultural del turisme es produeix, però, sobretot quan apareix una reacció negativa de la societat d'acollida envers el turisme i es posa en perill la durabilitat de la destinació turística. Segons Doxey (1975), a partir de l'estudi de l'actitud dels nadius envers el turisme a les cascades del Niàgara, les societats d'acollida viuen diferents estadis respecte de la seva actitud envers el turisme i es passa de l'eufòria a l'antagonisme i el malestar.

Les reaccions contràries al turisme es deriven en general d'una mala distribució dels beneficis del turisme, de l'angoixa produïda per la saturació i el col·lapse de les infraestructures i els serveis, del deteriorament mediambiental i de la sensació d'haver perdut un paradís que mai més no tornarà a existir. D'altra banda, si la inversió només té en compte el turisme, és possible que la població local vegi més perjudicis que beneficis, mentre que, si les infraestructures el beneficien, es veurà el turisme com a desenvolupador de la qualitat de vida. A més, com més petit és el desenvolupament econòmic i més gran la diferència turista-resident, més grans seran els impactes. Per tant, seguint amb la línia exposada per Jordi Gascon i Ernest Cañada (2005), és important que la comunitat sigui particip del seu desenvolupament.

Aquestes primeres aproximacions han estat amb el temps ampliades, ja que el turisme, a mesura que evoluciona la societat, presenta també uns impactes diferents. A partir de l'ampliació de la compilació sobre tipologies d'impacte feta per Climent Picornell (1995) a partir d'un treball de Figuerola (1976), podrí-

em dividir els impactes socials i culturals del turisme en les categories següents:

IMPACTES SOCIALS I CULTURALS DEL TURISME		
Tipus d'impacte	Impacte social	Impacte cultural
Estructural	<ul style="list-style-type: none"> - Variació de l'estructura (migració) - Canvis socioeconòmics (nivell de vida/ nivell de consum) - Transformació de l'espai urbà - Creació de nous espais recreatius 	<ul style="list-style-type: none"> - Efectes simbòlics - Substitució de valors i costums - Canvis en la cultura
Fim social	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en l'estructura social (desigualtat) - Canvis en l'estructura demogràfica - Canvis en el nivell de vida - Creació de nous espais recreatius 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura - Establiment de nous valors i costums
Vitessocials	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en el nivell de vida - Canvis en el nivell de consum - Canvis en el nivell de cultura 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura - Canvis en el nivell de vida
Fim cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en l'estructura social - Canvis en el nivell de vida - Canvis en el nivell de consum - Canvis en el nivell de cultura 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura - Canvis en el nivell de vida
Consum	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en el nivell de consum - Canvis en el nivell de cultura 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura
Tipus d'impacte	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en el nivell de vida - Canvis en el nivell de consum 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura
Tipus d'impacte	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en el nivell de vida - Canvis en el nivell de consum 	<ul style="list-style-type: none"> - Canvis en els costums - Canvis en la cultura

2.3. ELS IMPACTES ECONÒMICS

L'impacte econòmic del turisme és, sens dubte, el més estudiat i investigat al llarg de la història del turisme. Això es deu al fet que l'investigador que desitgi estudiar la incidència que té el turisme sobre l'economia té l'avantatge de disposar de totes les dades i variables quantitatives que es realitzen per a l'anàlisi de l'economia, mentre que els que vulguin estudiar els impactes ambientals i socioculturals hauran de basar-se sovint en dades de caràcter més qualitatiu sobre aspectes molt puntuals.

L'estesa creença que el turisme pot produir beneficis a molt curt termini i convertir-se en un instrument per al creixement econòmic és un factor determinant pel qual es tendeix a estudiar més l'impacte econòmic del turisme que no pas l'ambiental i/o els socioculturals. Aquesta visió es veu fomen-

tada per allò que es coneix com a «efecte multiplicador del turisme», o la capacitat del turisme d'influenciar activitats econòmiques que no siguin necessàriament turístiques (Lanquar 1991). L'efecte multiplicador es produeix així quan la despesa turística es filtra a través de l'economia i estimula altres sectors.

La perspectiva sostenible és molt sensible a aquest fet, ja que el desenvolupament turístic pot ajudar al desenvolupament d'altres activitats, com ara l'artesania, l'agricultura o la pesca. No és estrany, per tant, que en general els projectes de turisme sostenible finançats per entitats de cooperació s'emmarquin en programes de desenvolupament comunitari integral i aprofitin l'activitat turística per impulsar altres activitats de caràcter tradicional.

Turistes al mercat d'artesania de Chichicastenango (Guatemala).



Segons Climent Picornell (1995), la base econòmica determinarà en gran part el tipus de turista que és decisiu a l'hora de produir un o altre tipus d'impacte. En aquest sentit un dels aspectes més preocupants del turisme és l'estacionalitat i la necessitat de desenvolupar infraestructures: carreteres, aeroports, etc. Si existeix una forta estacionalitat, gran part de les infraestructures estaran infrautilitzades durant gran part de l'any, de manera que l'amortització serà més petita.

Com més estructurada estigui l'economia local a partir del turisme, més gran serà l'efecte multiplicador i la dependència. Com més gran sigui aquest efecte multiplicador, més gent dependrà del turisme i, per tant, menys es qüestionarà la continuació en aquest negoci. Tanmateix, la sobredependència pot fer molt fràgil l'economia local i produir l'efecte contrari. La taula realitzada per Pere Fullana i Sílvia Ayuso (2001) és força descriptiva sobre la vastitud que aquest pot tenir:

IMPACTES ECONÒMICS DEL TURISME	
Turisme	Consequències
Directes	<ul style="list-style-type: none"> - Ingressos i inverteïbles - Ingressos i inverteïbles dels turistes i dels seus familiars (nòstals, estudiantils, etc.) - Ingressos i inverteïbles dels turistes i dels seus familiars (turistes i familiars) - Ingressos i inverteïbles dels turistes i dels seus familiars (turistes i familiars) - Ingressos i inverteïbles dels turistes i dels seus familiars (turistes i familiars)
Indirectes	<ul style="list-style-type: none"> - Efectes indirectes dels turistes i dels seus familiars - Efectes indirectes dels turistes i dels seus familiars - Efectes indirectes dels turistes i dels seus familiars
Connexions	<ul style="list-style-type: none"> - Turisme i desenvolupament econòmic - Turisme i desenvolupament econòmic - Turisme i desenvolupament econòmic
Nivell	<ul style="list-style-type: none"> - Turisme i desenvolupament econòmic - Turisme i desenvolupament econòmic
Costs	<ul style="list-style-type: none"> - Costos directes - Costos indirectes i fluctuacions del turisme - Costos indirectes i fluctuacions del turisme - Turisme i desenvolupament econòmic (turisme i desenvolupament econòmic)

2.4. L'IMPACTE AMBIENTAL DEL TURISME

L'impacte ambiental és el que es produeix per la presència de l'activitat turística en el medi natural. Podríem dir que es tracta de l'impacte més visible del turisme, ja que és el responsable de la urbanització i desaparició d'elements naturals propis del territori. En aquest sentit, Macià Blàzquez (1989) considera que la urbanització és l'exponent màxim d'humanització, que suposa, entre d'altres, la desaparició de la coberta vegetal i l'eliminació o el desplaçament de la fauna

silvestre. Les causes i els factors que alteren el medi ambient són, entre d'altres, les infraestructures i els equipaments i, en mesura més petita, les activitats del turista. Assenyala, però, que els impactes del turisme en el medi natural van més enllà de la destrucció de l'entorn en les àrees urbanitzades. Fullana i Ayuso han fet un quadre representatiu dels diferents impactes ambientals (2001). Aquest quadre ha estat ampliat amb la informació extreta d'altres fonts (Blàzquez 1989, Picornell 1995).

IMPACTES AMBIENTALS DEL TURISME	
Tipus d'impacte ambiental	Tipus d'impactes específics
Impacte físic	<ul style="list-style-type: none"> - Impactes físics: impactes físics i químics - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica
Impacte social	<ul style="list-style-type: none"> - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica
Impacte estructural	<ul style="list-style-type: none"> - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica

IMPACTES AMBIENTALS DEL TURISME	
Tipus d'impacte ambiental	Tipus d'impactes específics
Impacte físic (físic i químic)	<ul style="list-style-type: none"> - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Contaminació: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica
Impacte estructural	<ul style="list-style-type: none"> - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica - Impactes físic-químics: contaminació atmosfèrica, contaminació acústica, contaminació olfactiva, contaminació tèrmica, contaminació lumínica

El deteriorament ambiental pot comportar una pèrdua d'atractiu turístic i, per tant, una abaixada en la demanda. Per això, a mesura que el procés turístic s'ha anat desenvolupant, els empresaris turístics mateixos han anat prenent consciència de la necessitat de preservar l'entorn al llarg del temps per tal d'assegurar el futur econòmic.

Com veiem a l'exemple dels impactes ambientals en el medi antròpic, els impactes ambientals del turisme acaben repercutint directament sobre la població. Gran part de les destinacions turístiques amb un desenvolupament avançat presenten problemes a l'hora d'abordar el tractament de residus i la depuració d'aigües residuals i, en general, les conseqüències del desenvolupament turístic no planificat.

La planificació i adequació de les infraestructures per al posterior desenvolupament turístic és una realitat en les destinacions que encara no han començat l'activitat turística. En les zones on ja fa anys que es va desenvolupar el turisme, la solució serà difícil, ja que una vegada s'ha construït és molt difícil tornar enrere.

2.5. LA SOSTENIBILITAT COM A RESPOSTA ALS IMPACTES DEL TURISME

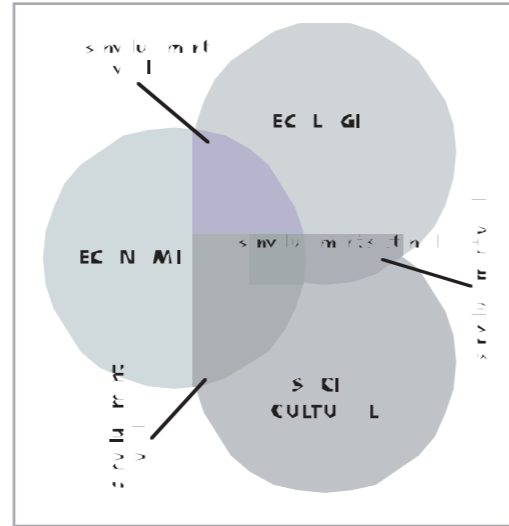
El terme desenvolupament sostenible sorgeix com a conseqüència de la preocupació per l'excessiva explotació dels recursos del planeta. La publicació de l'informe *Los lími-*

tes del crecimiento (Meadows i Randers 1972) va suposar un decisiu avís sobre les possibles conseqüències indesitjables del creixement econòmic. L'evolució prevista a l'informe respecte de variables com la població mundial, la producció industrial, la disponibilitat de matèries primeres, la contaminació o la producció d'aliments presentava perspectives clarament negatives per a les primeres dècades del segle XXI, en cas de continuar les tendències observades. Una realitat que posava en entredit el creixement econòmic mateix amb el qual es justificaven gran part dels impactes.

En l'àmbit turístic, el fet que la degradació de la destinació turística en l'àmbit mediambiental pugui reduir-ne l'atractiu i la competitivitat com a destinació ha fet que el terme sostenibilitat hagi passat de ser un terme usat pels sectors ecologistes de la societat a ser un terme emprat pels hotelers mateixos, que fins aleshores eren assenyalats i acusats de ser-ne els principals responsables.

En general, s'accepta per desenvolupament sostenible la definició formulada per la Comissió Mundial del Medi Ambient i el Desenvolupament del 1988, que el defineix com «el desenvolupament que satisfà les necessitats de la generació present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats». Turisme sostenible, a més, és un terme d'ús generalitzat per referir-se al turisme que persegueix uns objectius més enllà del benefici estrictament econòmic, que busca un equilibri entre el benefici econòmic, la preservació del medi ambient i la

millora de la qualitat de vida dels residents locals i que respecta el context cultural en què es troben ubicats.



Les diferents investigacions sobre impactes del turisme tenen, per norma general, l'objectiu d'avaluar l'impacte amb la finalitat d'establir polítiques que ajudin a minimitzar-lo. Per això, han centrat l'atenció a determinar el llindar o la capacitat de càrrega que marca els límits del desenvolupament (O'Reilly 1986), si bé aquesta és a hores d'ara molt teòrica i dependrà en gran mesura de la concepció que es tingui del desenvolupament en cada cas.

Per això, al llarg dels últims anys s'han pres diferents mesures per tal de fomentar el desenvolupament sostingut en l'àmbit ambiental mitjançant l'elaboració d'indicadors de sostenibilitat. Aquests tenen com a funció establir el llindar de tolerància per evitar l'estrès ambiental i la superació de la capacitat de càrrega. (Blázquez [et al.] 2002). En aquest sentit, cal apuntar que la superació

de la capacitat de càrrega mediambiental esdevé un concepte més quantificable que no pas en els impactes socioculturals. És important destacar que no existeix un consens a l'hora de determinar què podem definir com a sostenibilitat cultural i menys encara capacitat de càrrega cultural, atès que la cultura, com a constructe social, no és quelcom estàtic i, com a element dinàmic, presenta una constant evolució.

Un dels indicadors més usats darrerament és el de la «petjada ecològica» que, segons Jordi Gascón i Ernest Cañada (2005), té com a funció mesurar l'apropiació de superfície biològicament activa per part de la població humana per cobrir el consum de recursos, energia i infraestructures. Si es concep la Terra com una reserva de capital natural que cada any produeix uns interessos en forma de recursos naturals renovables, la sostenibilitat mediambiental exigeix que la humanitat visqui dels interessos i no del capital que els genera.

Tanmateix, el concepte mateix de sostenibilitat i sostenible és sovint criticat per la seva indefinició i subjectivitat. La popularitat del terme «desenvolupament sostenible» n'ha estès la utilització sense reparar moltes vegades en el contingut i les implicacions. En primer lloc, la definició de les necessitats que han de cobrir-se, tant per la generació present com per les futures, és ambigua. També es critica l'excessiu antropocentrisme de la definició comunament acceptada. La sostenibilitat, entesa des d'un punt de vista més exigent, «sostenibilitat forta», requeriria deixar a les generacions futures els mateixos recursos naturals de què dispo-

sa la generació actual. Una «sostenibilitat blana» no exigiria deixar els mateixos recursos, ja que, en canvi, se cedirien coneixements tecnològics i altre tipus de capital. Aquest segon punt de vista és qüestionable, ja que hi ha recursos naturals que són imprescindibles i no substituïbles per tecnologia, com suggereix aquesta formulació. En qualsevol cas, existeix una unanimitat a reconèixer que la base de la idea de sostenibilitat és en si positiva, en el sentit que marca un inici en la presa de consciència sobre la necessitat de preservar l'entorn, a la vegada que s'afavoreix el desenvolupament econòmic i humà a partir de la millora de la qualitat de vida dels habitants.

2.6. LA SOSTENIBILITAT: UNA NECESSITAT DEL SUD I DEL NORD

L'èxit de l'informe Meadows va motivar el replantejament d'algunes idees. Fins llavors, existia un acord bastant general sobre allò que significava i suposava el desenvolupament: el desenvolupament s'associava exclusivament al creixement econòmic. A partir de l'informe Meadows, al contrari, no es podia considerar com a model de desenvolupament el que es basava exclusivament en el creixement econòmic, ja que, a mitjà termini, aquest podria posar fi als recursos naturals o amenaçar la vida del planeta.

El model desenvolupista, per altra banda, assumia que el subdesenvolupament era superable mitjançant una sèrie d'etapes. D'aquesta manera, els països econòmicament més endarrerits s'anirien acostant progressivament als nivells de benestar i consum dels més avançats. Malgrat això, quan s'accepta que els recursos acabarien

sent insuficients, prenent com a referència els nivells dels setanta, no seria ja físicament possible l'equipament internacional dels nivells de consum «cap amunt», mitjançant la universalització del model de desenvolupament dels països industrialitzats envers els més pobres.

Les conclusions de *Los límites del crecimiento* foren criticades i considerades com una amenaça i un fre per als països en expansió econòmica. Una d'aquestes crítiques era que les conclusions no tenien en compte els avenços tècnics o els nous descobriments de matèries primeres. Encara que aquestes eren en part certes, entrat el segle XXI, els problemes s'han agreujat notablement, de manera que ni les noves reserves ni els avenços tecnològics els estan solucionant. A aquesta conclusió arribaren els mateixos autors de l'informe Meadows quan es replantejaren millorar el seu model en un nou estudi a principi dels noranta (Meadows, Meadows i Randers 1993). Els problemes més greus, actualment, es deuen a l'efecte d'hivernacle i al canvi climàtic, a la contaminació d'aigües i d'aire, a la destrucció massiva de recursos naturals (desforestació, erosió, exhauriment de la pesca, pèrdua de biodiversitat, etc.) i a la disminució de la capa d'ozó. Dins de la gravetat, els més urgents són els derivats de l'excés de residus i emissions, per davant de l'escassetat de matèries primeres.

L'abast i l'evidència dels problemes ecològics, així com la seva dimensió planetària, han fet que al llarg de les darreres dècades se succeeixin iniciatives que tracten de cercar solucions. Una de les institucions pione-

res en aquest sentit va ser el Club de Roma, amb informes com els de Meadows i Rangers (1972 i 1993) o Weizsäcker, Lovins i Lovins (1997). Per la seva part, la Comissió Mundial del Medi Ambient i el Desenvolupament fou constituïda per les Nacions Unides el 1984 per dissenyar estratègies que frenassin el deteriorament ambiental. Les conclusions dels estudis de la Comissió es recolliren a l'anomenat informe Brundland (1988), que va popularitzar el terme «desenvolupament sostenible» i la seva definició.

Posteriorment, la Cimera de la Terra o la Conferència de Nacions Unides sobre Medi Ambient i Desenvolupament, celebrada a Rio de Janeiro el 1992, varen reflectir la urgència d'actuar i varen concloure amb diversos acords (alguns incomplets, com el de la reducció d'emissions de gas) i la creació de la Comissió per al Desenvolupament Sostenible. També es varen aprovar els punts de l'Agenda 21, que reuneix els objectius mediambientals en l'àmbit mundial per al segle XXI.

La idea de l'Agenda 21 resulta positiva com a reflex de la necessitat d'actuacions i planificacions internacionals per donar resposta als problemes ambientals. Malgrat això, la redacció resulta confusa. Per una banda, es proposen com a objectiu superar el subdesenvolupament i els problemes ambientals, amb alguns programes basats en el reforçament de l'autonomia dels estats i la seva tasca planificadora. Contradictòriament, la defensa del dogma liberal s'imposà malgrat els seus efectes negatius en relació a aquests objectius (Bermejo 1996).

A poc a poc, però, ha anat quallant la consciència sobre la necessitat de preservar els recursos i millorar la qualitat de vida dels habitants dels països del sud. Aquesta consciència ve en gran part determinada per la irrupció a partir dels anys noranta dels actuals fluxos migratoris i la cada vegada més gran interdependència derivada del procés de globalització.

Un problema bàsic que planteja la sostenibilitat mediambiental és la incompatibilitat amb un creixement econòmic com el present. Els consums i emissions actuals ja són insostenibles i, si s'ampliassin als països del sud els nivells de l'OCDE, la situació ecològica del món seria molt més dolenta, ja que es

requeririen deu vegades més recursos (Weizsäcker, Lovins i Lovins 1997). A tot això, s'hi afegeix la tendència de creixement de la població mundial, que entre 1970 i 2000 va passar de 3.600 a 6.000 milions de persones.

Els problemes ecològics són causats en part per aquest augment, encara que s'ha de recordar que la majoria dels recursos es consumeixen als països del nord, amb densitats de població altíssimes en alguns casos. Així, per exemple, mentre que els ciutadans del nord representen tan sols el 20% de la població mundial, acaparen el 80% de la riquesa i dels recursos i contaminen, en conseqüència, molt més que els ciutadans del sud.



Transport de passatgers a Guatemala.

La constatació de la insostenibilitat està duent a un consens de necessitat de disminució a la meitat de les emissions i la utilització de recursos. Nombrosos especialistes, agrupats en el Club Factor 10, proposen reduccions de fins a un 90% als països del nord per fer possible la sostenibilitat i pensen en els augments necessaris en països del sud per aconseguir l'equitat en l'àmbit mundial (Bermejo 2000, Bermejo i Nebrea 1998).

Malgrat la quantitat d'advertències i estudis sobre el tema, els economistes ortodoxos es resisteixen a admetre la limitació del creixement. La defensa del mercat aconsella introduir els costos ambientals com a externalitats, de manera que els preus reflecteixin correctament tots els costos. Però la valoració d'aspectes com les funcions d'un ecosistema invariables i, a la pràctica, el mecanisme de mercat no ha realitzat una gestió sostenible dels béns naturals, que sí que estan valorats. Se sol al·legar que un nivell econòmic elevat és requisit previ per poder preocupar-se per la natura i dedicar recursos a la conservació d'aquesta. La realitat, com s'ha vist, és que el creixement mateix és causa del deteriorament i que reparar pot ser més costós que prevenir.

Per això, altres autors arriben a afirmar que les activitats de defensa ambiental poden suposar un impuls econòmic, cosa que s'oposa a la tendència de considerar-les una càrrega. La pràctica demostra que fins i tot els governs amb una elevada consciència ecològica, com els d'Alemanya o Suècia, tendeixen a retallar aquestes iniciatives en cas de crisi. En definitiva, es tracta de negar l'evident necessitat de moderar l'exagerat consum de recursos dels països del nord.

Les tendències més optimistes afirmen que la tecnologia hi donarà resposta quan sigui necessari, però, encara que les millores són necessàries i s'han d'aplicar amb urgència, això no és suficient per a la sostenibilitat. Per altra banda, la cura del medi ambient no es pot seguir veient com una càrrega o un luxe. Es tracta de recursos i riquesa que, en molts casos, s'estan dilapidant sense contraprestació, especialment en països del sud. Una vertadera sostenibilitat requereix, pel que fa a recursos, no utilitzar més recursos renovables dels que es generen i minimitzar la utilització dels no renovables. Quant a emissions i residus, haurien d'anar-se generant només els que es poden reciclar (i evitar especialment els no biodegradables) i sense superar la capacitat d'absorció del sistema. La consecució d'aquests objectius fa necessari un profund canvi d'hàbits i estructures. El comportament global del sistema econòmic mundial no ha de tancar els cicles dels materials sinó allargar-los, i és clarament ineficient quant a la utilització d'energia. Cal destacar que els esforços realitzats fins ara no han aconseguit frenar les emissions de gas ni el malbaratament de recursos.

Una de les objeccions principals a la sostenibilitat és la que es refereix a la possibilitat de coartar el creixement de les economies del sud, amb grans mancances. Sutcliffe (1995) proposa la fusió dels objectius desitjables, com el desenvolupament humà i la sostenibilitat en un «desenvolupament humà sostenible». En ambdós casos, es necessita una redistribució: en el cas del desenvolupament humà, envers els marginats actuals i en el de la sostenibilitat, envers les generacions futures. Els recursos per a aquesta distribució són

difícils ateses les relacions de poder, però la moderació del consum dels rics és imprescindible per apropar-se a un desenvolupament humà sostenible.

Centrem-nos per un moment en allò que suposa el concepte de desenvolupament humà dins totes aquestes teories sobre desenvolupament i sostenibilitat. El desenvolupament humà fa referència al procés d'ampliació de les opcions i capacitats de les persones, que es concreta en una millora de l'esperança de vida, la salut, l'educació i l'accés als recursos necessaris per a un nivell de vida digne. La formulació d'aquest enfocament sorgeix a principi dels anys noranta com a resultat d'un procés de crítica a l'economia del desenvolupament dominant, que es caracteritzava pel fet de proposar el creixement econòmic com a objectiu; al contrari, el desenvolupament humà afirma que aquest no ha de ser l'objectiu central del desenvolupament, sinó només un dels seus referents.

Encara que els antecedents d'aquest paradigma poden situar-se fa molt de temps, els més immediats sorgeixen a final dels anys setanta, quan es comprova que els èxits en matèria de creixement econòmic no tenen paral·lel en la millora dels resultats socials. La reacció crítica es va manifestar en diferents fronts: la OIT va impulsar la consideració de l'ocupació com a objectiu fonamental per aconseguir el desenvolupament i reduir la pobresa; el Banc Mundial va prendre consciència de la necessitat de prendre mesures dirigides a garantir un repartiment més equitatiu dels beneficis.

Cal destacar que als darrers fòrums de desenvolupament sostenible de Johannesburg (2002) i a la Cimera de les Nacions Unides per al Desenvolupament Sostenible (1999) s'instà els governs a aprofitar al màxim les possibilitats del desenvolupament turístic amb vista a eradicar la pobresa amb l'elaboració d'estratègies adequades amb tots els agents i les comunitats locals indígenes (Sancho 2005).

Com a conclusió general, es pot dir que la preocupació pel medi ambient i la consciència dels límits del creixement han suposat un pas endavant i han canviat la concepció del desenvolupament. Malgrat això, en molt casos, no s'han assumit els profunds canvis necessaris en els models econòmics i socials, les pautes de consum, etc., per la qual cosa es tendeix a insistir més en altres tipus de solucions, com les basades exclusivament en el control de la població.

3

ELS LLIGAMS ENTRE TURISME I COOPERACIÓ



3.1. ELS INICIS DELS LLIGAMS

Localitzar el moment en què la cooperació per al desenvolupament inicià la seva relació amb el turisme es força complicat. De fet, una de les discussions més freqüents entre antropòlegs, sociòlegs i investigadors dedicats a l'estudi del turisme és la d'ubicar-ne cronològicament els inicis. No són pocs els que no dubten a situar-lo ja al món antic, al món hel·lènic i romà (Mazón 2001, Turner i Ash 1991, Mesplier i Bloc-Durafour 2000). Per aquests investigadors, el turisme actual no seria sinó una continuació d'una pràctica que s'hauria dut a terme ininterrompudament al llarg dels darrers dos mil anys, si bé amb una capacitat de mutació i adaptació a les noves realitats polítiques, socials i culturals sorprenent. Així, per exemple, els mots «turisme» i «record» (*souvenir*), tan propis del fenomen, tenen l'origen en els viatges que els fills dels aristòcrates europeus, especialment els anglesos, realitzaven al segle XVII.⁶

Seguint, però, la tesi d'Agustí Santana (1997), el turisme seria una manifestació del seu temps i d'una realitat socioeconòmica i històrica concreta. Per això, s'ha de partir de la premissa que el turisme s'insereix en les necessitats d'expansió econòmica, social, política, cultural i psicològica de les societats occidentals, en forma de desplaçaments col·lectius que es realitzen lliurement per plaer, recreació o senzillament pel simple desig d'estar a un lloc. Com veurem, unes característiques que coincideixen en molts aspectes amb les que determinen la cooperació.

En aquesta línia, Jordi Montaner Montanejo (1996) afirma que, si bé les persones viatgen des de fa segles, el concepte de turisme no va ser inventat fins a final del segle XVIII a Anglaterra, a partir del desenvolupament de la Revolució Industrial. Per això, tot i que si hom buscàs, es podria establir algun tipus de vincle entre els viatges que es realitzaven abans del segle XX, amb motius més o menys humanitaris, i la cooperació al desenvolupament, és amb el turisme contemporani quan comença a establir-se una connexió directa entre el turisme i la cooperació al desenvolupament, des del moment en què gran part dels seus objectius i interessos comencen a convergir.

Existeix una unanimitat a marcar la dècada dels cinquanta i seixanta com el període de la història en què es desenvolupa el turisme de masses tal i com el coneixem avui dia, gràcies al desenvolupament del model econòmic keynesià o societat del benestar. Aquest model permetia que gran part de les classes mitjanes disposàs de vacances pagades, la millora de les comunicacions aèries que s'havien desenvolupat molt gràcies a la Segona Guerra Mundial i a la irrupció dels vols xàrter i lots turístics que permeteren la popularització dels viatges.

És també en aquest període de la història quan les primeres entitats supraestatals, com per exemple Nacions Unides, comencen a tenir una certa força i es dona lloc a les primeres accions de cooperació de caràcter internacional, encara que distintes a les que

⁶ La motivació principal d'aquests joves era realitzar un viatge que els enriqués culturalment i socialment. A causa del fet que aquest podia durar uns quants anys, rebia el nom de Grand Tour. A aquests joves se'ls denominà turistes i s'establí el costum de retornar a casa amb algun objecte que provés la seva estada a llocs exòtics. Aquests objectes reberen el nom francès de souvenir, amb idèntic sentit que l'actual.

coneixem actualment i amb antecedents ja als anys quaranta. En aquest sentit, podem destacar el pla Marshall que, després de la Segona Guerra Mundial, ajudà a la reconstrucció d'una Europa devastada després de més de sis anys de conflicte.

Un pas important en l'ajuda humanitària va ser la fam de Biafra de 1968 a Nigèria. En aquesta emergència, l'ONU i l'ajuda bilateral no hi prengueren part i aquest fet va donar peu a la primera operació humanitària per part d'ONG. Arran d'aquesta experiència, es crea Metges sense Fronteres (MSF) i als anys setanta comencen a aparèixer altres ONG que operaven en l'àmbit transnacional, com és el cas de Metges del Món, Acción Contra el Hambre o Intermon-Oxfam (Pérez de Armiño 2002)

Per Robert Lanquar (2000), si bé la cooperació tècnica multilateral pel turisme va ser oficialitzada el 1964 per l'Assemblea General de les Nacions Unides, restà relegada a un plànol secundari durant llarg temps pel PNUD (Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament). El 1977, les Nacions Unides reconeixien l'OMT com a entitat assessora per als plans de desenvolupament turístic regionals i internacionals. És, però, a la dècada dels setanta i vuitanta, i sobretot als noranta, quan tant les administracions com les ONGD, cercant vies per al desenvolupament local, perceberen el turisme com un nou filó.

D'altra banda, les empreses hoteleres, esgotat el sòl i els recursos als països del nord, comencen a veure els països del sud com a nous mercats en què desenvolupar el turisme amb uns costos molt inferiors a les desti-

nacions ja madures o tradicionals. Amparo Sancho (2005), a partir de les dades facilitades per l'OMT el 2004, calcula que el ritme de creixement del turisme internacional als països d'ingressos mitjans i baixos en els darrers deu anys és del 97,5%, mentre que aquest mateix període era tan sols d'un 36,7% als països d'ingressos alts.

El 1996, l'OMT signà a l'assemblea general de la UIOOT (Unió Internacional d'Organitzacions Oficials de Turisme) que el turisme ha de participar de la solidaritat internacional entre nacions i va fer un bot qualitatiu important que es perllonga fins als nostres dies (Lanquar 2000). Des de llavors, les actuacions de l'OMT, l'ONU i les agències nacionals de cooperació internacional han multiplicat exponencialment aquestes intervencions i existeix un interès creixent per part del món del turisme per tot allò que es relaciona directament amb la cooperació al desenvolupament. Aquest interès es va materialitzar en la reunió que el 2001 realitzà l'OMT amb els representants dels països més empobrits del món a l'illa de Gran Canària, que va posar els pilars de l'informe *Turismo y atenuación de la pobreza* que publicà l'OMT el 2003.

Tot i aquests esforços des del món del turisme per pal·liar la pobresa, existeixen veus crítiques que posen en dubte la capacitat real del turisme de masses i/o convencional per mitigar la pobresa. Jordi Gascón i Ernest Cañada (2005) destaquen de les diferents iniciatives existents la de «Pro Poor tourism». Aquesta estratègia ha estat adoptada per l'OMT des del 2003 i és al focus d'interès d'altres agències governamentals de cooperació,

amb l'objectiu d'augmentar els ingressos de la població més pobre dels països del sud.

Pels autors anteriors, es tracta d'una iniciativa amb bones intencions però que té com a principal punt feble que els més beneficiats no seran en qualsevol cas els més necessitats, sinó els més rics. A més, critiquen el fet que les diferències socioeconòmiques que es derivin a partir de la distribució dels beneficis siguin considerades factors secundaris en comparació d'altres, com la capacitat de reduir la pobresa en termes absoluts.

3.2. DESENVOLUPAMENT TURÍSTIC I COOPERACIÓ ALS PAÏSOS DEL SUD

Segons Mesplier i Bloc-Durafour (2000), les polítiques turístiques als països del sud tindrien unes característiques comunes: adjudicació de grans infraestructures; allotjaments col·lectius a operadors estrangers abans que a empreses nacionals; creació a les ciutats i regions turístiques d'escoles i instituts professionals d'hoteleria, suport a l'artesanía local; insuficiència de polítiques de conservació i, finalment, escassetat de casos d'integració del turisme en les societats locals. Aquest darrer ve determinat en gran mesura pel fet que el desenvolupament turístic no sigui fruit d'emprenedors locals sinó estrangers.

L'anàlisi anterior és força descriptiva d'allò que representen les grans multinacionals hoteleres ubicades, principalment, a zones de litoral i que tenen una oferta dirigida gairebé exclusivament al sol i platja. Així per exemple, aquesta realitat no es dona en el turisme comunitari que, com veurem més endavant, es troba estretament relacionat amb la coo-



Mostra d'artesanía de San Juan de Oriente (Nicaragua).

peració al desenvolupament. Aquesta oferta turística, tot i que també pot trobar-se al litoral, tendeix a ubicar-se preferentment a l'interior, amb unes característiques molt diferents de les descrites anteriorment.

Als països del sud, l'interès pel turisme des de la cooperació al desenvolupament s'inicia gràcies a una sèrie de factors clau:

- Existència d'uns llaços amb els països del sud.
- Les noves tecnologies que permeten la comercialització directa.
- Millora de les comunicacions aèries en l'àmbit internacional.
- Noves demandes turístiques.
- Solidaritat com a nou valor social.
- Interès que mostra l'empresariat turístic.

Arran d'això, nombroses ONG i comunitats del sud inicien la comercialització de rutes i nous espais turístics en territoris caracteritzats per la seva virginitat ambiental i una

absència total d'infraestructures locals. Aquest fet determinarà el tipus d'oferta que es faci, que es caracteritzarà pel fet de tractar-se d'establiments petits gestionats per la comunitat, ubicats en zones de no sempre fàcil accés, en què molt sovint ja existia un treball previ des de la cooperació internacional.

Un element clau és que el contacte amb ciutadans del nord que, bé siguin cooperants, bé siguin turistes d'aventura, provenen de països en què el sector serveis és el majoritari, afavoreix l'associació de la idea entre turisme i progrés econòmic. Aquesta visió es veu reforçada per l'interès i la valoració que manifesten per l'entorn els cooperants i els turistes d'aventura, atès que fins aleshores la població local només tenia en compte la rendibilitat agrícola que els pogués donar la terra. En conseqüència, les comunitats locals prenen consciència que el sòl i l'entorn humà i mediambiental, l'únic recurs de què disposen, pot tenir una rendibilitat distinta de l'agricultura o altres formes de subsistència tradicionals.

La influència dels cooperants en el desenvolupament turístic de les comunitats es pot veure també des de la demanda. La coexistència a les comunitats d'interior de turistes d'aventura i cooperants afavorirà la confusió, per part de la població local, entre el que és un cooperant i el que ells anomenen *mochileros*. Aquest fet es veu reforçat perquè gran part dels cooperants disposen de temps lliure que usen per realitzar turisme sovint sense gaires mitjans, de manera que acaben engrandint les files dels turistes aventurers que volen fugir dels canals turís-

tics tradicionals. La voluntat de moltes ONG davant aquest fenomen és rendibilitzar aquest flux turístic ininterromput i facilitar una modalitat turística que ajudi a satisfer les demandes d'aquests nous turistes al mateix temps que es contribueix al desenvolupament local.

En nombroses ocasions han estat les ONGD mateixes les que han pres consciència que l'hospitalitat amb què eren rebuts provocava, moltes vegades, un empobriment de la comunitat que, per la seva pobresa, tenia no poques dificultats a l'hora de mantenir els convidats. El fet que gran part dels visitants siguin originaris de regions turístiques donà lloc que es veiés el turisme com una oportunitat per mantenir les visites sobre terreny alhora que es promovia el desenvolupament econòmic local i, sobretot, s'evitava crear un impacte econòmic amb les visites de les contraparts.

En aquest sentit, avançam un fragment d'una entrevista realitzada a Francisco José Muñoz, gerent de la «Unión de Cooperativas Agrícolas de Miraflores», una entitat nicaragüenca que des de principi dels anys noranta treballa en el món del turisme a causa de les dificultats que representava per a l'entitat el manteniment d'un flux cada vegada més gran de cooperants:

Francisco José Muñoz: *había visitas de esos organismos aquí,⁷ brigadas, etc. Para eso había que disponer de recursos: vehículo, personal de junta directiva y técnico para acompañarlos, organizar la gira para que conocieran Miraflores, etc. [...] Estaba viniendo muchísi-*

ma gente y la UCA estaba cargando con todos los costes, entonces miramos que era muy complicado y llegó un momento en que no teníamos muchos recursos y sin embargo las visitas seguían viniendo. Entonces pensamos que era necesario que la gente cubriera sus costes.

Tanmateix, el cert és que encara avui en dia el món del turisme i el de la cooperació viuen en realitats contraposades i, en no pocs casos, enfrontades. El desenvolupament turístic dels països del sud per part de multinacionals estrangeres ha fomentat, moltes vegades, un cert sentiment de colonització a causa dels forts impactes mediambientals, socials i culturals derivats de la imposició de models de treball aliens a la cultura local, que cercaven la maximització del benefici econòmic per damunt del desenvolupament humà de la societat receptora. Per això, la sensibilitat dels cooperants envers els impactes que tracten de mitigar mitjançant la seva acció de cooperació sovint fa veure amb recel el desenvolupament turístic del territori on es desenvolupa el projecte de cooperació.

Aquest fet es veu agreujat pel desconeixement que els professionals de la cooperació i el turisme tenen uns respecte dels altres i que, com afirma Salvador Palomo (2003), pot donar lloc que les accions de cooperació en turisme no tinguin suficient impacte i fins i tot que aquest sigui negatiu. Per això, Salvador Palomo recomana diferenciar entre desenvolupament turístic i expansió turística, entenent el primer com un reforçament del procés de desenvolupament econòmic global i integral (desenvolupament

humà) i el segon com una dinamització de les economies turístiques del país sense que aquest no aportï realment una visió de sostenibilitat que condueixi a un procés de millora qualitativa i quantitativa dels elements següents:

- Lluita contra la pobresa.
- Distribució equitativa de la riquesa.
- Transformació social.

3.3. LES MOTIVACIONS DELS NOUS TURISTES: LA SOLIDARITAT COM A NOU PRODUCTE TURÍSTIC.

Fins als anys cinquanta i seixanta, quan s'inicia el turisme de masses, el turisme havia estat una activitat reservada a les classes més benestants. Avui dia, la majoria dels ciutadans dels països enriquits practiquen el turisme. Cada any augmenta el nombre de persones que trenquen la seva rutina diària i viatgen a paratges als seus ulls exòtics, com una manera d'enriquir la vida quotidiana. A diferència dels anys seixanta, però, quan la irrupció dels vols xàrter donà peu a allò que avui coneixem com a turisme de masses, caracteritzat per la venda de paquets turístics molt estandarditzats i similars, cada vegada són més les persones que volen un producte diferenciat i personalitzat.

La permanent capacitat d'adaptació que té el turisme respecte dels nous valors i demandes del consumidor li ha permès adaptar-se al llarg de la història a les exigències del mercat. L'augment de la diversitat en els productes ha propiciat la irrupció de noves formes o modalitats turístiques que defugen els canals tradicionals de comercialització.

Internet ha demostrat ser un instrument imprescindible i preferent per a la comercia-

7 Es refereix a representants d'ONGD que finançaven els projectes de l'UCA.

lització d'aquestes noves formes, com el turisme responsable i totes les seves derivacions. Amb tot, la part més gran de l'oferta i, per tant, de la quota del mercat turístic, es troba en mans dels grans operadors turístics i multinacionals hoteleres, en general més interessats encara en la venda de paquets turístics de sol i platja i/o altres modalitats orientades a una alta rendibilitat dels beneficis, com ara turisme de congressos, cicloturisme, turisme d'aventura, etc.

En aquest context, tot i que la cooperació ha evolucionat profundament al llarg de la segona meitat del segle XX, ha tingut com a constant per als cooperants l'existència del «viatge», un fet que els unirà indefugiblement al turista o al viatger. La pràctica d'una i altra van lligades a l'existència de temps lliure i a la necessitat de satisfer necessitats no materials.⁸ De la mateixa manera, en la psicologia d'un turista i un cooperant hi ha un desig d'autorealització, un valor afegit, en definitiva intangible, que compartirà amb un sector cada vegada més important del turisme internacional.

De fet, els nous valors socials postindustrial, propis dels països occidentals en què, superades les necessitats més bàsiques, es comencen a demanar productes de caràcter intangible, estan ajudant a promoure la irrupció de noves formes de turisme molt distintes de les que fins ara havíem conegut.

Per J. Montaner (1996), aquesta nova realitat pot relacionar-se amb la piràmide de necessitats elaborada per Abraham Maslow, que estableix les motivacions humanes a partir

d'una escala de necessitats. Aquestes van des de les més fonamentals, situades a la base de la piràmide, a les secundàries que, sobretot referides a aspectes d'autorealització personal, es trobarien a la cúspide de la piràmide.

Concretament, aquestes necessitats són:

- 1 Necessitats orgàniques o fisiològiques
- 2 Necessitats de seguretat
- 3 Necessitats de vinculació o socials
- 4 Necessitats psicològiques d'estimació o amor propi
- 5 Necessitats d'autorealització

Seguint amb la relació establerta per Montaner, i pel que fa a la cooperació al desenvolupament, al tercer nivell trobaríem una de les principals motivacions per a la realització del viatge solidari que, no obstant això, sovint s'amaga: realitzar un tipus de viatge «diferent» i de caràcter alternatiu, amb l'objectiu de ser socialment acceptat mitjançant l'adopció com a propis de valors que, com la solidaritat, tenen pràcticament una unànime acceptació social. Aquest pensament es veuria reforçat per la percepció negativa que es té del turisme de masses o de sol i platja per part de segments importants de la població dels països emissors de turistes i cooperants. Aquestes tipologies de turisme (de masses o de sol i platja) estan en certa manera estigmatitzades a causa de la consciència dels seus impactes negatius i de la falta de contacte que es té amb la població local.

Un dels aspectes en què es fa més incidència és que el viatge solidari implica una relació més intensa amb la població i, per tant,

una interacció més gran d'igual a igual entre el turista i el resident. S'ha de dir que es tracta d'un discurs basat, sobretot, en la voluntat d'evitar una imatge de colonialisme i servilisme de la població local, una de les principals crítiques que tradicionalment s'ha fet al turisme (Jurdao 1990, Turner i Ash 1991, Smith 1978).

El nivell quatre de la piràmide de Maslow és també decisiu. Hom necessita estar en harmonia amb un mateix i, especialment per a la gent sensibilitzada amb les problemàtiques de caire social, cultural i/o mediambiental, es fa difícil realitzar una activitat que pot atemptar contra els propis principis. D'aquesta manera, les diferents sensibilitats socials creen una demanda d'ofertes turístiques respectuoses. Per això, hem de tenir en compte que encara que la cooperació es defineix sovint com una acció o activitat altruista, existeix en el mateix fet una recerca del reconeixement propi i dels altres. En altres paraules, una autorealització a partir del que hom considera un deure ètic i que, per tant, en ser realitzat es converteix en autosatisfacció: el nivell cinc de la cadena de valors de Maslow.

Convé, per tant, fer una reflexió sobre la relació que hi ha d'haver entre el turista i el resident per tal que ambdós vegin profitosa la trobada, entenent que d'una o altra manera es tracta de satisfer les necessitats d'un i altre. Cal dir que, massa sovint, sota el paraigua del viatge políticament correcte o «autèntic», s'aixopluguen molts viatgers que aporten poc a les comunitats d'acollida i ocasionen els impactes que precisament pretenen evitar o, com a mínim, maximitzen

la importància de l'impacte ambiental i sociocultural sense tenir en compte la importància de l'impacte econòmic.

No són pocs els casos de «viatgers d'aventura» que tracten de viatjar sense gastar pràcticament res i regategen a la població local qualsevol tipus de bé, per baix que sigui el cost. Aquesta realitat a Amèrica Central ha donat lloc al terme *mochilero*, per referir-se despectivament als que, defugint els canals d'oferta turística tradicional o més comercials, viatgen amb la motxilla per Amèrica Llatina. S'ha de tenir en compte que la població receptora de turisme sol veure el turista com una font d'ingressos i que, en conseqüència, si aquest no compleix les expectatives, acabarà creant recels envers el visitant, que es veurà com algú que no aporta res a la comunitat.

L'estada a un país del sud com a cooperant pot convertir-se en una alternativa a això que acabam d'explicar, si bé presenta també serioses limitacions. En general, les ONGD mallorquines, o amb seu a Mallorca, que duen a terme projectes de cooperació a països del sud coincideixen a afirmar que existeix un biaix significatiu respecte de les seves necessitats de voluntariat.

Actualment, existeix més demanda per fer de cooperant que oferta, mentre que hi ha un dèficit en altres àmbits com la sensibilització o el voluntariat als països d'origen.

Hem de tenir en compte que gestionar l'arribada i la inclusió de cooperants del nord en un projecte de cooperació no sempre és fàcil i que en molts casos els costos poden

8 Ens referim a necessitats de caràcter existencial o psicològiques, en general.

superar els beneficis. Les despeses del viatge, molt elevades en vols transoceànics, els costos de manteniment i altres despeses indirectes encareixen molt l'estada del cooperant. A cops es considera que aquests recursos, gastats directament en la comunitat, tindrien una efectivitat molt més gran que l'ajuda que pugui donar el cooperant.

És important fer èmfasi en la idea que els habitants del nord que volen tractar d'incidir positivament en la societat d'acollida no han d'actuar necessàriament com a cooperants a un país del sud. De fet, si aquest viatge s'acompanya d'una despesa extraordinària per a l'ONGD, entitat donant i/o ONGD beneficiària, és molt possible que «l'impacte econòmic» sigui realment negatiu per a la comunitat, des del moment en què diners que haurien d'anar destinats al foment de viatges de cooperació al desenvolupament acaben sent destinats a viatges particulars. Amb això no volem dir que l'acció de cooperació i fins i tot el viatge de sensibilització no estiguin justificats per la seva utilitat, bé des d'un punt de vista tècnic, bé perquè l'experiència viscuda repercutirà en el futur com a eina de sensibilització al nord. Ens referim sobretot al fet que és important que els viatges que no siguin estrictament necessaris des d'un punt de vista tècnic siguin pagats pel consumidor, atès que és difícil d'entendre que a algú se l'anomeni solidari perquè viatja amb les despeses pagades i sense cap tipus de contraprestació a canvi.

3.4. EL TURISME COM A EINA DE SENSIBILITZACIÓ: EL TURISME RESPONSABLE, EL TURISME SOLIDARI, EL TURISME COMUNITARI

Una de les acusacions del turisme de masses convencional ha estat sempre la manca d'interès per la cultura local més enllà de la recerca d'uns estereotips creats moltes vegades per a ús turístic. Les noves modalitats turístiques, lligades a la cooperació al desenvolupament, tracten d'arribar als turistes que, interessats en la realitat social de la destinació, poden sensibilitzar-se amb la seva estada turística i, en el més bo dels casos, interactuar a la seva tornada.

Davant aquesta demanda, moltes ONGD han anat creant allò que s'anomena viatges de sensibilització i/o turisme solidari, que tenen com a funció apropar els habitants del nord a la realitat del sud i que són una bona iniciativa inserida en allò que s'anomena «turisme responsable», entès com el turisme que pren en consideració els contextos naturals, socioculturals, econòmics i polítics d'una destinació, cerca la maximització dels beneficis i minimitza els impactes negatius del turisme. En qualsevol cas, es tracta d'un concepte molt lligat a la demanda.

Per l'ONGD Sodepau, aquest sorgeix de la reflexió sobre els impactes negatius del turisme i les aportacions de models turístics alternatius.⁹ Per ells, el turisme responsable s'engloba, com el comerç just, dins el concepte de consum responsable, amb la diferència que és el consumidor, i no el producte, el que es desplaça.

9 http://www.sodepau.org/cat/index.php?id=centreamerica/articles/Turisme/que_es_turisme_resp.htm.



Cabanes turístiques i embarcador de l'experiència Ak'tenamit a Livingstong (Guatemala).

Aquesta realitat ha induït especialistes en la matèria com Salvador Palomo (2003) a decantar-se més per l'ús del terme «turisme just», entenent-lo com el procés de producció turística en què s'acorden una sèrie de coresponsabilitats entre els agents que hi operen i hi intervenen, amb l'objectiu de garantir una adequada distribució dels marges i el compliment de codis de conducta. Cal aclarir que no es tracta tant d'un tipus concret de turisme sinó d'una nova manera de crear productes turístics amb les mateixes premisses que operen en el comerç just. En conseqüència, com afirma Amparo Sancho (2005), el turisme just és en definitiva una forma de comerç just.

Si bé cada vegada existeix una oferta més àmplia d'aquestes noves tipologies turístiques, no existeix un consens a l'hora de definir les experiències o iniciatives que poden merèixer l'adjectiu de solidàries, justes o sostenibles. En qualsevol cas, però, s'observa que la gent que coneix directament la realitat dels habitants dels països del sud adopta a la seva tornada una actitud més sensible i moltes vegades acaba participant en campanyes de sensibilització al nord.

A la inversa, no són pocs els casos de turistes que, sensibilitats per les realitats viscudes durant la seva estada turística, decideixen implicar-se en el desenvolupament del país visitat una vegada tornen del seu viatge.

Aquesta implicació pot ser de caràcter formal, si s'inscriu al si d'una organització ja existent que executa una campanya determinada, o bé informal, amb la sensibilització de les persones que coneix i té més properes, de manera que el viatge mateix pot constituir finalment una eina de sensibilització.

A hores d'ara, existeixen nombroses tipologies de viatges relacionats amb la cooperació en què la sensibilització és el principal objectiu: els viatges als campaments de refugiats sahrauís que anualment organitzen les diferents associacions de solidaritat amb el poble sahrauí, les brigades internacionals, els distints viatges que realitzen polítics de distintes institucions o fons de cooperació per al desenvolupament, i un llarg etcètera. Si bé és pot adduir que la funció d'aquests viatges no era la turística tal i com la concebem comunament i de manera estereotipada, no ho és menys que hi tindria una estreta relació que entra perfectament en els paràmetres amb què l'OMT defineix turista.¹⁰ Tot i així, comunament es relaciona més aquests viatges amb la cooperació que amb el turisme i els viatgers s'anomenen sovint cooperants.

Encara que en general sol passar que els que emprenen el viatge ja són de per si els més sensibilitzats, en tot cas, a la tornada del viatge han reforçat la idea que és necessari canviar el nord per canviar el sud, així com també la importància d'emprendre accions de cooperació. D'altra banda, no sempre es compleix la premissa que un cooperant quan

torna interactua més amb l'ONGD. Si bé aquest fet es pot deure en part a discrepàncies sobre la manera en que s'executen els projectes, no poques vegades és perquè una vegada es retorna al país d'origen es perd l'al·licient principal per cooperar: el viatge.

Per això, tenint en compte que l'objectiu del projecte és, en definitiva, la raó de ser de l'acció de cooperació, en alguns casos les ONG prefereixen que els viatgers hi vagin com a observadors o com a turistes solidaris que no pas com a cooperants. No en va és sempre millor contractar personal local i fomentar l'autonomia de la comunitat local que crear una sobredependència constant d'un ajut que només arregla els problemes locals a curt termini. Amb això, es pretén també arribar a un nombre de persones més gran, atès que, en general, la gent no sempre està disposada a utilitzar les vacances per fer voluntariat.

L'adopció i realització de «turisme responsable» pot anar o no lligada a un projecte de cooperació. En aquest sentit, podríem definir aquest com la casa comuna a les modalitats turístiques que persegueixen una minimització dels impactes negatius del turisme i una maximització dels positius. No és estrany, per tant, que el terme es confongui i se solapi amb el de turisme sostenible, si bé el segon se sol relacionar més amb la simple minimització de l'impacte ambiental.

Dins del turisme responsable o turisme just, els dos conceptes més usats per referir-se a

les modalitats turístiques en què existeix una relació directa amb un projecte de cooperació o amb una acció solidària són els de turisme solidari i turisme comunitari. Com dèiem, a hores d'ara existeix una confusió d'aquest amb altres formes de turisme com són l'ecoturisme, les brigades internacionals, el turisme comunitari o el turisme just. Així, per exemple, pel secretari general de l'OMT,¹¹ el turisme solidari és «la forma de turisme en què el visitant no es preocupa solament del seu propi interès, sinó que té en compte els efectes econòmics, socials, ambientals i culturals de la seva visita en la comunitat». Una definició que coincideix perfectament amb la de turisme responsable.

Tanmateix, com succeeix en gran part de les definicions de tipologies de turisme, no existeix una definició consensuada sobre allò que es pot entendre per turisme solidari. En general, es tracta d'una modalitat caracteritzada per la participació activa del turista dins la comunitat mitjançant un projecte de cooperació al desenvolupament. Per tant, podríem definir-lo com la forma de turisme en què la motivació del viatge és ajudar al desenvolupament integral de la comunitat d'acolliment a partir del viatge o fet turístic mateix. En aquest sentit, la publicitat de la pàgina web de Càritas Perú, adreçada als futurs turistes solidaris, es força significativa.¹²

Ven, visítanos y vive una experiencia extraordinaria, compartiendo no sólo con la familia que te hospedará, sino también con toda la comunidad anfitriona. Tendrás la oportunidad de conocer nuevas culturas, costum-

bres, tradiciones, probar comida típica de cada lugar y aprender el idioma español.

Podrás aprender a pescar de forma artesanal, la elaboración de diferentes artesanías, y apoyar en la organización y realización de diferentes actividades turísticas.

Tú a cambio colaborarás con los trabajos de la comunidad y ayudarás a su desarrollo, al incrementar los ingresos de tu familia anfitriona. También podrás compartir elementos de tu cultura, tus conocimientos y enseñarles algo de tu idioma.

Las comunidades donde podrás trabajar y vivir esta experiencia inolvidable fueron seleccionadas porque cuentan con un gran potencial turístico al encontrarse cercanas a bellos atractivos históricos y naturales, y contar con cualidades únicas.

En realitat, si entenem per turista solidari el que realitza una acció solidària amb la seva experiència turística, trobaríem que es confon amb la definició de cooperant. Aquesta confusió ve determinada per la novetat que representaria el fet que un turista realitzi una acció solidària en forma de treball, que en principi hauria de ser la principal diferència respecte del cooperant.

Per tant, si acceptam el polèmic mot «turista solidari», possiblement l'única diferència respecte del cooperant seria el grau de compromís i responsabilitat amb el projecte a executar. Mentre que el turista solidari ajuda al desenvolupament d'un projecte per un període molt breu de temps, el cooperant

¹⁰ L'OMT (Organització Mundial del Turisme) entén per turisme les activitats que realitzen les persones durant els seus viatges i estades distints dels del seu entorn habitual per un període de temps consecutiu inferior a un any amb fins d'oci, negoci i altres motius. D'altra banda, entén per turista tota persona que es desplaça entre dos o més països o dins del seu país de residència habitual, per una duració inferior a dotze mesos, i la finalitat principal del viatge no és exercir una activitat que es remuneri en el lloc visitat.

¹¹ http://www.enredando.org.ar/noticias_desarrolloshtml?x=28408.

¹² <http://turismosolidario.caritas.org.pe/voluntariado/index.htm>.

sol formar-ne part en un sentit extens i en un període de temps que no es limita a l'estada al país del sud.

El turisme solidari presenta nombroses variants. Si bé en general quan es parla de turisme solidari se sol fer referència a una col·laboració explícita de caràcter laboral, existeix una part significativa de l'oferta comercialitzada com a «turisme solidari» en què el turista es limita a participar tan sols com a observador. És important remarcar que una contribució de caràcter laboral no ha de significar necessàriament un benefici més gran per a la comunitat d'acollida i que, de fet, moltes vegades, pot resultar fins i tot contraproductiu. No hem d'oblidar que als països del sud, en general, hi ha excedents de mà d'obra i altes taxes d'atur, mentre que falten recursos i llaços que els permetin gestionar projectes de cooperació al desenvolupament.

No obstant això, abans de plantejar-nos qualsevol projecte de cooperació, ens hauríem de plantejar si la tasca que desenvolupa un cooperant o un voluntari estranger podria ser desenvolupada per personal local i contribuir així a millorar capacitats, a un desenvolupament més gran, a disminuir la dependència i a crear llocs de treball qualificats.

No és menys cert que si no existeix una cooperació activa en la comunitat per part del visitant i aquest es limita a observar la realitat que l'envolta, difícilment es pot parlar de solidaritat. És per això que es tendeix més a l'ús del terme turisme responsable o turisme just, si bé el terme «turisme solidari» pot tenir més «viabilitat» que no els anteriors, de caràcter més tècnic i difícils d'entendre.

Per això, és important que s'analitzi amb deteniment l'aportació que ha de fer el visitant i es busqui en tot moment la prioritització del benefici per a la comunitat d'acolliment sense oblidar el benestar del visitant que determinarà, òbviament, l'arribada de nous turistes i fins i tot la repetició de l'experiència per part d'aquests.

L'altre terme d'ús comú és el de turisme comunitari, que podria concretar-se en la modalitat de turisme en què l'establiment turístic i l'oferta complementària es troben gestionats per la comunitat, amb una perspectiva de desenvolupament que fomenti la igualtat dels seus membres. En aquest cas, més que d'una modalitat de turisme i, per tant, de la demanda, es tractaria d'una característica de l'oferta que determinaria la decisió d'una comunitat d'integrar el turisme com una nova activitat per al desenvolupament.

A hores d'ara, la manca d'uns marcs que determinin cadascuna de les categories anteriors pot resultar molt perjudicial per a un producte que presenta un valor afegit més enllà d'allò que és estrictament econòmic. No seria d'estranyar que sota el paraigua dels mots anteriors acabin aixoplugant-se iniciatives que, si bé poden aparentment perseguir la solidaritat, acabin per tenir uns impactes negatius més grans que els positius.

Sens dubte, però, el terme més treballat i del qual existeix una bibliografia més especialitzada continua sent el de «turisme sostenible» que, a poc a poc, va proposant mesures per minimitzar els impactes socioculturals negatius i tracta de maximitzar els be-

nefics econòmics. El turisme responsable i el turisme just poden, per tant, integrar-se com a característiques i propostes d'actuació necessàries per a la sostenibilitat i definir-se com a solidaris, si la seva existència s'emmarca en un projecte de cooperació al desenvolupament, i comunitaris, si s'emmarquen al si d'una iniciativa sorgida i desenvolupada per la comunitat d'acolliment.

3.5. TURISME I COOPERACIÓ: ELS SEUS ACTORS A PARTIR DEL CAS DE MALLORCA

Segons Melplier i Bloc-Durafour (2000), existeixen tres tipus d'agents i institucions que intervenen en el desenvolupament turístic dels països del sud, cadascun amb objectius i medis d'acció molt diversos:

- Les autoritats locals: el seu posicionament pot anar de l'hostilitat més manifesta (Corea del Nord, per exemple) a l'adhesió entusiasta (Cuba).
- Els professionals del turisme: interessats a oferir noves destinacions, contribueixen al seu finançament (operadors turístics, empreses hoteleres, transportistes...).
- Les institucions internacionals: l'ONU, l'OMT o el Banc Mundial també contribueixen i financen el seu desenvolupament.

L'anterior és un esquema clàssic que, si bé no deixa de tenir una rellevància significativa, cal ser ampliat amb nous actors. Ens referim sobretot als consumidors i a la societat civil de manera genèrica i a les entitats financeres o donants en el cas d'experiències lligades a la cooperació al desenvolupament. Com afirma l'OMT (2003), perquè el procés de desenvolupament turístic es converteixi en un instrument per eradi-

car la pobresa, s'ha de dur a terme des d'una perspectiva multisectorial en què participin els distints agents implicats: governs, sector privat, beneficiaris, societat civil i donants.

De tots aquests, són possiblement els consumidors els que més pes tenen a l'hora de determinar l'èxit o el fracàs d'una experiència turística o com a mínim el marge de benefici. En una societat cada vegada més sensibilitzada sobre fenòmens com l'exclusió social, l'explotació i la preservació del medi ambient, el consumidor, davant dues ofertes, pot veure la sostenibilitat del producte com un valor afegit al producte turístic que determinarà la futura elecció. Així, per exemple, la sensibilització sobre les condicions de vida dels treballadors de l'hoteleria a països del sud pot fer canviar les polítiques de les multinacionals hoteleres del nord.

Aquesta pràctica és recomanada per l'OMT en diferents informes però sobretot al «codi ètic mundial per al turisme», reconegut per l'Assemblea General de Nacions Unides el desembre de 2001. Es tracta d'una aposta per la sostenibilitat que té com a objectiu l'acostament entre els diferents actors implicats per tal de minimitzar els impactes negatius del turisme alhora que es promou el desenvolupament de la regió turística.

En aquest context, l'empresariat hotelier cada vegada és més conscient de la necessitat d'adoptar mesures per evitar els impactes negatius, alhora que augmenta el seu compromís social amb l'anomenada responsabilitat social corporativa. Aquesta té com a funció la presa de consciència per part de l'empresariat de la necessitat de dur

a terme polítiques que fomentin el desenvolupament sostenible, sota la premissa que no es pot fer negoci en una societat sense recursos, així com no es pot mantenir la salut d'una empresa si la societat que l'envolta està malalta. Cal dir que, a més, la responsabilitat social corporativa ajuda a guanyar la confiança de la societat envers l'empresariat i el producte turístic ofert.

Per Sebastià Verd (2005), la seva implantació té com a principal antecedent el codi ètic de l'OMT, que dotava l'empresariat turístic d'un marc de referència per a un desenvolupament sostenible i responsable en l'àmbit mundial. La seva funció era evitar que el turisme es convertís en un nou tipus d'explo-tació colonial en mans dels països desenvolupats, mitjançant una crida explícita als empresaris que, en definitiva, són els que més canvis generen en la societat.

A Mallorca, les principals cadenes hoteleres han anat creant fundacions i departaments que tenen com a funció la promoció dels objectius anteriors i/o el desenvolupament de polítiques solidàries. Les seves actuacions es poden dur a terme al país d'on és originària l'empresa o al país on tenen ubicats els diferents establiments hotelers, si bé no és estrany el cas en què les actuacions es realitzin en ambdós llocs alhora.

La Fundació Barceló pot ser considerada una de les experiències pioneres dins l'empresariat hotelier mallorquí. Fundada per la família Barceló Oliver el 1989, realitza una tasca social basada entorn de les àrees de salut, cooperació per al desenvolupament, art i cultura. Amb el temps, altres cadenes han

realitzat iniciatives similars, com ara la Fundació Iberostar i la cadena Riu que, a més de la tasca realitzada des de la cadena, ha estat socialment reconeguda per la seva col·laboració amb la Fundació Campaner, una ONGD mallorquina que treballa al Níger per a l'eradicació de la malaltia infantil noma.

L'empresariat turístic, però, no solament es troba conformat per multinacionals. Si bé, com dèiem anteriorment, els mons del turisme i el de la cooperació han viscut d'esquena fins fa relativament poc, actualment pren força la idea que el turisme pot ser una eina útil per a la cooperació al desenvolupament i s'inicia així, de manera molt autodidacta, la comercialització d'iniciatives turístiques en clau solidària. Si bé una part significativa d'aquestes no ha aconseguit fer quallar el seu producte de manera reeixida, diferents estudis de mercat mostren que fins a un 10% dels turistes podrien mostrar-se interessats a practicar turisme responsable en un futur proper.

Un dels factors que ha determinat la inviabilitat d'aquests projectes ha estat, sens dubte, la manca de coneixements de màrqueting turístic, sobretot pel que fa a les polítiques de promoció que, en general, no han anat més lluny que la simple comercialització d'una pàgina web gaire sovint no adaptada a les necessitats dels clients potencials. A això cal afegir la falta de formació en matèria turística que, com a mínim, ha limitat el seu desenvolupament d'acord amb el potencial real. Una realitat que ha animat actors relacionats amb el turisme a cobrir aquest buit mitjançant la

creació d'ONGD com Turisme Just, que té com a objectiu apropar el món del turisme i el de la cooperació al desenvolupament.

Si bé en el cas de Mallorca es tracta d'un fenomen prou recent, des de fa anys arreu d'Espanya s'han anat creant ONGD amb objectius similars a l'anterior. Gran part d'aquestes estan integrades per persones provinents del món de la cooperació i/o del turisme i tenen com a element comú la recerca de la sostenibilitat turística. Per això, basen el seu treball en la promoció via Internet de:

- Difusió i comercialització d'experiències turístiques lligades a la cooperació per al desenvolupament i/o la sostenibilitat.
- Denúncia d'iniciatives turístiques poc respectuoses amb l'entorn, societat i/o cultura.
- Divulgació dels principals informes i investigacions referents a turisme sostenible i/o a modalitats turístiques responsables.
- Fòrums de debat sobre turisme.
- Certificacions de turisme sostenible i/o responsable.

Pel que fa la comercialització, Salvador Palomo (2003) proposa que el món de la cooperació, més que tractar de crear una indústria turística paral·lela a l'existent, hauria de promoure una nova categoria turística dins les estructures turístiques convencionals amb l'objectiu de fomentar que qualsevol tipus de producció turística pugui realitzar-se i comercialitzar-se en clau solidària.

Un altre punt de vista és el de crear instruments propis de comercialització a través de la unió dels esforços de petites i mitjanes

empreses locals, en certa manera oblidades pels operadors turístics convencionals i pels ministeris de turisme nacionals. Així, per exemple, a Nicaragua, i promoguda per l'«Asociación Tecuilcán», s'està conformant la «Red de Turismo Sostenible», que compta amb petites iniciatives turístiques locals que, a més d'oferir rutes i serveis conjunts, aprofiten el finançament d'organismes de cooperació internacional com el Fons Mallorquí de Solidaritat i Cooperació, per promoure capacitacions per als treballadors, crear un operador turístic comunitari, obtenir microcrèdits per a la millora d'infraestructures i establir aliances amb agències de viatges europees o de la regió centreamericana.

Existeixen, això no obstant, distints punts de vista sobre la manera en què s'ha d'intervenir en matèria turística des de la cooperació al desenvolupament. Una d'aquestes, per exemple, és la de la no intervenció directa en la indústria en sí: establiments, agents de comercialització, etc. Segons aquesta visió, la cooperació ha d'intervenir tan sols tangencialment mitjançant l'assistència mèdica, l'educació i la capacitació als treballadors i la població que viu a les destinacions turístiques. Això es fomenta en la idea que no és desitjable una intervenció en matèria econòmica, atès que aquesta l'han de dur a terme els emprenedors del sector. D'altra banda, el finançament d'aquestes activitats complementàries no estaria tampoc exempt de polèmica, ja que pot ser interpretat per alguns sectors com un finançament encobert de multinacionals hoteleres amb diners públics.

Un dels factors que influeix en el foment dels recels dels actors relacionats amb la cooperació al desenvolupament envers els operadors turístics i l'empresariat turístic en general és la por a ser absorbits o a dependre excessivament de grans corporacions econòmiques i perdre així la independència que actualment els caracteritza. Per això, com dèiem abans, és important que existeixi un mínim consens entre els agents implicats a l'hora de determinar els requisits perquè es pugui considerar un viatge just o responsable.

Per aquest motiu, paral·lelament al desenvolupament del turisme responsable, han anat sorgint distintes iniciatives que tenen com a funció certificar la sostenibilitat de l'establiment, la cadena hotelera o la destinació turística. A tall d'exemple, el 1995 es fundà l'Institut de Turisme Responsable que, tot i ser de caràcter independent, es coordina i treballa conjuntament amb l'OMT i la UNESCO i pren les recomanacions de l'Agenda 21 de la Cimera de Rio de Janeiro, la Carta de Turisme Sostenible i les distintes directrius emanades dels diversos programes de la UNESCO. Una de les tasques que desenvolupen és la cessió de les certificacions *Biosphere hotels* adquirides voluntàriament pels establiments que ho desitgen. Els impulsors d'aquestes certificacions addueixen que, d'aquesta manera, s'estableix un criteri comú que ajuda a la promoció dels valors que conformen el turisme responsable des d'una perspectiva objectiva. No obstant això, com succeeix amb les certificacions de comerç just, existeix una forta polèmica sobre la legitimitat d'una o altra entitat a l'hora d'emetre certificacions,

així com sobre els requisits i/o la gestió d'aquestes. Aquesta polèmica ha sorgit constantment en els diferents fòrums de trobada que s'han realitzat en matèria de turisme just arreu del món, sense que es vegi a hores d'ara un possible futur enteniment.

Les principals crítiques recauen en la possibilitat que empreses amb antecedents greus en explotació infantil puguin aconseguir certificacions de sostenibilitat o responsabilitat mitjançant la creació de marques blanques o similars. D'altra banda, es critiquen les fortes despeses que provoca la certificació en el conjunt del projecte empresarial i/o de cooperació que suposen la impossibilitat d'obtenir certificacions a empreses petites. Per Gascón i Cañada (2005), es fa molt difícil avaluar globalment les actuals certificacions i, per tant, seria raonable no acceptar segells d'àmbit universal que, per la seva naturalesa, globalitzen criteris sense tenir en compte les peculiaritats locals. Per això, proposen que les certificacions es promoguin des de l'àmbit local a partir de criteris de qualitat autòctons amb unes característiques similars als dels actuals segells de denominació d'origen.

3.6. ELS LLIGAMS ENTRE EL TURISME I LA COOPERACIÓ DES DE MALLORCA

A les Balears, ningú no dubta ja que el turisme és i serà el principal motor econòmic de la societat. La dilatada experiència de la nostra comunitat en matèria turística ha conduït els principals empresaris de les nostres illes a internacionalitzar el seu producte a noves destinacions i a convertir el que eren empreses de caràcter local en autèntiques multinacionals. Aquesta tendència envers la

internacionalització ha estat donada per la rendibilitat i maximització més grans dels beneficis en societats en què el cost dels treballadors era ínfim en comparació al de la nostra illa, així com a les facilitats donades pels governants d'uns països que veien en el turisme una possible via per al desenvolupament. A aquest fet cal sumar l'augment del nombre de turistes internacionals, la millora generalitzada de les comunicacions aèries, l'augment del poder adquisitiu dels països occidentals, la disminució dels costos del viatge i la demanda cada vegada més gran de productes exòtics i verges respecte d'altres destinacions més madures com la nostra.

Si bé la bona predisposició de les entitats locals ha estat decisiva a l'hora de permetre el desenvolupament turístic en els països del sud, algunes empreses i ONGD es queixen de la manca de serietat i suport dels governants, sovint més interessats a enriquir-se particularment que no pas en el desenvolupament del seu país. La corrupció esdevé així un fre per al desenvolupament turístic i òbviament per a qualsevol activitat econòmica. Per això, la gestió dels projectes mitjançant la supervisió de les entitats financeres continua sent necessària al sud i al nord i és en aquests moments la cooperació descentralitzada entre ONGD la garantia més bona de la correcta administració dels recursos.

Encara que al principi semblava una aposta arriscada per part dels hotelers, el temps ha demostrat que, a les Illes Balears, les companyies que més han crescut han estat precisament les que han sortit fora del mercat

local i s'han convertit en autèntiques multinacionals del turisme. Entre aquestes podem destacar els grups Barceló, Iberostar, Riu i Sol Melià, que actualment tenen una forta presència a l'àrea d'Amèrica Central i el Carib. La tendència sembla que no es troba més que als seus inicis i, de fet, no són poques les companyies que han seguit l'exemple i han iniciat la internacionalització en destinacions d'arreu del món més rendibles que les Balears.

Com explicàvem abans, el discurs del sector hotelier ha anat adquirint com a propis els termes responsabilitat social corporativa i desenvolupament sostenible. En aquest sentit, Sebastià Verd (2005) es feia ressò de les declaracions de Simó Pere Barceló, copresident del grup «Barceló Hotels and Resorts», qui en una conferència al·ludia a la necessitat que el nou model de creixement de les Balears havia de ser sostenible tant socialment com mediambientalment. Les seves declaracions, però, no es limitaven a l'àrea de les Balears, ja que en la mateixa conferència afirmava que «aquest model ha de ser socialment rendible, la qual cosa vol dir que els beneficis han de permetre la cohesió i la integració social especialment dels immigrants i a la vegada ser solidaris amb les economies menys desenvolupades».

Tot i que, en general, existeix una percepció que el desenvolupament que es promogui als països del sud ha d'evitar cometre els impactes produïts a les nostres illes, tothom coincideix que les Balears presenten un desenvolupament econòmic per damunt d'altres àrees i comunitats. Aquesta realitat afavoreix, en el cas d'Espanya, una relació

directa entre desenvolupament econòmic de la comunitat i despesa pública per habitant en solidaritat, essent les Illes Balears la comunitat que més recursos per habitant destina a cooperació al desenvolupament.

Paradoxalment, encara que les Balears són una de les principals potències turístiques mundials i, proporcionalment, una de les comunitats autònomes espanyoles que més diners públics destina a cooperació, a hores d'ara ha finançat i participat en pocs projectes de cooperació relacionats amb el turisme. La divisió explicada anteriorment entre el món del turisme i el de la cooperació es veu reforçada, en el cas de Mallorca, per un cert recel de la societat d'acollida envers el turisme que, tot i que ha estat el principal motor econòmic de l'arxipèlag en els darrers decennis, ha despertat nombroses susceptibilitats derivades dels impactes negatius ocasionats al llarg del seu desenvolupament.

Les distintes investigacions existents (Aguiló [et al.] 2004) a les Balears mostren que un percentatge important de la població veu el turisme amb certa animadversió. Concretament, segons les fonts anteriors, un 28% i un 1% es mostren en desacord i/o totalment en desacord respecte de l'afirmació que el balanç entre els beneficis i els costos del turisme és en definitiva positiu. Es tracta d'un percentatge de la població lligada tradicionalment a sectors que no depenen del turisme o que no en perceben els beneficis directament, entre els quals trobam en gran mesura el món de les ONG i la cooperació en general.

Aquesta realitat ha actuat en certa manera com a fre, en el sentit que els projectes que més han interessat les ONGD i institucions locals han estat relacionats sempre amb d'altres sectors com ara habitatge, infraestructures, educació, salut, enfortiment de-mocràtic, etc... D'altra banda, l'interès per part de les entitats de cooperació en el seu foment és veu a hores d'ara limitat per la manca d'ONG que vulguin dedicar-s'hi i que han de treballar directament amb la contrapart.

En qualsevol cas, a poc a poc es van trencant les barreres, s'inicien tímids acostaments entre ambdues realitats i hi ha algunes experiències que ens poden servir de precedent. D'una banda, trobam grans cadenes hoteleres i entitats que, com la Cambra de Comerç, s'endinsen en el món de la cooperació, financen projectes d'ONGD i en desenvolupen de propis. En general, solen finançar els projectes ubicats en els territoris en què tenen els hotels, si bé no sempre és així. La Fundació Barceló, per exemple, ha finançat i finança distints projectes que duu a terme Pep Campaner per eradicar la noma a Diffa, al Níger, sense que existeixi cap hotel de la seva companyia en aquest país. A l'altre costat trobam ONGD que s'inicien en el món del turisme i ajuden al desenvolupament de projectes de cooperació relacionats amb el turisme.

Malauradament, pel que fa al desenvolupament de projectes de cooperació en matèria de turisme, encara són molt poques les iniciatives i provenen majoritàriament de persones que abans havien estat relacionades directament o indirectament amb el sector turístic. Es podria dir, per tant, que com més relació existeix amb el turisme o una activi-

tat determinada, més predisposició hi ha a contemplar-ho com una eina de desenvolupament i a l'inrevés.

En tercer lloc, cal esmentar institucions com la Direcció General de Cooperació, el Fons Mallorquí de Solidaritat i Cooperació, la Universitat de les Illes Balears o alguns ajuntaments que financen els esmentats projectes. Per les persones entrevistades d'aquestes institucions, a hores d'ara ens trobaríem a l'inici d'una pràctica molt poc estesa, si bé amb un fort interès estratègic per al futur de la cooperació al desenvolupament. Aquesta tendència augmentarà per la demanda dels països del sud i la creixent importància del codesenvolupament, que consisteix a promoure el desenvolupament del sud mitjançant la promoció de projectes i activitats duts a terme per immigrants d'aquestes comunitats que habiten al nord.

Finalment, i de manera transversal, cal destacar el paper de la Universitat i altres agències dedicades a la investigació en la promoció d'investigacions que, com la present o la realitzada per Miquel Seguí (2006) en matèria de bones pràctiques al món de la cooperació, tenen com a funció l'anàlisi del turisme com a eina de desenvolupament. A més, paral·lelament apareixen nous actors que volen donar a conèixer les possibilitats del turisme com a eina de desenvolupament dels països del sud, aspecte que coincideix amb els canvis econòmics, socials i culturals de les Balears, que han passat de ser receptores a emissores de turisme.

4

EL TURISME A AMÉRICA CENTRAL: ELS CASOS DE NICARAGUA, GUATEMALA I EL SALVADOR



4.1. RESSENYES GENERALS

Amèrica Central està conformada per set països: Panamà, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Hondures i Belize, en què destaquen les diferències en l'àmbit econòmic que es donen entre aquests i, fins fa uns quinze anys, també unes divergències importants en l'àmbit polític. Alguns d'aquests països —Guatemala, Costa Rica, Panamà i Belize— són destinació turística per excel·lència des de fa dècades; en canvi, d'altres com El Salvador, Hondures i Nicaragua just acaben d'iniciar-se en aquesta activitat econòmica (Arce Solorzano 2004). Tots aquests, però, disposen a hores d'ara d'una mínima infraestructura i estabilitat

que els permet iniciar-se en el desenvolupament turístic.

També cal destacar els diferents nivells de desenvolupament humà que es reflecteixen en els darrers estudis de les Nacions Unides (PNUD 2005), que donen lloc a situacions de vulnerabilitat per part de la població que viu en situacions d'extrema pobresa, lligada a una mancança de serveis bàsics, habitatge, educació i salut, i a una desigualtat d'oportunitats entre homes i dones, especialment en allò que fa referència a la participació ciutadana i política i, per tant, a la presa de decisions.

No cal dir que la regió centreamericana és una zona especialment afectada per fenòmens naturals (huracans, erupcions volcàniques, terratrèmols i sismes submarins) que afecten de manera especial la població més vulnerable i agreugen molt més les diferències entre rics i pobres i entre els països de la regió.

Entre aquests, és difícil trobar un sentiment d'unitat pel que fa a la regió centreamericana. Malgrat que hi hagi un esforç en l'àmbit polític per consensuar estratègies en l'àmbit regional, la realitat és molt distinta. La població no té aquest sentiment de pertinença, encara que sí reconeix la necessitat d'establir acords per tal de poder sortir de la situació de pobresa d'alguns dels països de la regió. A més, s'ha de tenir en compte la proximitat de dos països importants a la zona com Mèxic i els Estats Units, que malgrat que no pertanyen a la regió centreamericana, tenen una influència molt significativa en determinats sectors. No hem d'oblidar que els Estats

Units han marcat, durant tot el segle XX, la història política i econòmica de la regió i actualment són encara un element d'influència en la presa de decisions per part de determinats governs de la regió centreamericana, així com una font de subministrament de crèdits, inversions i ajudes a la cooperació per al desenvolupament.

4.2. AMÈRICA CENTRAL COM A REGIÓ TURÍSTICA

Dins del sector turístic, Amèrica Central té un problema de coneixement i imatge, especialment per part dels europeus. Espontàniament, només s'associen com a Amèrica Central els països ja establerts en circuits turístics com és el cas de Mèxic, Costa Rica, Guatemala i Panamà. La regió es qualifica com a exòtica, càlida i d'aventura, però a la vegada insegura, bruta, sense luxe, amb mala infraestructura turística i amb poca estabilitat política. Mèxic no s'inclou dins la regió centreamericana i, respecte de la integració de Belize i Panamà, semblen difícils d'incorporar. La regió es veu més bé com una construcció artificial i no tant com una unitat creixent. Els centreamericans es defineixen a si mateixos com a naturals, tradicionals i senzills. I com a debilitats de la regió esmenten la inseguretat i la poca infraestructura, però en cap moment parlen de l'estabilitat política (Frerk 2001).

La comparació d'idees pròpies i imatges a Europa i Amèrica Central que fa Frerk assenyala que almenys Belize, Costa Rica, Guatemala i Panamà tenen un posicionament més avantatjós en el sector turístic. Belize es veu com el Carib i com a bosc tropical. Costa Rica es coneix per l'ecoturisme, Guatemala per la cultura maia i Panamà pel

canal. La resta de països no mostren cap direcció. Hondures, Nicaragua i El Salvador s'associen a moltes idees negatives basades en clixés marcats pels conflictes armats, per exemple, la inseguretat a Nicaragua com a relict de la guerra dels anys vuitanta.

Centrant-nos en l'element de la integració i el sector turístic, cal dir que hi ha un esforç per part dels set països centreamericans a través del SICA («Sistema de la Integración Centroamericana») per fer possible, almenys, la integració en aquest sector, atès l'important augment de divises que representa el sector turístic com a activitat econòmica. Al mateix temps, es considera una manera d'eradicar la pobresa als països en vies de desenvolupament.

El 2000 neix el projecte FODESTUR («Fomento del Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica») amb el suport de la GTZ (Cooperació Alemanya per al Desenvolupament), amb l'objectiu de fomentar l'estratègia regional per un turisme sostenible a Amèrica Central. Es pretén promoure la regió com una multidesinació turística en els mercats de llarga distància, especialment a Europa.

FODESTUR dona suport al turisme sostenible a Amèrica Central, enforteix estructures, organitzacions i cooperacions regionals, fomenta el desenvolupament de productes turístics sostenibles en l'àmbit regional, crea i implementa una identitat corporativa regional de turisme sostenible i dona assessoria al procés de la implementació de criteris de sostenibilitat en el turisme mitjançant una estratègia regional de certificació.

Església de Chichicastenango (Guatemala).



Cabanes a peu de platja a Santa Lucía Cotzumalguapa (Guatemala).



Dins aquest marc es duen a terme algunes activitats concretes, com:

- Desenvolupament d'una marca regional.
- La formació de l'«Agència de Promoció Turística de Centroamèrica» (CATA).
- El desenvolupament de productes turístics en l'àmbit regional.
- La creació d'un sistema d'estand que permeti als set països presentar-se com una regió a les fires turístiques internacionals.

La marca regional s'ha desenvolupat en un conjunt d'empreses turístiques del sector privat i del sector governamental. El 2001 el «Consejo Centroamericano de Turismo» (CCT) va aprovar la marca «Centroamèrica, tan petita... tan grande», que haurà de ser utilitzada a la regió en tots els seus esforços de promoció.



El llançament oficial de la marca al mercat emissor europeu es va realitzar el gener de 2003 durant la fira FITUR de Madrid. En aquesta mateixa dinàmica, el CATA va obrir la seva primera oficina a l'Estat espanyol i va iniciar el sistema de l'estand regional a la fira.

Una altra experiència en l'àmbit regional per tal de coordinar-se en el sector turístic és la iniciativa «Centroamèrica Verde».

Des de fa més de vint anys, s'ha reconegut el potencial turístic dels llocs naturals i s'ha desenvolupat un corrent de visitants cap a Amèrica Central que es caracteritza per una rica biodiversitat, producte de la seva estratègica posició com a passadís biològic entre Amèrica del Nord i Amèrica del Sud, la seva varietat de climes i la seva topografia. Aquests espais naturals estan, en teoria, resguardats per «Sistemas Nacionales de Áreas Protegidas de Centroamèrica». El sector privat ha interactuat a les àrees protegides

(públiques o privades) per crear una oferta, principalment d'allotjament, orientada envers els segments interessats a tenir contacte amb la natura.

Va ser així com es va popularitzar l'ús del terme «ecoturisme» i es va incrementar la creació de serveis que s'autodenominen «ecoturístics». Part de la seva estratègia de mercat consisteix a ressaltar les aportacions a la conservació dels recursos naturals i al desenvolupament econòmic, social i cultural de les comunitats properes. Malgrat tot, a la pràctica, poques empreses compleixen els requisits mínims per ser considerades «empreses verdes» de veritat.

És obvi que s'ha de desenvolupar i comercialitzar l'ecoturisme de manera organitzada i comuna per fer front a fenòmens negatius com l'abús del prefix «eco», que fan alguns països per poder subsistir dins el mercat internacional d'ecoturisme, en què cada cop hi ha més competència.

La iniciativa de conformar una ruta centreamericana lligada a la natura es va originar el 1998, amb el suport de diverses ONG ambientalistes que impulsen el desenvolupament de l'ecoturisme a comunitats properes a espais naturals. A més, hi varen participar petits i mitjans empresaris privats, els quals estan interessats a estructurar ofertes regionals que facilitin la visita a àrees protegides, ofereixin serveis de qualitat i compleixin criteris de sostenibilitat.

El projecte FODESTUR va iniciar el seu suport a la «Ruta Verde Centroamericana» el 2001 amb l'objectiu d'impulsar el desen-

volupament d'aquest producte turístic regional i instrumentar les entitats d'administració d'àrees protegides, ONG i els petits i mitjans empresaris, perquè a partir de la integració comercial aprofitin els avantatges del turisme i impulsin el desenvolupament de les seves comunitats, protegeixin el medi ambient i promoguin la identitat cultural local. En la primera fase, el projecte FODESTUR va dinamitzar i va acompanyar el procés per a la creació d'una oferta turística regional, a través de:

- Identificació i selecció de llocs amb potencial de desenvolupament ecoturístic.
- Formació de grups regionals i locals.
- Assistència tècnica i elaboració d'estudis.
- Creació d'expectatives i interès per a la integració d'esforços.
- Elaboració d'un estudi de mercat.

En una segona fase del projecte, el 2002, hi ha una nova formació conceptual del component del projecte, denominat fins llavors «Ruta Verde». Amb el nou concepte «Iniciativa Centroamèrica Verde» es pretén aconseguir una connexió institucional més bona amb els instituts de turisme i la marca regional «Centroamèrica, tan petita... tan grande», així com també un paper més actiu del sector privat.

La «Iniciativa Centroamèrica Verde» (ICV) s'entén com un nou plantejament regional amb l'objectiu d'unir i promoure un conjunt d'empreses d'ecoturisme i les àrees protegides, per impulsar el desenvolupament econòmic sostenible i la conservació de la biodiversitat a tot Amèrica Central. Combina els serveis oferts per albergs ecològics i allotjaments similars que s'ubiquen prop de zones

protegides públiques i privades, amb els d'altres actors rellevants com operadors de turisme, organitzacions ambientalistes, comunitats, govern i altres serveis paral·lels. El comú denominador dels serveis i atractius que integren la ICV és la contribució al desenvolupament sostenible del país i la regió mitjançant un producte d'alta qualitat. Per això, s'han de complir criteris de turisme sostenible, s'ha de garantir el compliment de criteris ambientals, socioeconòmics i estàndards de qualitat i servei i s'ha de contribuir de manera significativa a la conservació de la biodiversitat d'Amèrica Central.

- Els objectius generals de la ICV serien:
- Establir relacions comercials entre diferents empreses que permetin integrar l'oferta regional autènticament «verda».
- Desenvolupar i promoure un producte turístic «verd» d'Amèrica Central que sigui sostenible i competitiu en el mercat internacional.
- Garantir la qualitat i professionalitat dels serveis que s'ofereixen complint els estàndards internacionals.
- Crear xarxes de comercialització que permetin compartir els costos de promoció.
- Facilitar al client la selecció de les destinacions turístiques i als operadors de turisme la creació i venda de circuits «verds».
- Fomentar l'assessoria per accedir al Certificat per a la Sostenibilitat Turística (CST).

Cal destacar que totes aquestes iniciatives estarien enllaçades amb el «Proyecto para la Consolidación del Corredor Biológico Mesoamericano» (CBM), que també es duu a terme en l'àmbit regional.

4.3. DADES GENERALS DEL TURISME A GUATEMALA, EL SALVADOR I NICARAGUA

Centrant-nos en aquests tres països de l'àrea centreamericana, veurem que, juntament amb Hondures, són els països més pobres de la regió i els que reben més quantitat de recursos per part de la cooperació internacional. També podem afirmar que són països que han viscut processos revolucionaris i conflictes armats fins a final del segle XX. Nicaragua va finalitzar la guerra el 1990, El Salvador va signar els acords de pau el 1992 i Guatemala ho va fer el 1996.

A aquesta situació política inestable i amb constants informacions sobre la guerra en els mitjans de comunicació internacionals se li han d'afegir els diferents efectes de fenòmens naturals com terratrèmols, huracans, etc. Per tot això, aquests països han estat catalogats per la majoria de nosaltres com a insegurs i pobres i, per tant, no gaire atractius per als turistes. Potser sobre aquesta darrera afirmació hauríem de descartar Guatemala.

Malgrat que és un país insegur i pobre, té altres adjectius que la fan atractiva turísticament i que sembla que fan oblidar aquesta part més negativa: la cultura maia, la riquesa de la diversitat indígena i la bellesa natural l'han fet una de les destinacions turístiques més importants de la regió centreamericana. Guatemala forma part dels circuits turístics i dels «paquets» de diferents operadors turístics, cosa que encara no es dona a Nicaragua o El Salvador.



Ritual maia a Guatemala.

Aquests dos països reben un tipus de turisme internacional molt més lligat a l'anomenat turisme alternatiu o solidari, vinculat a la tasca d'ONG al país o bé a agències de viatges dels països del nord que ofereixen viatges a indrets «especials» o «alternatius», és a dir, els que estan fora dels circuits convencionals, especialment a Europa.

De tota manera, hem de tenir en compte que més del 50% dels visitants que es reben a Guatemala són de l'àrea centreamericana. Aquest percentatge arriba a més del 60% en el cas de Nicaragua i El Salvador; per això, no podem deixar de banda la importància del turisme en l'àmbit regional i les fronteres terrestres. En segon lloc en importància trobaríem els visitants dels Estats Units i Mèxic i, per últim, els europeus i els ciutadans d'al-

tres indrets del món. Cal dir, en tot cas, que no trobam cap diferenciació en les estadístiques entre els visitants que arriben per motius professionals, els que ho fan realment com a turistes o els que participen en projectes solidaris i que, en qualsevol dels casos, es podrien catalogar com a cooperants.

Per altra banda, no hem d'oblidar que aquests països centreamericans tenen una font d'ingressos molt important amb les remeses familiars, atesa la quantitat de població que ha emigrat sobretot als Estats Units. Això, llegit des de l'òptica de l'arribada de visitants, s'ha de tenir en compte, ja que, per exemple a El Salvador, durant el 2004, el 30,8% dels visitants, dada que correspon a 297.656 persones, declararen que el motiu del viatge era la visita de familiars.

VISITANTS INTERNACIONALS GUATEMALA, EL SALVADOR I HONDURAS		
	Vistants	
Mercat Central	2.572	51
Mercat Inter	355.13	3
Mercat Sud	2.15	
Eur	1.322	12
Itàlia	3.15	3
Itàlia	1.1.152	1

Font: INGUAT

VISITANTS INTERNACIONALS EL SALVADOR, EL SALVADOR I HONDURAS		
	Vistants	
Mercat Central	37.57	5.7
Mercat Inter	23.7	27.2
Mercat Sud	1.53	2.5
Eur	32.17	3.33
Itàlia	12.	1.3
Itàlia	1.1	1

Font: CORSATUR

VISITANTS INTERNACIONALS NICARAGUA, EL SALVADOR I HONDURAS		
	Vistants	
Mercat Central	377.7	1.
Mercat Inter	1577.2	25.7
Mercat Sud	1.1.22	2.2
Eur	51.2.2	.35
Itàlia	13.1.2	2.13
Itàlia	1.7.2	1

Font: INGUAT

L'OMT explica que el turisme es va recuperar el 2004 després d'una crisi d'uns anys. Això, en certa manera, té a veure amb el fet que el factor por s'ha diluït i s'està recuperant la confiança en els viatges. En principi, els països que es beneficiarien d'un increment més gran de visitants serien les destinacions més barates, entre les quals destaquen Mèxic, el Carib, Amèrica Central i Amèrica del Sud, sempre tenint en compte que els europeus prefereixen viatjar fora de la zona euro.

El turisme ha estat un dels sectors de l'economia que més ha crescut als tres països

analitzats. S'han obert noves opcions d'allotjament, transport, restauració, operadors de turisme, escoles especialitzades, millores de grans infraestructures, com és el cas de l'aeroport de Managua o Guatemala, etc. L'arribada de més turistes, la captació de més divises i l'augment de negocis han fet créixer el sector. Les noves opcions turístiques, obertes en molts de casos a l'interior del país, no solament a la costa, estan propiciant el desenvolupament local, la creació i l'enfortiment de petites empreses i micro-empreses i estan generant alternatives d'ocupació ràpida en benefici de les comunitats implicades.



Plantació de bananers a Nicaragua.

Durant els últims cinc anys, el turisme ha tingut una participació extraordinària en el PIB i la seva intervenció va augmentant i desbancant els productes tradicionals com el cafè, el sucre, la banana, la carn o el marisc, només es manté per davall de les remeses familiars i la *maquila**, especialment a El Salvador.

TICI C I E UCTES T ICI N LS EN EL I ELS LV 2	
r uct	V I r (m l ns \$)
C f	13,
Sucr	37,
Turism	27,
Grms	5,
Trnsf rncs f m l rs	257,
M u l	12,
I t ls	15,

Font: CORSATUR

*MAQUILA: procés de separació de les diferents fases del procés de producció que permet la realització de parts del producte per diferents empreses situades a diferents països, aprofitant els avantatges comparatius que ofereixen disminuint els costos de producció. (*Observatorio del Trabajo y la Globalización*).

IVISES GENE ES E UCTES EX T CI I ING ESS S E TU ISME NIC GU 2	
r uct	V I r (m l ns \$)
C m	13,
C f	21,
M rsc	15,
r	52,
C c u -	37,
Sucr	31,
M n t (f r l)	11,
t r s	215,
I t ls	755,
n r s r turism	17,

Font: INGUAT

IVISES ING ESS ES E IVE SES CTIVIT TS GU TEM L 2 5	
r uct	V I r (m l ns \$)
r r s s f r l rs	23,
turism	1,
C f	5,
Sucr	1,
r r	3,
C r r r m	17,

Font: INGUAT

Analitzant les diferents taules aportades pels ministeris de turisme corresponents, veiem que, a Nicaragua, un turista deixa 271 \$ aproximadament; a El Salvador, 440 \$ i a Guatemala, més o menys, 730 US \$. Aquestes xifres, en certa manera, deixarien entreveure el poder adquisitiu del turista que visita els diferents països analitzats. Pel que fa la durada de l'estada, es caracteritza per la brevetat. Així, a El Salvador i Nicaragua el turista s'hi queda una mitjana aproximada de quatre a cinc dies, un fet que es deu a la forta presència de turisme nacional.

Quant a les infraestructures turístiques, trobam una diferència important entre la zona urbana i la zona rural, i una diferència abismal entre la capital del país i la resta de petites ciutats capçaleres dels departaments. Pràcticament tota l'oferta de luxe es troba a la capital, a zones de costa com San Juan del Sur, a Nicaragua, o al costat d'algun atractiu turístic, com pugui ser el llac Atitlán a Guatemala o Suchitoto a El Salvador. L'empresariat privat, cadenes nacionals i multinacionals són els que controlen la majoria d'inversions en el sector turístic. Aquest model turístic més convencional suposa una entrada important de divises al país, però no una distribució equitativa dels beneficis, especialment entre la població més pobre, situada normalment a la zona rural de l'interior del país.

Aquesta realitat, però, contrasta fortament amb l'interior, on els tres països presenten una organització social marcada per la gestió comunitària, herència de l'etapa dels conflictes armats viscuts, així com una resposta a la manca d'interès que els governs centrals

demostren envers aquestes zones. Això ha permès que a les zones rurals hi hagi, com a mínim, aquesta visió més participativa del turisme com a activitat econòmica.

4.4. TURISME SOSTENIBLE I COOPERACIÓ A AMÈRICA CENTRAL

En el treball de camp realitzat a Guatemala, El Salvador i Nicaragua s'han visitat sis instal·lacions turístiques gestionades de manera comunitària, amb importants diferències segons el país de què parlem. Cal destacar que en el cas d'El Salvador són importants les ADESCOS («Asociación de Desarrollo Comunitario») que serveixen de contrapart a determinats projectes de cooperació nacional i internacional.

Totes aquestes associacions estan formades pels ciutadans mateixos, representants de les comunitats del municipi o bé d'un sector de població. Tenen, normalment, una relació de coordinació amb l'alcaldia, encara que de vegades es pot convertir en fiscalitzadora de les actuacions polítiques municipals, ja que a El Salvador, una vegada guanyades les eleccions, no hi ha oposició, tots els regidors i l'alcalde són del partit guanyador. El cas del «Parque Ecológico de Cinquera» seria un clar exemple d'organització comunitària i gestió d'espais comunitaris.

Malgrat la importància de l'organització comunitària, s'han sabut trobar models de gestió conjunta entre comunitat i empresa privada, aquest és el cas de «Takalik Maya Lodge» a Guatemala, situat a una propietat privada dins la qual viu una comunitat de vint-i-dues famílies.

Experiència finca
La Magdalena
a Omepete (Nicaragua).



A Nicaragua és molt forta l'organització cooperativista, llegat de la revolució i del govern sandinista (1979-1990), que suposà la nacionalització dels mitjans de producció. Encara, vint-i-cinc anys després, i amb successius governs neoliberals, algunes cooperatives continuen el seu procés, encara que cada cop amb més problemes i entrebancs. Un exemple és la cooperativa Finca La Magdalena, la qual ha aconseguit fer del turisme el seu motor econòmic sense deixar de banda la producció de cafè, que havia estat, fins fa uns anys, l'activitat econòmica més rendible.

Amb les polítiques de turisme que s'estan aplicant als tres països, hi ha un intent per deixar clara la necessitat de treballar en la línia del turisme sostenible, encara que no sempre es treballi a la pràctica per aconseguir aquest objectiu. Des dels governs centrals es dona, per una banda, un discurs recent que ve emmarcat dins la sostenibilitat però després hi ha unes pràctiques molt més lligades a les inversions estrangeres a zones on hi ha una forta especulació del terreny.

Als diferents departaments de Turisme, sigui l'«Instituto Nicaragüense de Turismo» (INTUR), l'«Instituto Guatemalteco de Turismo» (INGUAT) o la «Corporación Salvadoreña de Turismo» (CORSATUR) treballen en uns plans estratègics de turisme o plans nacionals de turisme que la majoria de vegades tenen el suport de la cooperació internacional. Es dona, per una banda, una cooperació bilateral entre diferents països del nord, a través de l'Ajuda Oficial al Desenvolupament, per part de governs com l'espanyol, a través de l'AEI, o l'alemany, a

través de la GTZ, per a l'elaboració d'aquestes polítiques de turisme i específicament de turisme sostenible o comunitari. Per altra banda, hi ha un esforç de les ONG internacionals per treballar més directament amb les comunitats que volen iniciar-se en experiències de tipus turístic per millorar les economies i desenvolupar les seves comunitats. Cal dir, emperò, que de cada vegada des dels governs es veu més necessari treballar de manera més descentralitzada, tenint en compte els governs locals, les associacions de desenvolupament comunitari i la integralitat dels projectes de cooperació.



ANÀLISI D'EXPERIÈNCIES



5.1. METODOLOGIA DE L'ANÀLISI

L'objectiu de la present investigació era realitzar un diagnòstic global sobre la viabilitat i la transcendència que representa el turisme com a eina de cooperació al desenvolupament en comunitats petites d'Amèrica Central. Per això, hem seleccionat com a mostra de l'estudi diferents experiències de turisme sostenible, que tenen com a comú denominador el fet d'haver estat finançades per programes de cooperació al desenvolupament.

La manca d'unes dades prèvies de caràcter quantitatiu i/o qualitatiu ha determinat que la recollida de les dades d'aquest treball s'hagi dut a terme a partir d'entrevistes personals. La seva elecció com a tècnica d'investigació sociològica en detriment d'altres com l'enquesta, la taula de discussió, etc., no ha estat aleatòria. L'escassetat de mitjans ha limitat la presa en consideració d'altres tècniques comunes a investigacions similars a la nostra, si bé consideram que la mostra d'entrevistes és suficientment significativa per a l'elaboració d'una primera aproximació al nostre objecte d'estudi. Les entrevistes són, per tant, la base empírica del treball.

Per a la selecció dels entrevistats, es tractà que la mostra seleccionada fos representativa dels diferents actors socials que conformen l'objecte d'estudi, tenint en compte les variables següents: sexe, nacionalitat, càrrec que desenvolupa dins el projecte, ubicació geogràfica d'aquest (àrea rural i àrea urbana), projectes duts a terme amb cooperatives, associacions i/o comunitats del sud, etc.

Existeixen bàsicament dos macrogrups. En el primer, hi trobam actors socials de l'àrea

d'Amèrica Central seleccionats a partir de dos criteris: treballar o participar en establiments de turisme sostenible finançats amb diners provinents d'entitats de cooperació al desenvolupament, o tenir una relació directa amb la gestió del desenvolupament turístic a l'àrea d'Amèrica Central. Cal destacar que tots són ciutadans de Nicaragua, El Salvador i Guatemala, països seleccionats per fer l'estudi. S'ha intentat cercar experiències lligades a la cooperació des de Mallorca, ja que Amèrica Central és una de les destinacions més importants de l'ajuda o els recursos destinats a cooperació des de les Illes Balears. L'anàlisi d'aquestes entrevistes tenia com a objectiu l'elaboració d'un diagnòstic que serveixi de guia per a les entitats de cooperació en la formulació i avaluació de projectes de turisme sostenible.

El segon grup està compost per entrevistes fetes directament a Mallorca a persones vinculades amb el turisme o el seu estudi i amb la cooperació amb relació al turisme. Concretament, es feren dues entrevistes a professors experts en impactes del turisme, dues entrevistes a les principals responsa-



Entrevistat José Santos, president de la cooperativa Finca La Magdalena.

bles d'entitats dedicades al finançament de projectes de cooperació (Fons Mallorquí de Solidaritat i Cooperació i Direcció General de Cooperació del Govern de les Illes Balears), una entrevista al representant de la Fundació Barceló (creada a partir dels guanys obtinguts pel desenvolupament turístic, finança i executa projectes de cooperació) i també al representant de Treball Solidari, una ONGD Mallorquina que executa un projecte de cooperació relacionat amb el desenvolupament turístic comunitari. Finalment, hi ha dues entrevistes a dos experts en turisme: el director del Centre d'Investigacions Turístiques i Tecnològiques de les Illes Balears i el president de l'ONGD recentment creada Turisme Just.

Les entrevistes es realitzaren en el lloc desitjat per l'interviuat, amb la intenció que a l'hora de contestar les preguntes es trobasin en un ambient de seguretat que afavorís l'aprofundiment en les respostes. Com a pas previ a la realització de l'entrevista, elaboràrem una guia semiestructurada, de manera que tot i que disposàssim d'un guió preestablert, aquest no ens impedís aprofundir en les dades que pel seu interès o originalitat poguessin necessitar més atenció. A més, abans de les entrevistes establíem una conversa informal que afavorís la confiança de l'entrevistat, a qui explicàvem la funció de l'entrevista i l'objecte de la investigació.

Alguns dels fragments més rellevants de les entrevistes fetes a Amèrica Central s'han inclòs al text amb la funció de permetre una

visió més àmplia i directa de la idea que es transmet. El criteri que s'ha seguit per a la transcripció ha estat respectar al màxim el lèxic dels entrevistats, eliminar tan sols repeticions innecessàries i rectificar les frases que poguessin dificultar la lectura del document. Tot i que s'ha tractat de reflectir una imatge global de les principals idees expressades, existeixen infinitat de matisos entre els entrevistats que, per la seva complexitat, han estat impossibles de mostrar en la seva totalitat. En qualsevol cas, han permès realitzar l'anàlisi de les experiències a partir del coneixement dels impactes generats i la realització d'una anàlisi DAFO¹³ en què s'assenten les bases per a les recomanacions futures.¹⁴

A causa de l'extensió del document original, s'ha reduït notablement el text i s'han suprimit els aspectes de caràcter més tècnic i les entrevistes que repetien idees ja expressades. Sobretot pel que fa les entrevistes fetes a Mallorca, se n'ha extret la idea general per a la redacció i s'han eliminat els fragments citats al document original, dipositats a l'Oficina de Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat de la UIB i a la Direcció General de Cooperació del Govern de les Illes Balears.

5.2. PRESENTACIÓ DE LES EXPERIÈNCIES

En aquest apartat es volen presentar, a manera de resum, les experiències analitzades en aquest estudi, per tal que es pugui tenir una idea del tipus d'iniciatives, de les seves dimensions, de la manera en què es gestionen, dels serveis que ofereixen, etc.

13 L'anàlisi DAFO consisteix a analitzar i avaluar les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats d'un projecte o iniciativa determinat amb l'objectiu de disposar d'un diagnòstic previ per a la planificació de futures intervencions.
 14 Els autors volen deixar constància per als interessats a aprofundir en el contingut de les entrevistes que poden trobar una còpia de la totalitat de les transcripcions, guies i fulls de control a la Direcció General de Cooperació de les Illes Balears o a l'Oficina de Suport a la Recerca de la UIB. El total d'annexos és de 341 pàgines.

EXEPLARI 1 (NICK GU)	
N m	Fnc L M l n
I cl t e	Fnc (ll l r t) - v s - N c r u
r l l	C r t v
G st	C r t v . T n n u s s z r s n s e n t r e t s , r n e l m n t n s
ny t r e l r e t	1 7
r s n s n f e s	S c s l e r t v e m u n t s n r s n s v s t r n s
T u s t u r s t	Ex c u r s n s t r e n e r u s t u
t r a l u s	V l e M n r s F l i t u n V s t a l l e C e l e n t h s n e f t r
S r v s u f r x	l l t m n t n h m e , n u l h t e c e n (c u e m x m r s n s) S r v s n s t u r n t S n s m V s t s u s l v l e , t r l f s , v s t m n t s f u n ... L u n c n m n t n f e c e f
I n f r s t r u c t u r s	n t h s n s l s l X X . C l u n r f m n t n l , u t t s j u s t l m n t n m n s e r C n n f u s t i r u l i r s n s m n y l v l H l e n a h m u s n y s e l l e t u s F r a l t e r a t l f r
u	F e t s t u r l s u x n l v l e u t t l t r v s f i t r s n e m r u m t l l l s n s n d s s n f l l r s n u l l r s
s u s	S n e c n r s u s r l r s m l l s t e
M n l s c	C r a s s m m r t l r u n e m e t m n l s c n s r n u s a r t r n t r u l s t u s t s G u s i u t s r l s v s t m n t s l e l l s m n s
r u d l s	C f , l t m r m n t s l u r s h r l s s s E s e m n l e c m u n t s v n s t t l l u s n e s s t
N G u l f r n c n	s c e r t e l e n (f n s M l r u s l r l l e c e r e) m s l T n V e C - l e (U r e u r)

EXERCICI 2 (NIC GU)	
N m	UC Mirflir
Leitz e	Mirflir-5th I-Nerbu
r-ff	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Cost	Unn-Comitv-sirflir-5th I-Nerbu
ry'nc-irect	2-2
rsns-ifics	Ses-De-ntv-Comitv-sirflir-5th I-Nerbu
T us-urst	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Tursm-sirflir-5th I-Nerbu Tursm-sirflir
trctus	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Srvs-u-ffix	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Infra-structur-s	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
v	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
s-us	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Mir-Entm-nt-rl	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
r-uct-s	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
NG-u-l-fn-n-n	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu

EXERCICI 3 (ELS IV)	
N m	LEM M
Leitz e	LEM M-5th I-Nerbu
r-ff	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Cost	Unn-Comitv-sirflir-5th I-Nerbu
ry'nc-irect	2-2
rsns-ifics	Ses-De-ntv-Comitv-sirflir-5th I-Nerbu
T us-urst	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Tursm-sirflir
trctus	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Srvs-u-ffix	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Infra-structur-s	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
u	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
s-us	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
Mir-Entm-nt-rl	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
r-uct-s	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu
NG-u-l-fn-n-n	Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu Fransiyevissirflir-5th I-Nerbu

EXERCICI (ELS IV)	
Nom	riu Eclisic - Chur
Definició	Chur - FISlv - r
Orígens	ss c c
Gest	M - s c e r - c n s t o c c n y - s u l l M u n c i l
Tipus d'interdicció	
Temes relacionats	M m n s - l l s s e c e m u n t s n t r s n s - v s t - r n s
Tipus d'ús	Fst - n t s n e r l s T r s m - n e n l E x c u r s i n s t s
Frases	C m - m n t - u n l l r H r - f u n u s
Símbols i prefixos	c m l m n t c G u s S i n i s m V s t s u - s - r l l r , v s t m n t s f u n C e t - i n t r i n t e - l r e
Infraestructures	C e t - i n t r i n t e Z n - l e m - (s n s s r v s) M i - s - r l s - f e s t
U	u - u - x - f i n t s e t u r l s N - r - u - x - n - s - r u l s
sus	E s - x - n - l n u d u n - l s e c u l l - l s r v - m u n c i l
Motors relacionats	G u n - f r a s t l
Productes	E s e m n t t - l e m u n t e x e t - l u n s - p u e t s m l t s - e f e s u - s e r - n - n - u r - l r - m u n c
NGU i finançament	z y l r e r M u n - (T M) s e c e n C - T S

EXERCICI 5 (GU TEM L)	
Nom	TITKMYL
Definició	F l s n t l e - t P o l u - G u l m l
Orígens	G E C S
Gest	C m u n t s n t r - G E C S
Tipus d'interdicció	z
Temes relacionats	C m u n t s n t r
Tipus d'ús	T r s m - n e n l T r s m - n t m e n l
Frases	u n s - l l k s c h r - c h u m t n t - h s n l n t e n s - e f
Símbols i prefixos	l t m n t - l u x s t u r n t s c r V s t s u - s - r u n s - h s n , v s t m n t - l l r - f u n , l n t e n s e f u S i n i s m
Infraestructures	H t e n s - l s - l u x - m n y N h h - l e t r e t t h k - l n t - u n u s s c r
U	u - m - t l l u t i l i z e - l s - s r s - u l s
sus	T n n - l m s m - l s - s - u s - l s l n t r i n e - u t i l i z - r n v s - n - e d - l s
Motors relacionats	C r e s - m - m - r t l l - l e m u n t - l m - l x
Productes	S h e n t - u - l m - n - r - u e t s - u - s e n s u m - x - n s - u n - l r - e - m u n t - l - f s t - l l - r - n - v - s - f e l - r - m u n c
NGU i finançament	l l - r n t z e - l n t m e n l - l l r - l l

EX E I NC I (G U T E M L)	
N m	K T E N M I T
I c l l u c	I v n s t r e b l l e G u t e m l
r i t e	s s e c e l t e n m e c m u n t a s n i r s
G s t	s s e c e l t e n m e c
r s n s n f e s	C m u n t a s n i n s m s s l s
T u s t u r s t	T u r s t n e n l T u r s t n e m e n l
t r a t u s	C i u l e C m u n t a s n i n s
u y i n e l r e c t	2 2
S i v s u i f r e x	I l l u m e n t a t u r s t e s t u r n t u M m V s t s u i s l s e m u n t a s n i n s
I n t r a s t r u c t u r s	t t h s t l l e z n r u l s t u r n t l n d u r C n t r e d e c l e c i n t e t u r s m s s t a l
u	S u t l e z P u l l s f n s n t u r s r l m s r l s s r s u l s
s u s	S i n e n o s u S i n t n e n u t l z n m t i n s n e c l l s
M n e l l s e	C m u n t a m l x i s l u n t s r t n e n s t r u l l
r u c t s	U t l l z e c i n n o d s t a l s s e c l m e n t l e x
R C U l f r e n e n	r e l n s l e r I l l e n e n e d e l t r e n e n l l l r e l l H e s s e c e c i n s t e l l u r s

5.3. IMPACTES ECONÒMICS

Sens dubte, el principal atractiu del turisme per als diferents agents tant governamentals com no governamentals entrevistats és l'impacte econòmic i l'«efecte multiplicador» que aquest té sobre els diferents sectors que conformen l'economia local. Tots els entrevistats coincideixen a afirmar que el turisme pot ser una font d'ingressos important per a la comunitat. Maria Magdalena Hidalgo Marroquín, batllessa de la capçalera departamental de Retalhuleu a Guatemala, ho manifestava amb les paraules següents:

Al aumentar el turismo en nuestro departamento, por lógica van a aumentar nuestros ingresos per cápita también y vamos a salir todos mejorados: hoteles, el comercio, hasta los vendedores ambulantes y vendedores pequeños que hay en los caminos [...] es un gran beneficio el turismo.

Entre els entrevistats, coexisteixen tres perspectives que, tot i que comparteixen l'interès pel turisme, varien respecte dels objectius a assolir. Una és la de la comunitat i, en conseqüència, la de les ONGD, que veuen en el turisme una eina per al desenvolupament d'altres sectors tradicionals. Una segona perspectiva és la de les administracions estatals, que se centra més en l'aspecte econòmic i la creació d'infraestructures altrament difícils d'assumir per l'estat. Finalment, la tercera perspectiva és la de les administracions locals, que tindrien una postura intermèdia i desitjarien el desenvolupament de les infraestructures i de les comunitats locals a partir del turisme, a causa de la manca de recursos disponibles des del centre.

Respecte d'això, hem de tenir en compte que una de les claus per entendre les dinàmiques geogràfiques i demogràfiques del desenvolupament turístic és la relació que s'estableix entre centre i perifèria que, en els casos analitzats, es caracteritza per un abandonament de les comunitats més pobres d'interior per part dels joves, que emigren preferentment a les grans ciutats i als nuclis turístics del litoral. Això es deu al fet que, en general, preval la visió que el desenvolupament turístic és més rendible a les zones de la costa, sense tenir en compte que la dinamització turística de l'interior pot ser-ho igualment, no solament des d'un punt de vista econòmic, sinó també socio-culturalment i mediambientalment.

Generalment, però, els governs centrals es desenten massa sovint del desenvolupament de l'interior del país i provoquen que existeixi una dependència d'aquests respecte de la cooperació al desenvolupament, a diferència del litoral en què, tret d'excepcions, la inversió econòmica la faran en gran part les multinacionals hoteleres. Així, per exemple, en l'entrevista realitzada a la responsable de l'àrea de projectes de la batllia de Tecoluca, Ana Cecilia Flores, aquesta ens mostrava el seu interès que la cooperació al desenvolupament finançés projectes turístics, atès que tot i la voluntat de la municipalitat per fomentar el turisme, existeix una manca de recursos estatals.

Ana Cecilia Flores: *es un momento importante por dos razones: una porque no hay los fondos necesarios destinados del gobierno central [...] los fondos que llegan a la municipalidad son sumamente pocos, son fondos*

que únicamente alcanzan a cubrir las obras sociales que las demás comunidades te mandan, pero no así, para impulsar temas estratégicos como es el turismo [...] para eso hay que buscar fuentes de financiamiento hacia fuera, entonces de la única forma que se puede hacer es con la cooperación.

La dualitat litoral interior es veu a més reforçada pel model turístic que es desenvolupa. Per José Santos, president de la cooperativa que gestiona la finca La Magdalena, ubicada a l'illa d'Ometepe (Nicaragua), les autoritats locals estarien tan sols interessades a fomentar un turisme per a rics, en detriment d'un altre de caràcter sostenible regentat per les comunitats més necessitades.

José Santos: *por parte de los políticos hay muy poco apoyo. El problema es que la mayoría de los políticos son dueños de hoteles, entonces a ellos no les interesa el turismo rural y sostenible, les interesan los que llegan a Montelimar, los que están en Poneloya, los que están en San Juan del Sur, porque ellos tienen sus grandes hoteles donde tienen también sus tour operadores directos que les mueve su gente y esto lo es todo.*

Davant aquesta manca de suport estatal, els municipis d'interior necessiten l'ajut exterior per posar en marxa qualsevol iniciativa, atès que es tracta de comunitats socialment i econòmicament molt vulnerables que, a més d'estar empobrides, tenen poca experiència en el turisme pel fet de tractar-se de comunitats eminentment rurals i agrícoles. Per això, com ens deia Emilio Espín, gerent de l'ONG CORDES, ubicada a El Salvador, a més dels recursos econòmics

s'espera de la cooperació al desenvolupament que ajudi en la capacitat dels agents locals, així com que es pressioni els governs centrals per tal que ajudin al desenvolupament de la perifèria.

Emilio Espín: *la cooperación internacional debería apoyar estas iniciativas locales y debería apoyar estudios, diagnósticos, que ayuden a tener una interpretación del país. Por ejemplo, estas alcaldías que dicen, yo quisiera cambiar el rumbo y meter el tema turismo pero no tengo recursos... Pues ayudar en estudios de factibilidad, estudios de potenciales, en desarrollar iniciativas locales... La cooperación podría contribuir estratégicamente en este asunto pidiendo un compromiso del Estado y del Ministerio para que facilite, acompañe, fomente, ayude y regule.*

En general, es considera que el turisme funciona com a factor de desenvolupament econòmic de la perifèria. Simultàniament, però, el turisme pot accentuar els desequilibris regionals i interregionals, fomentar els moviments migratoris interns i provocar la sobrepoblació d'alguns territoris en detriment d'altres que queden despoblats i demogràficament envellits. A l'àrea d'Amèrica Central, on el turisme de sol i platja és el més significatiu, els fluxos demogràfics interns es produeixen, com succeí a les Illes Balears, de l'interior al litoral, així com a les grans ciutats.

Aquesta dinàmica, d'altra banda necessària per al desenvolupament turístic del litoral, té unes conseqüències nefastes per a les comunitats d'interior que veuen que els més joves abandonen les comunitats per no



tornar a una vida sense perspectives de futur. Aquesta tendència, però, a poc a poc es va invertint gràcies a les perspectives de millora econòmica que ofereix el turisme. Per això, és important destacar que, com afirma Antonio Ralda, director executiu de la iniciativa guatemalenca Takalik, els establiments de turisme sostenible ubicats a zones de l'interior actuen actualment com a fre d'aquests desequilibris i afavoreixen la continuïtat de les comunitats rurals i la creació d'ocupació:

Antonio Ralda: *y eso básicamente fue lo que hizo que la gente no emigrara. Cuando en las fincas aleñañas emigró el 95% de la población, aquí emigró el 5% de la población, porque a ellos se les dio el trabajo con perspectiva de futuro.*

Les iniciatives, a més, comparteixen un objectiu de desenvolupament equitatiu al si

de la comunitat que eviti els desequilibris generats per la manca de formació, estudis i oportunitats. Un fet al que és especialment susceptible la dona, que a l'àrea d'Amèrica Central pateix una doble discriminació pel fet de ser pobra i de sexe femení. Això ha fet que en alguns casos s'hagin buscat alternatives que apel·len a la solidaritat comunal en el sentit que el treball existent es reparteix per tal d'assegurar uns ingressos mínims per als integrants.

José Santos: *nuestro personal en sí son 8 mujeres que trabajan en el turismo. Nosotros sabemos que en Ometepe, principalmente en nuestra comunidad, no hay empleo. Si una mujer quiere trabajar tiene que tomarse un machete en su mano e irse al campo, y esto por temporadas. Entonces, hemos acordado con las personas que en lugar de trabajar 8 trabajen 16. Trabajan 8 días cada una para así aprovechar que más personas de la comunidad puedan tener empleo y ahorrar algunos ingresos de los que deja el turista.*

Amb tot, com afirma Antonio Ralda, el fet que la dona hagi anat obtenint uns ingressos propis ajuda que aconseguixi més independència i, per tant, més consideració i reconeixement en el si de la comunitat.

Antonio Ralda: *por ejemplo, el proyecto de ecoturismo ha supuesto trabajo directo para las mujeres, antes era trabajo de finca, la cosecha de café que ahí aportan toda la familia, se ve como trabajo para hombres. El trabajo en el turismo son trabajos con el pago es directo a la mujer, reciben su propio dinero y eso tiene cierto efecto.*

Dona fent tortillas a una comunitat rural de Nicaragua.

Ferri a Ometepe (Nicaragua).



La competència amb d'altres sectors, com ara l'agricultura, pot produir conflictes interns, contraproductius per al turisme. Apareix aleshores l'especulació, el despoblament de zones abans habitades i, sobretot, un procés d'inflació en les etapes de desenvolupament. A més, quan existeix una gran dependència del turisme, existeix una gran vulnerabilitat pels canvis en la demanda, renda i inversió privada.

Podrem parlar en aquests casos dels greus costos del turisme pel que fa a: l'especulació, la inflació, la baixa amortització de les inversions i, sobretot, una sobredependència de l'oferta turística local. A més, les diferències del nivell de poder adquisitiu entre turistes i residents poden agreujar els conflictes interns i l'animadversió envers el turista, com a conseqüència de l'apujada de preus dels immobles i dels béns de consum en general. Aquests, sens dubte, influiran a

llarg termini la comunitat a analitzar el turisme en un sentit crític i a posar-ne en dubte els beneficis.

Una de les mesures que es prenen per evitar-ho és posar diferents tarifes atenent a la nacionalitat o al lloc d'origen del turista; es tracta que la població local pagui un preu més baix que el visitant estranger, en general molt més ric. Curiosament, com ens explica Rosa Estela Alvarenga, presidenta de l'associació ARDM, que treballa per a la reconstrucció d'El Salvador, en algunes ocasions són els turistes mateixos els que els fan prendre consciència de la necessitat d'apujar els preus, atès que en general els preus locals són infinitament més baixos que els dels països d'origen dels turistes estrangers:

Rosa Estela Alvarenga: *hasta el año pasado cobrábamos, a la gente que venía por el Cinquera, 60 centavos de dólar por entrar,*



Barques de l'experiència Lempamar (El Salvador) preparades per a la pesca.

para caminar, para bañarse... a los niños le cobrábamos media tarifa y a los extranjeros les cobrábamos 1 dólar, pero por sugerencia de los mismos extranjeros que nos dijeron que era muy poco, que estábamos regalando el servicio, entonces hoy cobramos 3 dólares.

A diferència d'altres nuclis turístics propers a les experiències analitzades, encara no es donen processos inflacionistes importants. Tan sols en el cas de l'illa d'Ometepe (Nicaragua), trobam que l'atractiu turístic del territori ha provocat l'especulació del sòl rústic a causa de la demanda de terra per part d'estrangers disposats a pagar uns preus molt més elevats que no pas els residents. De moment, però, no existeix una animadversió envers el turisme, si bé comença a haver-hi un cert temor.

Això es deu en gran part al fet que la majoria dels projectes tenien el turisme com una

activitat complementària a les de caràcter tradicional. No era estrany veure que gran part dels treballadors dels esmentats establiments compaginaven l'activitat agrícola, pesquera o artesanal amb la turística. Hilda Morales, encarregada d'operacions d'AGRECO SA i treballadora de la iniciativa Takalik, ho manifestava així:

Hilda María Morales: *las familias normalmente tienen una parte de sus ingresos, por ejemplo del turismo, pero siguen manteniendo la parte agrícola, no hay ninguna familia que viva 100% del turismo, sino que se intenta que sigan con sus actividades tradicionales.*

De fet, en la majoria dels casos, els turistes acaben convertint-se en consumidors dels béns produïts per la comunitat i s'afavoreix la comercialització directa sense intermediaris tant a l'establiment turístic com per dur a casa. L'exemple més clar és el del cafè,

si bé podem destacar també l'artesanía o altres productes que es puguin produir a la zona. El fragment següent de l'entrevista realitzada a la coordinadora de la iniciativa Lempamar d'El Salvador, Cristina Bernabé, és força representatiu de la manera en què l'efecte multiplicador del turisme es pot observar fàcilment a petita escala.

Cristina Bernabé: *se van haciendo labores desde las comunidades y con las comunidades con el turista que viene, porque de alguna manera todos nos beneficiamos: la señora que tiene la tienda se beneficia, el señor que tiene el pescado que va a pescar y nos vende el pescado se beneficia porque los compramos nosotros y lo compra el turista que viene, y el señor de las bicicletas y el de las lanchas de igual forma.*

Aquesta tendència, però, en alguns casos es comença a invertir quan el turisme es converteix en l'activitat més rendible i deixa les acti-

vitats tradicionals en un àmbit secundari. És el cas de la finca La Magdalena que, tot i mantenir la producció de cafè, l'abaixada del preu d'aquest producte durant els darrers anys i la rendibilitat immediata del turisme els ha conduït a prioritzar el segon per davant del primer, provocant que les activitats tradicionals acabin convertint-se en un atractiu turístic i que, de fet, la seva existència es basi precisament en això.

José Santos: *el turismo ha pasado a ser el primer plano y el café se queda siendo el complemento del turismo porque el turista quiere ver los cafetales. El turista viene y quiere saber cómo se hacen los abonos (los abonos orgánicos, los insecticidas para fumigar las plantas...). También quiere ver los beneficios, el beneficiado de café, es decir, cómo se seca, cómo se trilla, cómo se tuesta, etc. Entonces, es un complemento del turismo que ayuda a engrandecer. Pero económicamente, crece más el turismo.*



Assecament del gra de cafè a la finca La Magdalena.

De fet, si el turisme no ha desplaçat completament les altres activitats de la zona ha estat en gran mesura a causa que es tracta d'iniciatives turístiques amb una capacitat d'allotjament limitada que, en certa manera, viuen de l'autarquia, si bé en alguns d'aquests ja es pensava en la possibilitat d'ampliar-la. La majoria, però, volien reinvertir part dels beneficis en la millora i l'adequació dels establiments, així com en la formació del personal, a hores d'ara molt *amateur* i poc qualificat.

En tots els casos, els entrevistats coincideixen que el desenvolupament turístic s'ha de fer pausadament i amb comptagotes, tractant d'evitar la sobredependència i sobreexplotació dels recursos. Per això, Crescencio Ruiz, alcalde del municipi nicaragüenc d'Altagracia, considera que el turisme a Ometepe ha de ser una activitat a més petita escala pel que fa a infraestructures:

Crescencio Ruiz: *claro, nosotros como Alcaldía pensamos en mantener un turismo sostenible donde no lleguen grandes hoteles turísticos, hacer grandes hoteles de cinco estrellas. Queremos mantener un sistema de que los mismos pobladores puedan dedicarse al turismo en la isla de Ometepe y no esperar que vengan gentes con grandes inversiones para la isla.*

El desenvolupament d'infraestructures és clau a l'hora de propiciar el desenvolupament d'un o altre territori. Als tres països analitzats, i extrapolable a la resta de països centreamericans, la majoria de les infraestructures s'han creat als nuclis costaners i és molt difícil arribar a gran part de les



Edificis del segle XIX reconvertis per a ús turístic.

comunitats rurals si no és amb vehicles tot terreny. Això ha contribuït que els turistes arribin encara amb comptagotes i que, per tant, l'oferta creada tingui unes característiques molt diferents a les del litoral. Mentre que al litoral ha estat creada majoritàriament per multinacionals a partir de la promoció d'un turisme de sol i platja, a l'interior ho han fet les comunitats a partir de la comercialització de l'ecoturisme.

La construcció de noves infraestructures s'estableix així com un punt polèmic al sí de les comunitats i oscil·la entre la visió dels que creuen que això aportarà beneficis a la comunitat i els que temen els impactes ambientals derivats d'un increment de la demanda que no es pugui assimilar des de l'oferta actual. A El Salvador, al sí de la comunitat impulsora del projecte Lempamar, existeix una discussió sobre la necessitat o no de realitzar una carretera que permeti l'arribada de nous turistes. Si bé d'una banda es veuen avantatges, també es tem per una massificació del lloc.

Emilio Espín: *ahí está el tema, ¿hasta qué punto la carretera es desarrollo? O la carretera se te puede convertir en una amenaza por-*

que sería masificar el turismo, que si el turista no está educado se convierte en un factor de contaminación, en un factor de desforestación... Es una discusión de si conviene o no.

Hem de tenir en compte que un dels impactes econòmics més important i esperat és la generació de treball i que una manera ràpida d'aconseguir-ho seria augmentar notablement el nombre de turistes. Cal matisar, però, que molt sovint es tracta d'un treball inestable de temporada, que pot comportar una sèrie de conseqüències no sempre desitjables, entre les quals podem destacar:

- Taxa d'atur elevada durant els mesos d'inactivitat turística.
- Redistribució geogràfica de la població.
- Modificació socioprofessional de la població activa i de la població en general.
- Fluxos migratoris per ocupar treballs pocs qualificats.

El fet de compaginar el turisme amb d'altres activitats econòmiques minimitza els impactes anteriors, afavoreix el treball durant tot l'any i evita, com dèiem, les migracions. Tanmateix, un aspecte negatiu és la manca de professionalització que existeix a causa de l'alta flexibilitat que han de tenir els treballadors, així com l'establiment d'una jornada de treball que no acaba mai. Si bé l'estacionalitat turística no és tan exagerada com la de nuclis de litoral, en general l'afluència de turistes registra variacions d'un a altre moment de l'any. En general, quan més afluència de turistes hi ha és a l'estiu i a Setmana Santa, quan tot Amèrica Central té vacances, així com les dates en què hi ha festa als EUA. Ho comenta Cristina Bernabé, de Lempamar:

Cristina Bernabé: *600 personas al mes cuando es temporada alta, de junio a agosto, pero especialmente en Semana Santa y en Navidad. Siempre como máximo grupos de 12 personas. Ya ve que para las comunidades es un número importante de gente a quien vender, atender...*

La generació d'una població empresarial que viu del turisme i s'hi especialitza s'acaba convertint amb el temps en una necessitat. Aquesta variarà atenent al tipus d'oferta que es doni, a la capacitat dels empresaris locals per satisfer les demandes, al desenvolupament històric d'aquest turisme i al tipus de desenvolupament turístic.

A diferència de Mallorca, on els hotelers són generalment mallorquins, a Amèrica Central el teixit empresarial turístic és majoritàriament d'origen estranger i, per tant, en gran part ho és el model turístic creat. Aquesta realitat canvia profundament en les experiències analitzades, ja que és la comunitat la que gestiona i decideix el desenvolupament. Això, però, no impedeix que existeixi una capacitat de la població local per part de persones foranes: els cooperants, si bé òbviament amb unes relacions i uns interessos molt diferents dels directius de les multinacionals. No en va, com ens mostra el fragment d'entrevista següent, el capital privat necessita saber que rendibilitzarà la inversió abans de dur-la a terme.

Emilio Espín: *¿Sabes quién llegó aquí? El grupo Meliá, y lo llevamos a conocer y todo, pero claro en ese tiempo estábamos en la prehistoria y no había nada de infraestructura y vieron que el Estado se hacía el sueco,*

porque ellos iban a invertir allí un gran capital, no había unas condiciones de servicio en infraestructura y tener que invertir en todo era demasiado.

El fet de ser en general iniciatives comunitàries fa que el mètode més usual de gestió sigui el cooperativisme assembleari. Existeixen, però, diverses maneres de repartir els beneficis.

José Santos: *se pagan los salarios, se miran los gastos, pero las ganancias no se reparten a los 15 días, se reparten al año, porque sino no podríamos desarrollarnos. Entonces, esto se va llevando con el sistema contable y hasta final de año, no se mira por mes.*

Actualment, gran part d'aquestes iniciatives se sustenten gràcies a l'ajut de la cooperació al desenvolupament, si bé ja hi ha experiències que presenten beneficis. A més, existeix una dependència de la cooperació a l'hora d'arrencar aquestes iniciatives, sobretot perquè és molt complicat aconseguir crèdits de bancs i financeres amb interessos baixos. A més, per Francisco José Muñoz, la introducció del turisme no sempre és fàcil, atès que la sostenibilitat requereix una afluència baixa de turistes i, per tant, que poca gent s'hi pugui dedicar.

Francisco José Muñoz: *en este caso es necesario que participe la comunidad pero no lo hemos logrado porque no hay un volumen tan grande de visitantes que permitan poder destinar algunas actividades para involucrar a la comunidad. Lo estamos haciendo con las cooperativas, y sólo se benefician con algunas ofertas de servicios que ellos hacen.*



Dones artesanes a Nicaragua.

Els diferents establiments analitzats tenen una oferta molt limitada marcada per la manca de qualificació i qualitat. En conseqüència, els costos dels serveis dels establiments són en general baixos i, per tant, tenen una clientela molt limitada i amb uns perfils molt concrets: turisme d'aventura, motxillers, excursionistes, etc. Els clients no són en general gaire exigents, si bé la despesa que deixen és més aviat baixa. Això provoca que no existeixi una percepció del turista com algú ric o d'un nivell i/o estatus més alt, però també que l'impacte econòmic sigui molt limitat. En qualsevol cas, s'ha de tenir en compte que aquesta despesa, per petita que sigui, representa una font d'ingressos importantíssima per a la comunitat.

Amb el temps, és d'esperar que a mesura que aquests establiments i iniciatives es vagin desenvolupant i creixin, aniran augmentant la qualitat i els serveis i, per tant, uns preus a hores d'ara molt baixos.

5.4. IMPACTES SOCIOCULTURALS

Sens dubte, un dels aspectes més significatius de l'impacte sociocultural és la manera, la intensitat i l'espai en què es realitza la trobada entre turistes i residents. El fet de tractar-se d'establiments petits afavoreix un contacte més proper, propi d'establiments familiars. Sovint els establiments són els mateixos habitatges de les famílies que conformen les comunitats o, si més no, s'hi troben integrades. Això elimina en gran part les diferències d'estatus que sovint es creen entre turista i resident i, en els casos en què el turista col·labora amb les tasques de la comunitat, ajuda a l'establiment d'una interrelació entre iguals, així com a un aprofundiment de la relació entre turista i resident.

José Santos: *sí, pienso que nos está ayudando a cambiar mucho. En los años 90 para atrás, aquí los jóvenes y los niños cuando miraban a un chele¹⁵ parecía que miraban a un toro, les daba miedo. Ahora los niños caminan con los cheles, reciben no de todos pero a veces de forma muy directa ayuda de los turistas así como cuadernos, zapatos, cosas de estudios, etc. Y esto es muy importante, ese arrastre social entre los turistas y la gente de acá.*

Tot i així, les relacions entre turistes i residents no deixen de ser, en la majoria dels casos, superficials i tant un com l'altre saben que es tracta d'una relació passatgera. A les diferents iniciatives analitzades, s'ha observat que l'efecte exemple creava certs recels per part d'alguns entrevistats. En alguns casos, s'aprecia que els persones amb més contacte amb el turista, sobretot



els més joves, a poc a poc canvien la manera de vestir i fins i tot la manera de parlar i adopten anglicismes amb la idea que si un dia van als EUA estaran més ben considerats. Cal destacar, però, que no es tracta d'un fenomen merament turístic, atès que, en general, l'Amèrica Llatina veu els EUA com el germà ric a imitar.

Francisco José Muñoz: *a veces me pongo nervioso cuando veo a los muchachos que ya andan con gafas en la cabeza, andan con chinelas o con shorts por Estelí. Entonces eso es un efecto negativo del turismo porque cambia la parte cultural de los jóvenes, que están directamente relacionados con el visitante.*

Si bé encara és prest per dir-ho, aquests recels podrien augmentar si comencen a afectar altres aspectes culturals, ja que molt sovint es tracta de comunitats que no tenen cap tipus de reconeixement institucional pel que fa a la seva llengua i/o cultura. Així, per exemple, la presència de llengües minoritzades, com el *quechí* a Guatemala, pot veure's en perill des del moment en què la

comunitat deixi de considerar-la una llengua vàlida per a la comunicació amb el turista. Aquesta tendència es veu incrementada per la manca de protecció i promoció per part de les entitats locals, que la consideren una llengua familiar.

L'efecte exemple, però, pot actuar en alguns casos de manera inversa, si els residents perceben que la seva cultura és apreciada pel turista i, en conseqüència, forma part del seu atractiu turístic. En aquest sentit, Eduardo Choc Maas, pèrit en turisme sostenible de l'experiència Ak'tenamit, ens explica que els turistes se senten atrets per les seves mostres de cultura popular:

Eduardo Choc: *como nosotros tenemos una cultura quechí, nosotros tenemos el baile tradicional, la música y también la ceremonia maya. [...] A veces que llegan turistas mientras nosotros estamos celebrando rituales y si llegan turistas, toman fotografías de la graduación y también del color de la naturaleza y de la ceremonia maya, de cómo es la danza del venado, de las características de el baile tradicional y también del idioma quechí, cómo se saluda y todo... Entonces a los turistas que vienen a nuestras comunidades, a los turistas le encantan ver como es la diferencia.*

Per això, es pot donar la paradoxa que el turisme acabi preservant trets culturals que altrament haurien pogut desaparèixer. Un impacte que, com ens explicà Walter Méndez, administrador de Takalik i alcalde auxiliar de la comunitat de San Antonio, pot venir també donat per la capacitació que realitzen els cooperants:

Walter Méndez: *a ellos se les explicó más o menos que efectos podría tener cuando la gente empezara a venir; yo creo que cuando a alguien se le prepara es más difícil que se cometan errores o que sean influenciados. Se les ha dicho: «nosotros no queremos que ustedes cambien sus costumbres, no queremos que cambien sus tradiciones» [...] y realmente creo que ellos están muy orgullosos de descender de la cultura maya.*

Com explicàvem a l'inici del treball, en algunes destinacions turístiques, no són pocs els casos en què per un o altre motiu el resident acabi menyspreant el turista, fenomen que se sol donar quan el turista és d'un estatus econòmic baix o gasta poc en la destinació turística. En aquest sentit, és important ressenyar que en cap de les entrevistes s'ha detectat una animadversió significativa cap el turista, amb l'excepció d'un cert rebuig envers els que comunament anomenen *mochileros*.

José Santos: *el turista que entra por acá es un turista pobre. El turista que viene con mucho dinero se queda en hoteles de la playa, Santo Domingo, Villa Paraíso... Porque realmente en las fincas no hay habitaciones como las que ellos quieren (aire acondicionado...). Nosotros no tenemos eso. Para acá viene el que llaman el mochilero.*

Cal destacar que aquesta modalitat turística, practicada majoritàriament per joves del nord, és una tipologia de turisme d'aventura basada en la realització d'un viatge de llarga durada, en general poc planificat, amb la idea que per no causar impacte hom s'ha de confondre amb l'entorn. Pel fet de tractar-se

15 Mot usat per referir-se a les persones de raça blanca.

d'un turisme eminentment juvenil, presenten un poder adquisitiu molt limitat i sovint una idea preconcebuda al nord que si gasten poc creen menys impacte. En realitat, les comunitats precisament critiquen aquesta baixa despesa i, tot i que signifiquen una part important del total de turistes, algunes entitats com l'associació guatemalenca Ak'tenamit tracten d'evitar-los i impulsen un turisme que aporti més ingressos a la comunitat. Estephan Duden Hoeffr, assessor tècnic d'aquesta associació, és molt crític amb aquests viatgers, tot i que és nascut als EUA, país d'origen de gran part dels mochileros.

Estephan Duden: *la idea es no impulsar el turismo de mochileros que comen un aguacate y gastan 20 quetzales.*

Un dels impactes que més preocupa els agents locals és la irrupció de la prostitució i, en conseqüència, de malalties venèries que s'ha donat en alguns territoris.

Estephan Duden: *esta degradación cultural aumentó el riesgo de enfermedades, enfermedades de transmisión sexual. En Livingston estamos a nivel nacional 4 en incidencia de SIDA; hasta el momento no tiene muchos problemas con el turismo sexual infantil o adolescente pero tiene mucho potencial en el área... Sería conveniente ir cerrando más las puertas a esto, es algo que nos tiene bastante preocupados por todos los posibles y probables impactos negativos.*

També es critica la pràctica de models sexuals que, com l'homosexualitat, són encara un tabú social per a les comunitats i per a determinats col·lectius indígenes.

Rosa Estela Álvarez: *nosotros hemos pensado mucho en eso, en los riesgos que tiene; por ejemplo, las enfermedades, si usted va a Suchitoto tiene mucho el VIH, hay mucho, como les decimos nosotros vulgarmente, maricones y eso son como las enfermedades que deja lo del turismo y generalmente son extranjeros los que traen eso.*



Cabanes amb hamaques de l'experiència Ak'tenamit.

Sobretot, però, hi ha una preocupació davant el fet que l'augment de l'activitat turística pugui anar lligada a un creixement de la delinqüència i al consum de drogues per part dels més joves.

Emilio Espín: *por un lado puede generar el problema de la prostitución, por otro el problema del alcoholismo y el tema drogas, eso son focos que se desarrollan alrededor de actividades turísticas florecientes que despegan y se consolidan, son amenazas que se tiene que ser muy observador, muy hábil para poder detectar a tiempo y evitar que se te contamine.*

L'impacte sociocultural, però, es pot observar en altres aspectes menys comprometedors i polèmics. Si bé en la majoria dels establiments es cuinava amb ingredients locals i, per tant, majoritàriament una cuina de temporada, la demanda d'una cuina propera al turista ha fet variar la gastronomia local, molt limitada als ingredients tradicionals de la zona: blat de moro, mongetes, pollastre, arròs. Per això, és freqüent trobar-hi plats que no són locals, originaris dels països dels turistes estrangers i, a poc a poc, la dieta dels residents va modificant-se i enriquint-se amb nous plats.

José Santos: *tenemos una cocina aparte con una cocinera que va a hacer lo que el turista realmente necesite. El turista pide su necesidad y la cocinera tiene lo necesario para poderlo ofrecer. A lo mejor no tenemos marisco, no tenemos cosas de esas, pero hay cosas que sí se pueden ir cambiando, no solamente hay arroz, frijoles y pollo.*



Mostra de la cuina tradicional oferida a l'establiment UCA Mirafior de Nicaragua: arroz con frijoles, ensalada de repollo, tostones i cuajada.

Una de les principals mancances detectades, especialment a Nicaragua, és l'abandonament del patrimoni cultural per part de les autoritats nacionals i locals, agreujat per la manca de recursos i la crisi econòmica del país, que produeix que tot el que és cultura no es consideri prioritari. Si bé algunes vegades es tracta de mantenir l'arquitectura tradicional, en la majoria de les experiències hi havia poc consens sobre el criteri que s'havia de seguir a l'hora de construir noves edificacions.

Francisco José Muñoz Albir: *las inversiones no se han hecho en base a una construcción, todas son diferentes [...] no han considerado los materiales o no hemos considerado los materiales que se usan y a veces se ve hasta feo. [...] Hemos tratado de tomar una especie de modelo que sea más adecuado al programa de ecoturismo y son las cabañas de la zona seca de madera, pero bueno, no hemos logrado continuar porque luego en el financiamiento es la gente la que decide que es lo que hace.*

En general, s'opta sobretot per una visió pràctica i econòmica, atès que l'alt grau d'humitat de la zona, juntament amb l'elevat nombre d'insectes parasitaris dels materials tradicionals amb què es construïen els habitatges

locals, fa que sigui molt temptador apostar per la inclusió de nous materials més duradors que requereixen menys manteniment, com és ara el ciment. Per aquests motius, com ens explica Manuel Muñoz, assistent de patrimoni de l'INGUAT de Guatemala, des dels governs centrals s'estan iniciant campanyes de sensibilització entre els agents turístics locals per tal que prenguin consciència de la necessitat de preservar el patrimoni, entès aquest de manera extensa.

Manuel Muñoz: *el trabajo que se está realizando en INGUAT va entorno a crear un conciencia turística, un conciencia ecológica, una conciencia de conservación, una conciencia de que tenemos recursos muy, muy bellos, tenemos recursos muy importantes que los debemos apreciar y los debemos valorar y que realmente debemos respetar también a los turistas, porque es parte de ese beneficio que tenemos de la oferta y la demanda.*

Finalment, cal destacar que existeix una manca de formació en molts sectors relacionats amb la restauració, motiu pel qual una de les activitats que se sol finançar és la formació en matèries com la cuina. En alguns casos, s'ha detectat que a vegades les capacitacions realitzades a través de finançament d'entitats de cooperació —per tant, normalment cursos gratuïts— han augmentat la qualificació de cuiners que havien de treballar per a la comunitat i, una vegada capacitats, han preferit treballar en establiments turístics de més envergadura que pagaven uns sous més alts.

José Santos: *logramos capacitar al personal bastante bien, pero el 20% ya se nos ha ido.*

O sea, no es que se hayan corrido, sino que fueron mujeres que salieron embarazadas y tuvieron que irse a su casa y luego cuidar a su niño, y otros que porque estaban formados encontraron un trabajo mejor. Por eso viene después un empleado nuevo que no está capacitado, así que creemos que las capacitaciones deben ser continuas, para poder prestar un mejor servicio y tener un mayor desarrollo.

Per pal·liar aquesta realitat, ja s'han posat en marxa algunes iniciatives com és ara la nicaragüenca PRODETS, que té com a funció la capacitatió en turisme sostenible de les empreses sòcies. Herenia Salazar Medina,



responsable de promoció i certificació del programa de turisme sostenible de l'Associació «Tecuicán», ens explica que una solució per amortitzar la capacitatió ha estat crear un hotel de formació en turisme en què els alumnes són els treballadors:

Herenia Salazar: *la idea es crear el hotel para que ellos puedan tener teórico-práctico con turistas de verdad, pero que el turista que va ahí ya sabe que va a un lugar que está en entrenamiento del personal.*



5.5. IMPACTES AMBIENTALS

Sostenibilitat és actualment un terme d'ús generalitzat per tots els agents que intervenen en el fet turístic. Cadascun d'ells, però, en fa una interpretació diferent i subjectiva, marcada sobretot per una consciència de la necessitat de preservar el medi ambient, alhora que es promou el desenvolupament econòmic i social de la comunitat.

José Santos: *para nosotros la parte sostenible es cuando ayudamos a muchas personas a través del turismo.*

Francisco Muñoz: *entonces la sostenibilidad va siendo la combinación de esfuerzos de todas esas actividades y de manera que ninguna se transforme en una actividad que desplace a las otras, porque eso significaría que tendríamos que dedicarnos solamente a ecoturismo y posiblemente allí sí iba a cambiar totalmente nuestra cultura de producción, nuestra cultura misma y podría ser un impacto más grande dentro de la naturaleza.*

Per Climent Picornell (1995), s'estableix una dialèctica entre l'activitat turística i el medi ambient, caracteritzada per tres tipus de dinàmiques que aniran en funció del diferent tipus d'impacte:

- **Indiferència:** quan les activitats turísti-

ques no produeixen canvis en el medi ambient.

- **Simbiosi:** quan el turisme contribueix a conservar el medi ambient com a instrument de desenvolupament i possibilita un rendiment sostingut del recurs ambiental.
- **Conflicte:** quan a partir de la sobreexplotació, turisme i medi ambient en surten perjudicats.

El primer i sobretot el segon punt són molt interessants per a la nostra zona d'estudi, en el sentit que el turisme pot ajudar a preservar territoris que altrament haurien desaparegut a causa d'indústries fusteres o altres activitats econòmiques associades a l'agricultura intensiva. A tall d'exemple, una part important dels boscs d'Amèrica Central han desaparegut a causa de la seva conversió en zones de pasturatge per a la producció d'hamburgueses per a multinacionals nord-americanes.

En diferents experiències, l'enclavament turístic es troba en un territori que, o bé està protegit, o bé està en vies de protecció, en gran mesura gràcies al desenvolupament d'un turisme basat amb el gaudiment de la natura i el paisatge natural.



Recepció de l'hotel-escola de Teosintal a Ometepe (Nicaragua).

Experiència Lempamar (El Salvador).

Abocador a El Salvador amb *pepenadores* rastrejant entre els fems.



Una de les problemàtiques a què s'ha d'enfrontar Amèrica Central és l'elevat nivell de contaminació que pateix gran part del seu sòl i subsòl, sobretot a El Salvador, com a conseqüència de la irrupció de grans suburbis a les grans ciutats, desenvolupats com a conseqüència de les migracions del camp a la ciutat. A tots els països es multipliquen els abocadors il·legals davant la manca de reciclatge i els més grans es concentren a l'entorn de les grans ciutats. La cara més fosca d'aquests abocadors, però, no és mediambiental sinó social, atès que a tot Amèrica Central són comuns els abocadors il·legals habitats pels *pepenadores*. Els *pepenadores* són persones que es malguanyen la vida rastrejant entre les deixalles a la recerca de menjar i/o residus que revenen per obtenir uns mínims beneficis amb què subsistir.

El desenvolupament turístic a les zones rurals pot ajudar a pal·liar aquest fenomen si, com explicàvem anteriorment, s'evita l'abandonament del camp de la població més jove. En qualsevol cas, però, la solució vindrà de l'impuls de polítiques actives per fomentar el reciclatge i la separació de residus, a hores d'ara molt incipient a la totalitat de la regió centreamericana. A l'interior dels països però, on encara aquest fenomen és relativament inexistent, cal iniciar les polítiques ara que encara s'hi és a temps. És important, per tant, que es condicionin infraestructures que permetin el reciclatge de les deixalles que es generaran com a conseqüència de l'arribada de nous turistes.

En general, s'ha constatat que, en moltes destinacions madures com Mallorca, la manca de planificació ha suposat un

col·lapse del litoral i, en conseqüència, una pèrdua d'atractiu turístic. Sobretot en els territoris on existeix una sobredependència del turisme, les administracions locals han tractat de recuperar l'atractiu mitjançant l'impuls de polítiques destinades a millorar l'entorn a través d'accions com ara l'esponjament,¹⁶ la regeneració de les platges o la reconstrucció d'infraestructures malmeses per una mala ubicació inicial (passeigs, ports esportius, etc.).

Aquestes noves necessitats ocasionen despeses milionàries a les institucions locals i a la indústria turística mateixa, que pot perdre atractiu davant altres destinacions en què l'impacte ambiental és més petit. Sobretot, però, la pèrdua d'atractiu turístic presenta uns impactes econòmics i socio-culturals importants en les societats en què una part important de la població depèn directament o indirectament del turisme. Existeix així un risc potencial d'entrar en un cercle viciós molt difícil de trencar, sobretot si tenim en compte que regenerar zones erosionades és enormement costós i no sempre es pot garantir l'èxit.

Abans de finançar una iniciativa turística és convenient saber si aquesta tindrà en compte aquests riscos i planificarà en conseqüència activitats i infraestructures que permetin minoritzar l'impacte i millorar tant com es pugui les infraestructures existents. És important que això no es vegi com una despesa a fons perdut sinó precisament com una manera de generar treball alhora que es preserva el futur.

José Santos: *hemos logrado sembrar este año 13.000 plantas maderables y energéticas y más de 2.000 plantas frutales. Por eso, necesitamos tener a una persona encargada a cuidar esas plantas, que se enmontezcan, que no las corte ningún vago que pase, es decir, que haya un buen cuidado sobre ellas.*

Com succeïa amb els impactes socioculturals, les demandes dels turistes poden actuar favorablement en la sensibilització de la població local en matèria de preservació ambiental. El turisme vol espais nets i no contaminats i, per tant, la població local se sensibilitza de la necessitat de preservar l'entorn.

Ana Cecilia Flores: *para que haya un buen turismo tiene que haber una ciudad limpia para poder atraer al turista.*

Això ha determinat que les autoritats locals hagin pres consciència i hagin iniciat mesures legislatives per a la preservació del territori. A més, en l'àmbit local, s'han creat en la totalitat de les experiències analitzades mecanismes per preservar l'entorn com ara: comissions ambientals, guardes forestals, visites guiades amb grups reduïts, limitació del nombre de vehicles... I és que, com afirma Raquel Quesada, coordinadora de la Unitat de Gestió Ambiental de l'INTUR, la preservació del medi ambient no és tan sols un luxe, sinó una necessitat per al desenvolupament econòmic del futur:

Raquel Quesada: *ves que mentalmente la gente ya entiende, la gente está preocupada, el sector está preocupado por la conservación*

¹⁶ L'esponjament consisteix en la demolició d'edificis en zones d'alta densitat urbanística i d'edificis que, bé perquè són obsolets, bé pel seu impacte visual, malmenen la imatge de la destinació turística.

ambiental, por crear productos más acorde a las dinámicas actuales, por la simple y sencilla razón que si no se montan a ese tren de la sostenibilidad pues no van a ser competitivos.

D'altra banda, els cooperants que han ajudat a les contraparts a iniciar-se en el món del turisme han insistit constantment en l'aspecte mediambiental. Entre d'altres, perquè si no és així difícilment s'aconseguiria finançament dels organismes de cooperació internacional.

Raquel Quesada: *esto de la sostenibilidad lo ha venido empujando la cooperación internacional porque a los gobiernos de los países en vías de desarrollo lo que nos interesa es comer, o sembrar.*

En algunes entrevistes s'ha detectat que aquesta demanda es prenia en consideració des del punt de vista estrictament visual i s'a-

rribava en alguns casos a soterrar les escombraries per evitar que aquestes poguessin molestar la vista dels turistes.

Antonio Ralda: *el orgánico se recicla y se usa para la finca. Y lo que son sólidos, eso en algunos casos si es metal o si es vidrio se junta y se entrega a una planta de tratamiento; ahora lo estamos acumulando porque se necesitan cantidades muy grandes, y lo que es plástico lo estamos enterrando, el plástico es lo más difícil.*

Una de les problemàtiques és que la manca d'infraestructures per al reciclatge obliga en gran part de les experiències a traslladar els residus a d'altres nuclis de població que tinguin les infraestructures necessàries, ara per ara insuficients en la majoria d'aquests països. Per aquest motiu, una de les pràctiques més generalitzades consisteix en evitar oferir productes difícilment reciclables.



Abocador il·legal a una comunitat de El Salvador.

Hilda María Morales: *este plástico de bolsas es el más difícil... Se evita vender, por ejemplo lo que es Coca Light porque sólo la venden en lata o en botella de plástico.*

Alguns dels impactes no vénen, tanmateix, originats per l'afluència dels turistes sinó per la transformació que es fa del territori per tal de recrear la imatge que se'n té a l'exterior. El turista de sol i platja que viatja a Amèrica Central espera trobar platges verges de sorra blanca amb palmerars tropicals que cauen a l'aigua turquesa. Per satisfer aquest desig, en alguns casos s'ha arribat al punt de repoblar vastes zones de litoral amb palmerars artificials i a suprimir les espècies autòctones considerades menys atractives. D'altra banda, quan la sorra no tenia el color desitjat, s'ha duit d'altres indrets i s'ha afavorit una erosió de caràcter crònic, car els diferents corrents obliguen a la regeneració constant d'aquesta.

En cap de les diferents experiències analitzades s'ha observat aquesta pràctica, si bé en alguns casos es lamentaven que de vegades els turistes s'emportaven espècies per a la posterior comercialització. Això es dona sobretot amb el turisme local, ja que difícilment un turista estranger podrà passar la duana amb una espècie protegida.

María Magdalena Hidalgo Marroquín: *los aspectos negativos podría decirse: el aumento que hay en los desechos sólidos, que hay daños a la ecología porque en los lugares del «Manchongo Aumuchal», a la hora que ha subido el turismo vienen muchas personas a hacerle daño a la flora y la fauna que hay, principalmente a la fauna porque vienen*

luego a blanquear con los animales que hay allí, con los pelicanos, y esa es la queja que hemos tenido últimamente, que viene mucha gente de fuera con rifles a hacerles daño; esos son aspectos negativos que tendríamos que controlarlos.

Tot i aquesta conscienciació, existeix i existirà sempre el debat sobre el model de desenvolupament local que permeti la sostenibilitat ambiental. Els ingressos econòmics que genera el turisme són cada vegada més atractius i, per tant, sempre existeix la tendència a tractar d'augmentar-los amb l'increment del nombre de visitants, les infraestructures i l'oferta complementària. El grau en què aquests es desenvolupin és en definitiva l'etern paradigma i el debat que haurà d'anar resolent la comunitat, atès que qualsevol intervenció en el medi genera un o altre impacte. Els fragments següents de l'entrevista realitzada a Juan Antonio Romero Rodríguez, pagès membre de la cooperativa UCA-Miraflor, és representatiu d'això:

Juan Antonio Romero: *claro que también tomando muchas medidas para no destruir el medioambiente, porque cuando hay muchas visitas de mucha gente es difícil poder controlar la basura y muchas cosas más.*

Mejorar las cabañas, ampliarlas y esas cosas. Hacer más senderos, sembrar jardines por los senderos por donde hay posibilidades... Esa es la visión que tengo para el futuro.

Per tal d'evitar conflictes que descohesionin la comunitat, és molt important que aquesta sigui participi dels beneficis i, sobretot, que existeixin estructures democràtiques



que permetin la resolució de les disputes que sorgeixin, a hores d'ara marcades pel debat sobre el model de creixement.

Tot i l'eterna discussió anterior, la mida reduïda de la totalitat dels establiments analitzats i el sistema de gestió comunitària faciliten en gran mesura els aspectes anteriors, amb unes conseqüències positives per a l'entorn. La comunitat és conscient que el turisme representa una font d'ingressos i riquesa per a la totalitat de la comunitat i que aquest necessita una preservació ambiental acurada. Per tant, sigui quin sigui el desenvolupament que es triï, sempre es farà tenint en compte la natura i la biodiversitat i prenent sempre el turisme sostenible com a model de referència.

5.6. ANÀLISI DAFO: EL TURISME COM A EINA DE COOPERACIÓ A AMÈRICA CENTRAL

A partir de les dades extretes a les fonts primàries i secundàries, hem realitzat una anàlisi de les debilitats, les amenaces, les fortaleses i les oportunitats del turisme a l'àrea d'Amèrica Central, concretament del que va lligat a la sostenibilitat, la solidaritat, i que té el suport de la cooperació per al desenvolupament. Aquesta anàlisi, coneguda com a DAFO, és l'eina d'avaluació que serveix per realitzar un diagnòstic previ a l'execució de qualsevol iniciativa i/o pla estratègic.

A continuació es presenta de manera esquemàtica el resultat de la DAFO en els àmbits conceptual, polític, econòmic, mediambiental, sociocultural i, és clar, en el de la cooperació per al desenvolupament i del turisme internacional:

	Forces	Debilitats	Oportunitats	Amenaces
Impacte ambiental	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.
Impacte social	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.
Impacte econòmic	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.
Impacte polític	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.
Impacte sociocultural	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.
Impacte internacional	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.	- El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars. - El turisme s'ha desenvolupat en zones amb alta biodiversitat i paisatges espectaculars.

6

RECOMANACIONS PER A L'AVALUACIÓ I EL DESENVOLUPAMENT DE PROJECTES DE TURISME SOSTENIBLE



Recomanacions per a l'avaluació i el desenvolupament de projectes de turisme sostenible

Els agents econòmics, polítics i socials que vulguin endinsar-se dins el món del turisme han de tenir clar per damunt de tot quin és el model turístic que volen fomentar mitjançant la cooperació al desenvolupament. Per això, és imprescindible la participació de la comunitat en el consens del model turístic desitjat, partint de la premissa que aquest determinarà el tipus d'impactes i, per tant, el futur de la comunitat.

Si el que volem és impulsar realment un desenvolupament durable i correcte, a través del turisme, és necessari que existeixin i s'elaborin bons productes, que es garanteixi la sostenibilitat ambiental, la participació decisiva de la comunitat, la rendibilitat econòmica i la comercialització del producte. Sostenible, responsable i comunitari serien els adjectius que definirien aquest tipus de turisme que pot contribuir a desenvolupar realment les zones més desfavorides.

Hem de tenir en compte que abans de finançar un projecte de cooperació ens hem d'assegurar que la destinació tingui uns atractius turístics suficients per tal de garantir la futura rendibilitat i evitar així una dependència a llarg termini i la inviabilitat del projecte. La zona ha de tenir un mínim d'infraestructures que facilitin l'accés del visitant a l'emplaçament. També és

necessari que aquest projecte neixi de la necessitat o d'una proposta feta per la comunitat, pels beneficiaris, al cap i a la fi. És, per tant, imprescindible incloure les comunitats locals i indígenes en la planificació, el desenvolupament i l'explotació de l'activitat plantejada.

Les iniciatives turístiques han d'estar integrades dins programes de desenvolupament a llarg termini en una zona concreta, de manera que l'activitat turística no sigui l'únic objectiu del projecte. Per això, és important realitzar estudis de viabilitat en què constin les mesures que es desenvoluparan en matèria de sostenibilitat, que defineixin la capacitat de càrrega del territori, tant pel que fa a la quantitat de visitants com a les actituds i formes que cal esperar dels turistes, a les activitats que es desenvolupen i a la forma de concretar l'allotjament i el transport. En tot cas, sempre s'ha de garantir la conservació de les activitats econòmiques i les manifestacions culturals tradicionals, així com el desenvolupament d'activitats productives que emergeixin del desenvolupament turístic mateix, prioritzant empreses locals a tots els àmbits: allotjament, guies, restauració, comerç, artesanía, etc.

Entrant en la part de la sostenibilitat econòmica, s'ha de donar importància a l'efecte



multiplicador damunt altres sectors. La inversió que es fa a través del finançament de les ONGD o agències de cooperació ha de ser viable econòmicament, tant pel que fa la capacitat de finançament com a la producció d'excedents per a la població local, de manera que paulatinament s'adquireixi una independència respecte de l'entitat financerora. En aquest sentit, el manteniment de les activitats tradicionals (agrícoles, pesqueres...) ajuda a fer front a l'estacionalitat que sovint suposa l'activitat turística. Així mateix, és important que la comunitat pugui abastir el sector turístic amb tants productes i serveis com sigui possible (alimentació, artesanies, construcció, fusteria, personal...) perquè no s'hagin d'adquirir fora de la comunitat.

Com es veu, la comunitat té un paper essencial a l'hora de planificar i gestionar l'activitat turística i és per això primordial que es vegi el projecte com una activitat econòmica rendible i que, per tant, s'ha de gestionar amb una visió empresarial, no merament solidària i dependent i per això condemnada al fracàs. En aquesta part de gestió, hi

entraria també el repartiment equitatiu dels beneficis entre els membres de la comunitat que hi participi, o bé uns recursos per millorar infraestructures bàsiques o per reinvertir en l'activitat turística.

És també important iniciar plans estratègics per al tractament i sobretot per a la prevenció de malalties venèries que, com la SIDA, causen estralls entre els segments més joves de la població. La dificultat a l'hora d'accedir als preservatius i/o als tractaments pal·liatius requereix sens dubte ajut de la comunitat internacional i dels governs centrals i locals, però també una presa de consciència de les comunitats sobre el fet que cal informar els joves de les vies de contagi i desestigmatitzar una malaltia que no coneix ni fronteres ni orientacions sexuals.

D'altra banda, l'animadversió envers el turisme mochilero és en certa manera preocupant, atès el volum que ocupa respecte de la demanda. En converses informals, les crítiques a aquests turistes es repeten constantment i, per tant, atès el valor afegit dels establiments com a «sostenibles» i «solidaris», és molt important sensibilitzar al viatger a l'hora de difondre i donar a conèixer el producte per tal de facilitar un canal de diàleg real entre turista i resident en què s'entengui que el turisme és una part clau del sosteniment econòmic.

La reinversió o la utilització dels recursos no sempre ha de tenir l'objectiu de millorar infraestructures, sinó també formar els membres de la comunitat (atenció al turista, cuina, gestió, idiomes, etc.), o bé cercar mecanismes de difusió i comercialització

del producte turístic. Per tal de vendre a fora el producte, és important remarcar tots els atractius naturals, culturals o històrics que hi pugui haver a la zona; per això és primordial tenir cura del patrimoni històric local, de preservar la diversitat cultural, les ètnies i les llengües, així com defensar l'autodeterminació dels pobles. És important també preservar l'entorn i garantir explotacions tan integrades com sigui possible en el paisatge, usant materials tradicionals i en equilibri amb l'arquitectura típica i que puguin ser utilitzades tant pels turistes com per la resta de ciutadans que viuen a la zona.

Quant a la preservació del medi natural, que al cap i a la fi és un dels atractius principals, s'han de posar mesures per tal de millorar i mantenir el que ja es té. Per això és important no massificar la zona amb un nombre excessiu de visitants, especialment pel que fa referència als avistaments d'animals o excursions per paratges naturals. És important que els camins estiguin senyalitzats, que hi pugui haver serveis de guies locals, etc.

L'aigua, com sempre, és un dels elements a tenir en compte en àrees rurals i en situació de pobresa; per tant, s'han d'instal·lar sistemes de captació d'aigua i utilitzar filtres perquè l'aigua que prové de fonts naturals pugui ser consumida pels visitants. En cas que no sigui possible, s'haurà d'optar per l'aigua embotellada, cosa que suposa una despesa econòmica important i també un augment dels residus. Quant a l'aigua bruta, també s'han de cercar sistemes de depuració per a la seva reutilització o el rebuig en condicions més ecològiques.



En aquesta part mediambiental, la majoria d'impediments es troben en la part del maneig dels residus sòlids. Els orgànics perfectament poden ser utilitzats per fer compostatge, en canvi, els envasos, paper o vidre, no sempre troben maneres de ser reciclats o recollits de manera selectiva per les empreses de recollida de fems. És preferible, per tant, no utilitzar envasos que no siguin reciclables o reutilitzables.

En aquest tipus de projectes de cooperació en el sector turístic, més o menys com a la resta, cal tenir en compte la intervenció de diferents actors, siguin locals, nacionals o internacionals:

- Les comunitats locals o indígenes: són l'objectiu de qualsevol programa de cooperació, per tant, se'ls han de respectar les seves propostes i un marge d'autonomia per garantir l'elaboració, la gestió i la comercialització dels seus productes turístics.

- Governos municipals: haurien de garantir els marcs necessaris per al desenvolupament del territori i els instruments de coordinació i intervenció. Són importants els plans de desenvolupament municipal que les alcaldies elaboren (de vegades amb alts

índexs de participació ciutadana) per a deu o quinze anys. El sector turístic hauria de formar part d'aquesta planificació municipal, a més de dissenyar els plans urbanístics i d'ordenació del territori, per tal d'evitar determinats impactes negatius en activitats turístiques o d'altres tipus.

- ONGD i altres agències de cooperació: han de proporcionar recursos tècnics i econòmics a les comunitats, bàsicament per participar en el procés de desenvolupament i comercialització. Aquest finançament pot anar en la línia de capacitacions, millora d'infraestructures, elaboració de plans de desenvolupament municipal en l'àrea de turisme, suport tècnic, promoció... Així mateix, cal una coordinació amb els altres agents implicats en el sector turístic, sigui en l'àmbit local, nacional o internacional. També cal ser conscients de la importància de l'avaluació del projecte i d'establir indicadors realment mesurables pel que fa a la sostenibilitat del projecte turístic iniciat. Finalment, és molt important que les ONGD actuïn com a canal d'informació dels futurs turistes.

- Petites i mitjanes empreses: és important que es constitueixin en PIMES o bé en xarxes o associacions de turisme sostenible per tal de fer-ne una difusió o comercialització conjunta, a més de fer front a les polítiques que tenen a veure amb el sector.

- Operadors turístics: s'ha de tenir en compte el paper que tenen en l'oferta i la demanda dins el sector turístic; per tant, s'ha de veure quins estan disposats a treballar en aquest model de turisme responsable, sostenible i comunitari.

- Turista: ha d'actuar d'una manera responsable, activa, i intentar mantenir una relació horitzontal amb els membres de la comunitat. La informació sobre la realitat social, econòmica i cultural que visitarà és una passa imprescindible per garantir la bona relació turista-resident en comunitats petites.

- Governos nacionals, ministeris de turisme: cercar la coordinació amb els ministeris de turisme perquè prenguin consciència del turisme comunitari com una eina de desenvolupament per a les comunitats més empobrides.

Per tot plegat, cal pensar a definir una oferta turística global, per tal que un grup de comunitats articulades puguin determinar el seu nivell d'oferta, es puguin complementar i veure fins on poden arribar, tant pel que fa al servei com a la demanda. Poden unificar esforços, incloent municipalitats i ONGD, per establir una ruta conjunta i fins i tot gestionar recursos patrimonials comuns o estudiar la producció de béns i serveis.



CONCLUSIONS

Conclusions

L'ús del turisme com a instrument de cooperació per al desenvolupament és relativament recent, un camp pràcticament verge que presenta nombroses oportunitats però que ha de tenir en compte les seves limitacions. A priori, no tots els indrets són aptes per al desenvolupament turístic, de manera que el que avui no és possible pot ser-ho en un futur o no ser-ho mai. Per això, és necessari prioritzar-ne uns per damunt d'altres, tractant sempre d'aconseguir una visió global que permeti el desenvolupament integral i a llarg termini.

A hores d'ara existeix una demanda altíssima de finançament de projectes per part del sud que no s'adiu ni de bon tros amb l'oferta de recursos existent. L'elecció, per tant, no ha de venir solament determinada pel grau de pobresa i/o necessitat, sinó per la capacitat i les possibilitats de dur-se a terme. Si no es fa així, es pot córrer el risc de generar una dependència del finançament que, no ho oblidem, anirà en detriment d'altres projectes perquè els recursos destinats a cooperació són molt limitats.

En cooperació al desenvolupament, és imprescindible plantejar el turisme com un suport a d'altres activitats productives fruit de la lliure elecció de la comunitat en què es desenvolupi. L'elecció ha d'anar, però, acompanyada d'un coneixement de causa en què

es coneguin quin seran els efectes d'un o altre desenvolupament. D'altra banda, seria ingenu creure que les administracions i les ONGD mateixes no influeixen l'elecció d'un o altre model de desenvolupament, car l'establiment d'uns criteris per al finançament de projectes afavorirà, com succeeix en qualsevol projecte de cooperació, l'elecció i la planificació d'un o altre model.

Les administracions del nord i les ONGD tenen i tindran un rol importantíssim a l'hora de promoure el desenvolupament d'un o d'altre model turístic. És per això que el turisme sostenible, entès com el turisme que satisfà turista i resident, afavoreix una relació simbiòtica. D'una banda, la comunitat, l'oferta, tractarà de satisfer les demandes de la demanda, el turista. D'altra banda, la demanda del turista d'una preservació de l'entorn i els costums a partir d'uns criteris de justícia social repercutirà igualment en benefici de la comunitat.

És cert, no obstant, que el turisme comunitari és molt minoritari en comparació del turisme de masses convencional, si bé a l'àrea d'Amèrica Central hi té una presència significativa. Per tant, a l'hora d'analitzar i promoure el turisme com a instrument de cooperació trobam que hi intervenen altres actors, com els diferents agents governamentals o la indústria turística tradicional

que en condicionen i determinen en gran mesura el desenvolupament. Cal tenir en compte aquests agents, així com els canals de comercialització, ja que en definitiva uns influeixen sobre l'activitat dels altres.

El diàleg i l'enfortiment municipalista poden ser clau a l'hora de consensuar estratègies que satisfacin les distintes necessitats i han de ser sempre els ciutadans els qui tinguin l'última paraula. Al llarg del treball hem vist que els impactes del turisme varien en gran mesura per la tipologia i cosmovisió dels actors implicats. Si tenim en compte que el desenvolupament turístic sostenible i el turisme responsable vénen determinats tant per l'oferta com per la demanda, la promoció del turisme com a eina de desenvolupament dels països del sud s'ha de concebre com una tasca a desenvolupar per tots els actors implicats en el fet turístic.

Cada àrea o destinació presentarà així unes característiques i necessitats específiques i és necessari adaptar els projectes i les intervencions a l'espai i el temps en què s'executi. L'existència o no d'infraestructures que permetin l'arribada de turistes, el grau de formació i capacitació o l'atractiu de l'indret faran prioritzar un o altre tipus de projecte i és, per tant, indispensable que sigui la comunitat la que estableixi quin ha de ser el seu futur a tots els àmbits: econòmic, ambiental i socioculturalment parlant.

Les limitacions del desenvolupament del turisme com a instrument de cooperació vénen donades en gran part per les reticències que es té des del món de la cooperació

envers el turisme. El reconeixement del turisme responsable com una eina de desenvolupament sostenible pot ajudar a canviar aquesta percepció i és necessària la sensibilització i el coneixement per part de les ONGD d'aquesta nova eina que pot ajudar precisament a preservar l'entorn i dotar la comunitat de recursos amb què impulsar altres activitats de caràcter tradicional.

Serà necessari sensibilitzar els membres mateixos d'ONGD i gent pròxima, per tal que vegin les oportunitats que pot representar el turisme. En aquest sentit, l'ús del turisme solidari pot servir per canalitzar la demanda de viatges de caràcter alternatiu i estades de cooperació que actualment, realitzats de manera incontrolada, aporten poc o res a les comunitats i generen, això no obstant, uns impactes negatius. Aquesta pot ser al mateix temps una via que permeti el finançament i creixement de les ONGD del nord i els permeti incidir amb més profunditat en la sensibilització de la realitat dels països del sud.

Altrament, des de les administracions públiques i les entitats que financen els projectes de cooperació no s'ha fomentat suficientment aquesta via de cooperació i és necessari un aprofundiment en el coneixement mitjançant seminaris, conferències i similars que comportin una interacció dels diferents implicats i un afavoriment i promoció d'espais de trobada a hores d'ara gairebé inexistents. No oblidem que la indefinició respecte de termes com solidaritat o sostenibilitat, entre d'altres, pot limitar el creixement d'aquestes modalitats, actualment

amb menys oferta que demanda però amb uns canals de comercialització encara ara molt deficients.

En un món globalitzat en què allò que succeeix en un indret del món acaba afectant la resta, és important que els consumidors actuïn amb responsabilitat. Cada vegada és més gran el poder que té el consumidor, cosa que implica un augment de la seva responsabilitat. La demanda de modalitats turístiques que minvin els impactes a tots els àmbits, en definitiva turisme responsable, és en part un deure ètic que tothom ha de tenir. Exigir que les empreses del nord actuïn correctament als països del sud és una altra manera de cooperar.

D'altra banda és molt important el rol que l'empresariat ha de desenvolupar. La responsabilitat social corporativa pot ser una eina paral·lela a la cooperació al desenvolupament que pot arribar allà on no arriben ni les ONGD ni les administracions públiques. Aquesta ha d'anar més enllà de la capacitació i l'assessorament en matèria de turisme. Les empreses són a hores d'ara indispensables per a la promoció del turisme als països del sud, així com a l'hora de promoure futurs enclavaments turístics. La seva responsabilitat ha de ser, a més, de caire intern, ha d'atorgar condicions de treball dignes als seus treballadors i ajudar al desenvolupament de l'àrea en què s'assen- ti l'establiment turístic.

8

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

- Aguiló, E. [et al.] (2004): *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Palma: Universitat de les Illes Balears.
- Arce Solorzano, M. (2004): *Nicaragua, un destino turístico*. Managua: Centro de Investigaciones Nicaragüenses.
- Bermejo, R. (1996): *Libre comercio y equilibrio ecológico*. Bilbao: Bakeaz.
- (2000): «Acerca de las dos visiones antagónicas de la sostenibilidad». A: Bárcena I.; Ibarra, P.; Zubiaga, M. (ed.): *Desarrollo sostenible: un concepto polémico*. Bilbao: Universitat del País Basc.
- Bermejo, R.; Nebreda, A. (1998): «Conceptos e instrumentos para la sostenibilidad local». *Cuadernos Bakeaz*, núm 26. Bilbao.
- Blázquez Salom, M. (1989): «Els efectes ambientals del turisme». *El Mirall*, núm. 30. Palma.
- Blázquez Salom, M. [et al.] (2002): *El tercer boom. Indicadors de sostenibilitat del turisme a les Illes Balears*. Palma: Cittib.
- Butler, R. W. (1975): «Tourism as an Agent of Social Change». *Geographical Union's Working Group on the geography of tourism and recreation*. Ontario: Trent University, Peterborough.
- Comissió Mundial del Medi Ambiente i del desenvolupament (1998): *Nuestro futuro común (Informe Brundtland)*. Madrid: Alianza.
- Crandall, L. (1987): «The Social Impact of Tourism on Developing Regions and Its Measurement». A: Ritchie, B. J. R.; Goeldner, C. R. (ed.): *Travel, Tourism and Hospitality Research*. Nova York: John Wiley & Sons.
- Doxey, G. (1975): «A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research interferences». *Proceedings of the Travel Research Associations*. San Diego.
- De Kadt, E. (1991): *Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo?* Madrid: Endymion.
- Fullana, P. I. S.; Ayuso, S. (2001): *Turisme sostenible*. Barcelona: Rubes. Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya.
- Frerk, A. (2001). *Imagen y comprensión en Centroamérica*. Munich. Universidad Técnica de Munich (tesis).
- Gascon J.; Cañada, E. (2005): *Viajar a todo tren*. Barcelona: Icaria. Mas Madera.
- Jurdao Arrones, F. (1990): *España en venta. Compra de suelo por extranjeros*. Madrid: Endymion.

Lanquar, R. (1991): *La economía del turismo*. Barcelona: Oikos Tau.

— (2000): *Turismo y cooperación internacional para el desarrollo. Una era de transformaciones radicales para la cooperación multilateral*. (UNDP web).

Mazón, T. (2001): *Sociología del turismo*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.

Meadows, D. H. [et al.] (1972): *Los límites del crecimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica.

— (1993): *Más allá de los límites del crecimiento*. Madrid: Aguilar.

Mesplier, A.; Bloc-Duraffour, P. (2000): *Geografía del turismo en el mundo*. Madrid: Síntesis.

OMT (2003): *Turismo y atenuación de la pobreza*. Madrid.

OMT (2004): *Barómetro*. Octubre de 2004.

OMT (2006): *Barómetro*. Gener de 2006.

Montaner, J. (1996). *Psicología del turismo*. Madrid: Síntesis.

O'Reilly A. M. (1986): «Tourism carrying capacity: concept and issues». *Tourism management*, núm. 7. Londres.

Pérez De Armiño, K. (dir.) (2002): *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*. Barcelona: Icaria.

Picornell, C. (1995): *Els impactes del turisme. Turisme, societat, economia a les Illes Balears*. Palma: F. E. Darner.

Palomo, S. (1998): «La aportación del turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo (PVD). El caso del mercado receptor de Bolivia». *Revista de estudios turísticos*, núm 136. Madrid.

— «El turismo y la cooperación al desarrollo». Ponència de les Jornades de Turisme i Cooperació al Desenvolupament, 22 i 23 de maig de 2003. Barcelona.

PNUD (2005): *Informe sobre el Desenvolupament Humà 2005*.

Sancho, A. (2005): *Turismo y desarrollo*. València: Universitat de València. PDF Internet.

Santana, A. (1997): *Antropología y turismo*. Barcelona: Ariel.

Seguí, M. (2006): *Els indicadors en els projectes de cooperació en turisme sostenible*. Palma: Universitat de les Illes Balears.

Smith, V. L. (1978): *Hosts and Guests. The anthropology of tourism*. Oxford: Basil Blackwell.

Sutcliffe, B. (1995): «Desarrollo frente a ecología». *Ecología Política*, núm. 9. Madrid.

Turner, L.; Ash, J. (1991): *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.

Verd, S. (2005): «Turisme responsable. Empresa: sostenibilitat i responsabilitat social». Gea: *Quadern de la Terra*, núm 18. Palma: Fundació Sa Nostra.

Weizsäcker, E. U. Von [et al.] (1997): *Factor 4. Duplicar el bienestar con la mitad de recursos naturales. Informe al Club de Roma*. Barcelona: Galàxia Gutenberg/Cercle de Lectors.

Internet:

http://www.Commerce.otago.ac.nz/tourism/Study_resources/Tour211%20Social%20/

<http://www.turismovision.katestuttgart.org>

www.turismoresponsable.net

www.enredando.org.ar

www.turismosolidario.caritas.org.pe

www.turismojusto.org

www.observatoriodeltrabajo.org

9

SIGLES I ACRÒNIMS

AECI: Agència Espanyola de Cooperació Internacional.

AITR: Associazione Italiana de Turismo Responsabile.

ACSUR-LAS SEGOVIAS:

ADESCOS: Asociación de Desarrollo Comunitario.

ARDM: Asociación de Reconstrucción y Desarrollo Municipal (El Salvador).

CATA: Agencia de Promoción Turística de Centroamérica.

CBM: Proyecto para la Consolidación del Corredor Biológico Mesoamericano.

CCT: Consejo Centroamericano de Turismo.

CORTASUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.

CST: Certificat per a la Sostenibilitat Turística.

ECPAT: End child prostitution, pornography and trafficking of children for sexual purposes.

EUA: Estats Units d'Amèrica.

FITUR: Fira Internacional de Turisme.

FODESTUR: Fomento del desarrollo sostenible mediante el turismo en centroamérica.

GTZ: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (Agència estatal de cooperació alemanya).

ICV: Iniciativa Centroamérica Verde.

INGUAT: Instituto Guatemalteco de Turismo.

INTUR: Instituto Nicaragüense de Turismo.

OCDE: Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic.

OIT: Organització Internacional del Treball.

OMT: Organització Mundial del Turisme.

ONU: Organització de Nacions Unides.

ONG: Organització No Governamental.

ONGD: Organització No Governamental de Desenvolupament.

OXFAM: Oxford Comitee for Famine Relief.

PIME: Petita i Mitjana Empresa.

PNUD: Programa de les Nacions Unides per al Desenvolupament.

PPT: Pro-poor tourism.

PRODETS: Programa de Desarrollo y Turismo Sostenible.

SICA: Sistema de la Integración Centroamericana.

UCA: Unión de Cooperativas Agrícolas.

UE: Unió Europea.

UNESCO: Organització de les Nacions Unides per a la Educació, la Ciència i la Cultura.

USAID: United States Agency for International Development.

VECO: Vredesilanden Coopibo (ONGD Belga conformada per tres ONGD).



Universitat de les Illes Balears

Oficina de Cooperació al Desenvolupament i Solidaritat



Govern de les Illes Balears

Conselleria d'Afers Socials, Promoció i Immigració
Direcció General de Cooperació

